

СПЕЦПРОЕКТ:
АНАЛІЗ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції

Київ • 14–15 червня 2012 р.

У семи томах

Том 6

Економіка в деталях

Дніпропетровськ
Видавець Біла К. О.
2012

УДК 336
ББК 65.01
С 71

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.

С 71 Спецпроект: аналіз наукових досліджень : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 черв. 2012 р. : у 7 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2012.

ISBN 978-617-645-060-3

Т. 6 : Економіка в деталях. – 2012. – 108 с.

ISBN 978-617-645-066-5

У збірнику надруковано матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції «Спецпроект: аналіз наукових досліджень».

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-617-645-060-3

ISBN 978-617-645-066-5 (Т. 6)

© Авторський колектив, 2012

К.э.н. Крикун О.А.

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина

ИДЕАЛИЗИРОВАННЫЕ ОБЪЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ И ПАРАДИГМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Для экономики как научной теории, так и практики в странах из развитой рыночной экономикой характерно критическое отношение к объективности и адекватности используемых моделей и развитие новых направлений экономики.

Экономика как наука представляет собой отрасль социальных наук. Объектом экономических наук является экономическая действительность, представляющая целый кластер дисциплин, отличных друг от друга предметом исследования. Но применяются не только экономические дисциплины, но и междисциплинарные исследования.

В экономической науке, как и в любой другой научной теории, выделяются модели – идеализированные объекты исследований и парадигма – признанные в данной социально-экономической системе научные достижения или совокупности взглядов, которые в течение определённого времени дают научному или конкретному сообществу в целом модель постановки проблем и их решений.

Экономика как субъект и объект исследований является исключительно социальным явлением и поэтому на её формирование и объективность определяющее влияние оказывают условия среды существования экономики. Рассмотрим источники развития экономических идей, которые состоят в объективных потребностях хозяйственной жизни и в противоречии развития самой теории.

Критерий научности теории у каждого ученого – своя картина. Тем не менее, можно выделить классическую, марксистскую, историческую, институциональную, кейнсианскую школы, каждая из которых ставит перед собой конкретные задачи и решает их присущими ей методами [1]. Цель истории экономических учений состоит в том, чтобы показать своеобразие каждой школы, ее задачи и результаты, взаимосвязь и преемственность школ экономической науки, влияние на экономическую стратегию и экономическую политику государства. Особенный интерес представляет развитие западной экономической науки, развитие ею теории стимулировалось насущными практическими потребностями в современной науке.

Порядок разбора любой исторической экономической теории состоит в следующем: рассматриваются исторические условия возникновения экономической теории и необходимость данной теории; устанавливается основатель теории, а также наиболее известные представители, главные научные труды школы; выявляются интересы какого класса или группы людей представляющих теорию; выделяются основные положения теории: поиск источника богатства; роль государства в экономике; отношение к собственности (государственная

или частная); отношения между предшествующим строем и настоящим; противоречия между натуральным и товарным производством; отношение к труду, отношение к рабочей силе; финансовые отношения; отношение к банкам; налоговые отношения и т.д.

Результатом научной деятельности в экономической науке являются новые или уточнены известные раньше, однако недостаточно исследованные, факты и закономерности [2]. При этом, важно дать новому явлению объяснение из позиции современной науки, выяснить его теоретическое или практическое значение. Именно это и является сутью любого исследования, которое должно завершаться выводами и рекомендациями.

Современные экономические исследования должны проводиться на новых принципах познания экономической реальности. Сущность новой научной парадигмы, прежде всего состоит в том, что должны быть отброшены все готовые модели, теории и концепции. В свое время даже сам Дж. М. Кейнс не рассматривал свою теорию и сформировавшееся на ее основе так называемое кейнсианство как нечто фундаментальное и вечное: он создавал свою концепцию для конкретной задачи. Он указывал, что его рецептов хватит лет на двадцать и в экономиках с мощными транснациональными корпорациями, сильными профсоюзами и «большими» правительствами его модель работать не будет [1]. Таким образом, из арсенала современной науки следует брать только самые общие положения и принципы, которые должны быть положены в основу разрабатываемых новых моделей, теорий и концепций. Однако в свете современности данная трактовка выглядит слишком уж расширительной: похоже, что понятие закона постепенно уходит из науки и остаются в ней только принципы. Это и есть одно из знамений науки XXI века.

Принципы управления относятся к числу важнейших категорий управления. Под ними понимают основные фундаментальные идеи, представления об управленческой деятельности, вытекающие непосредственно из законов и закономерностей управления.

Основные принципы определяют философию и стратегию руководства предприятием и его звеньями. В определенной мере они призваны служить рекламой предприятию. На основании выработанных принципов корректируются цели деятельности предприятия, уточняются приоритеты, формулируются его политика, разрабатываются методы. Реализация принципов, целей, приоритетов и политики предприятий осуществляется с помощью соответствующих рабочих методик, инструкций, положений и нормативов.

Таким образом, чтобы новые научные конструкции были эффективными и действенными они должны опираться на правильно определенные цели и четко поставленные задачи, под которые собственно и разрабатываются эти новые научные конструкции. Данный принцип позволит минимизировать ошибки разрабатываемой модели. При этом следует соблюсти два взаимодополняющих правила. Первое – разрабатываемая поведенческая модель экономической системы должна быть компьютерной и достаточно сложной, чтобы минимизировать ошибки и не упустить важные эффекты. Второе – число целей разрабатываемой модели не должно быть слишком большим, чтобы минимизировать ошибки, т.е.

чтобы окончательно не запутать связи между элементами системы. Изменение задач и условий влечет за собой необходимость отбрасывания всех предыдущих построений и разработку очередной новой модели, поэтому такая парадигма изменяет содержание самой экономической науки. Из этого следует, что парадигма – совокупность фундаментальных научных установок, представлений и терминов, принимаемая и разделяемая научным сообществом и объединяющая большинство его членов. Она обеспечивает преемственность развития науки и научного творчества [3].

Выводы. Таким образом, принципы управления отражают объективную реальность, существующую вне и независимо от сознания человека, иначе говоря, они объективны. Вместе с тем, каждый из принципов – это идея, то есть субъективная конструкция, субъективное построение, которое мысленно совершает каждый руководитель на уровне его познаний общей и профессиональной культуры. Так как принципы принадлежат субъекту, то они имеют субъектный характер. Чем больше отражение принципа в сознании человека приближается к закону, тем точнее знание, тем эффективнее деятельность руководителя в сфере управления.

Список использованных источников:

1. Скидельски Р. Джон Мейнард Кейнс. 1883-1946. Экономист, философ, государственный деятель: в 2 т. Т. 1 / Р. Скидельски; пер. с англ. Демида Васильева. – М.: Московская школа политических исследований, 2005. – 784 с.
2. Ананьин О. Экономическая наука: как это делается и что получается? / О. Ананьин // Вопросы экономики. – 2004. – № 3. – С. 149–153.
3. Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ru.wikipedia.org/wiki/%CF%E0%F0%E0%E4%E8%E3%EC%E0>

Ухалова Т.С.

*Дальневосточный федеральный университет,
г. Владивосток, Российская Федерация*
**ВЛАСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ
ЭКОНОМИЧЕСКИМИ АГЕНТАМИ**

Длительное время экономический анализ основывался на предпосылках рынка совершенной конкуренции. Как известно, на данном рынке не существовало барьеров для входа и выхода с него, число агентов было велико, а асимметрия информации отсутствовала, т.е. каждый экономический агент был информирован о деятельности других.

Все контракты в условиях совершенной конкуренции можно считать свободными и равноправными, так как действия обеих сторон характеризуются критериями экономической свободы.

На практике экономические отношения характеризуются отсутствием одного или нескольких элементов свободы. Если, к примеру, у одной стороны отсутствуют или ограничены альтернативы выбора, или ограничена информация о результатах выбора, а другая сторона, напротив, осведомлена о последствиях

сделки и может отказаться от нее, между этими экономическими субъектами возникают отношения экономической власти.

Отношения власти в экономической системе не существуют в чистом виде и не обособляются в отдельное, самостоятельное отношение. Экономическая власть представляет собой лишь отдельный элемент, аспект взаимодействий между агентами экономических отношений. Властный аспект можно выделить в отношениях собственности, обмена, найма, управления производством, в агентских отношениях, отношениях государственного регулирования экономики и др. Все эти отношения включают элемент подчинения одного экономического агента другому. Неравенство в отношениях между экономическими агентами, совершаемыми экономические трансакции, порождает власть, где одна сторона выступает в качестве субъекта, другая – в качестве объекта власти.

Наличие власти у субъекта автоматически означает ограничение альтернатив поведения или отсутствие свободы выбора у подчиненного ему объекта.

Неравенство в отношениях между агентами экономической системы можно увидеть в следующих формах: неравенство в распределении собственности на определенный вид ресурсов; неравная эластичность спроса на ресурсы, которыми обладают стороны экономических отношений; различная величина издержек для сторон обмена, связанных с «выходом» из отношения с данным агентом и поиском альтернативных источников получения ресурса; отсутствие равновесия спроса и предложения на конкурентном рынке; асимметрия в распределении информации между сторонами обмена или отношений «принципал-агент»; асимметричный характер распределения специфических ресурсов; асимметрия покупательной способности экономических агентов; неравный доступ к ресурсам принуждения или насилия (государственным или частным) [1].

Таким образом, властные отношения представляют собой специфическое взаимодействие между экономическими агентами, организациями, социальными группами, в рамках которого объект экономической власти генерирует властное пространство, а остальные экономические агенты делегируют контроль над своими действиями субъекту власти.

Они могут быть как простыми, когда контроль осуществляется именно тем субъектом власти, кому были делегированы права контроля, так и сложными, когда лицо, которому делегируется контроль, получает одновременно и право передачи этого контроля третьим лицам. Также выделяют персонифицированные властные отношения, когда контроль делегируется конкретному лицу и позиционные – контроль делегируется тому, кто занимает определенную позицию в институциональной структуре общества [2].

Природа власти как отношения, выделяющая власть из мира экономических отношений, заключается в том, что это есть такое взаимодействие между экономическими агентами, при котором субъект власти принуждает объект власти нести издержки в свою пользу.

Само же принуждение основывается на величине потерь в случае отказа от подчинения, которые создает субъект власти или на величине издержек, которые несет объект власти из-за невозможности их избежать, сократить или компенсировать, действуя альтернативным подчинению образом. Величина и целе-

сообразная форма издержек подчинения, которые готов нести объект власти в пользу ее субъекта, характеризуют меру власти.

В модели экономической власти возникает перемещение издержек (причем как производственных, так и трансакционных) между экономическими агентами: один экономический агент (субъект власти) возлагает издержки по максимизации собственной выгоды на другого агента (объект власти). Это означает, с одной стороны, что одни экономические агенты могут принудить других нести издержки в свою пользу и тем самым сократить собственные издержки, необходимые для присвоения блага, а с другой – экономические агенты могут нести непредвиденные дополнительные издержки, связанные с созданием полезности не для себя, а для другого – субъекта, обладающего властью [2].

Подход теории власти состоит в том, что в условиях неравенства экономических агентов и наличия фактора власти издержки производства блага и издержки его присвоения принципиально не совпадают. Это означает, что власть изменяет величину издержек (издержек производства и трансакционных), необходимых для присвоения единицы блага или дохода, по сравнению с ситуацией отсутствия власти.

Список использованных источников:

1. Дементьев В. Экономическая власть и институциональная теория / В. Дементьев // Вопр. экономики. – 2004. – № 3. – С. 50–64.
2. Полянская И.К. Властные отношения в экономике: монография / И.О. Полянская. – Уфа: РИО БАГСУ, 2007. – 108 с.

Світове господарство і міжнародні економічні відносини

К.е.н. Господінова О.І.

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

ТРАНСКОРДОННЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ШЛЯХ ФОРМУВАННЯ УМОВ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Глобалізація, як процес формування універсальних принципів і правил поведінки в межах єдиної міжнародної економічної системи, ставить перед країною щораз нові, непрості та взаємопов'язані між собою завдання. Тому для вирішення цих завдань йде постійний пошук тих шляхів з допомогою яких можна було б вирішувати ці завдання. Одним з цих шляхів є розвиток транскордонного співробітництва. Воно займає важливе місце серед господарських форм, які сприяють пожвавленню регіонального розвитку та активному включенню країни в сучасний інтеграційний світ.

Транскордонне співробітництво як процес взаємодії граничних районів виникає в 50-х роках в скандинавських країнах та на березі Рейну. Отриманий цими країнами досвід поступово використовується іншими країнами і він приймає

глобальний характер. Визначилася необхідність економічної інтеграції географічних районів, які були розділені кордонами. Основна причина розповсюдження цього досвіду була викликана бажанням регіональних та місцевих органів влади вирішати свої проблеми разом з сусідами, тому, що створення єдиного простору найбільш відчутно позначається на життя мешканців прикордонних регіонів, наявність кордону для яких є ваговим обмежуючим чинником соціально-економічного розвитку. Разом з цим як в економічному так і політичному аспекті вирішення своїх проблем в такий спосіб вимагає насамперед не порушувати пріоритети центральної влади, не створювати ситуації порушення законів своєї країни. Необхідно враховувати в першу чергу принципи, які дозволяють країнам взаємовигідно співпрацювати, не зважаючи на те що, одна з країн може мати більший фінансовий та економічний потенціал. Крім того необхідно підкреслити той факт, що прикордонна територія менш попадає під вплив глобальної політики, як економіка країни в цілому. Це викликано в першу чергу тим, що подібна територія є як правило частиною економіко-географічних світових анклавів, розташування яких охоплює території різних країн. Століттями там формувалися геоекологічні та економічні характеристики розвитку території. Сформувався відповідний поділ праці. Отримали розвиток відповідні галузі. На протязі свого історичного розвитку ці території час від часу примусово чи добровільно об'єднувалися. І це впливає і сьогодні на співробітництво прикордонних територій.

Специфіка транскордонного співробітництва в тому що, для його існування та ефективної дії необхідна певна підготовка. Вона включає наступне: визначення прикордонних територій двох або більш країн; наявність угод між відповідними партнерами; визначену ціль, яка відповідає інтересам всіх партнерів по співробітництву; пряму участь територіальних та місцевих органів влади в цьому співробітництві; визначення терміну для здійснення тих чи інших заходів.

Цілі трансграничного співробітництва залежать від багатьох чинників. Вони відображають в першу чергу особливість проблем кожного з учасників співробітництва. Кожний з прикордонних районів мають свої економічні та політичні проблеми. Якщо політичні проблеми впливають на трансграничне співробітництва опосередковано, то інтенсивність зв'язків в економіці, прояв їх в різних сферах визначають безпосередньо майбутнє трансграничного співробітництва. При цьому необхідно враховувати що історично з самого початку свого розвитку транскордонне співробітництво для України умовно поділяється на два «напрямки»: транскордонне співробітництво, що відбувається на кордоні України з ЄС і транскордонне співробітництво уздовж кордонів колишніх радянських республік. На співробітництва прикордонних територій це має безпосередній вплив. Наприклад, на зовнішню торгівлю. В зв'язку з тим, що торгівля між такими територіями здійснюється безпосередньо між товаровиробниками, зберігається можливість використовувати місцеві переваги при визначенні асортименту продукції. Однак, в даному випадку, якщо одна із країн входить в таку сучасну економічну систему як ЄС, прикордонна торгівля може привести до структурних змін в економіці всієї країни. Це пов'язано в першу чергу з тим,

що на від міну від тих вимог, що в свій час були достатні для реалізації продукції всередині єдиного народногосподарського комплексу, вихід на простір за межі цього комплексу, змінює не тільки асортимент продукції, що визначається загальним споживчим кошиком для населення всієї території ЄС, а й вимагає нових стандартів для вже існуючих товарів. Таки вимоги призводять до мобілізації всіх існуючих умов виробництва в межах усієї країни. Як наслідок, товари даної групи попадають під міжнародні стандарти і вітчизняне виробництво стає конкурентоспроможним на світовому ринку. Транскордонний регіон може не тільки зайняти у світовому господарстві певну нішу, а й забезпечити йому високі темпи економічного зростання на основі ефективного функціонування економік суміжних територій. Прикордонні території є складовими не просто економік різних країн, але й різних економік за своїми типами. Тому вихід на нові світові ринки з допомогою транскордонного та гео економічного потенціалу, з багатьох точок зору є набагато простішим, аніж переорієнтування на ці же ринки всієї вже сформованою історично спеціалізації зовнішньої торгівлі.

Транскордонне співробітництво є об'єктивним процесом. Воно охопило всі країни Європи та почало розвиватися і в нашої країні, хоча і не носить у нас системного характеру. У даний час у прикордонних регіонах виникає безліч спільних проблем в екологічній, транспортній, економічній, культурно-освітній, соціальній та інших сферах, для вирішення яких необхідно об'єднувати зусилля. Тому цей процес має перспективи на майбутнє, особливо з урахуванням поширення регіональних економічних програм в прикордонних регіонах. В цих програмах формулюються умови, що регламентують трансграничне співробітництво, розробляється стратегія розвитку потенціалу трансграничного регіону як частини національної економіки. В першу чергу це стосується створення сприятливих умов для іноземних інвестицій, прискорення законотворчої діяльності з боку державних органів с приводу чіткого визначення статусу іноземної власності на території країни, зрозумілого оподаткування.

Взаємовигідне співробітництво між граничними регіонами мотивуються різними економічними цілями. Вони залежать насамперед від наявності місцевих ресурсів та можливості їх ефективного використання. Однак, кожна країна визначає свої пріоритети. Для однієї країни в якості пріоритетів виступає більш кваліфікована робоча сила, сучасні потужності промислового виробництва, менша заробітна плата. Для іншої країни вкрай важливе створення нових робочих місць, використання існуючих виробничих потужностей та ресурсів, ефективно включення місцевого потенціалу в народногосподарський комплекс країни з урахуванням вимог, що відповідають європейським стандартам. Одночасно виникає загроза появи в граничних районах дрібних, недостатньо конкурентоспроможних фірм, які можуть запропонувати сучасні технології, але на майбутнє не мають перспективи допомогти місцевому капіталу вийти на європейський простір. Це характерно практично для всіх іноземних фірм, які функціонують на території нашої країни, не зважаючи на те, якого капіталу вони представники: великого чи дрібного. Цього вимагає сучасна жорстка конкуренція на ринках капіталу, товарів та послуг.

Тому необхідно визначити для початку пріоритети економічних сфер де на

сьогодні вкрай необхідні докорінні зміни або реструктуризація. Для нашого регіону вкрай важливо адаптувати до сучасних європейських стандартів транспортну трансграничну інфраструктуру. Нові економічні умови в Європі та необхідність приєднання до європейського економічного простору вимагають будівництва міжнародних транспортних коридорів. Регіон має бути “відкритим” для європейського співробітництва. Для цього є всі підстави. Через регіон проходять транзитом потужні товарні потоки. Місто та прикордонні райони мають зручне географічне розташування. Тому в розвитку трансграничної інфраструктурі зацікавлена як наша країна, так і країни-сусіди. Для нарощування економічного потенціалу регіону в першу чергу необхідно звернути увагу на розвиток приватного бізнесу через стимулювання створення малих та середніх підприємств в певних секторах економіки. Для нашого регіону це деревообробна промисловість з елементами розвитку галузі прикладного мистецтва. Ця галузь безпосередньо пов’язана з розвитком туризму, який є одним з динамічно розвинутих з позицій транскордонного співробітництва. За останні роки практикуються спільні туристичні маршрути, проводяться спільні конференції, де вивчається не тільки досвід сусідніх держав, а й виявляються проблеми туристичної галузі. Недостатній розвиток ринкової та рекламної стратегії вітчизняного туристичного бізнесу заважають прикордонним регіонам не тільки поповнювати місцевий бюджет, а й вийти зі своїми туристичними послугами на європейський ринок. Для цього насамперед необхідно розробити транскордонні туристичні маршрути, збудувати інфраструктурні споруди для проведення туристичного сезону на протязі всього року.

Розвиток транскордонного співробітництва вирішує частину проблем, що встають перед країною, яка прагне до вступу в євроінтеграцію. На рівні регіону можливе удосконалення форм прикордонного співробітництва. В сферу співробітництва включаються окремі фірми, вищі учбові заклади, неурядові організації. Кожний з цих учасників має можливість вносити свої пропозиції щодо удосконалення взаємозв’язків як на рівні професійних, так і на рівні загальних суспільних інтересів. На сьогодні Чернівці мають налагоджене співробітництво з містами різних країн. Це Солт-Лейк-Сіті (США), Саскутун (Канада), Клагенфурт (Австрія), Конін (Польща), Сучава (Румунія), Назарет-Ілліт (Ізраїль), Подольск (Росія). Співпраця здійснюється переважно у сферах гуманітарної допомоги, обміну студентами, досвідом громадських організацій, зрідка економічних зв’язків.

Процеси транскордонного співробітництва охоплюють прикордонні райони країни. Як правило це слабо розвинути території, які не мають достатніх фінансових ресурсів для розвитку цього співробітництва. Тому підтримка з боку як національних урядів так і європейських інститутів має не тільки політичну, а й фінансово-економічну мотивацію. Регіони поступово набувають досвід в розробці та реалізації регіональних соціально-економічних планів. Розвиток транскордонного співробітництва при збереженні специфіки, самобутності та індивідуальності кожної зі сторін, значною мірою дозволяє успішно вирішувати локальні проблеми, максимального використовуючи національний потенціал.

З розширенням і поглибленням економічного співробітництва європейських

країн прикордонні регіони стають зонами контакту національних господарств. Транскордонне співробітництво розвивається та удосконалюється в контексті стратегії приєднання і виконання програм ЄС. Істотною передумовою для реалізації транскордонного потенціалу в економіці є глобалізація. Вона забезпечує достатню динамічність розвитку міжнародних ринків і створює передумови для включення України в систему світогосподарських зв'язків. Це вимагає адаптації її структури, всього господарського механізму до надзвичайно високих вимог, які диктує світове ринкове господарство. Еволюція транскордонного співробітництва в умовах євроінтеграції може виступати прикладом трансформації ринкових умов країни. З формуванням транскордонних об'єднань відкриваються можливості для більш оперативного реагування на потреби ринку. Визначаються шляхи реструктуризації економіки, визначаються пріоритетні галузі. Таким чином транскордонне співробітництво можна визначити як потужну інвестицію в процес євроінтеграції.

К.е.н. Єрмілова К.В.

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, Україна*

АНАЛІЗ ТРАНСГРАНИЧНИХ ЗЛИТТІВ І ПОГЛИНАНЬ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ПРЯМОГО ІНОЗЕМНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

У зв'язку з економічним відновленням світової економіки у післякризовий період, зростанням фондових ринків і відновленням корпоративних доходів трансграничні злиття й поглинання були основним способом входу прямих іноземних інвестицій (ПІІ), вказуючи на швидку адаптацію до економічних умов, що змінюються. Вартісний обсяг трансграничних угод в 2010 році збільшився на 36%, але усе ще становив лише приблизно одну третину від попереднього пікового рівня, досягнутого в 2007 році. Обсяг трансграничних злиттів і поглинань у країнах, що розвиваються, подвоївся. В 2010 році обсяг інвестицій у нові проекти скоротився, але в перші п'ять місяців 2011 року було відзначено їх значне збільшення як за вартісним обсягом, так і за кількістю.

Як і передбачалося, згідно оголошених в 2010 році угод, обсяги трансграничних злиттів і поглинань (M&A) різко зросли, особливо в середині 2011 року (табл. 1).

Основним драйвером цього росту була M&A активність компаній у здійсненні великих угод у розвинених країнах і країнах з перехідною економікою. В обох регіонах найважливіші угоди відносилися до сектора видобувної промисловості, у той час як у розвинених країнах спостерігався також зріст угод у сфері фармацевтичної промисловості (табл. 2).

Щодо інвестицій у нові проекти, у вартісному вираженні їх обсяги скорочуються вже третій рік поспіль, незважаючи на оптимістичні показники 1 кварталу 2011 року. У цілому за результатами 2011 року обсяги інвестицій у нові проекти зросли на 3%, при цьому найбільший внесок у це падіння зробили роз-

винені країни, у той час як у цілому по країнах, що розвиваються, спостерігалося зростання інвестицій у нові проекти.

Таблиця 1. Світові ПІІ, трансграничні угоди М&А, інвестиції в нові проекти по регіонах і основних країнах світу, 2010–2011 рр. (млрд. дол.)

Регіони / країни	ПІІ			Трансграничні угоди М&А			Інвестиції в нові проекти		
	2010	2011	Темпи зростання (%)	2010	2011	Темпи зростання (%)	2010	2011	Темпи зростання (%)
Весь світ	1 289,7	1 508,6	17,0	338,8	507,3	49,7	807,0	780,4	-3,3
Розвинуті країни	635,6	753,2	18,5	251,7	396,3	57,4	263,5	229,9	-12,7
Європа	346,8	425,7	22,8	123,4	191,2	55,0	148,9	145,2	-2,5
ЄС	314,1	414,4	31,9	113,5	162,8	43,3	143,1	142,2	-0,7
США	228,2	210,7	-7,7	80,3	129,7	61,6	57,1	51,3	-10,2
Японія	-1,3	-1,3		6,7	5,1	-23,9	4,5	4,2	-8,0
Країни, що розвиваються	583,9	663,7	13,7	82,8	78,8	-4,8	491,6	498,1	1,3
Африка	54,7	54,4	-0,7	7,6	6,3	-17,1	84,1	76,6	-8,9
Латинська Америка і Кариби	160,8	216,4	34,6	29,5	20,3	-31,3	118,2	126,9	7,3
Азія і Океанія	368,4	392,9	6,7	45,7	52,3	14,3	289,3	294,7	1,8
Західна Азія	58,2	50,4	-13,4	4,6	9,5	105,8	52,0	60,2	15,7
Південна, Східна, Південно-Східна Азія	308,7	343,7	11,4	32,1	42,7	33,2	236,2	231,4	-2,1
Китай	114,7	124,0	8,1	6,0	9,0	50,8	84,6	81,9	-3,2
Індія	24,6	34,0	37,9	5,5	12,5	125,2	45,4	51,5	13,6
Південно-Східна Європа і СНД	70,2	91,7	30,6	4,3	32,2	644,5	51,8	52,3	0,9

При виборі напрямку інвестицій у 2011 році міжнародні інвестори вважали найбільш важливими факторами:

- розвиток транспорту й інфраструктури (63%);
- стан телекомунікаційної інфраструктури (62%);
- прозорість політичного, правового та нормативного середовища (62%).

Триваюча у зв'язку з фінансовою кризою корпоративна реструктуризація й нова хвиля приватизації в деяких країнах створюють нові інвестиційні можливості для країн, що розвиваються, які переживають швидке економічне зростання, мають надлишок фінансових ресурсів і підвищену мотивацію до придбання мінеральних ресурсів і стратегічної власності за кордоном.

З іншого боку, початок 2011 року характеризувався зниженням, пов'язаним з податковим тиском і кризою державного боргу. Інвестиції з нульового циклу, які впливають на реальний економічний розвиток приймаючих країн, ніж трансграничні злиття й поглинання, збільшилися в числовому й вартісному вираженні протягом першого кварталу 2011 року. Це триваюче зростання вказує на впевненість інвесторів у ринку й макроекономічному розвитку.

У 2011 році серед регіонів не було очевидного лідера за рівнем інвестиційної привабливості. Це проілюстровано зміною діапазону рейтингових оцінок у

2011 році порівняно з 2005 роком. У 2005 році показник найбільш інвестиційно привабливого регіону складав 63%, тоді як найменш привабливого – 6%. У 2011 році аналогічні показники були зафіксовані на рівнях 38% та 11% відповідно, що свідчить про вирівнювання інвестиційного клімату, а також про те, що країни, які розвиваються, стають дедалі привабливішими об'єктами для ПІІ.

Таблиця 2. Топ-10 найбільші трансграничні угоди М&А в 2011 р.

Вартість угоди (млн.дол.)	Придбана компанія	Сфера діяльності	Країна	Компанія-покупець	Країна компанії нового власника
1 квартал 2011 року					
25 056	GDF Suez Energy	Видобуток природного газу	Бельгія	GDF Suez SA	Франція
2 квартал 2011 року					
22 382	Weather Investments Srl	Телекомунікації	Італія	VimpelCom Ltd	Нідерланди
21 230	Genzyme Corp	Виробництво біологічних продуктів	США	Sanofi-Aventis SA	Франція
9 400	Centro Properties Group	Послуги в області нерухомості	США	Blackstone Group LP	США
7 359	Equinox Minerals Ltd	Видобуток мідної руди	Австралія	Barrick Gold Corp	Канада
3 квартал 2011 року					
13 683	Nycomed International Management GmbH	Фармацевтика	Швейцарія	Takeda Pharmaceutical Co Ltd	Японія
11 776	Petrohawk Energy Corp	Видобуток нафти й природного газу	США	BHP Billiton Ltd	Австралія
9 000	Reliance Industries Ltd	Видобуток нафти й природного газу	Індія	BP PLC	Велика Британія
4 квартал 2011 року					
10 793	Foster's Group Ltd	Виробництво пива	Австралія	SABMiller PLC	Велика Британія
8 500	Skype Global Sarl	Програмне забезпечення	Люксембург	Microsoft Corp	США

Інвестори розглядають Китай як найбільш привабливий регіон для інвестицій у світі в 2011 році (рейтинг склав 38%). Західна Європа посідає друге місце – з оцінкою 35%. Центральна та Східна Європа (включаючи Україну) займають третє місце з оцінкою 29%. Зниження привабливості Центральної та Східної Європи пов'язане скоріше з відносним зростанням привабливості інших регіонів світу.

Регіони, які нещодавно були лідерами – Західна Європа, Центральна та Східна Європа і Північна Америка – наразі змушені боротися за свої позиції, в той час як країни з високими темпами економічного розвитку підвищили свою привабливість. Незважаючи на такі зміни глобальних тенденцій в галузі прямих іноземних інвестицій, лідери 2005 року – Західна Європа, Центральна та Східна Європа і Китай – залишаються лідерами й сьогодні, однак з меншою часткою ринку.

Таким чином, трансграничні злиття та поглинання як елемент ПІІ є важливим чинником впливу на розвиток економіки країни, в тому числі перехідної. Прямі іноземні інвестиції не можуть більше сприйматися як даність. Країни та

регіони перебувають у гострій конкуренції за залучення інвестиційних проєктів, які сприяють створенню робочих місць, запровадженню технологій та розвитку місцевої економіки.

Стахов Б.В.

*Інститут міжнародних відносин Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, Україна*

РОЛЬ ПІДПРИЄМСТВ У МІЖНАРОДНОМУ ТЕХНОЛОГІЧНОМУ ОБМІНІ

Організаційно-економічний механізм інтеграції країни у світовий інноваційний простір на мікрорівні в сучасних умовах реалізується переважно через діяльність ТНК та венчурних компаній. ТНК усе активніше втягують у проведення НДДКР свої закордонні підприємства, наукові центри і лабораторії. Намітилася тенденція до підвищення частки витрат філій на наукові дослідження і розробки в загальній сумі таких витрат ТНК. Змінився напрям науково-дослідної діяльності закордонних підрозділів. Вони переходять від пристосування товарів до умов місцевого ринку до спеціалізації в створенні нових зразків продукції. Закордонні філії поступово перетворюються в науково-виробничі комплекси. Використовувані досягнення науки і нова технологія надходять уже не тільки від материнських компаній, але і є підсумком їхньої спільної діяльності.

У результаті відбулося зосередження наукових досліджень і розробок у найбільших фірм промислово розвинутих країн і, треба зазначити, що лідируючі позиції в галузі технологій належать США, що витрачають на НДДКР половину загальної суми витрат восьми промислово розвинутих країн і приблизно стільки, скільки Німеччина і Японія, разом узяті [1].

Крім того, треба відзначити формування цілеспрямованої політики фірм в галузі передачі технологій, у якій основний напрям задають ТНК. Об'єктивними факторами, що впливають на формування технічної політики великих компаній, є: фінансово-промислова потужність, рівень наукоємності їхнього виробництва, ступінь його диверсифікованості, характер переданої технології.

Політика ТНК на ринку технологій полягає в наступному:

1) Продаж ліцензій на початкових етапах життєвого циклу товарів, причому нерідко власним конкурентам, щоб протягом все більш скорочуваного періоду існування ринкового попиту на технічне нововведення встигнути окупувати витрати на НДДКР доходами від реалізації результатів.

2) Установлення монополюно високих цін на запатентовану продукцію, обмеження виробництва і випуску нової продукції покупцями ліцензій.

3) Придбання блоків патентів, утворення патентних пулів.

4) Штучне гальмування використання нових винаходів з метою розтягання термінів морального старіння реалізованих винаходів.

5) Позбавлення дочірніх компаній самостійності у виборі техніки і технології.

6) Використання усередині корпораційного обміну технологіями як засобу зовнішньоекономічної експансії.

7) Застосування обмежувальної ділової практики при передачі технології незалежним іноземним фірмам.

8) Обмеження на використання технології чи «ноу-хау» після закінчення терміну дії патенту чи ліцензійної угоди.

9) Умови, що зобов'язують покупця технології передавати продавцю зроблені їм удосконалення і поліпшення технології.

10) Установлення цін на продукцію, вироблену на базі проданої технології.

11) Обмеження обсягів виробництва й експорту, сфер використання ліцензованого виробу.

12) Супровід продажу технологій “зв'язаним” з експортом сировини, напівфабрикатів, устаткування і т.п.

13) Міжфірмове співробітництво замість конкуренції [2].

Водночас головними напрямками діяльності ТНК у науково-технічних розробках стало інтенсивне удосконалення традиційних видів виробів з метою їхнього кращого пристосування до вимог світового ринку щодо матеріалоємності, енергоекономічності, безпеки, надійності, зручності ремонту; концентрація зусиль і науково-дослідної діяльності на принципово нових видах товарів і ринках, де можна чекати високих прибутків; удосконалення існуючої і створення нової технології виробництва з метою підвищення продуктивності праці; створення нових форм економічної залежності країн, що розвиваються, за рахунок створення в них виробництва лише окремих вузлів і деталей, що поставляються як комплектуючі вироби на дочірні підприємства в інших країнах чи виробництва так званих «зрілих» товарів, життєвий цикл яких минув і норма прибутку від реалізації яких знижується.

На частку країн, що розвиваються, припадає усього майже 10% міжнародного технологічного обміну, при цьому на частку шести країн – більш половини закупівель технологій, вироблених усіма країнами, що розвиваються. Частка більш 100 інших держав складає вкрай незначну частину набутого технологічного досвіду.

Можемо констатувати, що науково-технічні стратегічні альянси, як дієздатні форми організаційно-економічного механізму розвитку інноваційного потенціалу мають великий вплив на процес інтеграції країни у світовий інноваційний простір, адже вони полегшують доступ до ринків, допомагають уважно відстежувати всі ринкові та технологічні тенденції і бути весь час в курсі всього нового у сфері науки, а також сприяють зближенню провідних держав світу в багатьох сферах діяльності.

Важливу роль на мікрорівні поряд з стратегічними альянсами відіграють венчурні фірми. Діяльності таких фірм дала путівку в життя багатьом винаходам, таким як електрографія, вакуумні лампи, кольоровий фотопапір, мікропроцесор, персональний портативний комп'ютер тощо. Статистика показує, що більш, як 60% великих нововведень ХХ ст. завдячують своїй появі саме венчурним фірмам. Сучасні венчурні фірми – це гнучкі і мобільні структури, що характеризуються надзвичайно високою активністю, зумовленою залученням висококваліфікованих, талановитих спеціалістів і створенням відповідних стимулів для винахідницької діяльності [3].

Підводячи підсумок по аналізу діяльності стратегічних альянсів та венчурних фірм можемо констатувати, що вони полегшують доступ до ринків, допомагають фірмам уважно відстежувати всі ринкові та технологічні тенденції і бути увесь час в курсі всього нового у сфері науки, дозволяють впроваджувати нововведення у виробництво в кілька разів швидше, ніж в традиційних інституціях. В зазначеному проявляється принцип системності. Адже організаційно-економічний механізм поєднує в собі всі існуючі економічні рівні, а інноваційний розвиток венчурних фірм і стратегічних альянсів на мікро рівні автоматично забезпечує й розвиток інших ієрархічних рівнів, а значить і реалізацію всього механізму.

Список використаних джерел:

1. Данько М.С. Перспективи інноваційного розвитку економіки України / М.С. Данько // Економіка і прогнозування. – 2010. – №1. – С. 92–100.
2. Ленчук Е.Б. Глобальные тенденции научно-технического развития и безопасность России / Е.Б. Ленчук, Г.А. Властин // Науковедение. – 2011. – №3. – С. 30–45.
3. Багриновский К.А. Современные методы управления технологическим развитием / К.А. Багриновский, М.А. Бендииков, Е.Ю. Хрусталёв. – М.: РОССПЭН, 2009. – 271 с.

Ушакова У.М.

Томский политехнический университет, Российская Федерация

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Данная тема актуальна для современной России, так как кредитования жилья в России набирает обороты, в такой же степени как за рубежом. Многие соотечественники приобретают жилплощадь, взяв заем в банке. Между тем, растет интерес россиян и к покупке некоммерческой и коммерческой недвижимости за рубежом. Интернет переполнен рекламой и досками объявлений «хочу купить недвижимость за рубежом», «посмотреть каталог», «адрес салона зарубежной недвижимости» и т.п., многие в поисках подобных компаний, агентов задают вопросы на форумах. Обусловлен этот интерес не только экономической и политической стабильностью стран Западной и Южной Европы, хорошим климатом и комфортабельностью курортных зон, но и неизменным повышением цен на недвижимость в Москве и Санкт-Петербурге. Зарубежное жилье дешевле тоже не собирается, но прирост цен за границей менее интенсивен.

Другое дело, что в России нет целевых банковских программ для покупки недвижимости за рубежом. Даже состоятельным людям не так просто вытащить из кармана пару миллионов евро и купить роскошную виллу где-нибудь под Барселоной. Деньги придется забирать из бизнеса, а такой ход способен пошатнуть дела даже успешного предпринимателя. Но можно взять кредит за границей.

Современный зарубежный опыт развития и управления недвижимостью говорит о том, что брать ипотечный кредит за границей удобнее, выгоднее и полезнее для нервов, нежели делать это в России. Ипотека в Европе – это минимум документов и четкий механизм, все детали которого отлажены. В то

время как в российской ипотеке еще много неясного, а кредиторы и заемщики у нас не доверяют друг другу. К тому же западные банки лояльнее к своим заемщикам, чем отечественные.

Но самое главное, что процентная ставка за рубежом демократичнее, чем у нас. Даже учитывая то, что проценты в российской ипотеке снижаются, до западных 3% отечественному ипотечному кредитованию еще далеко.

Рынок зарубежной недвижимости предлагает несколько схем ипотечного кредитования. Эти схемы кредитования в обобщенном виде можно свести к двум основным моделям:

Закрытая модель ипотеки – обособленная от остального финансового рынка и основанная на вкладах самих покупателей жилья. Эта модель распространена широко распространена в Германии, где используются строительные сберегательные кассы. Принцип их организации основан на объединении небольших средств многочисленных вкладчиков кассы и последовательном приобретении жилья каждому из них. На сегодняшний день строительные сберегательные кассы занимают в Германии ведущее место среди различных инвестиционных институтов – три из четырех квартир строятся в этой стране с помощью жилищных стройсбережений. Получить заем в такой кассе ее вкладчик может только при условии внесения на свой счет определенной суммы и только по истечении определенного времени (обычно 5–6 лет). Максимальный срок погашения займа составляет 12 лет, проценты невелики – 5–6% годовых (в два раза ниже рыночной стоимости кредитов).

Открытая модель ипотеки, являющаяся составной частью финансового рынка страны в целом. Она характерна для Англии и США, поэтому ее часто называют англо-американской. Существующая в этих странах система финансирования жилищного строительства и приобретения жилья представляет собой сложный рынок общенационального масштаба, на котором действуют многочисленные ипотечные и иные банки, сберегательные и кредитные ассоциации, страховые компании, пенсионные фонды и другие финансово-кредитные учреждения.

Зарубежный опыт знакомит нас с наиболее передовыми знаниями в сфере управления многоквартирными домами. Различие подходов к управлению многоквартирными домами со стороны органов власти за рубежом и в России побуждает наши муниципалитеты внедрять многолетний опыт других стран.

Широко распространенная за рубежом модель совместного владения жильем – **кондоминиума** – привнесена в российскую практику в несколько измененном виде. Популярность кондоминиумов за рубежом обусловлена по таким причинам как: доступность по цене по сравнению с другими видами жилой собственности; владение жильем, сопряженное с меньшей степенью личной ответственности за содержание дома; расположение в районах с более легким доступом к центрам деловой и культурной активности в городах; возможность быстрой реакции на меняющиеся запросы потребителей и организации целого ряда дополнительных жилищных и бытовых услуг по приемлемым ценам; отсутствие зависимости от владельца жилья и постоянного роста арендной платы.

Состав жильцов кондоминиума обычно формируется из числа лиц со схо-

жим образом жизни и социальным положением, что позволяет легче и быстрее достичь консенсуса в вопросах управления кондоминиумом. К примеру, обычно не поселяются под одной крышей молодые люди и пенсионеры, семьи и одинокие люди ит.д.

В заключении хотелось бы сказать, что современные зарубежные модели управления развитием жилищной сферы отличаются высокой степенью урегулированности экономических и правовых аспектов приобретения, владения и пользования жильем, направленностью на учет и защиту интересов граждан. Государственная жилищная политика большинства стран нацелена на обеспечение граждан жильем в зависимости от их потребностей и финансовых возможностей. Роль государства состоит в разработке, принятии и контроле исполнения жилищного законодательства, стимулировании жилищного строительства и предоставлении социальной поддержки определенным категориям лиц.

Хлебников К.С., Кравцов И.Д.

*Национальный исследовательский Томский политехнический университет,
Российская Федерация*

АНАЛИЗ СТОИМОСТИ НЕДВИЖИМОСТИ В МИРЕ

В последнее время большинство людей стараются инвестировать свои деньги в недвижимость, при этом чаще всего она выбирают недвижимость, расположенную за рубежом. Основной причиной, влияющей на данный выбор, являются цены.

В 2011 году мировой рынок недвижимости буквально расползлся в разные стороны. Особенно это стало проявляться во второй половине года, когда из-за финансовой неопределенности в некоторых государствах еврозоны, инвесторы, с одной стороны, стали осторожничать, с другой, в массовом порядке начали вкладывать деньги в самые стабильные страны. И если до кризиса, начавшегося в 2007 году, глобальный рынок жилой недвижимости имел в общем-то приблизительно одинаковые тенденции, то сейчас всё совсем по-другому. Рынок стал очень сложным и пёстрым. В одних государствах/городах цены застыли или продолжают потихоньку сползать вниз, в других – резво побежали вперёд. Абсолютными мировыми рекордсменами в прошлом году стали Дели (Индия) и Сан-Паулу (Бразилия). В этих городах рост цен составил 25% и 20% соответственно.

В Западной Европе цены в основном остаются стабильными или неторопливо шагают вперёд. Показательны в этом отношении такие страны, как Германия, Бельгия, Люксембург, Дания, Швеция, Норвегия, Финляндия, Исландия, Словения и остров Мальта. Заметно подорожала недвижимость в Британии и Франции. В Соединенном Королевстве цены увеличивались в среднем на 0,5–3,5% в квартал – в зависимости от сегмента. Во Франции в среднем по стране ежеквартальное удорожание составляло приблизительно 2–3%. Но особенно блистали столицы этих государств – Лондон и Париж, где в престижных кварталах цены превысили пиковый докризисный уровень.

Подскочили цены на бальнеологических и горнолыжных курортах в Австрии и Швейцарии. Оздоровилась обстановка в Эстонии, Латвии, Хорватии, Болгарии и Чехии. В Словакии во второй половине прошлого года снижение цен было совсем незначительным, а по некоторым сегментам даже отмечался рост. А вот в Литве кризис, кажется, засел крепко и никак не хочет уходить – проседание рынка здесь продолжается. Хотя и в Литве в последнем квартале прошлого года был зафиксирован незначительный рост цен. Но в Европе хуже всего ситуация в Ирландии, где уже несколько лет подряд цены катятся вниз. Ирландия – полная противоположность Турции, где цены, напротив, уверенно идут вперёд почти по всем сегментам. В Турции, если брать в расчёт не только столицу, а всю страну, показатели рынка недвижимости – одни из самых лучших в Европе. В прошлом году жильё подорожало здесь на 8,5%.

Если говорить только о столицах, то в Европе, помимо Лондона и Парижа, отличилась Вена. В австрийской столице во второй половине года цены подскочили почти на 10%. Хороший рост показал и Таллинн, столица Эстонии, – свыше 8%. Столица Латвии Рига тоже показала во втором полугодии приличный рост (6%), хотя в первые шесть месяцев года рынок был неустойчивым.

В Северной Америке ситуация непростая, как и в Европе. Если брать Канаду, то цены здесь в основном растут. В прошлом году цены выросли в среднем на 4%. Что касается США, то здесь картина все еще неопределенная. Сам по себе американский рынок – очень ёмкий и подвижный. В ряде городов, включая Нью-Йорк, Вашингтон, Сан-Франциско, Лос-Анджелес и Майами, а также их окрестности, недвижимость или дорожает или держится на одном уровне. В других штатах/мегаполисах коррекция цен продолжается. Но опять же, если брать в среднем по стране, то снижение цен если не прекратилось, то сильно замедлилось. Во всяком случае, объём сделок с недвижимостью растёт из квартала в квартал.

В Южной Америке лучшие результаты показала Колумбия, в которой жильё в течение года подорожало на 7%. Хорошо чувствует себя рынок недвижимости Бразилии, где цены подстёгивают вверх как местный спрос со стороны среднего класса, так и неутихающий натиск инвесторов со всего света.

Если же посмотреть на противоположный конец земного шара – на Юго-Восточную Азию, то там устойчивый подъём цен наблюдается почти во всех странах. И хотя в прошлом году местные власти приняли ряд мер, чтобы не допустить раздувания спекулятивного пузыря, цены всё равно рвались вперёд, хотя и не так бойко. И в наступившем году тенденция удорожания жилья сохранилась. В этом регионе выделяется Китай, где рост цен превысил в прошлом году 10%, и Сингапур (8%). В Гонконге (особая экономическая зона Китая) цены выросли более чем на 12%. Отмечается также рост цен в Южной Корее, Малайзии, Индонезии и на Филиппинах. В прошлом году громко заявила о себе Индия. Эта страна стремительно развивается, одновременно растёт и её рынок недвижимости. В прошлом году индийское жильё подорожало почти на 25%.

На Ближнем Востоке продолжает оставаться интересным Израиль, хотя рост цен здесь сильно замедлился по сравнению с 2010 годом. В Северной Африке отличилось Марокко – годовое удорожание достигло 2,5%. Уверенно чув-

ствуєт себя Южно-Африканская Республика. Жильє дорожаєт здесь в среднем на 1,5–2% в квартал.

В Австралии ситуация в целом устойчивая. Резких скачков цен здесь нет – власти тщательно оберегают рынок недвижимости от раздувания спекулятивного пузыря. При этом спрос на качественное жильє в таких городах, как Сидней, Мельбурн, Канберра и Аделаида, пользуется неизменным спросом, как у местных жителей, так и у иностранцев. Очень много желающих приобрести жильє на восточном побережье страны вблизи города Брисбен и в прилегающих к нему районах. Это держит цены на довольно высоком уровне. В Новой Зеландии рынок обрєл хорошую форму во втором полугодии после некоторого снижения цен в первые шесть месяцев. В последнем квартале прошлого года удорожание превысило 2%.

Цаберябий С.А.

*Інститут міжнародних відносин Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, Україна*

ЕКОНОМІЧНІ ДИСБАЛАНСИ ЯК ОЗНАКА НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЄВРОЗОНИ

Проблеми економічних дисбалансів у вузькому розумінні розглядаються крізь призму дефіцитів торгового або платіжного балансу, державного бюджету та зовнішнього боргу. Мета даного дослідження полягає у розкритті природи економічних дисбалансів у країнах Єврозони та визначенні проблем посткризового відновлення останніх з огляду на специфіку європейської валютної інтеграції.

Враховуючи загальний стан економіки Єврозони, дисбаланси у даному об'єднанні видаються, на перший погляд, безпідставними. Так, подолавши 3% межу у першій половині 2000-х рр., співвідношення дефіциту державного бюджету до ВВП Єврозони почало скорочуватися наприкінці 2006 року із наступним зростанням понад 6% за часів розгортання світової фінансової кризи. У поточному ж році прогнозується скорочення даного співвідношення з 4% (показник 2011 року) до 3%. Ці показники є набагато більш оптимістичними у порівнянні з аналогічними показниками США, Великої Британії та Японії [2]. Подібні тенденції простежуються й при аналізі співвідношення державного боргу до ВВП. Так, зростання даного показника для Єврозони з часів розгортання світової фінансової кризи було менш відчутним, ніж у випадку інших важливих центрів світової економіки (з несуттєвим перевищенням допустимої межі 75%). У той же час, на початку 2012 року державний борг США, Великої Британії становив майже 100% ВВП, в Японії – перевищив 200% [2].

Індикатором макроекономічної стабільності в економічному та валютному союзі вважаються маастрихтські критерії членства, які, зокрема, містять вимоги щодо максимально допустимого рівня співвідношення дефіциту бюджету до ВВП (3%) та державного боргу до ВВП (60%) [3].

Не зважаючи на задекларовані показники дефіциту державного бюджету, у 2010 році 3% межу порушили всі країни-учасниці економічного та валютного союзу, а Греція, Португалія й Іспанія звітували про дефіцит у понад 9% ВВП. У

відносно стабільній економіці Франції дане співвідношення склало 7%, а найвищий дефіцит у 32% було зафіксовано в Ірландії [1, с. 342].

Маастрихтський режим економічного та валютного союзу було розроблено з метою забезпечення стабільності. Остання забезпечується через реалізацію політики Європейського Центрального Банку (ЄЦБ), орієнтованої на цінову стабільність, що по-суті означає утримання інфляції на рівні нижче 2% та дефіциту державного бюджету – нижче 3%. Із загостренням боргових дисбалансів у 2010 році стало очевидним, що причини кризи криються не стільки у валютній, скільки в «економічній» площині економічного та монетарного союзу.

Зокрема, у зв'язку з тривалими фальсифікаціями макроекономічних показників, дефіцит державного бюджету Греції перевищував 3% як напередодні, так і після приєднання країни до Єврозони. Коли ж у 2009 році новий уряд порушив дане питання, доходність грецьких урядових цінних паперів різко зросла, фактично виключаючи доступ уряду країни до вчасного ринкового фінансування. Враховуючи прогалини у політиці грецького уряду та побоювання відносно стабільних країн Єврозони щодо порушень бюджетної дисципліни, кризу дедалі частіше характеризували як кризу суверенного боргу.

Аналізуючи показники державного бюджету напередодні та в умовах світової фінансової кризи 2008–2009 рр. [5], можна зробити наступні висновки. У першу чергу, чітким аутсайдером виступає Греція, у той час, як бюджетні салдо до решти країн-членів Єврозони переважно відображають циклічні тенденції. По-друге, маючи суттєвий профіцит бюджету з часів запровадження євро, протилежні тенденції демонструє Фінляндія, яка лише десять років тому переживала ситуацію, аналогічну грецькій. По-третє, Ірландія та Іспанія, які напередодні кризи фактично мали бюджетні профіцити, переживають найсуттєвіше погіршення показників державного бюджету із розгортанням кризи. По-четверте, не зважаючи на менш відчутне зростання бюджетного дефіциту в Португалії, вимоги бюджетної дисципліни та стан економіки цієї країни є майже аналогічним іспанській, пропри нижчу економічну вагу першої в Єврозоні. Зрештою, друга за розмірами європейська економіка Франції наразі перебуває у глибшому економічному занепаді, ніж Італія, яка вважається частиною групи проблемних економік ПІІГС (від англ. PIIGS – Португалія, Ірландія, Італія, Греція, Іспанія).

Зважаючи на вимоги щодо співвідношення боргу до ВВП на рівні 60%, варто згадати, що в Бельгії, Греції та Італії фактичний рівень боргу ніколи не був нижчим цього рівня, а по Єврозоні в цілому з часів запровадження євро не опускався нижче 66% ВВП [1, с. 342]. Станом на 2010 рік середній рівень державної заборгованості у країнах Єврозони склав 85,4% ВВП (зростання майже на 20 процентних пунктів порівняно з показником 2007 року) [4].

Наявні дані щодо співвідношення державного боргу до ВВП [2; 3] свідчать про найсуттєвіше його зростання в Ірландії, Греції, Португалії та Іспанії, і менш помітне в Італії. Одним із таких, що заслуговує на увагу, є факт майже синхронного подвоєння даного співвідношення в Німеччині та Франції (із 40 до понад 80%), починаючи з 1991 року, коли фіскальна консолідація позиціонувалась як найвищий пріоритет економічної політики, втілюючи філософію маастрихтського режиму.

Таким чином, причини нинішньої боргової кризи Єврозони криються у

внутрішній кризі платіжного балансу, спричиненої суттєво розбалансованими внутрішніми конкурентними позиціями країн та транскордонними борговими потоками комерційних структур. Стабільність Єврозони залежить не стільки від менш впливових країн-членів, як Австрія, Фінляндія, Нідерланди, у яких спостерігається профіцит платіжного балансу, й не від країн так званої периферії, як Греція, Ірландія, Португалія з дефіцитом платіжного балансу. Майбутнє економічного та валютного союзу, на нашу думку, тісно пов'язане з подоланням внутрішніх дисбалансів шляхом відновлення конкурентоспроможності країн-членів. Крім того, важливим показником, що суттєво позначиться на процесі боргової дефляції Єврозони, є стан платіжного балансу таких провідних учасниць об'єднання, як Німеччина, Франція, Іспанія та Італія.

Сучасна криза Єврозони, на наш погляд, має подвійну природу і поєднує кризу платіжного балансу та банківського сектору. Необхідною передумовою подолання дисбалансів за таких обставин виступає рекапіталізація банків й одночасне відновлення внутрішньої рівноваги, що в такій потужній економічній системі, як Єврозона, фактично означає стимулювання зростання внутрішнього попиту. Хибна інтерпретація нинішньої кризи як кризи суверенного боргу призводить до зниження зарплат у країнах-боржниках, тим самим ще більше загострюючи кризу в Єврозоні.

Список використаних джерел:

1. Резнікова Н.В. Проблема економічних дисбалансів в умовах боротьби з рецесією в Європейському Союзі / Н.В. Резнікова, М.М. Відякіна // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2012. – № 1 (5). – Том 1. – С. 339–347.
2. OECD Economic Outlook [Web resource]. – Mode of access: http://www.oecd-ilibrary.org/economics/oecd-economic-outlook-volume-2011-issue-2_eco_outlook-v2011-2-en
3. Protocol on the convergence criteria referred to in Article 109j of the Treaty establishing the European Community [Web resource]. – Mode of access: <http://www.eur-lex.europa.eu/en/treaties/dat/11992M/html/11992M.html#0085000007>
4. Selected Principal European Economic Indicators [Web resource]. – Mode of access: <http://www.epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/euroindicators/peeis>
5. World Economic Outlook. Tensions from the Two-Speed Recovery: Unemployment, Commodities, and Capital Flows [Web resource] // International Monetary Fund, April 2011. – Mode of access: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01/pdf/text.pdf>

Шахсуваров Є.А.

*Інститут міжнародних відносин Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, Україна*

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРІВ В ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

Еволюція підходів до моделювання інноваційного розвитку веде до все більшого перехрещення процесів розробки нової техніки й технологій, що, у свою чергу, веде до скорочення як загальної тривалості, так й тривалості окремих стадій інноваційного циклу. Стратегічна інтеграція й встановлення зв'язків з використанням систем обчислювальної техніки й інформатики на сучасній стадії еволюція підходів до стратегії інноваційного розвитку сприяє обміну інфор-

мацією про новітні наукові розробки, з одного боку, і вимогах, пропонованих ринком – з іншої.

Інноваційна діяльність є надзвичайно складним процесом і залежить від різноманітних зовнішніх умов (історичних, соціально-економічних тощо), а також від мети, на досягнення якої спрямована. Огляд природи інноваційного процесу показує, що розвиток йшов від простих лінійних моделей до більш складних діалогових. Проведене дослідження дозволило виділити кілька поколінь моделей інноваційного процесу (табл. 1).

Таблиця 1. Покоління моделей інноваційного процесу

Період	Основні характеристики
1950-ті – середина 1960-х років	Проста лінійна модель інноваційного процесу, яка підштовхується технологією
Кінець 1960-х – початок 1970-х років	Лінійна модель з урахуванням потреб ринку
Початок 70-х – середина 80-х років	Модель взаємодії, у якій ураховується взаємодія між різними елементами і їх зв'язок
Середина 80-х – 90-ті роки	Паралельна модель, характеризує інтеграцію всередині фірми з постачальниками та покупцями
Останні роки – майбутнє	Модель стратегічної інтеграції. Гнучка реакція фірми на зміни в зовнішньому середовищі, безперервний інноваційний процес

Джерело: укладено автором.

Рівень та масштаби нововведень, а також умови їх реалізації не завжди відповідають потребам конкретних виробників і споживачів, тому в інноваційному процесі інформація про нововведення є обов'язковою умовою. Таким чином, можна зробити висновок, що інноваційний процес закінчується із внесенням змін у діяльність промислового підприємства й обумовлений одержанням інновації, що одночасно породжує створення інших інновацій. Прибуткова складова інноваційного процесу формується у вигляді надходжень від продажу технології, самої продукції, "готового" діючого бізнесу й існує в умовах практичної відсутності конкуренції на відповідних ринках [1].

Інноваційний процес дослідники розглядають з різних позицій, а саме: як лінійне здійснення науково-дослідницької, науково-технічної, виробничої діяльності та маркетингу; як паралельно-последовне здійснення НДДКР і комерціалізації новинок; як тимчасові етапи життєвого циклу інновації; як процес фінансування інновацій.

Інноваційна діяльність здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво та соціальну сферу, яка включає: випуск та розповсюдження принципово нових видів техніки та технологій, прогресивні міжгалузеві структурні зсування, реалізацію довгострокових науково-технічних програм з великими строками окупності витрат, фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у становищі виробничих потужностей; розробку та впровадження нової, ресурсозабезпечуючої технології, що призначена для поліпшення соціального та екологічного стану [2].

За часів переходу України до ринкових відносин необхідно відтворити умови в сферах соціально-економічного життя для створення новітніх інноваційних структур, а саме інноваційних кластерів. Інноваційний кластер являє собою об'єднання різних суб'єктів суспільного життя (промислових компаній, дослідницьких центрів, органів державного управління, громадських організацій), що дозволяє використати переваги двох способів координації економічної системи – внутрішньофірмової ієрархії та ринкового механізму, що дає можливість більш швидко і ефективно використовувати нові знання, наукові відкриття і винаходи.

В сучасних умовах кластер може розглядатися як група географічно близьких, взаємозалежних компаній і зв'язаних з ними організацій, що діють у визначеній сфері і характеризуються спільністю діяльності і взаємодоповнюючих один одного. У розвинених країнах історія розвитку кластерів, як організаційної форми бізнесу, нараховує кілька століть: географічна концентрація об'єднань і компаній у визначених галузях існує давно. Разом з тим, глибина і широта охоплення кластерними утвореннями зростала пропорційно розвитку конкурентної боротьби й ускладнення сучасної економіки. Глобалізація, поряд з розширенням знань про ризики, сильно змінила роль кластерів у конкуренції. Концепція кластера представляє новий спосіб бачення національної економіки, економіки регіону, а також вказує на нові можливості та напрями дій компаній, що прагнуть до підвищення конкурентоздатності [3].

Таким чином, необхідність інноваційних кластерів доведена багаторічною практикою їх діяльності у багатьох промислово розвинутих країнах і тими вигодами, які можуть отримувати від їх розміщення на певній території. Для держави загалом діяльність інноваційних кластерів визначає: масштаби і темпи розвитку наукомістких галузей економіки; місце країни у міжнародному поділі праці; можливість рівноправного економічного співробітництва з розвинутими країнами; масштаби притоку зарубіжного капіталу; можливості експорту та валютні надходження; рівень життя населення.

Список використаних джерел:

1. Новицкий Н. Инновационный путь развития экономики / Н. Новицкий // Экономист. – 2011. – №6. – С. 34–39.
2. Інноваційний розвиток економіки та напрямки його прискорення / [Бажал Ю.М., Одоцюк І.В., Данько М.С. та ін.] – Наукова доповідь. – К.: ІЕП НАНУ, 2010. – 77 с.
3. Бажал Ю.М. Економіка інноваційних процесів / Ю.М. Бажал // Вісник Інституту економічного прогнозування НАН України. – 2011. – №1. – С. 3–17.

Головченко А.В.

*Уральский федеральный университет имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина, Российская Федерация*

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ НАДЕЖНОСТИ
НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ**

Значительную роль в развитии современной пенсионной системы Российской Федерации выполняют негосударственные пенсионные фонды (НПФ). Миссия НПФ заключается в более полном использовании возможностей и инициатив работодателей, работников и государства при формировании финансовых ресурсов для пенсионного обеспечения, в сохранении и приумножении этих средств для выплат будущих пенсий участникам и застрахованным лицам, в обеспечении стабильности общества, а также в предоставлении долгосрочного инвестиционного ресурса. Поэтому финансовой устойчивости, надежности и стабильности развития НПФ уделяется особое внимание.

За последние годы значимость российских НПФ как в системе негосударственного пенсионного обеспечения, так и обязательного пенсионного страхования существенно возросла и, как следствие, возникла необходимость их более детального регулирования со стороны государства. Государственное регулирование деятельности негосударственных пенсионных фондов сводится к воздействию государства в лице уполномоченных государственных органов на все этапы деятельности фондов, с целью придать данной деятельности организованный характер, упорядочить действия участвующих в ней субъектов, обеспечить должное соблюдение ими законодательства, защитить права и интересы участников и застрахованных лиц, иных заинтересованных лиц и государства, способствовать повышению экономической эффективности деятельности фондов, оптимизации их функционирования и развития. Механизм государственного регулирования деятельности НПФ заключается в контроле, надзоре, учете, администрировании и налогообложении.

Особого внимания заслуживает социальная значимость государственного регулирования деятельности НПФ. При этом государственные гарантии защиты прав и законных интересов субъектов системы НПФ обеспечиваются особым статусом негосударственного пенсионного фонда, как организационно-правовой формы некоммерческой организации социального обеспечения, открытостью и прозрачностью деятельности, а также ее лицензированием, введением законодательно закрепленного регламента деятельности, мероприятиями по страхованию рисков, требованиями, предъявляемыми к собственным средствам или иным нормативам платежеспособности, минимальному фондированию, разделению активов, методам и формам актуарного оценивания, менеджменту и внутреннему контролю организаций, участвующих в управлении схемами; составу и структуре инвестирования средств, являющихся обеспечением пенсионных обязательств. Кроме того, существует система социальных и экономических показателей (рост собственного имущества, числа участников и застрахованных), по-

зволяющая оценить эффективность деятельности НПФ в системе негосударственного пенсионного обеспечения и обязательного пенсионного страхования.

Следует отметить, что НПФ имеют собственную финансовую основу и соответствующую организационную структуру, что предполагает наличие самоуправления. Поэтому основные принципы государственного регулирования должны сочетаться с принципами внутреннего самоуправления системы НПФ. Трудность в данном случае состоит в обеспечении наиболее высокого уровня эффективности этого сочетания. Так как в рыночной экономике неизменно возникает проблема меры участия государства в ее развитии, что выражается в необходимости постоянного нахождения баланса между частными интересами участников рыночных отношений и публичными интересами, которые должны выражаться и защищаться, прежде всего, государством.

Для обеспечения устойчивого развития системы НПФ в современных условиях необходимо создание профильного ведомства, отвечающего за регулирование отрасли и имеющего право законодательной инициативы. В настоящее время НПФ, по сути, контролируется Министерством здравоохранения и социального развития (непосредственно вопросы пенсионного обеспечения), Министерством финансов (инвестиционная деятельность), Министерством экономического развития (стратегические вопросы) и ФСФР России (лицензирование и оперативный надзор). Следовательно, утверждение законодательных изменений о НПФ, подразумевает согласование позиций этих органов государственной власти, что ведет к значительной пролонгации процесса принятия необходимых законодательных решений.

Споры по поводу целесообразности введения единого регулятора в пенсионном сегменте ведутся уже давно. Однако в последнее время управляющие НПФ преимущественно высказываются за его создание. Так, по итогам интерактивного опроса, проведенного рейтинговым агентством ЭкспертРА 4 мая 2012 года, в рамках IV ежегодной конференции «Будущее пенсионного рынка», подавляющее большинство руководителей пенсионных фондов (88%) были уверены, что для гармоничного развития пенсионному рынку необходим единый регулятор. При этом большинство участников интерактивного опроса считают, что профильным регулятором должна стать ФСФР или отдельный орган при ФСФР (67%).

Некоммерческий характер фонда означает, что средства, заработанные фондом самостоятельно или управляющей компанией, действующей на основании договора о доверительном управлении, заключенного с НПФ, при размещении пенсионных резервов, инвестировании пенсионных накоплений (за вычетом вознаграждений контрагентам фонда и расходов на собственную деятельность фонда) идут на увеличение средств на пенсионных счетах для выплаты негосударственных пенсий участникам негосударственного пенсионного фонда, накопительной части трудовой пенсии застрахованным лицам в системе обязательного пенсионного страхования. Существующая форма НПФ как некоммерческой организации является наиболее оптимальной и соответствующей интересам как учредителей, так и участников и застрахованных лиц.

Для получения лицензии необходимо соблюдение фондами ряда требований. К числу последних относятся требования к организационно-правовой форме,

лицам, осуществляющим функции единоличного исполнительного органа, членам коллегиального исполнительного органа, главному бухгалтеру, а также к контролеру или руководителю и сотрудникам службы внутреннего контроля фонда, пенсионным правилам фонда, а если фонд предполагает осуществлять деятельность по обязательному пенсионному страхованию, также к страховым правилам, величине денежной оценки имущества для обеспечения уставной деятельности фонда (ИОУД).

ИОУД имеет особое значение в плане обеспечения обязательств фонда. Требования к величине ИОУД на протяжении всего периода работы НПФ постоянно ужесточались, изначально при принятии закона №75–ФЗ «О негосударственных пенсионных фондах» величина ИОУД должна была превышать 3 млн. рублей, в 2005 году требования к ней были существенно увеличены введением минимального размера в 30 млн. рублей, а с 2009 года – 50 млн. рублей. В апреле 2012 года ФСФР разработаны новые правила расчета ИОУД для НПФ, согласно которым, будут введены понижающие коэффициенты для многих классов активов, составляющих ИОУД, с 1 июля его минимальное значение должно составить 100 млн. руб. Появление такого механизма позволит избежать ситуации, когда в качестве имущества вносились откровенно неликвидные активы. После введения законопроекта в действие под угрозу остаться без лицензии попадают свыше 60 НПФ, среди которых такие крупные игроки, как НПФ Социум, Ренессанс Жизнь и пенсии, Ингосстрах, Согласие, Росгосстрах, которые сейчас не соответствуют этому требованию. Участники пенсионного рынка просят ФСФР предоставить отсрочку для увеличения размера собственного капитала, поскольку быстрое прекращение деятельности этих фондов затронет интересы огромного числа людей и может негативно сказаться на общественно-политическом положении страны. Национальная ассоциация пенсионных фондов (НАПФ) обратилась к ФСФР с предложением ввести переходный период для того, чтобы НПФ, не соответствующие новым требованиям, успели увеличить капитал или перевести деньги своих клиентов в другой фонд. По мнению участников рынка, такой переходный период может быть объявлен сроком до трех лет. При сложившихся обстоятельствах часть НПФ намерена увеличивать ИОУД за счет взносов учредителей, однако, несколько участников рынка сообщили, что рассматривают возможность продажи или присоединения к другим, более крупным игрокам.

Укрупнение НПФ рассматривается в качестве главного направления укрепления надежности фондов, целью которого является избавление пенсионного рынка от небольших, неэффективных фондов, и присутствие лишь участников со значительным собственным имуществом. С одной стороны, действительно, укрупнение способствует повышению надежности фондов, но, с другой, имеет и свои негативные последствия, как монополизация рынка и фактическое отсутствие конкуренции.

Что касается необходимости формирования страхового резерва как меры по укреплению надежности НПФ, то для его защиты уполномоченным федеральным органом установлен нормативный размер страхового резерва, порядок его формирования и использования. Однако, по наблюдениям кризисного 2008 года, зако-

нодательно установленный минимальный уровень страхового резерва 5% не всегда позволяет покрыть полученные убытки. НПФ действуют в условиях накопительной пенсионной системы, которая сама по себе имеет ряд уязвимых мест с точки зрения обеспечения надежности фондов (в частности, инвестирование пенсионных средств имеет долгосрочный характер и подвержено многим системным рискам). Несмотря на рост кредитных рисков в портфеле НПФ, страховой резерв по-прежнему у большинства из них остается на минимальном уровне, недостаточном для компенсации потерь даже по дефолтным бумагам. По сути, такой резерв фонды создают постфактум, когда эмитент уже не исполнил обязательства. Пренебрежение страховым резервом может привести к неспособности фондов компенсировать потери от дефолтов эмитентов, не говоря даже о снижении стоимости активов. По оценкам экспертов НПФ с высокой степенью надежности поддерживают соотношение страхового резерва к резерву покрытия пенсионных обязательств не ниже 10%, со средней – на уровне 7–8%. Основная же масса фондов при этом имеет данное соотношение на уровне ниже 7%, стараясь лишь выполнять законодательный норматив в 5%.

Система НПФ в нашей стране контролируется на трех уровнях: государства, негосударственных контролирующих органов, системы контроля в самом фонде. Таким образом, в настоящее время существует комплексная система контроля за деятельностью НПФ, которая направлена, в конечном итоге, на укрепление эффективности работы фондов. Роль государства заключается в формировании такой пенсионной системы, которая бы в полной мере гарантировала надежность функционирования НПФ при разных макроэкономических сценариях. Регулирование в сфере функционирования негосударственных пенсионных фондов реализуется через различные действия государства – законодательные, экономические, контролирующие, организационные и т.д. Вместе с тем существующий в настоящее время механизм государственного регулирования нуждается в совершенствовании, так как не учитывает всех факторов, влияющих на надежность фонда, а также динамику развития отрасли НПФ. Кроме того, следует отметить, что политика государственного регулирования НПФ в большей мере направлена на рост их базисных показателей, т.е. на первый план поставлено развитие системы, при этом вопросам надежности фондов не уделялось должного внимания.

Колосова В.Н.

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, Украина

НАУЧНАЯ ПАРАДИГМА КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ

В новой информационной экономике, основанной на знаниях, интеллектуальный капитал становится главным источником формирования конкурентных преимуществ предприятия. Производительность и конкурентоспособность материального производства зависят, в первую очередь, от способности генерировать новую стоимость, обрабатывать и эффективно использовать информацию, основанную на научных теориях, законах, закономерностях, принципах и практике.

Уже известно, что конкуренцию нельзя воспринимать только на текущий момент, надо предвидеть будущие жизнедеятельности предприятия [1]. Соответственно существуют принципы и механизмы конкуренции в будущем.

Ментальные принципы и соответствующие им управленческие модели, которые провозглашает новая парадигма стратегии, не просто интересны, но и весьма полезны для предприятий. Представленную информацию как минимум – надо знать. А как максимум – уметь эффективно использовать в своей практике.

Согласно новой стратегической парадигме Г. Хамела и К. Прахалада, топ-менеджеры современного предприятия для достижения его будущего бизнес-успеха, в первую очередь должны уметь разнообразно и нетрадиционно думать и строить будущую модель [2]. Так, парадигма — модель, основанная на сформировавшихся идеях, взглядах и понятиях для развития в будущем. Из этого следует, что руководители предприятия должны работать в следующих направлениях:

1. Понимание и постижение современной и будущей конкурентоспособности предприятия.
2. Осмысление основ эффективности своей общей стратегии.
3. Глубинное понимание природы нынешнего состояния предприятия и сущности его качественного развития как перехода в будущее состояние.

В соответствии с новой концепцией стратегии, сущность сильной конкурентной позиции предприятия заключается в полном понимании индивидуального внутреннего механизма создания системного стратегического конкурентного преимущества именно как данного предприятия и в данной конкретной рыночной ситуации.

Таким образом, практическое освоение и удержание конкурентной позиции сводится к познанию и практическому запуску своеобразного внутреннего механизма управления предприятием, который может создавать постоянный процесс создания ее конкурентных преимуществ.

Согласно новой парадигме стратегии, первопричина будущего успеха предприятия заключается не в непосредственных результатах анализа своего рынка, а в том, что на самом деле мыслят и как действуют его менеджеры.

Таким образом, ключ к успешной конкуренции в будущем, т.е. обеспечение стратегической конкурентоспособности предприятия, состоит в теоретическом осмыслении и практическом освоении того, как именно через свою ментальность, какими конкретными средствами, менеджеры предприятия заставляют данное предприятие уверенно сражаться на данном конкретном рынке и в данное конкретное время. При этом такие менеджеры практически во всех своих сражениях побеждают и, что особенно важно, закладывают надежные основы для аналогичных побед в будущем.

Для формирования конкурентных преимуществ необходимо проводить исследования и выявить: покупателей (фактических, потенциальных) и их месторасположение; способы приобретения товаров (услуг) и их потребительские ценности; способы воздействия на клиентов, их вкусы и предпочтения.

При построении конкурентных преимуществ анализируется: потенциал рынка и тренд его развития; перспективы по поводу неизменности технологий; структура рынка и факторы, влияющие на ее трансформацию. При таком ана-

лизе учитываются тенденции макроэкономического развития, важные изменения вкусов и предпочтений, ожидаемые противодействия конкурентов, предполагаемые технологические инновации и др.

Таким образом, в процессе построения конкурентных преимуществ, параллельно проектируется система новых коммуникативных связей предприятия. Изучение перспектив развития позволяет оценить целесообразность вложения средств и расставить приоритеты. При этом перспективы развития зависят от многих факторов, таких, как технологии, структура рынка, наличие и действие конкурентов, состояние экономики, степень регулирования отрасли.

Средства, вложенные в построение и поддержание конкурентных преимуществ, должны окупиться. Поэтому изучение перспектив развития и влияющих на них факторов являются совершенно необходимым этапом на пути построения конкурентных преимуществ.

В ряде сложившегося научного исследования выделим следующие ключевые подходы по формированию конкурентных преимуществ: снижение издержек по всему воспроизводственному циклу; повышение качества продукции и качества продаж; увеличение доли долговременных коммуникативных связей. Предприятие получает конкурентное преимущество, разрабатывая новые способы и внедряя новые технологии или исходные компоненты производства. Предприятия, лидирующие за счет снижения затрат, добиваются выигрыша за счет разработки новых, более дешевых товаров, применение менее дорогого маркетинга, снижения расходов на обслуживание, т.е. извлекают выигрыш в издержках из всех звеньев цепочки ценности, что дает возможность создать главные достоинства предприятию, превращая их в конкурентное преимущество. Данное исследование позволило выделить элементы цепочки ценности при формировании конкурентного преимущества предприятия.

Список использованных источников:

1. Портер М. Конкуренция / М. Портер; пер. с англ. – М.: Вильямс, 2002. – 495 с.
2. Хамел Г. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Г. Хамел, К. Прахалад. – М.: Олимп-бизнес, 2002. – 288 с.

К.э.н. Кухарская Н.А.

*Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований
НАН Украины, г. Одесса, Украина*

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ ПЕРЕХОДА ОТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ К СТРАТЕГИРОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

В контексте будущего развития Украины наличие стратегического вызова «новой регионализации страны» определяет необходимость повышения эффективности государственного управления региональным развитием и требуют выработки нового подхода, имеющего комплексный характер, опирающегося на стратегическое мышление и обновленную методологию программно-целе-

вого управления. Кризис политики «выравнивания уровня развития» регионов и «сокращения различий» между ними, которая была больше ориентирована на поддержку бедных и отстающих регионов, чем на стимулирование их развития, заставляет говорить о необходимости совершенствования методов программно-целевого управления, а также о переходе от стратегического планирования к стратегированию регионального развития, учитывающему макрорегиональные контексты и государственные приоритеты.

Термин «strategizing», введенный в научный оборот Нобелевским лауреатом в области изучения экономического управления О. Вильямсоном [1], вначале переводился как стратегическое планирование. Однако содержательно в английском дискурсе этот термин допускает более широкое трактовку как «все то, что связано с процессом разработки и реализации стратегии».

Стратегирование регионального развития, включая регионы, города, районы и пр., получило распространение и широкое признание только в конце 1990-х годов XX столетия, что было вызвано необходимостью адаптации к радикальным изменениям, происходящим в политической, экономической, социальной сферах жизни национальных государств, местных сообществ и отдельных граждан, связанных с усложнением механизмов управления в условиях глобализации, усилением международной конкуренции и обострением структурных кризисов.

В настоящее время термин «стратегирование» превращается в научную категорию, применяемую в процессе исследования сложных социально-экономических систем типа регион как наиболее адекватный инструмент для решения задач, позволяющих создавать условия для перспективного развития региона на основе стратегических целей, способных консолидировать усилия властей, бизнеса и общества.

В отличие от стратегического планирования (как совокупности методов и инструментов) стратегирование – более широкое системное понятие, представляющее собой единый технологический комплекс и непрерывный процесс построения стратегии социально-экономического развития региона (концепция, стратегия, программа, контроль за выполнением и т.д.). Стратегия регионального развития представляет собой промежуточный документ, постоянно нуждающийся в корректировке и рассматривающийся как механизм координации усилий всех уровней исполнительной власти, государственных и частных хозяйствующих субъектов, общественных организаций и пр., т.е. стратегическое планирование является составной частью стратегирования развития региона.

Стратегирование социально-экономического развития региона это совокупность концептуирования, прогнозирования, стратегического сценарирования, моделирования, планирования, проектирования, программирования, реализации и контроля, процесс построения стратегии, включающий определение целей, оценку окружающей среды, выбор путей реализации стратегии, построение стратегических карт и пр., а также определение экономической основы, которую необходимо создать на территории для формирования эффективно работающей региональной стратегии (рис. 1).



Рис. 1. Стратегирование регионального развития
(средства управления – процесс – результат)

Целью стратегирования регионального развития является формирование из разрозненных механизмов, составляющих процесс стратегического управления (организационно-управленческих, нормативно-правовых, финансово-экономических, инвестиционно-инновационных, информационно-коммуникационных, государственно-частного партнерства и др.) единой целостной взаимоувязанной системы механизмов реализации стратегии на базе формирования регионального технологического комплекса, объединяющего программно-проектные средства прогнозирования, сценарирования, мониторинга и реализации стратегии.

В Украине до сих пор «нет четкой институциональной системы мониторинга и оценивания результатов правительственной деятельности, в частности реализации программных документов» [2, с. 41]. Поэтому переход от стратегического планирования к стратегированию регионального развития является важным моментом государственной политики, с точки зрения укрепления региональной власти, при переходе от парадигмы функционирования к парадигме развития. Этот переход обусловлен: во-первых, применением (в дополнение к прогнозным и экспертно-аналитическим разработкам) новых методов и инструментов работы с Будущим (форсайт, *бенчмаркинг*, разработка карт «будущего», и т.д.), не вполне вписывающихся в рамки стандартного стратегического планирования; во-вторых, требованием модернизации стратегического планирования в связи со слабой реализуемостью стратегий разного вида и уровня (что означает нежизнеспособность стратегического планирования); в-третьих, стремлением систематизировать отдельные средства управления развитием (программные, проектные, плановые и т.д.) с разными временными горизонтами.

Список использованных источников:

1. Williamson, O.E. (1991a) Strategizing, Economizing, and Economic Organization // Strategic Management Journal, 12, Special Issue, 75–94.
2. Лендьял М. Моніторинг та оцінювання стратегій і програм регіонального розвитку в Україні / М. Лендьял, Б. Винницький, Ю. Ратейчак. – К.: «К.І.С.», 2007. – 120 с.

К.е.н. Міщук О.В., Луценко С.П.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Україна

РОЗВИТОК ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ЯК СТРАТЕГІЧНА ПОТРЕБА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Європейський вибір України на шляху інтеграції у високотехнологічне конкурентне середовище зумовив необхідність формування та запровадження інноваційної моделі розвитку економіки, яка повинна забезпечити високі та стабільні темпи економічного зростання, вирішити певні соціальні й екологічні проблеми, забезпечити конкурентоспроможність національної економіки, підвищити експортний потенціал країни, гарантувати їй економічну безпеку та чільне місце в Європейському Союзі [1].

Важливою рисою економічно розвинутих країн є стійка орієнтація їх політичних керівників та бізнесових кіл на науково-технічні інновації й передові технології. У багатьох країнах Європи та Сполучених Штатах Америки створена необхідна інфраструктура науково-технологічного лідерства. Причому в її існуванні зацікавлені й держава, і приватний капітал.

Низка держав визначила розвиток партнерства і співробітництва державного й приватного секторів пріоритетним завданням уряду та усунула чимало перешкод на шляху розвитку державно-приватних партнерств (ДПП), запровадивши стимули для дослідників у створенні компаній “старт-ап” і полегшивши їх участь у діяльності подібних фірм за рахунок активізації залучення фінансування на початкових етапах досліджень. Більшість країн створили необхідні правові й організаційні механізми, що стимулюють приватні компанії до укладання договорів на проведення досліджень і розробок із державними університетами й дослідницькими інститутами, які, у свою чергу, дістали можливість займатися технологічним консультуванням, працювати провідними співробітниками та набули право на інтелектуальну власність, отриману за державними замовленнями. Налагодження зв’язків у національній інноваційній системі стало головним пріоритетом політики цілого ряду країн, а державно-приватне партнерство – основним політичним інструментом його реалізації [3].

Україна істотно відстає від провідних країн у розвитку правових, організаційно-економічних і фінансових механізмів реалізації ДПП у інноваційній сфері, навіть у Законі України “Про державно-приватне партнерство” [2] норми стосовно інноваційної діяльності відсутні. І хоча правова система України загалом надає певні можливості для використання нових правових, організаційно-економічних і фінансових інструментів підтримки програми державно-приватне партнерство, державні органи виконавчої влади мають досить обмежені можливості щодо їх застосування.

У науково-технологічній та інноваційній сферах мотивація участі в партнерстві державного сектору обумовлена як загальними, так і специфічними цілями. До загальних цілей можна віднести економічне зростання та забезпечення конкурентоспроможності науково-технічної продукції й послуг; стимулювання інноваційної активності виробників високотехнологічної продукції та послуг;

створення нових наукомістких фірм та підтримка малих і середніх інноваційних підприємств; залучення позабюджетних джерел фінансування.

За таких умов надважливими завданнями для України є: 1) створення сприятливого середовища для національного бізнесу, в якому інвестиції в інновації будуть основним способом отримання високих і стабільно зростаючих доходів; 2) чітке визначення інноваційної спеціалізації країни, тобто секторів, де вона має перевагу та ситуацію котрих можна радикально поліпшити шляхом зміни технологічної політики, концентрації інтелектуального потенціалу, створення альянсу науки, бізнесу та влади [4].

Для виконання цих завдань урядом України протягом останнього часу вжито рішучих заходів. Зокрема, в 2010 р. відновлено державну підтримку інноваційних та інвестиційних проектів через механізм здешевлення кредитів. Податковий кодекс України передбачає пільгове оподаткування інноваційних проектів та стимулювання пріоритетних напрямів інноваційної діяльності. Наступні кроки в цьому напрямі пов'язані із забезпеченням надійної платформи для держано-приватного партнерства, залучення корпоративних та венчурних джерел фінансування.

Також необхідними заходами є розширення інноваційного попиту на внутрішньому ринку, пролонгація інноваційного циклу, забезпечення стійкості фінансових ефектів, отримати які можна в разі організації серійного випуску інноваційної продукції.

Принципове значення має перехід від відособленої концепції інноваційного розвитку до впровадження інновацій за всіма напрямками фінансово-економічної стратегії держави, що передбачає формування ефективного фінансового механізму з метою: створення науково-дослідних центрів зі змішаним фінансуванням; збільшення власних коштів підприємств для самофінансування інновацій; забезпечення довгостроковими інвестиціями інноваційних проектів, для чого потрібно створити спеціалізовані банки галузевого розвитку, котрі забезпечуватимуть довгострокове кредитування важливих інноваційних проектів [4].

Перелічені заходи сприятимуть зниженню ринкових ризиків інноваційної діяльності, підвищенню фінансової привабливості інновацій в Україні та формуванню інноваційної спеціалізації її економіки.

Отже, інноваційний розвиток економіки України не може бути пов'язаним лише з державним бюджетом, він повинен відбуватися переважно за рахунок формування попиту на дослідження й розробки з боку недержавного (приватного) сектору економіки. Їх партнерство має стати ключовим компонентом інноваційної політики України: в разі правильної організації, воно забезпечить більшу віддачу від капіталовкладень у державні дослідження, створить передумови для стійкого інноваційного розвитку, що є стратегічним фактором економічного зростання.

Список використаних джерел:

1. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О.І. Амоша // Економіст. – 2008. – № 6. – С. 28–34.
2. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI: [Електронний ресурс]. – Точка доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>

3. Федулова Л.І. Фінансування інновацій у посткризовий період: збалансованість фінансової й інвестиційної політики / Л.І. Федулова // Фінанси України. – 2011. – № 8. – С. 15–28.
4. Шнипко О.С. Інноваційно-технологічне оновлення економіки як показник цивілізаційної успішності країни / О.С. Шнипко // Фінанси України. – 2011. – № 8. – С. 3–14.

К.філос.н. Ріктор Т.Л.

Університет менеджменту освіти НАПН України, м. Київ

ЯКІСТЬ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ЯК ПОКАЗНИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Сфера послуг, як показує практика, є однією з найперспективніших галузей економіки, які швидко розвиваються. Практично всі організації в тій чи іншій формі надають послуги. По мірі ускладнення виробництва й насичення ринку товарами зростає попит на послуги, в тому числі соціального характеру, пов'язані з діяльністю в галузях соціальної інфраструктури.

Соціальна інфраструктура, зокрема гуманітарна складова (освіта, охорона здоров'я, культурна), забезпечує нормальне функціонування економіки за рахунок надання відповідних послуг. Ці послуги підвищують якість трудового потенціалу та його мотивацію до ефективної праці, маючи на увазі, що людина є головною продуктивною силою суспільства.

Взагалі відмінною рисою діяльності в сфері послуг є переважно чутливий характер результативності (корисності) наданих послуг [2, с. 7]. Особливо це стосується освітянських і культурних (іноді медичних) послуг, корисність яких може проявитися не відразу, а може взагалі бути шкідливою.

Послугам, як і фізичним товарам, властиві купівельні ризики. Проте деякі послуги (освітні, медичні, юридичні та ін.) на відміну від виробництва речових продуктів, не супроводжуються наданням яких-небудь гарантій. Невідчутність таких послуг, нерідко й після їх отримання, створює проблему довіри споживача виробникові послуг.

Послуга не існує до її надання. Це робить неможливим порівняння й оцінку послуги до її здобуття. Порівнювати можна лише вигоди, очікувані й отримані. Вимоги споживача професійних послуг можуть бути завищеними. Отримуючи послугу, він розраховує на такий результат, який деколи недосяжний або досяжний частково. Такі непідтверджені очікування часто обертаються прагненням повернути внесену плату за надану послугу, породжують необґрунтовані претензії.

У кінцевому рахунку послуга, що надається суб'єкту, забезпечується прикладанням професійної праці, направленої на певний результат із наміром його досягти. Професійна послуга – це операція, фактична завершеність якої матеріалізована вкладеною працею. Споживач отримує те, що надає, може і повинен надати для його блага виробник професійних послуг за умовами операції. І оскільки сам результат знаходиться за межами операції, то справедливо чекати від виробника професійних послуг, аби за її умовами він прийняв усі необхідні заходи для належного виконання зобов'язання.

Проблемою є встановлення того, на що розраховував споживач професійних послуг, що повинен був здійснити їх виробник, як він поступив, чого досяг у порівнянні з тим, чого повинен був досягти, як відбилися на споживачеві професійних послуг, чи зазіхнули на його права й законні інтереси дії їх виробника і в чому це виразилося. Результат, незважаючи на належні професійні дії, або здійснені неналежним чином чи незрозумілого обсягу, або в не в належний термін чи з неналежним результатом – тоді така послуга (даремна або неякісна) є неналежною й, отже, заперечною. Надання неналежних послуг, як правило, спричиняє за собою прямий матеріальний збиток для споживача. Збитки вимагають компенсації, і споживач при виявленні недоліків наданої послуги має право на власний вибір зажадати безвідплатного усунення недоліків наданої послуги, або відповідного зменшення ціни наданої послуги, або відшкодування понесених ним витрат по усуненню недоліків наданої послуги своїми силами чи третіми особами, або відшкодування збитків, заподіяних йому в зв'язку з недоліками наданої послуги.

Таким чином, виникає проблема якості надання послуг, особливо в галузях соціальної інфраструктури саме в зв'язку з недостатнім відчутним характером їх кінцевого продукту й складності взаємозв'язку в системі суб'єктно-об'єктних відносин (маючи на увазі, що учень або пацієнт також суб'єкт цих стосунків, від яких залежить кінцевий результат діяльності вчителів і лікарів).

У даній роботі автор розглядає якість тільки як сукупність властивостей продукції (послуг), що визначають її (їх) здатність задовольняти визначені потреби у відповідності до призначення цієї продукції або послуги.

Таким чином, метою даного дослідження є обґрунтування шляхів підвищення якості послуг соціальної інфраструктури, направлених на задоволення потреб людей як головної виробничої сили суспільства, результати якої безпосередньо або безпосередньо задовольняють суспільні потреби.

Наприклад, медичні або комунальні послуги призначені безпосередньо задовольняти особисті потреби членів суспільства. Послуги ж освіти, крім особистих потреб, через індивідуума, який їх одержує, задовольняють потреби оточуючого його соціуму, роботодавця, всього суспільства в особі громадянина, що виконує свій обов'язок перед вітчизною, тобто законослухняного.

Якість слід розглядати також з позицій кваліметології – триєдиної науки, яка включає в себе теорію якості, теорію оцінки якості (кваліметрію) й теорію управління якістю. Саме тому не можна вирішувати окремі проблеми якості в різних сферах, не застосовуючи загальний міждисциплінарний підхід і не враховуючи багатий досвід, накопичений у сфері виробництва (зокрема, стандарти якості ISO серії 9000:2000).

У цьому контексті якість послуг треба розглядати як складну категорію й багатоаспектну проблему, яку слід розкривати через категорії властивостей, структури, систем, кількості, ефективності, оцінки, управління та ін. У такому разі можна стверджувати, що якість це:

- а) сукупність властивостей;
- б) ієрархічна система властивостей;
- в) динамічно, мінливо;

г) відображає зв'язок і взаємодію елементів, із яких складається той чи інший об'єкт, процес;

д) основа існування об'єкта або процесу;

е) обумовлює специфічність, цілісність, стійкість об'єкта або процесу [3].

Слід особливо звернути увагу на той факт, що пошуки ключової ідеї розвитку соціальної інфраструктури все більш і більш концентруються навколо ідеї якості, що орієнтується на задоволення суспільних потреб.

Стає очевидним, щоб змінити ситуацію з якістю послуг, треба використувати діяльнісний підхід, орієнтований на підвищення якості послуг, тобто слід навчитися управляти цим процесом.

Міжнародне співтовариство вже визнало необхідність управління процесом підвищення якості продукції і послуг, розробивши кілька моделей систем менеджменту якості. Однак найбільш поширеного використання в побудові системи менеджменту якості продукції і послуг набула модель системи якості за міжнародним стандартом ISO 9000:2000, яка була розроблена Міжнародною організацією зі стандартизації та Всесвітньою федерацією національних організацій зі стандартизації (комітетів – членів ISO).

Універсальність моделі системи менеджменту ISO 9000:2000 (у 2000 році з'явилося офіційне видання нової версії міжнародних стандартів цієї моделі, яка замінила попереднє видання 1994 року) є відмінною її рисою. Це дає можливість їх застосування як узагальненого стандарту систем управління якістю в будь-якій організації незалежно від масштабу й профілю діяльності, випуску продукції чи надання послуг.

Наприклад, із 2005 року Україна бере участь у Болонському процесі. На сьогодні на виконання вимог Болонського договору в численних ВНЗ України вже ведеться робота щодо створення й впровадження систем менеджменту якості. За формулюванням міжнародних стандартів ISO 9000:2000, освітня діяльність відноситься до категорії «послуги», що є «результатом щонайменше одного виду діяльності, обов'язково здійсненого у взаємодії між постачальником і замовником і, як правило, нематеріальним». Освітня діяльність становить такий вид послуг, як «надання нематеріальної продукції (інформації) в контексті передання знань» [1].

Стандарти серії ISO 9000:2000 узагальнюють основні досягнення сучасного менеджменту й можуть бути ефективно використані для побудови системи менеджменту якості освітніх послуг у ВНЗ. Та необхідно відзначити, що створення й впровадження системи менеджменту якості не може гарантувати термінове підвищення якості навчання. Цей процес послідовний і безперервний. У разі формального застосування системи менеджменту якості, при якому основні принципи не будуть діяти постійно, виникає ризик, що вона може стати навіть на заваді розвитку навчального закладу.

Головне значення вимог стандартів ISO 9000 полягає в тому, що діяльність, пов'язана з якістю, повинна вестися на систематичній основі, тобто менеджмент якості є частиною загального менеджменту організації, реалізується послідовно та безперестанно. У системі менеджменту якості повинні постійно

відбуватися зміни щодо її вдосконалення з орієнтацією на зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на існування навчального закладу як відкритої системи [4].

Однак перед тим, як почати освоювати реальну міжнародну модель менеджменту якості в кожній організації, треба розглянути концептуальні положення управлінського впливу на підвищення якості послуг як взагалі, так і в таких основних сферах соціальної інфраструктури, як освіта й охорона здоров'я. Маючи на увазі, що ці сфери найбільше впливають на розвиток економіки, в першу чергу, через підвищення якості трудового потенціалу та його використання в інтересах суспільства й самої людини.

При розробці концептуальної моделі управлінського впливу на підвищення якості послуг в цих сферах соціальної інфраструктури ми абстрагувалися від впливу суттєвого недофінансування цих сфер, розглядаючи на даному етапі тільки можливості самого менеджменту.

Формування концепції управлінського впливу на підвищення якості послуг. *Щоб змінити ситуацію, мало визначитися з питанням необхідності підвищення якості послуг. Треба знайти реальні (не декларативні) шляхи зміни ситуації на кращу. Зокрема, треба провести ці зміни на практиці. Для цього необхідно організувати весь процес – від постановки проблеми до її вирішення з одержанням кінцевих результатів.*

Із цього приводу треба звернутися до управління (менеджменту), бо саме воно є тим засобом, за допомогою якого декларації стають реаліями. І в першу чергу необхідно визначитися зі стратегічними напрямками підвищення якості послуг і головними технологічними шляхами їх реалізації, що у подальшому організувати діяльність персоналу організацій з метою досягнення конкретного підвищення цієї якості.

При цьому треба уявити собі, що, по-перше, корисність послуг гуманітарних сфер, особливо освіти, пов'язана з тими змінами в суспільстві, які здійснюються в світі й Україні та які відповідають формуванню цивілізованого громадянського суспільства. По-друге, корисність освітянських послуг має глибинні коріння, які проявляються не ортодоксально в інших галузях соціальної інфраструктури, наприклад, охорони здоров'я, що буде розкрито нижче. По-третє, треба мати на увазі, що основні технологічні шляхи реалізації стратегічних напрямів підвищення якості послуг не можуть бути унікальними (якимисьь особливими, які можуть бути застосовані тільки в сферах соціальної інфраструктури), а повинні мати універсальний характер як органічні частини загальної управлінської ідеології у вітчизняній економіці.

Розглянемо концептуальну модель управлінського впливу на підвищення якості послуг на прикладі основної гуманітарної сфери соціальної інфраструктури – освіти, яка формує якість трудового потенціалу держави.

Почнемо з уявлення стратегічних напрямів підвищення якості послуг в цій сфері.

Сьогодні система освіти України, маючи основоположні програмні й правові документи (програму «Україна XXI століття», доктрину, відповідні закони), продовжує декларувати первинність особистості в усіх навчально-педагогічних процесах. У той час на практиці вітчизняна освіта продовжує орієнтуватися на надання

великого обсягу знань репродуктивними засобами, без включення рефлексії учнів. У зв'язку з цим взагалі викликає сумнів якість освітніх послуг, які надаються споживачам: учням, їх батькам, роботодавцям, оточуючим мікросоціумам, усьому суспільству як макросоціуму.

Треба як можна глибше розкрити сутність й обґрунтувати можливості переорієнтації системи освіти на особистість, зокрема, на сприяння самореалізації учня (студента) в наступній життєдіяльності в контексті підвищення якості життя відокремленого індивідуума та їх сукупності, яка складає населення сіл, селищ, міст, країни в цілому.

Здійснити переорієнтацію системи освіти з лише навчання на допомогу особистості пізнати себе і на цій основі (включаючи навчання) знайти себе в суспільстві можливо в умовах суттєвого вдосконалення системи управління освітою в цілому та її закладами зокрема. Повинні змінитися цільові установки всіх освітянських управлінських структур і закладів (починаючи з Міністерства освіти і науки) в бік більшого уявлення того, кого ми вчимо, а не того, чому і як навчати. Не зменшуючи ролі останніх, треба дивитися в майбутнє з позицій формування всієї системи суспільних відносин.

Дійсно, якщо освіти стратегічно орієнтується на підготовку учнів до самостійного входження в цю систему суспільних відносин і відповідної їх адаптації, то треба спочатку визначитися з сутністю цих відносин. Сутність проявляється у взаємодії людей у відповідних соціумах, які поділяються на мікро-, мезо- і макросоціуми: в родині, в трудовому чи навчальному колективі, по місцю проживання та відпочинку, в якихось громадських організаціях, у взаємостосунках із представниками влади та інше.

Україна націлена на формування громадянського суспільства, сутність якого зводиться до того, що вся система суспільно-економічних відносин в ньому повинна сприяти самореалізації особистості в правових рамках загальнолюдської моралі і національної свідомості. Освіта більше, ніж якась ще сфера організації суспільства, може сприяти самореалізації особистості не тільки в процесі навчання, а й в подальшій життєдіяльності. І тим самим конкретно приймати участь у формуванні цього громадянського суспільства, адекватного демократичній, соціальній, правовій державі (як зазначено в першій статті Конституції України).

У першу чергу це можливо робити в освітянській галузі за рахунок таких послуг, які дадуть змогу конкретній особистості краще показати себе і використати свої здібності й задатки з урахуванням одночасно особистісних інтересів та інтересів оточуючих соціумів і суспільства в цілому. В сучасних умовах життєдіяльності, що постійно змінюються, освіта повинна більше уваги приділяти особистості з точки зору допомоги (надання послуг) їй само реалізуватися з користю для себе й соціуму, знайти свій шлях і бути успішною в житті при використанні одержаних знань. Останнє як раз і характеризує компетентнісний підхід до розвитку освіти.

Стратегічним напрямом підвищення якості освітянських послуг, як вважає автор, є посилення людиноцентризму освіти на основі реалізації компетентнісного підходу до її розвитку. Саме це є складовою концептуальної моделі управлінського впливу на підвищення якості послуг основної гуманітарної сфери

соціальної інфраструктури (див. рис. 1), яка безпосередньо забезпечують функціонування економіки через якість трудового потенціалу.

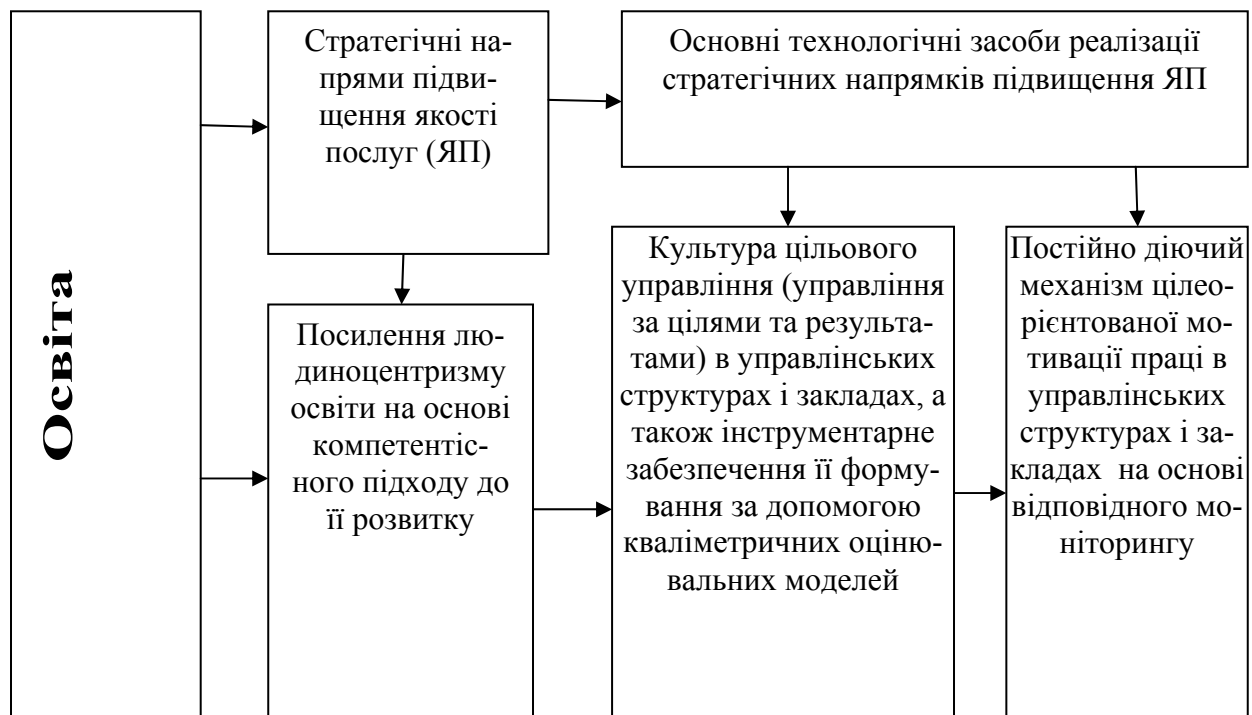


Рис. 1. Концептуальна модель управлінського впливу на підвищення якості послуг

Для того, щоб посилити людиноцентризм освіти і організувати цілеорієнтований вплив на мотивацію людей бути здоровими з дитинства та мотивацію до ефективної праці у відповідних закладах, виникає необхідність якимось чином спрямувати спільноту людей у закладах освіти (у першу чергу, персоналу та керівників управлінських структур) на відповідну діяльність. Треба знайти можливість організувати їх діяльність у рамках досягнення чітких кінцевих результатів із використанням дієвого мотиваційного впливу на цю діяльність.

Наприклад, ці кінцеві результати можуть бути пов'язані з підвищенням якості трудового потенціалу як складової підвищення якості життя населення. У такому випадку спочатку управлінські структури, а потім послідовно заклади освіти почнуть орієнтуватися на ці результати. Вони будуть шукати, а потім використовувати ті ефективні засоби, які дозволять їм реально впливати на покращення кінцевих результатів.

Мова йде про формування й використання в кожному закладі й управлінській структурі інноваційної культури управління, яка має назву культури цільового управління (чи управління по цілях і результатах). Її формування забезпечується кваліметричним інструментарієм, а особливою складовою цієї культури є постійно діючий механізм цілеорієнтованої мотивації персоналу на основі відповідного моніторингу.

Список використаних джерел:

1. Системы менеджмента качества: основные положения и словарь: ГОСТ МСО 9000-2001. – М.: Изд-во стандартов, 2001. – 26 с.

2. Борисов Б.А. Услуги. Правовой режим реализации / Б.А. Борисов. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1997. – 424 с.
3. Панасюк В.П. Школа и качество: выбор будущего / В.П. Панасюк. – СПб.: КАРО, 2003. – 384 с. – (Модернизация общего образования).
4. Сич Т.В. Міжнародні стандарти серії ISO 9000:2000 в системі освіти: зб. наукових праць / Т.В. Сич // Вісник ЛНУ. – Вип. 4. – Луганськ: ЛНУ, 2006. – С. 153–159.

К.э.н. Шумейко А.Б.

Институт менеджмента и экономики Югорского государственного университета, г. Ханты-Мансийск, Российская Федерация

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА-ЮГРЫ

Инновационная активность субъектов экономической деятельности является важнейшим фактором ускоренного роста экономики, а их способность к использованию научно-технических, организационных, маркетинговых и иных новшеств – становится важнейшей составляющей конкурентоспособности.

Скорость инновационных процессов зависит от наличия стимулов и ограничений, связанных как с экономическими и финансовыми факторами, так и с возможным влиянием новых технологий на государственное управление, социальные процессы и экологию, а также отношением населения к новшествам.

Смена ключевых факторов экономического развития выводит на первый план необходимость создания новых условий для обеспечения ускорения разработки и внедрения технологий как для модернизации традиционных секторов промышленности и услуг, так и при формировании новых отраслей, реализации инноваций в государственном управлении.

Стратегия развития России до 2020 года предусматривает необходимость формирования всей совокупности государственных и частных институтов, поддерживающих инновации.

Переход на инновационный путь развития связан с масштабными инвестициями в образование, здравоохранение, обеспечение безопасности людей и их имущества, высокие стандарты сферы обслуживания, улучшение экологической среды, безаварийную работу транспорта и коммунальной инфраструктуры, предупреждение техногенных катастроф, развитие информационных, медицинских, nano-, био- и других новейших технологий.

В Ханты-Мансийском автономном округе-Югре инновационное развитие направлено:

- на создание рабочих мест в новых комплексах экономики, прежде всего, в секторе услуг;
- на повышение роли малых предприятий в экономике, включая малое и инновационное предпринимательство;
- на модернизацию социального комплекса;
- на реконструкцию и развитие основных инфраструктурных сетей и комплексов.

На основании долгосрочной целевой программы «Инновационное развитие Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на период 2009–2014 годы» выделены основные показатели (непосредственные результаты реализации программы):

- создание технопарковых структур на территории автономного округа (технопарк высоких технологий, инновационно-технологические центры при ВУЗах);
- создание инновационных организаций в рамках деятельности технопарковых структур;
- создание центров коллективного пользования и информационных ресурсов для содействия трансферу технологий;
- создание высокотехнологичных объектов (для обеспечения населения автономного округа качественно новыми медицинскими, транспортными услугами на уровне мировых стандартов на базе отечественных научно-технических достижений).

Таблица 1. Финансирование программы по годам реализации и источникам финансирования

(в ред. постановления Правительства ХМАО–Югры от 21.10.2009 г. № 278-п)

Год	По источникам финансирования, млн. руб.		
	бюджет автономного округа	привлеченные средства	всего
2009	0,0	0,0	0,0
2010	224,5	169,0	393,5
2011	224,275	704,7	928,975
2012	135,595	1117,3	1252,895
2013	933,6525	3382,4	4316,0525
2014	224,6825	343,0	567,6825
Всего по программе	1742,705	5716,4	7459,105

Создание инновационно-технологических центров, с учетом мероприятий, направленных на поощрение инновационных предприятий к привлечению федеральных источников финансирования инноваций, позволит за период реализации Программы дополнительно привлечь финансовые ресурсы федерального Фонда поддержки малых предприятий в научно-технической сфере, средства венчурных фондов и частных корпораций, лизинговых компаний, а также интеллектуальные ресурсы в форме участия экспертов и специалистов этих структур для реализации инновационных проектов.

Список использованных источников:

1. Долгосрочная целевая программа «Инновационное развитие Ханты-Мансийского автономного округа-Югры на 2009-2014 годы».
2. Постановление Правительства ХМАО–Югры от 21.10.2009 г. № 278-п.

Kuznetsova M.A., Oglih V.V., Rieznik M.A.

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Ukraine

PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE STOCK MARKET OF UKRAINE

Since 2007 the global economy has been very tense. The mortgage crisis in the US, the landslide of real estate prices, the bankruptcy of such big banks as Lehman Brothers and Merrill Lynch originated a crisis, which manifested itself in the drop in stock exchange indexes. A well-known index – the Dow Jones Index – started a series of falls. The drop in this index was followed by the drop in its Japanese competitor Nikkei and Hong Kong's Hang Seng, as well as in dozens of smaller stock market indexes all over the world. The world financial crisis has resulted in unemployment, inflation, production slowdown, etc. Thus, in 2009, in Ukraine, the GDP fell by 14,1%, which was one of the worst indicators of the GDP dynamics in the world, the industrial production fell by 25,0% within the same year.

The traced recovery after the crisis of 2008 was interrupted by rumors about the second wave of crisis, and the EU with the USA already started to take measures to prevent it. The beginning of 2011 was marked by a series of events associated with the activity of speculators, falling quotations, the default in the U.S. which was expected, but did not take place, and the forecasted default in Greece, the rise of crisis situations in such countries as Italy, Spain, Ireland, Portugal.

Having influenced the world stock exchanges hugely, the above-mentioned problems spread to the stock exchanges in Ukraine as well.

According to the Agency of Infrastructure Development of the Ukrainian Stock Market (SMIDA), there are 11 stock exchanges in Ukraine, the largest ones are PFTS Stock Exchange (PFTS), the Ukrainian Stock Exchange, Kyiv International Stock Exchange. The main indexes are the PFTS index, the UX index and the UV index, respectively.

The stock exchanges of Ukraine don't perform their main function, i.e. the redistribution of people's financial resources into the most effective areas, since more than half of them are demonstrative versions. The biggest part of each issuer's shares belong to one proprietor, and the bulk of the votes in management decision-making belong to the same proprietor; due to the fear of competition, only a small part of shares is offered on the Stock Exchange. Thus, the conflict appears, which is provoked by the fact that profit of the owner does not always correlate with interests of players in the stock exchange, as it is not determined by the fall or rise in the stock prices or the amount of dividends, but by its complete and absolutely uncontrolled management exercised by the joint-stock company in its favor.

Another problem of our market is insufficient liquidity of securities, which leads to almost complete absence of «Free – float», i.e. of the free movement of investments and the possibility to acquire a part of shares which is in free circulation by ordinary private investors and speculators. The absence of stable domestic market

will never attract people to interact in the stock exchange of the country, and under conditions of poor educational information system it is senseless to expect a wide range of domestic investors.

An important component which determines functioning of the stock market is the level of trust and moral hazard. Unfortunately, in our country the level of corruption is very high and it increases every year, there is no particular exchange commodities and the volumes of sales. Thus, it is hard to talk about trust and confidence here, there are a small number of domestic players on the Ukrainian Stock Exchange, and we face disbelief and lack of foreign investors. The additional risks that Ukrainian Eurobonds include lead to the fact that they are valued at at least 5,44% per year, which means that trust of foreign companies is becoming more and more expensive for Ukraine.

All this happens against the background of unstable state policy in the development of the stock market and weak legislative basis that should regulate exchange operations.

Summarizing the above-listed problems, we can make a conclusion that the stock markets in Ukraine, despite their number, are in their nascent condition. Therefore, the state should step in and actively participate in the process of stock market development by:

- improving the laws about joint-stock companies;
- fighting against corruption;
- stimulating the demand for Ukrainian products;
- insuring appropriate corporate management and transparency of operations;
- preserving equal conditions for activities of all the private enterprises;
- creating normal investment climate and ensuring investment return.

A stock exchange is a kind of a lever to distribute and redistribute the national income, a source of investment resources, a "shop" of securities and quite an important indicator of the economic development in a country. Therefore, the government should coordinate the efforts of all the interested parties in order to adequately ensure effective stock activities.

The list of references:

1. Чумаченко М.Г. Аналіз тенденцій розвитку фондового ринку у світі та Україні / М.Г. Чумаченко // Схід – 2004.
2. Рижикова В.С. Цінні папери: навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів / В.С. Рижикова. – К.: Видавничий дім «Слово», 2004.
3. Резго Г.Я. Биржевое дело / Г.Я. Резго, И.А. Кетова. – М.: Финансы, 2005.
4. Килячков А.А. Рынок ценных бумаг и биржевое дело: учеб. пособ. / А.А. Килячков, Л.А. Чалдаева. – М.: Юристъ, 2000.

Ахметгареева А.А.

*Набережночелнинский торгово-технологический институт,
Российская Федерация*

УСТАНОВЛЕНИЕ ДОСТИГНУТОГО УРОВНЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ РТ

Автором, с целью осуществления процессов управления конкурентоспособностью и формирования стратегий, предлагается комплекс методов формирования наиболее эффективных базовых стратегий обеспечения конкурентоспособности компании, который включает последовательно применяемые аналитические методики, а именно:

- анализ конкурентной ситуации компании, который базируется на комплексной диагностике компании, включающей стратегический, организационно-управленческий, финансово-экономический, производственно-хозяйственный анализ, бенчмаркинг и оценку стоимости компании. Анализ позволяет определить место компании в конкурентной среде и потенциальные области конкурентоспособности;

- SWOT-анализ, адаптированный к специфике деятельности торговых компаний и позволяющий сформулировать ранжированный по степени важности для компании набор стратегий обеспечения конкурентоспособности в ситуации, в которой компания находится;

- анализ и оценку наиболее значимых рисков, который позволяет сопоставить экономические последствия реализации стратегий конкурентоспособности в условиях рисков;

- определение потенциала конкурентоспособности компании на основе трехуровневой модели факторов конкурентоспособности, позволяющей оценить способности компании по обеспечению конкурентоспособности с точки зрения имеющихся и потенциальных возможностей и ресурсов. Модель факторов конкурентоспособности компании позволяет:

- адекватно структурировать факторы конкурентных преимуществ;

- провести сопоставительный анализ ранжированных стратегий с факторами конкурентоспособности для определения, насколько реализация стратегии обеспечена потенциалом конкурентоспособности, т. е. насколько компания способна обеспечить реализацию стратегии ресурсами и компетенциями;

- сформировать комплекс базовых стратегий управления конкурентоспособностью компании.

Комплекс методов реализуется по следующим этапам (рис. 1).

Этап 1. *Анализ конкурентной ситуации компании*, который базируется на комплексной диагностике компании. Полнота анализа конкурентной ситуации компании зависит от характера проблем и стратегических целей ее развития. На рис. 1 рассмотрены три типичных варианта текущей ситуации компании. При анализе конкурентной ситуации в реальной компании может быть рассмотрен более конкретизированный вариант, и в зависимости от этого выбирается комплект методов из множества методов, отвечающий целям развития компании.

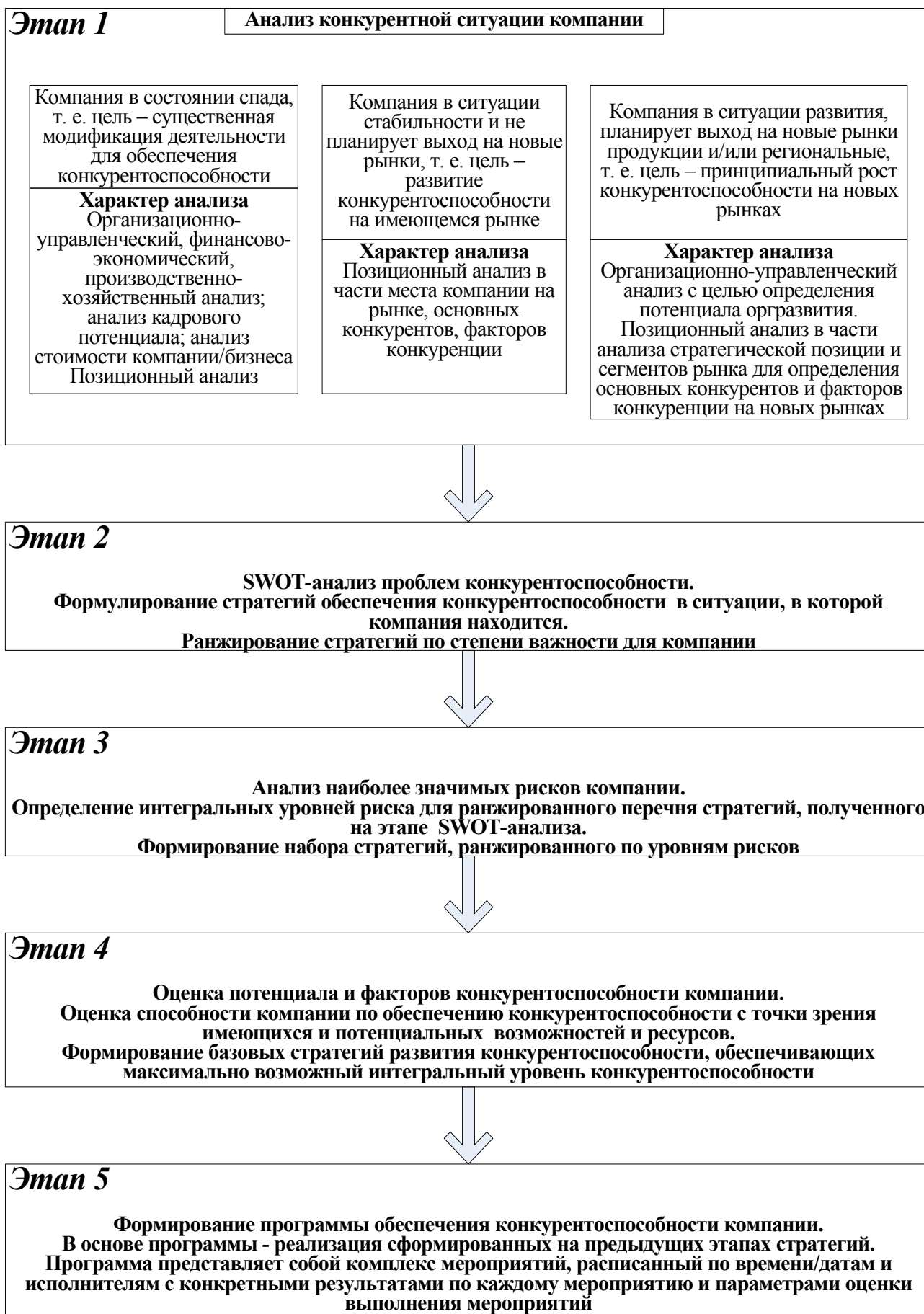


Рис. 1. Принципиальная схема комплексной методики формирования стратегий обеспечения конкурентоспособности компании (авторская разработка)

Этап 2. *SWOT-анализ проблем конкурентоспособности.* Адаптированная к специфике деятельности торговых компаний методика SWOT-анализа, предлагаемая автором, позволяет сформулировать ранжированный по степени важности для компании перечень стратегий обеспечения конкурентоспособности в ситуации, в которой компания находится.

На основе анализа деятельности торговых компаний предложены наиболее значимые факторы, которые целесообразно учитывать в SWOT-анализе конкурентоспособности типичной девелоперской компании.

Этап 3. *Анализ наиболее значимых рисков компании* на основе модифицированного метода анализа иерархий [1]. Определяются риски реализации для ранжированного перечня стратегий, полученного на этапе SWOT-анализа. Использование метода анализа иерархий обусловлено тем, что прямые оценки экспертами существенных видов и уровней рисков стратегий или любых проектов, связанных с повышением конкурентоспособности, как правило, затруднительны в связи с отсутствием проектов-аналогов.

Этап 4. *Оценка потенциала и факторов конкурентоспособности компании.* Осуществляется оценка способности компании по обеспечению конкурентоспособности с точки зрения имеющихся и потенциальных возможностей и ресурсов.

В рамках данного метода эксперты сравнивают степени проявления факторов риска реализации стратегий обеспечения конкурентоспособности компании, а также уровни соответствующих негативных последствий не напрямую, а между собой попарно по специальной оценочной шкале (см. табл. 1). В результате анализа определяется относительная степень (интенсивность) взаимодействия отдельных элементов в построенной иерархии факторов риска реализации стратегий обеспечения конкурентоспособности компании с точки зрения влияния их на целевые показатели деятельности компании, такие как рентабельность, чистый дисконтированный доход, срок окупаемости и пр.

Метод анализа иерархий имеет то преимущество перед прямым оцениванием, что эксперту в каждой операции оценивания требуется проводить попарное сравнение только двух факторов риска, причем на качественном уровне. При этом наличие остальных факторов не влияет на ход сравнения, т. е. факторы считаются статистически независимыми. Результаты попарного оценивания обрабатываются, и результирующие оценки анализируются на согласованность (сходимость) суждений.

Задача оценивания уровней негативных последствий и степени проявления (вероятности реализации) факторов риска реализации стратегий обеспечения конкурентоспособности компании рассматривается в отношении целевых показателей (рентабельность, чистый дисконтированный доход, внутренняя норма доходности, срок окупаемости и пр.) и включает следующие шаги:

- 1) для рассматриваемой стратегии конкурентоспособности и выбранного целевого показателя ставится задача определения уровней негативных последствий отдельных факторов риска или степени проявления (вероятности реализации) факторов риска;

- 2) определяются факторы риска, для которых осуществляется анализ;

3) проводится построение матриц парных сравнений факторов риска (по уровням негативных последствий или вероятностям реализации);

4) осуществляется обработка полученных оценок, вычисление приоритетов, наибольшего собственного значения матрицы суждений, индекса согласованности и отношения согласованности.

Таблица 1. Шкала попарного сравнения факторов риска реализации стратегий обеспечения конкурентоспособности компании

Количественная оценка, баллы	Качественная оценка	
	для оценки степени важности (веса)	для оценки вероятности реализации
1	Приблизительно одинаковое влияние фактора F_1 по сравнению с фактором F_2	Реализация фактора F_1 и фактора F_2 равновероятна
3	Некоторое преобладание влияния фактора F_1 по сравнению с фактором F_2	Реализация фактора F_1 более вероятна, чем реализация фактора F_2
5	Существенное преобладание влияния фактора F_1 по сравнению с фактором F_2	Вероятность реализации фактора F_1 существенно превосходит вероятность реализации фактора F_2
7	Очень сильное преобладание влияния фактора F_1 по сравнению с фактором F_2	Вероятность реализации фактора F_1 абсолютно превосходит вероятность реализации фактора F_2
9	Абсолютное преобладание влияния фактора F_1 по сравнению с фактором F_2	Эксперт уверен, что будет реализован фактор F_1 , а не F_2
2, 4, 6, 8	Промежуточные решения между двумя соседними суждениями применяются в компромиссном случае — при колебании суждения между соседними вариантами	

Ниже приведена формализованная постановка задачи.

Пусть

M – количество оцениваемых факторов риска $j = 1 \div M$;

S – количество экспертов $m = 1 \div S$, участвующих в экспертных процедурах;

A_{ij}^m – попарная оценка m -м экспертом уровней негативных последствий или степени проявления (вероятности реализации) i -го фактора риска относительно j -го фактора риска в соответствии со шкалами. Для попарных оценок выполняются следующие соотношения:

$$A_{ij}^m = \frac{1}{A_{ji}^m} ; \quad (1)$$

$$A_{jj}^m = 1 \text{ для любого } j = 1 \div M . \quad (2)$$

То есть, попарное сравнение фактора самого с собой всегда дает оценку 1 (равноценность), а попарная оценка i -го фактора относительно j -го фактора обратна оценке j -го фактора относительно i -го фактора.

Например, если эксперт считает, что i -й и j -й факторы одинаковы по уровню негативных последствий, то попарная оценка таких факторов $A_{ij}^m = A_{ji}^m$ равна 1. Если эксперт считает, что i -й фактор существенно превосходит по уровню

негативних последствий или степени проявления j -й фактор, то попарная оценка i -го фактора относительно j -го A_{ij}^m в этом случае равна 5, а оценка j -го фактора относительно i -го $A_{ji}^m = 1/5 = 0,20$.

Таким образом, для M факторов риска каждым экспертом формируется матрица $M \times M$ элементов в виде табл. 2.

Таблица 2. Матрица попарных оценок факторов риска

	 Факторы риска					
		1	2	j	M
Факторы риска	1	$A_{11}^m = 1$	A_{12}^m	A_{1j}^m	A_{1M}^m
	2	$A_{21}^m = 1/A_{12}^m$	$A_{22}^m = 1$	A_{2j}^m	A_{2M}^m

	i	A_{i1}^m	A_{i2}^m	A_{ij}^m	A_{iM}^m

	M	A_{M1}^m	A_{M2}^m	A_{Mj}^m	$A_{MM}^m = 1$

После формирования матрицы попарных оценок факторов риска относительно друг друга должна быть проведена процедура определения так называемого собственного вектора матрицы и дальнейшей нормализации полученных значений для определения итоговой оценки характеристик факторов риска и анализа их согласованности/сходимости.

Список использованных источников:

1. Саати Т.Л. Принятие решений: Метод анализа иерархий / Т.Л. Саати. – М.: Радио и связь, 1989. – 316 с.
2. Саати Т.Л. Принятие решений при зависимостях и обратных связях: Аналитические сети / Т.Л. Саати. – М.: ЛКИ, 2008. – 360 с.

К.е.н. Білик І.І., Коцюх О.Р.

Національний університет «Львівська політехніка», Україна
МАРКЕТИНГОВІ ЗАХОДИ
В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНОЮ БІЗНЕС-ОДИНИЦЕЮ

Євро-2012 створює для української туристичної індустрії шанси для активного виходу на більшість ринків масового туризму у країнах Європи та стимул для покращення якості туристичних продуктів. Проте реалізація цих заходів можлива за умов активного використання маркетингу у цій сфері економіки.

Туристичний бізнес не має принципових відмінностей від інших форм господарської діяльності, тому основні положення сучасного маркетингу можуть у повній мірі використовуватись і в індустрії туризму. Проте туризм має свої особливості, адже в цій сфері поєднується торгівля товарами та послугами, що позначається на специфіці маркетингової діяльності у ній.

Багато підприємств і організацій беруть участь в обслуговуванні туристів, отримуючи при цьому значні прибутки, що дозволяє говорити про туризм як

про галузь бізнесу. Комерційна спрямованість діяльності туристичних підприємств, пов'язаних із залученням і обслуговуванням туристів: від планування і підготовки маршрутів – до створення спеціалізованих комплексів, від роботи з клієнтами – до розвитку інфраструктури окремих регіонів дозволяє віднести туризм до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваг, бізнесу.

Відповідно до Закону України "Про туризм" [1] бізнес – одиницями в індустрії туризму можна вважати різні суб'єкти туристичної діяльності, які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, заклади громадського харчування, транспорту, культури, спорту тощо). З метою збільшення прибутку підприємствам туристичної індустрії необхідно залучити потенційних клієнтів та постійно збільшувати число споживачів туристичних послуг. Саме маркетинг допомагає туристичній фірмі залучити та утримати клієнта.

Маркетингова діяльність туристичного підприємства розпочинається з пропозиції клієнтам певного набору послуг – основних (перевезення від місця проживання до місця відпочинку; від місця його прибуття в країну до місця розміщення і навпаки — трансфер, а також інші перевезення в межах країни перебування, розміщення, харчування) та додаткових (екскурсії та організація дозвілля; страхування туристів; послуги гідів тощо). Реалізація маркетингової продуктової політики потребує необхідної інформації про ринок: на її основі можна краще визначити специфіку попиту, визначити необхідну кількість ресурсів для його задоволення в оптимальному співвідношенні, а також розробити спеціальний туристичний продукт з урахуванням особливостей різних груп клієнтів. Турагентства України пропонують різноманітний асортимент туристичних продуктів – від дорогих турів по індивідуально розроблених маршрутах до доступних практично усім середньостатистичним жителям автобусних турів по Європі. Дослідження показали, що на вибір туру клієнтом впливають насамперед такі фактори: вартість туру; цінова політика туроператора; його надійність; тип готелю; якість послуг, що надаються [3]. Сьогодні найбільшою популярністю в Україні користується виїзний туризм. Відсутність достатньої кількості цікавих екскурсійних маршрутів, їх висока вартість, низька якість обслуговування – основні фактори, які стримують розвиток внутрішнього туризму. Тому туристичним агентствам та операторам необхідно активізувати роботу у цьому напрямі, активно залучаючи до неї інші бізнес-одиниці туристичного ринку.

Зміна потреб споживачів, посилення конкуренції змушують туристичних операторів пропонувати на ринку продукти за нижчими цінами за рахунок виключення з комплексного обслуговування деяких послуг. Інші послуги туристи отримують за додаткову плату в ході поїздки. Проте недоліком більшості туристичних турів, які організовують туроператори при виїзному туризмі є відсутність організації харчування туристів, на що слід звернути увагу.

Маркетинг сприяє також впровадженню світових стандартів та покращенню сервісу у туристичній галузі та дозволяє організаціям у сфері туризму краще організовувати свою діяльність. Проте їм важливо розробити стандарти обслуговування клієнтів, визначивши їх за важливими для клієнтів показниками, що будуть відрізнятися за окремими бізнес-одиницями. Для готелю, наприклад,

ними можуть бути швидкість та оперативність розміщення туристів; відповідність номерів класу обслуговування; чіткість роботи всіх служб готелю; наявність додаткових послуг; різноманітність меню та якість страв; відсутність скарг із сторони туристів. Підвищення якості обслуговування вимагає від туристичних бізнес-одиниць використання концепції внутрішнього маркетингу, спрямованого на власних співробітників.

У туристичній галузі все більший вплив мають чинники, що стимулюють впровадження концепції партнерського маркетингу [2], сутність якої зводиться до такого: в умовах глобальної інформаційної економіки підприємство досягне успіху, якщо розроблення і надання комплексного туристичного продукту буде результатом взаємовигідної співпраці з клієнтами та партнерами (у тому числі державними органами різних рівнів) та здійснюватиметься на підставі клієнтських та партнерських баз даних у рамках корпоративних систем якості обслуговування. У технології обслуговування туристів велике значення має кваліфікація гіда. Необхідно добитися спеціалізації гідів по окремих маршрутах. Важливо, щоб гід володів детальною інформацією про інфраструктуру територій, куди він везе туристів, даючи їм поради, де можна поїсти чи щось купити.

Для створення сприятливого середовища туристичним агенціям доцільно також вітати із святами та днем народження своїх постійних клієнтів. Адже всі необхідні дані про цю цільову аудиторію (адреси, телефон, ім'я та прізвище) у них вже є. Аналогічні заходи повинні реалізувати і туристичні оператори стосовно працівників турагенцій.

Список використаних джерел:

1. Закон України "Про туризм" // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – С. 180.
2. Маркетинговий менеджмент: підручник / [Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін.]. – К.: Хімджест, 2008. – 720 с.
3. Моисеева Н.К. Маркетинг и турбизнес / Н.К. Моисеева. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 496 с.

Захаров А.С.

*Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского,
Российская Федерация*

ОЦЕНКА ПЕРСОНАЛА – ОСНОВА ПРИНЯТИЯ КАДРОВЫХ РЕШЕНИЙ

Сегодня компании вкладывают значительные средства в создание системы оценки персонала, формируют внутренние центры оценки, привлекают внешних консультантов. Это закономерно. Трудно представить, что можно принять грамотные управленческие решения и эффективно управлять организацией, если не понимать и не оценивать, какими ресурсами обладаешь.

Вместе с тем, существует очень разное отношение к оценке в компаниях. Одни связывают с ней чуть ли не решения всех проблем, другие видят за этим «попытку специалистов в области управления персоналом оправдать свое существование на предприятии».

Цель данного доклада, определить какие возможности для принятия управленческих и кадровых решений предоставляет построенная, внедренная и функционирующая система оценки персонала в компании.

Прежде всего, необходимо определиться с понятием оценки персонала. А.Я. Кибанов дает достаточно полное и емкое определение данной функции. «Оценка персонала – процесс определения эффективности деятельности сотрудников с целью последовательного накопления информации, необходимой для принятия дальнейших управленческих решений» [1].

Определим, с какими ожиданиями связано внедрение системы оценки в компании, какие бонусы может принести система оценки, если она правильно организована и грамотно функционирует.

1. Это информация о количественном и качественном составе такого ресурса компании как персонал. По итогам оценки имеет место точное понимание, какие люди работают в компании. Реальность такова, что успешность в бизнесе зависит от качества персонала не меньше, если не больше, чем от других факторов, таких как объем финансовых вложений, стоимость недвижимого имущества, структура складских запасов и др.

2. Это обоснованные управленческие решения относительно расстановки и ротации персонала. Благодаря оценке можно грамотно расставлять «правильных людей на правильные места», чтобы добиться наилучших результатов.

3. Оценка – это инструмент, при помощи которого можно проводить мониторинг психологического состояния в коллективе, и отслеживать происходящие изменения. Бизнес – динамичная среда, которая постоянно меняется в зависимости от предпринимаемых действий (равно как и отсутствия этих действий). Если периодически не оценивать ситуацию, появляется риск пропустить важные тренды или тенденции, не увидеть вовремя, что предпринимаемые действия не эффективны, упустить момент для изменений.

4. Нельзя не упомянуть, что оценка персонала является основой системы подбора персонала. Как показала практика, наряду с собеседованием по отработанной схеме и тестами, позволяющими оценить потенциал кандидата на должность, целесообразно использовать самооценку этого кандидата с использованием компьютерной системы. Если процедура строго организована, а оцениваемый работник предупрежден, что результаты самооценки по окончании испытательного срока будут сравниваться с его реальными достижениями, оценка оказывается довольно точной.

5. Выделение резерва на руководящие должности. Руководители, неуверенно чувствующие себя в своей должности, но желающие любой ценой сохранить свой пост, иногда прибегают к простой уловке. Они включают в список резервистов неконкурентоспособных кандидатов, которые по своим деловым и личностным качествам явно уступают им. Выявление лучших, перспективных работников, которые способны грамотно и умело руководить людьми, невозможно без комплексной оценки, позволяющей учесть все, от уровня профессионализма до уровня здоровья.

6. Мотивация. Итоги оценки можно использовать для материального и морального поощрения работников нашего предприятия, это позволяет решать

сразу несколько задач. Прежде всего, стимулирование и поощрение поведения у тех, кто отличился, а второе – это демонстрация того, что необходимо предпринимать другим сотрудникам для получения необходимых преференций, выраженных в конкретных мотивирующих факторах.

7. Выявление кандидатов на понижение в должности и сокращение. Система оценки позволяет довольно точно выявить наихудших работников, подтвердить отсутствие прогресса в их профессиональном развитии при повторном оценивании и, что не менее важно, представляет веские аргументы в защиту достойных, но неугодных.

8. Развитие персонала. Именно информация, полученная в процессе оценки персонала, имеет не превзойденную ценность для формирования программ обучения и развития персонала. Она очень четко и явно показывает, какие компетенции и кому именно необходимо развивать. Корпоративные программы обучения должны строиться на этой информации, организуя так называемые точечные тренинги по развитию недостающих компетенций.

9. Лицензирование и сертификация персонала. С задачами оценки непосредственно связаны процедуры лицензирования и сертификации, применяемые в ряде отраслей (авиация, транспорт, медицина и т.д.).

10. Анализ деятельности, аттестация рабочих мест по условиям труда. Анализ специфики деятельности на отдельных рабочих местах, разработка норм и стандартов труда, производится отделами труда и заработной платы, аттестация рабочих мест по условиям труда осуществляются службами охраны труда.

Таким образом, оценка персонала – это точка отсчета для формирования целевых программ отбора и найма, обучения и развития, ротации и продвижения персонала.

Список использованных источников:

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. Отбор и оценка при найме, аттестация / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М.: Экзамен, 2006. – 218 с.

Каличева Н.Є.

Українська державна академія залізничного транспорту, м. Харків

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЗА РАХУНОК ВВЕДЕННЯ СИСТЕМИ КОЕФІЦІЄНТІВ, ЩО ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ СТАН ЗАЛІЗНИЧНОЇ КОЛІЇ

Залізничний транспорт, як одна з головних складових транспортної системи України, забезпечує не лише перевізний процес, а й виробничий – через товарообмін. Залізниці охоплюють усі стратегічно та економічно важливі регіони держави та гармонічно вписуються до міжнародних транспортних коридорів.

Для забезпечення надійної та якісної роботи залізничного транспорту за умов запровадження на теренах України швидкісного руху необхідна наявність надійного та безпечного земляного полотна та верхньої будови колії. Утримання колій, по котрих будуть рухатися швидкісні потяги, базується на підвищених

вимогах до стану верхньої будови колії в плані та профілі. Адже, рух потягів із швидкостями понад 100 км/год призводить до виникнення між залізничної колією та рухомим складом більш складних, з механічної точки зору, процесів взаємодії. Якщо геометричні параметри колії не збігаються із параметрам ходових частин рухомого складу, то відбувається інтенсивне посилення динамічної дії рухомого складу на колію, що призводить до підвищеного зростання розладів залізничної мережі.

Ключовим призначенням колійного господарства є усунення зносу, який сконцентрувався в процесі експлуатації верхньої будови колії, земляного полотна та штучних споруд, і тим самим забезпечується упродовж тривалого періоду часу найефективніше використання залізничних шляхів сполучення.

Вибір раціональних форм ведення робіт з поточного утримання, ремонту та модернізації колії повинен базуватися на обґрунтуванні доцільності проведення ремонту для кожної конкретної ділянки колії, враховуючи її експлуатаційні характеристики в мережі залізниць. Але неузгодженість роботи уставних територіально-галузевих об'єднань – залізниць, між собою пов'язана із утриманням та ремонтом колійної інфраструктури та проявляється, перш за все, у відсутності узгодженості своїх дій одна з одною.

При складних умовах, в яких колійне господарство «Укрзалізниця» намагається функціонувати протягом останніх років, його відродження можливе за рахунок впровадження нових технологічних процесів, автоматизованого проектування, використання уніфікації при прийнятті технологічних рішень, в першу чергу, на тих ділянках де спостерігається більш інтенсивний рух пасажирів та вантажів, особливо транзитного та міжнародного сполучення. Такий розподіл виконання колійних робіт сприятиме більш раціональному розподілу коштів по мережі залізниць, допоможе зберегти пропускну здатність вітчизняної транспортної системи та підтримає залізничний транспорт в період недофінансування. Отже, визначення ефективності робіт з ремонту та оновлення колійного господарства представляє собою комплексну оцінку кінцевих витрат на виконання колійних робіт на певній ділянці колії та терміну експлуатації цієї ділянки із необхідними технічними характеристиками протягом всього періоду експлуатації до наступного планового ремонту.

Не дивлячись на всі ті масштаби робіт, котрі протягом останніх років «Укрзалізниця» проводить для поліпшення пропускну здатності вітчизняної мережі залізниць, ситуація в сучасному світі показує, що швидкісний рух країні потрібен зараз, а не через роки, коли залізниця України будуть повністю відремонтовані та модернізовані.

Саме тому, враховуючи показники безпеки та надійності стану залізничної мережі, «Укрзалізниця» має розробити механізм визначення коефіцієнтів, які б сприяли оцінці стану колії. При розробленні такої системи коефіцієнтів потрібно дотримуватись методології визначення розрахунку коефіцієнтів із врахуванням специфіки роботи залізничної галузі. Принцип роботи такого механізму має складатися із наступних етапів:

- визначення величини витрат на виконання колійних робіт;

- прогнозування пропуску вантажів та пасажирів по ділянці колії у майбутньому;
- визначення оптимальних строків виконання робіт з поточного утримання, ремонту та модернізації колії;
- розрахунок ефективності ремонту колії кожної конкретної ділянки мережі;
- визначення соціальної значимості кожної конкретної ділянки мережі.

Наступними кроками у розроблюванні системи коефіцієнтів є розробка рейтингових систем, котрі б оцінювали стан кожного елемента колії, враховували загрози безпеці руху, які призводять до можливості узагальнити результати дослідження по окремих критеріях та отримати якісні висновки щодо потреби у проведенні колійних робіт.

Після оцінки стану колії всі коефіцієнти зводяться до комплексного показника, так званого загального рейтингового коефіцієнта, котрий буде відображати рейтинг кожної ділянки залізничної мережі, як середньозважений показник часткових коефіцієнтів за групами.

Цей комплексний показник буде показувати всі зміни, котрі відбуваються на кожній ділянці колії, і чим більше його значення, тим більше зношення земляного полотна, верхньої будови колії і штучних споруд та більша потреба в ремонті всіх елементів колійної інфраструктури.

Також, варто відзначити, що зазначена система коефіцієнтів має відображати всі показники безпечного та надійного стану колії, сприяти її постійному відновленню через модернізацію і капітальний ремонт.

К.е.н. Калініченко Л.Л.

Українська державна академія залізничного транспорту, м. Харків

КАДРОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Під кадровою безпекою необхідно розуміти такий стан індивідуумів, колективу підприємства, його людського потенціалу та системи управління персоналом при якому забезпечується ефективне використання економічного потенціалу та розвиток підприємства.

При вивченні колективної кадрової безпеки слід звернути на специфіку підприємств залізничного транспорту, де є і великі та малі колективи, а також постійні та тимчасові, і особливо важливим є те, що вони можуть бути сформовані як на стабільній, так і нестабільній основі. До останніх можна віднести поїзну бригаду.

Управління кадровою безпекою (забезпечення) пов'язано з нейтралізацією ризиків, попередженням виникнення загроз та кризових явищ, а також у забезпеченні ефективності управління персоналом за рахунок формування у персоналу властивостей, характеристик, що створюють умови захищеності інтересів, власників та самого персоналу від внутрішніх і зовнішніх загроз.

Щоб розкрити зміст управління кадровою безпекою слід розглянути його основні складові, до яких відносяться: мета, принципи, завдання, інструменти, механізми їх реалізації. Мета кадрової безпеки – мінімізація негативних ризиків

і загроз, направлених проти підприємства, що витікають від власного персоналу. Мета кадрової безпеки на підприємствах залізничного транспорту в умовах трансформаційних змін полягає у створенні умов для формування конкурентоспроможного колективу та у попередженні й нейтралізації кадрових ризиків.

Мета повинна бути конкретизованій в задачах. Задачі кадрової безпеки визначаються, по-перше, залежно від рівнів управління організацією, по-друге, залежно від типів загроз, і, по-третє, залежно від груп ризику. При формуванні задач, важливо врахувати, що кадрова безпека є комбінацією складових, пов'язаних між собою складними і часто завуальованими зв'язками.

Основні загальні задачі кадрової безпеки підприємств залізничного транспорту:

- участь у формуванні кадрової стратегії підприємства, процесах планування людських ресурсів, інформаційній, фінансовій політиці, розвитку і оцінці персоналу;
- формування вимог до співробітників підприємства щодо безпеки;
- складання відповідної нормативної документації для співробітників служби управління кадрами;
- складання нормативної документації для інших співробітників підприємства на користь дотримання кадрової безпеки;
- проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи із співробітниками підприємства;
- виявлення, попередження і припинення небажаних дій з боку співробітників підприємства, що можуть спричинити нанесення шкоди його інтересам ;
- проведення заходів, направлених на недопущення осіб до заняття посадових позицій, зловживаючи якими, вони можуть завдати своїми діями шкоди підприємству;
- моніторинг напрямків забезпечення кадрової безпеки.

Об'єктом системи кадрової безпеки на підприємствах залізничного транспорту є працівник як індивідуум, колектив, людський капітал, система управління персоналом.

Суб'єктом є працівники служби кадрової безпеки та управлінський персонал, що пов'язаний з реалізацією заходів кадрової безпеки.

Групи завдань забезпечення кадрової безпеки на підприємствах залізничного транспорту включають:

- оцінку кадрової безпеки;
- дослідження та виявлення ризиків кадрової безпеки, у тому числі тих, що визвано трансформаційними змінами;
- розробку та реалізацію інструментарію забезпечення кадрової безпеки.

Механізм забезпечення кадрової безпеки має включати наступні підсистеми: підсистема оцінки кадрової безпеки, підсистема ідентифікації кадрового ризику, підсистема формування портфелю ризиків, підсистема моделювання заходів з нейтралізації ризиків, підсистема реалізації заходів з забезпечення кадрової безпеки.

Як об'єкт управління кадрова безпека підприємства володіє специфічними, властивими тільки їй особливостями. Її забезпечення і постійна підтримка є дос-

татньо складним процесом в управлінні підприємством. Проте, не дивлячись на складність забезпечення кадрової безпеки, на новизну цього чинника для більшості українських підприємств, кадрова безпека підприємств є тим новим елементом сучасного менеджменту підприємств, без реалізації якого не можна забезпечити надійність персоналу та стійкий розвиток підприємств. Тому необхідним є індивідуальний підхід до оцінки кадрової безпеки виходячи з її видових особливостей, а також для формування найбільш повної інформації про кадрову безпеку підприємства слід дотримуватися комплексних комбінованих рішень, стосується це і критерію кадрової безпеки, що може розглядатися і як показник рівня реалізації трудового потенціалу.

К.е.н. Кір'ян О.І.

Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків

ПЛАНУВАННЯ КАДРОВОЇ РОБОТИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

На даний момент часу, коли більшість факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства є не досить стабільними й прогнозованими для довгострокової ефективної діяльності, стабілізуючим елементом для них може бути тільки персонал.

Тому ефективність формування й використання персоналу підприємства – завдання актуальне й першорядне для підприємств будь-якої чисельності й форми власності. Виходячи з цього, одне із чільних місць у керуванні підприємством займає кадрове планування. При цьому його зміст видозмінюється під впливом кризи економіки, розвитком техніки й технології й, відповідно, станом ринку робочої сили.

Якщо метою кадрового планування є формування системи комплексних рішень і заходів щодо реалізації взаємовигідних цілей підприємства й кожного працівника, то автором і реалізатором цього є саме співробітники підприємства. Тобто, вони одночасно й предмет, і об'єкт керування в процесі розробки й реалізації цілей. Тому для формування ефективної системи керування підприємством і, зокрема, кадрового планування, необхідно чітко представляти сучасний стан цього процесу, наявні проблеми й можливі шляхи оптимального їхнього рішення.

Однією з основних проблем у цьому питанні на сьогодні є відсутність достатньої кількості висококваліфікованих працівників, здатних ефективно здійснювати кадрове планування.

Другою проблемою є адаптація співробітників (вивчення офісних правил, процедур і практик). Саме процес адаптації персоналу до певних вимог стає іноді фактором, що провокує й поглиблює конфлікти усередині колективу. При цьому слід ураховувати складності прогнозування трудової поведінки в умовах додаткового стресового фактору у вигляді економічної або соціальної кризи. У колективі з рівнем персоналу «службовець» додається нерозуміння необхідності планування людини не як особистість, а як одного з ресурсів підприємства.

З цього випливає третя проблема керування персоналом – протиріччя між

необхідністю мінімізувати витрати на персонал і необхідність виділяти кошти на соціальну політику й забезпечення достатнього (а для конкурентної переваги – і вище середнього рівня) соціального розвитку організації. Це вимагає планування одночасно мінімізації вкладень із максимальним одержанням їх віддачі.

Наслідком попередніх ситуацій і посилюючим кризовим фактором є використання більшістю підприємств короткострокової кадрової політики, а іноді формування кадрових рішень як реакції на ситуацію. Це обеззброює підприємство в ситуації цілком прогнозованих криз, що породжує замкнене коло криз і ускладнення реакції на них.

На сьогодні, коли результативність роботи залежить від швидкості реакції всіх підрозділів підприємства на зміни факторів середовища, проблемою кадрового планування стають також відсутність узгодженості в роботі підрозділів (збільшуючи час проходження управлінського рішення й видозмінюючи його зміст), відсутність зворотного зв'язку між працівником і керівником будь-якого рівня, що знижує мотивацію персоналу до праці.

Виходячи з вищевикладеного, слід відмітити, що в сучасних умовах постійної кризової ситуації підприємство зобов'язано приділяти увагу кадровому плануванню як основному джерелу постійного ефективного використання всіх ресурсів підприємства, формування довгострокової ефективної системи керування.

Сучасне кадрове планування, на наш погляд, повинне стати східчастим: усі його моделі необхідно розробляти «трьох класів»: «стандартні» – при наявності прийнятних умов життєдіяльності підприємства, відсутності прогнозованих криз у найближчій перспективі й при наявності прибуткової діяльності підприємства; «економ» – увесь обсяг тих самих необхідних дій з персоналом (кадровим резервом), але з розрахунку мінімізації витрат; «привілейовані» – формування кадрової політики як першочергової по значущості складової системи керування персоналом. При цьому всі три розробки повинні бути узгодженими між собою, бути як би відбиттям одна одної.

Такий підхід дозволить використовувати ту з розробок, яка в цей момент прийнятна підприємству по витратах і часу впровадження; при зміні факторів середовища переходити з моделі на модель без кризи для системи керування.

Крім того, кожне підприємство повинно оцінити елементарні складові своєї кадрової політики та процесу роботи з персоналом, виділити елементи, що потрібно та можливо впровадити одноразово, без використання додаткових коштів, змінюючи лише етику та корпоративну культуру підприємства. До таких заходів можна віднести обов'язкове щотижневе (щомісячне) ознайомлення працівників з результатами діяльності підприємства, виділяючи особистий внесок кожного; постійний моніторинг інформаційних зв'язків між підрозділами та щорічне їх оновлення та удосконалення; звільнення керівників, що не в достатній мірі виконують функції оцінки та мотивації підлеглих; щорічну оцінку кожного керівника поточної кадрової політики з наведенням пропозицій щодо її покращення.

Все це дозволить без додаткових витрат на кадрове планування мати попередні нотатки щодо формування майбутньої кадрової політики; мати персонал, що зацікавлений в розробці та реалізації кадрової політики. Є активним її спів-

автором та реалізатором; мати значну кількість пропозицій щодо оптимізації кадрової політики з урахуванням специфіки кожного робочого місця та ін.

Все це забезпечить конкурентоспроможну колективну кадрову політику, ефективну в будь-яких умовах господарювання саме для конкретного колективу.

К.е.н. Кір'ян О.І. *, Кір'ян І.С. **

** Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків;*

*** Харківський національний економічний університет, Україна*

ВУЗЬКІ МІСЦЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

При проявленні в економіці кризового стану більшість вітчизняних підприємств на перше місце в діяльності системи управління ставлять або антикризову політику, тобто підсистему стратегічного розвитку з акцентом на короткострокову стратегію попередження та ліквідації кризового стану самого підприємства; або підсистему фінансів, тобто збереження фінансового стану на поточному рівні, збереження хоч мінімальної, але прибутковості; або підсистему маркетингу, тобто збереження ринків збуту за будь-яку ціну, інколи навіть за умов тимчасової збиткової діяльності. Такий підхід робить інші підсистеми системи управління підприємством більш вразливими для подальшого формування та розвитку кризового стану. Розглянемо – які головні помилки робить керівництво підприємств за умов використання стандартного підходу до розвитку підсистем системи управління в сучасних умовах господарювання.

Перші дві підсистеми, які стають поступово вузьким місцем – це підсистема соціального розвитку та підсистема контролю якості. За умов очікування кризи на ці підсистеми потрібної уваги не звертають. Тому на деякий час умови праці можуть вийти з-під пильного контролю відповідних керівників. Це призводить до проблем двох напрямків.

Рідше, але з більш негативними наслідками, проявляє себе виробничий травматизм. На жаль, більшість працівників, особливо робітничих спеціальностей, за умов зменшення контролю за їх діяльністю вважають за можливе порушувати трудову дисципліну, технологічні процеси з метою збільшення виробництва продукції та надання послуг за одиницю часу. Це, а також поступове погіршення умов праці, зменшення зацікавленості в праці та посилення депресивного настрою і, як наслідок, тимчасове відволікання від обладнання, також сприяють збільшенню аварійних ситуацій та травматизму.

Частіше негативні наслідки проявляються в поступовому погіршенні якості продукції, в поступовому погіршенні морального клімату в колективі. При цьому останній чинник забезпечує появу попереднього – при сварках в колективі підрозділи та окремі працівники не тільки не підтримують один одного, але й створюють умови для помилок один одного, мало замислюючись над наслідками таких дій для всього підприємства. Як результат – простої та брак продукції, реклаमाції, втрата довіри споживача та поступова втрата ринків збуту. Інколи навіть штрафні санкції на невиконані у відведені терміни зобов'язання.

Вирішенням питання повинен стати в першу чергу посилений контроль з боку керівництва та відповідних підрозділів щодо забезпечення якості продукції та суворого дотримання виробничих процесів, виконання функційних обов'язків. Це є приводом оновити інформаційні потоки та організацію й координацію праці на підприємстві. Також керівництву підприємств необхідно в зміст стратегії розвитку додавати формування корпоративної культури та патріотизму, навичок співпраці кожного працівника в колективі. Це дозволить навіть при погіршенні соціальної сфери підприємства досягти згуртованості колективу, взаємодії робітників та їхньої взаємодопомоги замість конфліктів, посилити особистий контроль за працею.

Другим вузьким місцем підприємств, особливо виробничих заводів, створених півсторіччя тому та раніш, є виробнича підсистема, а саме – стан обладнання. Всім відомо, що на вітчизняних підприємствах обладнання в більшості випадків застаріле не тільки морально, але й фізично. Окремому – більше 30–40 років. Це призводить до додаткових витрат на утримання, погіршення якості виготовлюваної продукції, збільшення ризиків щодо його аварійності та ін. Але на оновлення парку обладнання в більшості підприємств не тільки відсутні кошти, але, що важливіше, відсутня впевненість в можливості його подальшого прибуткового використання.

Вирішувати це питання можливо двома шляхами. Для достатньо стабільних підприємств, чия діяльність є прибутковою, слід спрогнозувати та розробити стратегію поступового оновлення окремих ділянок, не зупиняючи основне виробництво. Досягти цього можливо за умов або формування запасу продукції, виготовлюваної саме цією ділянкою (за умов можливості такого процесу), або специфічного графіку відпусток, коли відпочинок робітників різних професій прив'язують до термінів повної реконструкції окремих ланок виробництва. Це забезпечить відсутність простоїв основних робітників, використання в прийнятному для підприємства обслуговуючого персоналу. При необхідності можливо забезпечити замовленням колег з аналогічного підприємства, передавши їм роботу ділянки, що проходить реконструкцію. Іншим виходом є тимчасова оренда в них обладнання та спрямування туди своїх працівників (якщо виробництво повинно зберігати виробничу таємницю технологічного процесу). За будь-яких умов майже кожне підприємство може забезпечити таку реконструкцію.

Якщо ж підприємство є майже збитковим, кошти на реконструкцію відсутні, то потрібно чітко визначитись з результативністю наявного обладнання та доцільністю його обслуговування. В разі більш доцільного ремонту треба оновити та підвищити кваліфікацію відповідних категорій працюючих. В разі ж, якщо на утримання обладнання витрачається більшість коштів, що воно «заробляє», більш доцільним є відмова від такого процесу або оренда аналогічного, але нового обладнання на інших підприємствах. Тобто, керівництво повинне чітко вирахувати, який з варіантів забезпечить найбільший прибуток або найменші витрати.

Для цього керівництву потрібно розвивати не стандартні підходи до оцінки системи управління підприємством, для формування стратегічних та тактичних рішень щодо наявних та очікуваних питань з метою недопущення формування вузького місця в самій підсистемі управління на вищому рівні.

К.е.н. Косар Н.С., Дікун О.А.
Національний університет «Львівська політехніка», Україна
ПРОЦЕСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
У РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ

Успішність реалізації маркетингового плану підприємства, особливо в умовах нестабільного ринкового середовища, значною мірою залежить від якості організації управління. Ефективним інструментом для комплексного вирішення складних ринкових завдань компанії є каскадування строкових маркетингових цілей в рамках процесного менеджменту компанії.

Ядром процесного менеджменту є система збалансованих бізнес-показників (BSC) як цілісна картина чисельних показників найвищого рівня, що описують результативність реалізації стратегії [1]. Здатність повною мірою каскадувати стратегію компанії, закладену в BSC, через систему ключових показників ефективності (KPIs) до кожного керівника та виконавця компанії обумовлює успішність досягнення цілей. Методики KPIs, запропоновані П. Друкером [2], вдосконалені в процесі тривалого успішного використання у провідних компаніях світу, довели свою дієвість. Ланкою, що пов'язує BSC та KPIs, є карта ключових ініціатив. Вона охоплює чотири базові розділи: фінанси, клієнти, бізнес-процеси та людський потенціал.

Розглянемо ключові аспекти цієї проблеми на прикладі регіональної компанії, яка вирішила реалізувати маркетингову стратегію охоплення національного ринку. Ця стратегія знайшла своє відображення в BSC компанії через сукупність ключових показників, поданих у табл. 1.

Таблиця 1. Таблиця ключових показників

Розділ	Ключові показники
Фінанси	Рентабельність, фінансова стійкість, частка ринку
Клієнти	Приріст клієнтської бази, лояльність клієнтів, повторні продажі, рівень обслуговування клієнтів
Бізнес-процеси	Управлінська ефективність, процедурна врегульованість філіальної мережі, якість корпоративних комунікацій
Людський потенціал	Повнота забезпечення кадрового ресурсу, відповідність кваліфікаційних вимог існуючим посадам, згуртованість та взаємодопомога команди

На практиці перелік показників BSC при реалізації складних маркетингових завдань може включати 25–30 пунктів. При цьому частка показників по таких розділах як фінанси, клієнти та людський потенціал організації становить 20%, а по розділу бізнес-процеси – 40% [3].

Для ілюстрації реалізації маркетингового плану вищезгаданої регіональної компанії, розглянемо каскадування розділу «Клієнти» через такі ключові ініціативи:

– охопити цільовою агентською кампанією реєстр потенційних ключових клієнтів з розбивкою по областях;

– розгорнути CRM (customer relationship management) – інструментарій компанії для забезпечення підтримки продажів та сервісу продуктів компанії в регіонах та формування лояльності нових клієнтів;

– встановити планові smart-показники повторних продажів для спеціалістів з продажу.

Побудуємо стратегічну карту Ключової ініціативи «Нарощення клієнтської бази» на 1000 нових клієнтів у десяти областях впродовж одного кварталу. Для виконання цього завдання, на підставі емпіричних даних, визначаємо необхідність покриття агентськими комунікаціями 5000 потенційно зацікавлених споживачів (по 500 у кожній області). Ця задача передбачає формування агентської мережі у кожній області чисельністю 10 сертифікованих агентів. Таким чином, задача каскадується до рівня ПкрБпр (підкорінного бізнес-процесу) «Навчання персоналу» підрозділу HR (human resources) по організації централізованого навчального процесу. Філійна мережа через процедури моніторингу та контролю отримає завдання забезпечити результативність роботи агентів з розрахунку – 40 нових запитів на покупку на тиждень. Грунтуючись на досвіді інших компаній, перша лінія підтримки CRM-систем має розгортатися до обсягу пропускну здатності потенційної кількості 12000 додаткових звернень на квартал та 2000 ескалацій звернень до консультантів у відділ первинних продажів. ПкрБпр «Продажі» формуватиме плани завантаження консультантів та їх чисельність, орієнтуючись на планові показники ескалацій, що призведе до збільшення кількості консультантів у відділі первинних продажів на 7 спеціалістів на чолі із супервайзером.

Підкорінні бізнес-процеси, задіяні у цій ключовій ініціативі розділу «Клієнти», грунтуючись на цих оцінках, формують свої бізнес-плани на подальші квартали та подають у фінансовий департамент планові показники витратних статей. ПкрБпр «Фінансова ефективність» робить співставлення витрат та доходів ключової ініціативи по нарощенню клієнтської бази та перевіряє її на відповідність нормативним показникам прибутковості, закладеним в BSC. У разі необхідності, використавши метод функціонально-вартісного аналізу бізнес-процесів, запропонований С. Ковальовим [4], відбувається коригування параметрів ініціативи та задіяння більш ефективних алгоритмів роботи агентів, наприклад, аутсорсинг або розгортання іміджевої рекламної підтримки в регіоні. Затрати на рекламну кампанію можуть бути розподілені пропорційно між кошторисами ключових ініціатив «Нарощення клієнтської бази» та «Лояльності клієнтів». Графічна інтерпретація стратегічної карти Ключової ініціативи «Нарощення клієнтської бази» зображена на рис. 1.

Ключові показники ефективності (KPIs) власників підкорінних бізнес-процесів, задіяних у ініціативі «Нарощення клієнтської бази», включають:

– розділ «Фінанси»: показники планових доходів; критерії дотримання бюджету витрат;

– розділ «Клієнти»: виконання плану по залученню нових клієнтів; індикатори задоволеності нових клієнтів;

- розділ «Бізнес-процеси»: індикатори ефективності підзвітних бізнес-процесів;
- розділ «Людський потенціал»: якість взаємодії спеціалістів у підрозділі.

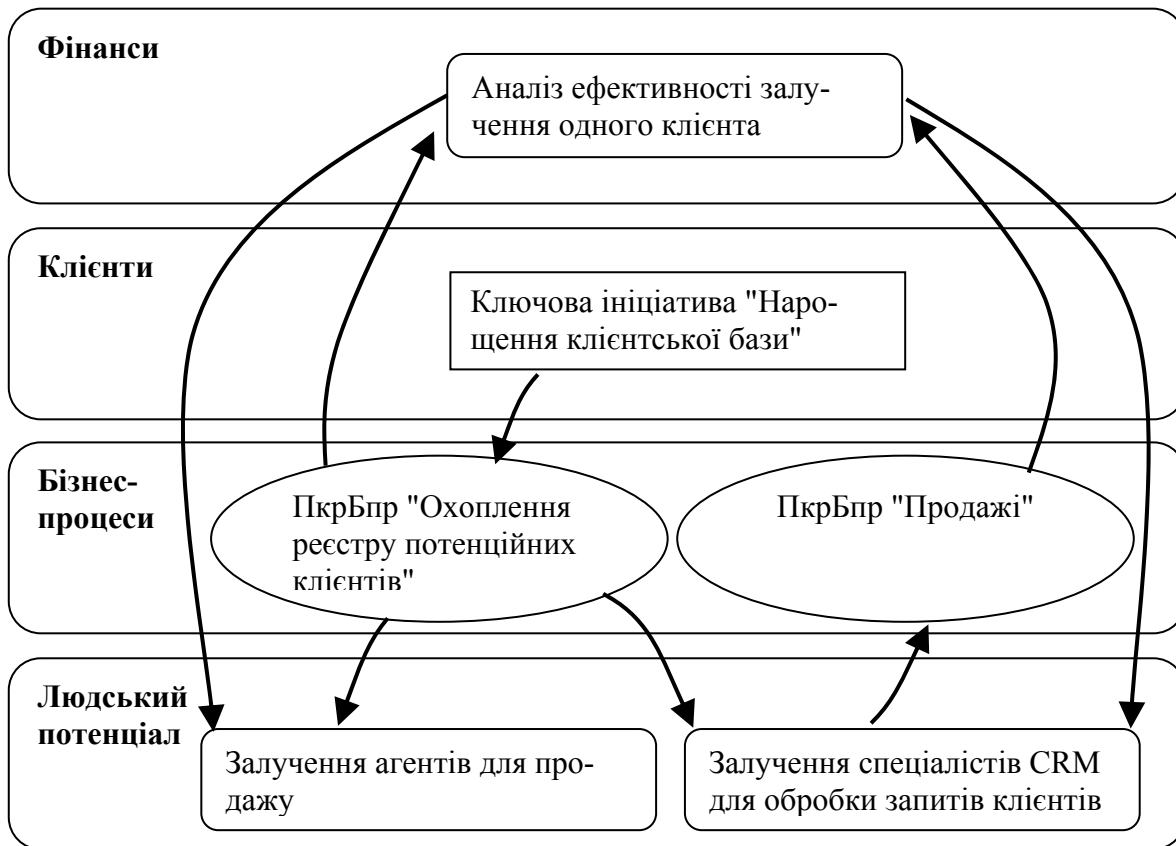


Рис. 1. Стратегічна карта Ключової ініціативи «Нарощення клієнтської бази»

Аналогічним чином відбувається каскадування цілей в рамках кожної іншої ключової стратегічної ініціативи.

Описаний вище алгоритм ілюструє як процесний менеджмент забезпечує інтеграцію KPIs підрозділів та співробітників підприємства у реалізації ринкової стратегії компанії та її маркетингового плану.

Список використаних джерел:

1. Каплан Роберт С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию: пер. с англ. / Р.С. Каплан, Д.П. Нортон. – М.: Олимп-Бизнес, 2000. – 304 с.
2. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента / П.Ф. Друкер. – М.: Вильямс, 2003. – 397 с.
3. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості: навч. посіб. / О.І. Момот. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 368 с.
4. Ковалев С.М. Секреты успешных предприятий: бизнес-процессы и организационная структура: практическое руководство / Ковалев С.М., Ковалев В.М. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: БИТЕК, 2010. – 287 с.

Ланова М.І.

Кіровоградський інститут комерції, Україна
**ДОСЛІДЖЕННЯ РИЗИКІВ ФІНАНСУВАННЯ
НА ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ АПК**

Ризики – неодмінна складова ділового життя, а управління ними – частина тієї масштабної роботи, яку будь-яке підприємство веде заради створення вартості. Управління фінансовими ризиками переробного підприємства є специфічною сферою фінансового менеджменту, яка останніми роками виділилася в особливу область знань – «ризик-менеджмент». Управління ризиками – одна з найважливіших областей сучасного управління, пов'язана із специфічною діяльністю менеджерів в умовах невизначеності, складного вибору варіантів управлінських дій [4, с. 348].

Процес управління фінансовими ризиками переробного підприємства включає чотири основні етапи: ідентифікацію, квантифікацію, мінімізацію та моніторинг.

Питаннями дослідження фінансових ризиків на підприємстві займаються такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені-економісти, як: Д. Муглер, Ж. Перар, М. Штейнер, І.Т. Балабанов, І.А. Бланк, М.С. Клапків, В.В. Ковалев, В.М. Шелудько, В.Я. Месель-Веселяк, П.Т. Саблук, Г.Г. Кірейцев, Л.О. Коваленко, О.Є. Чорна, М.Я. Дем'яненко, П.А. Стецюк та інші.

Мета статті – дослідження процедури дослідження сутності фінансових ризиків як невід'ємної складової процесу управління фінансовими ризиками переробного підприємства.

Система дослідження фінансових ризиків має функціонувати в двох основних напрямках (включати дві підсистеми):

1. Дослідження зовнішніх ризиків.
2. Дослідження фактичних ризиків підприємства [2, с. 126].

Перша складова має враховувати, відслідковувати та контролювати зовнішнє середовище по відношенню до підприємства.

До зовнішніх належать ризики, які виникають у зовнішньому щодо переробного підприємства АПК середовищі і безпосередньо не залежать від його діяльності. Це, перш за все, політичні, правові, соціальні та загальноекономічні ризики, що з'являються внаслідок загострення економічної кризи у країні, політичної нестабільності, війни, заборони на платежі за кордон, консолідації боргів, введення ембарго, відміни імпортних ліцензій, стихійного лиха (пожежі, повені, землетруси), приватизації, націоналізації, неадекватного правового регулювання тощо.

Вплив зовнішніх ризиків на результативність роботи будь-якого суб'єкта економічної діяльності винятково високий, управління цими ризиками найбільш складне, а іноді й неможливе. Тому особливо важливим є побудова системи контролю за зовнішніми ризиками переробного підприємства АПК, що можуть істотно погіршити його фінансовий стан.

Для більшості великих вітчизняних підприємств, на нашу думку, необхідним є створення спеціалізованих відділів з дослідження (моніторингу) ризиків,

адже перелік зовнішніх ризиків, що не є фінансовими, але можуть здійснити істотний вплив на діяльність підприємства досить широкий [3]:

- політично-правові – зміна діючих законодавчих і нормативно-правових актів у країні, зміна податкової політики, встановлення державних обмежень щодо ціни на готову продукцію тощо;

- загальноекономічні ризики – стрімке зростання рівня інфляції в країні, не виправдано високий рівень безробіття тощо;

- цінові ризики – зростання цін на сировину та матеріали;

- ринкові ризики – несприятлива кон'юнктура як на ринку сировини, так і на ринку готової продукції;

- регіонально-політичні ризики – погіршення політичних відносин з країнами-імпортерами готової продукції та експортерами сировини, обладнання, технологічних ліній тощо.

Основними задачами контролю зовнішнього середовища є:

- 1) моніторинг динаміки цін на сировину та необхідне для виробництва обладнання;

- 2) вивчення, аналіз та прогнозування динаміки валютних курсів;

- 3) аналіз ринкового середовища, моніторинг основних конкурентів підприємства;

- 4) детальне вивчення стану контрагентів та клієнтів підприємства з метою запобігання виникнення кредитного ризику, тобто ризику невиконання своїх зобов'язань.

Система контролю за внутрішніми ризиками на підприємстві має здійснювати перевірку відповідності фактичних ризиків цільовим та застосовувати адекватні заходи при виявленні невідповідності [1, с. 87].

Враховуючи процедуру з комплексного управління фінансовими ризиками переробного підприємства АПК система контролю внутрішніх ризиків має здійснювати:

- 1) постійний контроль за рівнем ліквідності та платоспроможності на підприємстві з урахуванням галузевих особливостей та внутрішніх потреб;

- 2) моніторинг фінансової стійкості – недопущення загрози банкрутству;

- 3) контроль за станом дебіторської заборгованості – аналіз динаміки простроченої заборгованості у загальній структурі;

- 4) попереднє оцінювання та прогнозування наслідків за операціями з використанням іноземної валюти, розробка методів мінімізації впливу валютного ризику на результати діяльності підприємства;

Таким чином, дослідивши методологічні та методичні аспекти управління фінансовими ризиками переробного підприємства АПК від стадії ідентифікації до стадії моніторингу можна зробити висновок про те, що цей процес є безперервним циклом.

Виходячи з цього, схема управління фінансовими ризиками переробного підприємства повинна мати наступний вигляд (рис. 1).

Отже, процес дослідження фінансових ризиків переробного підприємства АПК повинна включати дві підсистеми:

- дослідження зовнішніх ризиків;

- дослідження внутрішніх ризиків.

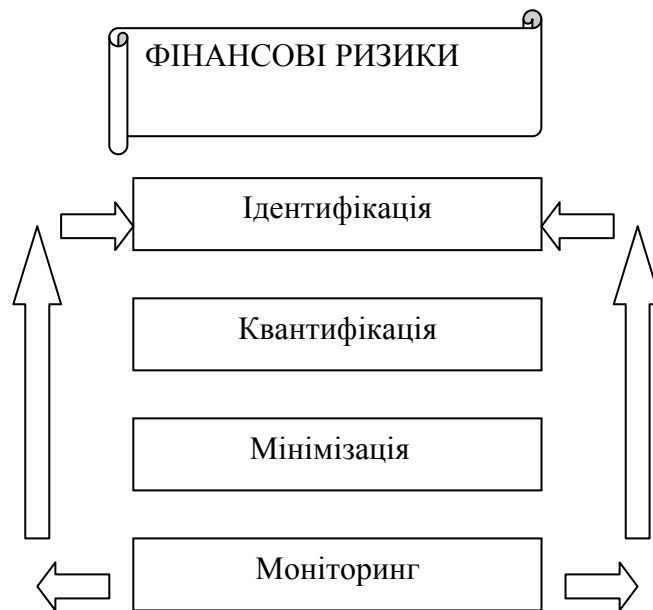


Рис. 1. Управління фінансовими ризиками на переробному підприємстві

Перша складова має враховувати, відслідковувати та контролювати зовнішнє середовище по відношенню до підприємства.

Система контролю за внутрішніми ризиками на підприємстві має здійснювати перевірку відповідності фактичних ризиків цільовим та застосовувати адекватні заходи при виявленні невідповідності.

Крім того, дослідивши методологічні та методичні аспекти управління фінансовими ризиками переробного підприємства АПК від стадії ідентифікації до стадії моніторингу можна зробити висновок про те, що цей процес є безперервним циклом.

Список використаних джерел:

1. Альгин А.П. Управление в ситуации риска: учеб.-метод. пособие / А.П. Альгин. – СПб., 2008. – 167 с.
2. Вітлінський В.В. Ризик у менеджменті / В.В. Вітлінський, С.І. Наконечний. – К.: Борисфен-М, 1996. – 336 с.
3. Вишнівська Б. Методи мінімізації фінансових ризиків / Б. Вишневська // Економіст. – 2007. – № 6. – С. 58–59.
4. Крамаренко Г.О. Фінансовий менеджмент: підручник / Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 520 с.

К.е.н. Лізогуб Р.П.

Донецький державний університет управління, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ УМОВ І ФАКТОРІВ НА ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Проблеми, пов'язані з формуванням цінової політики підприємств є об'єктом досліджень вчених у галузі економіки, менеджменту, маркетингу, підприємництва, фінансів, бухгалтерського обліку. Теоретичним і практичним аспектам політики ціноутворення, факторам, які здійснюють вплив на процес ціно-

утворення присвячено багато наукових досліджень. Формування досконалої ціни на підприємстві потребує професійного підходу до визначення та врахування всіх факторів, які є визначальними і впливають на рівень ціни.

На практиці підприємства приділяють недостатньо уваги ціноутворюючим факторам та недооцінюють важливість правильно встановленої ціни, та впливу цих факторів на динаміку збуту, тож є необхідність подальшого та більш глибокого розгляду цієї теми.

Фактори цінової політики доцільно вивчати у двох аспектах – зовнішні і внутрішні. Тобто розрізняють такі фактори залежно від можливості підприємства контролювати і впливати на дію цих факторів при формуванні ціни. До зовнішніх слід віднести фактори попиту, конкуренцію, державне регулювання, учасників каналів товароруку та ін. Фактори пропозиції є внутрішніми факторами.

Таких чинників досить багато, у більшості випадків вони не контрольовані підприємством. Одні з них сприяють зниженню цін, інші викликають зростання ціни. Ціноутворюючі чинники характеризують вплив маркетингового середовища на процес встановлення ціни в умовах підприємства.

Ціноутворюючі фактори це об'єктивно існуючі закономірності, обставини або умови, які у певний період часу суттєво впливають на рівень, динаміку, співвідношення цін.

Перш ніж розробити стратегію формування ціни й налагодити роботу системи ціноутворення, підприємство повинне проаналізувати всі фактори, що впливають на ухвалення рішення за цінами, дослідити цей процес встановлення ціни, визначити склад і структуру, а також величину впливу на ціну основних ціноутворюючих факторів.

Роль тих або інших факторів у процесі виготовлення продукції, формуванні й динаміці зміни ціни неоднозначна та залежить від конкретних умов впливу конкретного фактору на конкретну ціну. Так, ступінь впливу одного фактору на встановлення ціни на певний вид промислової продукції може бути незначним, тоді як ступінь впливу на інший вид буде помітна і може бути охарактеризована як висока. Проте, існують закономірності, що характеризують ступінь впливу окремих факторів і їхніх груп на процес ціноутворення у промисловому виробництві.

По своїй природі фактори, що впливають на ціни, досить різноманітні.

До основних внутрішніх факторів, що визначають рівень цін товаровиробників, належать: рівень витрат виробництва, особливості виробничого процесу, специфіка виробленої продукції (ступінь її обробки, унікальність, якість); доступність необхідних для виробництва ресурсів (трудових, фінансових, матеріальних); рівень організації виробництва, ступінь використання прогресивних методів виробництва й інші фактори. Внутрішні фактори мають внутрішній характер їх виникнення, вони легше піддаються виявленню, виміру, обліку. Проте, і в цьому аспекті діяльності існують певні складності.

Слід зазначити, що виникає ситуація, коли підприємство не може виміряти ступінь дії тих чи інших факторів, або існує ситуація коли фактори відсутні, тоді підприємство має ризик установаження необ'єктивної ціни на вироблену продукцію. Такі встановлені ціни будуть суб'єктивними. Об'єктивність встановленої ціни тим вище, чим точніше, повніше оцінка всіх факторів, які впливають на ціну.

Розподіл всіх факторів на внутрішні й зовнішні це лише верхній рівень стану системи ціноутворюючих факторів. Кожна із цих груп може мати свою класифікацію по ряду інших факторів за визначеними критеріями.

Фактори ціноутворення мають суттєві відмінності в залежності від місця, характеру виникнення, своїй специфіці, а також мають властивості динамічності, які полягають в їхній зміні в часі, а також зміні ступеня свого впливу на ціну, результатом чого і є цінові коливання.

Немаловажною властивістю факторів ціноутворення є їхній взаємний вплив або взаємна кореляція. Одні фактори можуть впливати на інші, причому як у бік збільшення, так і у бік зниження. При здійсненні ціноутворення на підприємстві та проведенні факторного аналізу ця властивість обов'язково враховується, в іншому разі, ігнорування взаємного впливу факторів може привести до невірних цінових рішень і неправильного встановлення ціни на продукцію. Якщо підвищення попиту в загальному випадку веде до підвищення ціни, то підвищення значення іншого фактору – пропозиції, приводить до зниження ціни. Сукупність різноманітного впливу різних факторів у підсумку і повинне дати кінцеве значення ціни.

Можна також сказати, що в реальності не існує абсолютно ефективної системи ціноутворення, установити ціну з точним урахуванням всіх факторів не представляється можливим. Але, крім об'єктивних причин неможливості встановлення правильної ціни – існують і приховані фактори, вимір яких неможливо здійснити. Серед них:

- відсутність процедур і методик встановлення і вимірювання чинності впливу тих або інших факторів;
- незадовільний рівень зв'язків в області збуту продукції й формування цін на етапі реалізації продукції;
- незадовільний рівень моніторингу ціноутворюючих факторів;
- недостатньо розроблена специфіка ціноутворюючих методів і підходів на підприємстві, що свідомо не враховують певні фактори;
- недостатній рівень кваліфікації фахівців, які задіяні у процесі ціноутворення.

Всі перелічені причини негативно впливають на встановлення остаточної ціни. Необхідно розробити комплекс заходів саме по цих проблемних аспектах, які повинні і здатні збільшити точність обліку і проведення аналізу ціноутворюючих факторів.

Крім обліку факторів важливо розглянути всі можливості впливу на ці фактори, через те, що деякими можна управляти. Як правило, це внутрішні фактори і вони залежать від менеджменту підприємства. На високому рівні розвитку підприємство здатне впливати і на деякі зовнішні фактори, однак, найчастіше лише непрямим способом. Так економічно і фінансово сильне підприємство здатне впливати на своїх конкурентів, тобто може впливати і на ряд факторів, що відносяться до факторів конкуренції. Підприємству необхідно постійно проводити дослідження щодо природи існування цих факторів впливу.

Отже, якісне ціноутворення залежить від грамотного й професійного управління факторами, від проведення аналізу і обліку факторів, які управлінню не піддаються.

Проводячи аналіз ціноутворюючих факторів, необхідно приділити особливу увагу їхнім основним властивостям: неоднорідності, динамічності, характеру виникнення, тому що основна складність у встановленні об'єктивного рівня ціни полягає в неможливості точної оцінки впливу всієї сукупності факторів і управління ними.

Першочергове завдання грамотного ціноутворення – ефективний облік факторів і управління тими з них, які піддаються управлінню.

Чітке уявлення підприємством своїх стратегічних цілей багато в чому полегшує процес ціноутворення. Ціна повинна формуватися виходячи з того, чого хоче отримати підприємство при реалізації товарної продукції з урахуванням перспективної ринкової ситуації і власних можливостей. Визначення чітких цілей в області збуту ціноутворення дозволить відповісти на запитання: «Якими підприємство хоче бачити свої ціни, наскільки вони будуть правильними?» У зв'язку з цим перед керівництвом підприємства стоїть велике і важке завдання – побачити перспективи обраної стратегії цін, правильно розробити цінову політику, встановити фактори впливу на ціни.

Литвин Ю.О.

*Інститут міжнародних відносин Київського національного університету
імені Тараса Шевченка, Україна*

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ МЕТОДІВ ГЕШТАЛЬТ-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Процес відходження сучасного маркетингу від класичних уявлень, сформульованих в середині ХХ століття Філіпом Котлером, почався в 80-х роках ХХ століття, а сьогодні сам Котлер у своїх останніх працях ставить під сумнів основи класичного маркетингу. Кожна людина має бажання, які з різних причин приховує від суспільства. Розпізнати їх непросто, в цьому стандартні кількісні і навіть якісні маркетингові дослідження не допоможуть. Практично 50% покупок здійснюються під впливом певних емоцій, імпульсивно.

Гештальт-маркетинг – це маркетинг, націлений на комунікації та задоволення потреб споживачів не на очевидному поверхневому рівні, а на рівні їх прихованих бажань; комплекс маркетингових інструментів, що знаходяться у тісній взаємодії з новітніми психологічними технологіями. Макс Вертгеймер, представник німецької психологічної школи, у ряді простих експериментів показав, що людина спочатку сприймає цілісні характеристики речей (Вертгеймер називав їх гештальтами, що з німецької мови – "образ"), а вже потім опускається до рівня деталей. При цьому сенс цілісності диктує зміст окремих деталей. В основу гештальт-маркетингу покладені як стандартні методи, так і ті, що притаманні лише йому: збір і аналіз якісної інформації, фокус-групи з експертними опитуваннями, де свідчення учасників дослідження не «сліпо» фіксуються, а

проходять перевірку на поліграфі, фоносемантика, психологічна корекція кольорів, використання електроенцефалограми при вивченні споживчої поведінки, метод «постановки» з ігротерапії для модулювання стереотипів споживацької поведінки, для розрахунку наступних маніпуляцій споживачем і багато інших психологічних технік.

Розглянемо основні методи гештальт-маркетингу, що застосовуються сьогодні в усіх постіндустріальних країнах і тільки починають застосовуватися в Україні. Використання «ефекту краю». Ефект полягає в тому, що людина звичайно краще пам'ятає події, що відбулися на початку і в кінці спостереження або діяльності, і легше забуває те, що відбувалося в середині. Так, товари, розташовані на початку і наприкінці, запам'ятовуються швидше, ніж ті, що знаходяться посередині полицки (враховується в рішеннях мерчандайзерів).

Фоносемантичні методи. Фоносемантика – наука, яка синтезує фонетику (за планом вираження), семантику (за планом змісту) і лексикологію (за сукупністю цих планів). Фоносемантичний аналіз назви власної компанії провести не складно, існує досить багато інтернет-ресурсів, на яких є безкоштовні програми, що дозволяють провести даний аналіз. У практичній діяльності відмінності в асоціаціях, викликаних звучанням найменувань брендів, виливаються у відмінності в рекламних бюджетах: питома вартість споживачів у 2000–2001 роках для бренду «Аквафреш» була в два рази більша, ніж для бренду «Колгейт» (бренди належать до однієї цінової групи, знаходяться на одному етапі розвитку і мають однакову кількість споживачів). Результати фоносемантичного аналізу показали, що «Аквафреш» сприймається національними споживачами як щось сумне, темне, страхітливе; а «Колгейт» як щось «стрімке». Враховуючи, що більшість національних споживачів лексичне значення цих брендів не розуміють в принципі («Aquafresh» – «освіжаюча вода», а «Colgate» є використанням як бренду прізвища Вільяма Колгейта (1783–1857), засновника миловарної фабрики, що поклала початок Colgate-Palmolive-Peet Company), такий неусвідомлений вплив є, разом зі сприйняттям упаковки, по суті основним критерієм при виборі споживача.

Метод комерційної корекції кольорів. Більшість людей – «візуали» (до 70%), тобто, сприймають в першу чергу зорову інформацію. Суть комерційної корекції в тому, що за соціальними параметрами людини можна прогнозувати її реакцію на ті чи інші поєднання кольорів. Метод комерційної корекції кольорів використовує не тільки ситуативне сприйняття кольору в залежності від поточних завдань і цільових установок респондентів, як робили Флехінгаус, Ербшлох і Люшер, але і враховує вікові, статеві, релігійно-психологічні та етнологічні аспекти неусвідомленого і раціоналізованого сприйняття кольорів. Застосовуючи метод, можна задати параметри та характеристики цільової аудиторії і отримати на виході основні кольори впливу. Одним із секретів успіху групи «Данон» є тотальне застосування комерційної корекції кольорів в період становлення брендів «Активія», «Данісімо» і «Віталінія» в Росії та Україні. Спочатку маркетологами «Данон» була виявлена ніша активних молодих людей, які проводять більшу частину дня в офісі. На той період часу їм ще ніхто не запропонував послугу з втамування легкого відчуття голоду близько 11:00 ранку. Торгова марка

«Данісімо» розробила упаковки синьо-червоного кольору, а саме синій і червоний кольори найбільш позитивно сприймаються двома цільовими групами – енергійними підлітками періоду статевого дозрівання і молодими людьми у постійному стресовому стані. В результаті колірні гама багато в чому забезпечила продукту швидке захоплення ринку. Один і той же колір представниками економ-сегмента і преміального класу сприймаються по-різному. До преміальних кольорів відносяться білий, чорний і сірий. Коли потрібно екстрено привернути увагу до чогось нового, існує тільки червоний колір, що ефективно працює як моментальний комунікатор, але підходить тільки для короткострокових акцій, для «вкидання» товару в свідомість споживачів.

Гештальт-маркетинг враховує теорію впливу неактуальної інформації на актуальну. Ця теорія більш ніж важлива в брендингу та просуванні і полягає у тому, що паралельно зі сприйняттям певної реклами чи товару ми отримуємо емоції та інформацію ззовні (людина дивиться рекламу з поганим настроєм або у неї проблеми на роботі), залежно від того, якими будуть емоції людини при перегляді реклами, таким і буде ефект. Неприємна емоція надходить в область несвідомого, а з часом при повторному перегляді з'являється неприємна асоціація, яка несвідомо прив'язується людиною до даної торгової марки. Отже, інструментарій гештальт-маркетингу в Україні ще не набув популярності, проте його ефективність доведена досвідом транснаціональних корпорацій.

К.э.н. Матющенко Н.С.

Сочинский государственный университет, Российская Федерация
**МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА УСЛУГ
ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ ОТДЫХА И РАЗВЛЕЧЕНИЙ**

К индустрии развлечений относятся предприятия, чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях – цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки, парки отдыха, кинотеатры, спорт залы, библиотеки, предприятия туризма, включая средства размещения туристов, зоны отдыха, исторические достопримечательности и др.

Целью является разработка теоретических и методических основ управления конкурентоспособностью организаций индустрии отдыха и развлечений в регионах туристско-рекреационной специализации. Учитывая многоплановый характер исследования, основное внимание уделяется экономико-организационному аспекту управления. Объектом исследования являются организации индустрии отдыха и развлечений на территории городов-курортов Краснодарского края. Предметом исследования является совокупность теоретических, методических и практических организационно-экономических вопросов управления конкурентоспособностью организаций индустрии отдыха и развлечений в регионах туристско-рекреационной специализации.

В качестве теоретической и методологической базы используются труды российских и зарубежных ученых и практиков в данной сфере, информационную базу составляют данные организаций индустрии отдыха и развлечений,

действующие нормативно-правовые акты РФ и Краснодарского края. Исходная информация для оценки конкурентоспособности объектов должна приводиться в сопоставимый вид по следующим факторам: 1) времени (время осуществления проектов или вложения инвестиций должно быть приведено к одному году при помощи коэффициентов); 2) качества объекта; 3) масштаба (объема) производства объекта; 4) освоенности объекта в производстве; 5) получения информации для принятия управленческого решения; 6) условия применения (эксплуатации) объекта; 7) инфляции; 8) риска и неопределенности.

Сопоставимость альтернативных вариантов по перечисленным 8 факторам обеспечивается, как правило, при обосновании технических, организационных или экономических мероприятий, направленных на улучшение частных показателей качества товара, его цены, качества сервиса, сферы потребления и других факторов конкурентоспособности объектов. В каждом конкретном случае альтернативные варианты управленческого решения по повышению (улучшению) частных показателей конкурентоспособности объектов могут отличаться не по всем факторам. Задача лица, принимающего решение, заключается в проведении комплексного анализа конкретных ситуаций с целью обеспечения сопоставимости по максимальному количеству факторов. Чем больше число правильно учтенных факторов, тем точнее расчеты.

Оценка конкурентоспособности обычно производится путем сопоставления параметров анализируемой продукции с параметрами базы сравнения. Сравнение проводится по группам технических и экономических параметров. И.М. Лифиц выделяет шесть особенностей оценки конкурентоспособности услуг: 1) объектом оценки конкурентоспособности услуг является деятельность организации сферы услуг; 2) оценка услуг связана с оценкой качества процесса обслуживания; 3) сам клиент оценивает качество и конкурентоспособность услуги на месте ее выполнения; 4) использование такого критерия конкурентоспособности услуги, как временная характеристика (сроки выполнения работы, время обслуживания); 5) применение специфических видов стандартов: основополагающие, на продукцию (услугу), на методы контроля, на процессы; 6) разовый характер ряда нематериальных услуг.

Таким образом, существуют проблемы в методике оценки и методах формирования конкурентоспособности организаций индустрии отдыха и развлечений. Большинство известных методик ориентируются на товары, а не на услуги. Не могут быть применены такие методы как инструментальный, структурирования функций качества, шесть сигма и некоторые другие. При этом достаточно показательны будут такие методы как дифференциальный, экспертный, маркетинговый, графический, аналитический, функционально-стоимостной, на основе анализа скорости старения критериев и функции желательности и т.д. Требуется, конечно, в рамках исследования провести их соответствующую модификацию с учетом выявленных особенностей объекта.

Для оценки конкурентоспособности организаций индустрии отдыха и развлечений необходимо использовать экспертно-социологический метод, т.е. опрос конечных потребителей услуг. Данный метод основан на отдельных органолептических оценках, т.е. использовании органов чувств человека, которые служат

приемником информации. С помощью этих методов определяются значения таких показателей качества, которые либо не могут быть оценены другими методами, либо определяются относительно приближенно. Оценка проводится по основным рыночным критериям конкурентоспособности организаций индустрии отдыха и развлечений, при этом анализ проводится отдельно по каждому сегменту спроса и, в общем, по всей совокупности полученных данных.

Одним из важнейших этапов разработки подхода к оценке конкурентоспособности любого объекта является выбор критериев, по которым проходит сравнительная оценка. В научной литературы существуют различные подходы к выделению критериев конкурентоспособности. И.М. Лифиц рассматривает следующие критерии: 1) уровень качества; 2) социальная адресность; 3) подлинность; 4) безопасность; 5) потребительская новизна; 6) имидж; 7) информативность; 8) цена потребления. Критерии 1-7 определяют потребительскую стоимость (ценность) товара (услуги), критерий 8 – его стоимость. В связи с этим критерии 1–7 он назвал ценностными, а критерий 8 – стоимостным. Мы выделяем следующие критерии оценки конкурентоспособности организаций индустрии отдыха и развлечений для местных жителей и туристов (см. табл. 1).

Таблица 1. Критерии оценки конкурентоспособности организаций индустрии отдыха и развлечений

Критерии оценки конкурентоспособности организаций индустрии отдыха и развлечений	
для местных жителей	для туристов
доля свободного времени, которую люди тратят на посещение организаций индустрии отдыха и развлечений	
частота посещений организаций индустрии отдыха и развлечений определенного вида	
основная цель посещения заведения развлекательного характера	
первоочередная причина выбора конкретного развлекательного заведения	
наличие желания чаще посещать заведения развлекательного характера	
причины посещения организаций индустрии отдыха и развлечений реже желаемого	
компания, с которой чаще всего посещаются развлекательные заведения	
предпочтения по форме оплаты дополнительных услуг	
оценка качества услуг посещаемых развлекательных заведений по группе факторов	
оценка недостатка или переизбытка предприятий развлечений	
причины прекращения посещения определенных развлекательных заведений	
средняя сумма на 1 человека потраченная, при посещении развлекательного заведения	
средняя сумма, потраченная в месяц на развлечения	сумма, потраченная туристом на развлечения за время пребывания на курорте (на 1 человека)
дни недели, наиболее удобные для посещения	доля средств, запланированная на траты на развлечения во время пребывания на курорте% (после оплаты основных расходов на проезд, проживание с питанием и лечением)
приверженность к одному и тому же месту развлечений	
наличие любимых организаций индустрии отдыха и развлечений	потрачены ли все деньги, которые взяли с собой и запланировали потратить на развлечения
основной источник финансирования расходов на развлечения	
количество свободного времени по дням недели	

Именно по этим факторам конкурентоспособности были составлены анкеты, предложенные местным жителям и туристам в г. Сочи, г. Анапе и г. Геленджике. Анкетирование наиболее подходит для изучения конкурентоспособности, т.к., во-первых, получения субъективной информации является главным критерием для составления оценочной структуры данного показателя, во-вторых, его можно провести в короткие сроки, в-третьих, результаты.

Совокупность – это любая группа людей, организаций, интересующих нас событий, относительно которых мы хотим сделать выводы, а случай, или объект, – любой элемент такой совокупности. Выборка – любая подгруппа совокупности случаев (объектов), выделенная для анализа. Репрезентативная выборка – это такая выборка, в которой все основные признаки генеральной совокупности, из которой извлечена данная выборка, представлены приблизительно в той же пропорции или с той же частотой, с которой данный признак выступает в этой генеральной совокупности.

Программные требования к выборке зависят от целей исследования и его гипотез. Качество выборки зависит от репрезентативности (меры подобия выборочной совокупности генеральной), численности выборочной совокупности. Объем выборки определяется аналитическими задачами исследования, а ее репрезентативность – целевой установкой программы. По мнению ряда авторов, в ходе исследования можно пренебречь репрезентативностью и произвести сплошное исследование.

Было использовано сплошное анкетирование всех местных жителей и туристов, которые встречались на пути интервьюеров. Единственным ограничением была доля анкет для каждого из 3 городов, которая определялась с учетом численности жителей и туристов в каждом из них. Кроме того, не опрашивались те лица, которые никогда не посещают какие-либо организации индустрии отдыха и развлечений, которых было очень мало.

Для проведения анкетного опроса необходима заранее разработанная анкета, называемая опросным инструментом. Ответы на вопросы анкеты, полученные от респондентов (работодателей), составляют рабочий материал, необходимый для реализации поставленных целей и решения поставленных задач. Существует два вида анкетных опросов. В первом случае респондент самостоятельно заполняет анкету, во втором – беседу с респондентом проводит интервьюер, который записывает все ответы на опросном листе или фиксирует их на аудиопленке. В зависимости от задач исследования предпочтение отдается первому или второму варианту анкетного опроса. В нашем исследовании опрашиваемые имели возможность сами выбрать более удобный для них вариант. В результате получен социографический материал для анализа организации индустрии отдыха и развлечений на курортах.

Чтобы экстраполировать результаты исследования, полученные от ограниченного числа лиц, на всю совокупность респондентов необходимо правильно определить тип выборки и ее объем. В этом случае выборка должна быть представительной – репрезентативной. Репрезентативность обозначает возможность делать выводы о всей совокупности опираясь на информацию о части совокупности. Доли групп респондентов, выделенные по социально-демографическим

и иным характеристикам, в выборочной совокупности и в генеральной совокупности должны быть равными. Выборочная совокупность – это упрощенная, уменьшенная в размерах модель генеральной совокупности. Выборочная модель должна точно повторять генеральную модель.

Статистическая методология исследования массовых явлений различает два способа наблюдения в зависимости от полноты охвата объекта: сплошное и несплошное. Разновидностью несплошного наблюдения является выборочное. Под выборочным наблюдением понимается такое несплошное наблюдение, при котором статистическому обследованию (наблюдению) подвергаются единицы совокупности, отобранные случайным образом. Выборочное наблюдение ставит перед собой задачу – по обследуемой части дать характеристику всей совокупности единиц при условии соблюдения всех правил и принципов проведения статистического наблюдения и научно организованной работы по отбору единиц. Совокупность отобранных для обследования единиц в статистике принято называть выборочной, а совокупность единиц, из которых производится отбор, – генеральной.

Выделяют 2 типа выборок, которые имеют разновидности: 1) вероятностные выборки: случайная, механическая (систематический отбор), стратифицированная (районированная), гнездовая, многоступенчатая (многофазная); 2) не вероятностные выборки: квотная, стихийная, метод основного массива, метод снежного кома. В вероятностных выборках каждый объект генеральной совокупности (респондент) имеет равные шансы (вероятность) попасть в выборочную совокупность. В не вероятностных выборках это условие не выполняется. Репрезентативной может быть как вероятностная, так и не вероятностная выборка.

Мы используем гнездовую выборку на основе случайной механической. Единицами гнездовой выборки являются не индивиды, а группы, гнезда, например, населенные пункты, районы. Единицы исследования здесь размещены компактно. Группы отбираются случайно (равновероятностно). Объекты, отобранные в группу, подлежат сплошному обследованию. Межгрупповая дисперсия здесь меньше, чем в стратифицированной выборке, а внутригрупповая не имеет значения, поскольку обследуются все единицы совокупности (группы). Невозможно рассчитать значение показателя отклонения выборочной средней от генеральной средней внутри этой группы.

Существует множество разнообразных методов анализа данных, применяемых маркетологами. Выбор того или иного метода анализа в первую очередь зависит от поставленных гипотез, т. е. вопросов, на которые мы хотим получить ответ. Гипотезы могут быть описательными и объяснительными. В первом случае необходимо сделать одномерный анализ – описать одну характеристику выборки в определенный момент времени. Во втором случае требуется многомерный анализ – установление взаимосвязей между двумя и более переменными с целью проверки причинных связей.

Выбор метода анализа зависит еще и от уровня измерения переменных: номинальный, ранговый, интервальный и метрический. Чем выше уровень шкалы, тем более сложные методы анализа данных можно применить. Так, для интервальных шкал применяется, например, регрессионный, факторный и клас-

терный анализ, а для номинальных шкал одномерные частотные распределения, таблицы сопряженности.

Посредством статистических методов анализа решается два основных класса задач: дескриптивной (описательной) статистики и индуктивной статистики. Первый класс задач состоит в описании распределения переменной–признака в выборочной совокупности. Методы дескриптивной статистики позволяют также устанавливать взаимосвязи между переменными. Задачей индуктивной статистики является нахождение свойств большой совокупности (генеральной), основываясь на знании характеристик выборочной совокупности. Исследователь пытается определить, соответствуют ли закономерности, полученные на выборочной совокупности, закономерностям генеральной совокупности.

Анкетирование – это метод сбора данных, используемый в рамках конкретного социального исследования, предполагающий обработку результатов. В настоящее время на рынке представлены некоторые автоматизированные системы, предназначенные для обработки анкетных данных. К основным из них относятся: DigSee SURE, ИВА. Это позволило в короткие сроки и без дополнительных затрат получить результаты исследования. Кроме этого, для работы использовался удобный графический анализ в виде диаграмм и гистограмм, что сделало результаты более наглядными и воспринимаемыми.

В результате исследования разработана система показателей, характеризующих развитие рынка услуг индустрии отдыха и развлечений, методика исследования конкурентоспособности организаций индустрии отдыха и развлечений в регионах туристско-рекреационной специализации, получены данные о структуре спроса и предложения на рынке услуг организаций индустрии отдыха и развлечений на территории городов-курортов Краснодарского края.

Экономическая значимость работы заключается в повышении качества принимаемых решений по управлению организациями индустрии отдыха и развлечений на территории городов-курортов Краснодарского края. Результаты позволят продолжить исследования в данной области основываясь на уже разработанных и научно-обоснованных методах. Значительно расширяют представление об объекте исследования и концептуальные основы управления конкурентоспособностью организаций индустрии отдыха и развлечений.

Теоретические результаты могут использоваться в научных исследованиях, проведении дипломного проектирования. Практическое применение возможно при разработке государственной и муниципальной политики по развития рынка услуг организаций индустрии отдыха и развлечений, а также в деятельности отдельных организаций этой сферы.

Обельницька Х.В.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

ПЕРЕДУМОВИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНИМИ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ

Впродовж останнього десятиліття ХХ ст. на енергетичних ринках відбулися істотні зміни, що представили можливості розвитку галузей нафтогазового комплексу багатьох країн світу.

В Україні відбувається становлення та розвиток корпоративного сектора економіки на базі розбудови вітчизняної ринкової економічної системи в декілька етапів:

1) на першому етапі – за рахунок здійснення приватизації;

2) на другому етапі – із застосування корпоративних стратегій злиття чи поглинання.

Нафтогазовий комплекс України відноситься до домінуючих складових стратегічного промислового потенціалу, адже країна володіє значними запасами та потенційними ресурсами нафти й природного газу. За даними офіційного сайту НАК «Нафтогаз України» потенційні ресурси природного газу в Україні складають 5,4 трлн. м³, газового конденсату – понад 400 млн. тонн, нафти – 850 млн. тонн. НАК «Нафтогаз України» виробляє восьму частину валового внутрішнього продукту України і забезпечує десяту частину надходжень до Державного бюджету. Загальна кількість працюючих на її підприємствах складає 170 тис. осіб, що становить близько 1% працездатного населення країни. За обсягами споживання природного газу Україна займає 5-те місце у світі, поступаючись Німеччині, Росії, США та Японії, а за його витратами на одержання зіставлених обсягів внутрішнього валового продукту взагалі є світовим лідером. Підприємствами НАК «Нафтогаз України» експлуатуються 236 газових, нафтових, газоконденсатних і нафтогазоконденсатних родовищ. Значна частина з них знаходиться на завершальній стадії розробки і характеризується ускладненими геологічними і технологічними умовами експлуатації. Україна має розвинену газотранспортну систему (ГТС), яка включає 38,2 тис. км газопроводів, в тому числі 14 тис. км діаметром 1020–1420 мм, 73 компресорні станції (110 компресорних цехів) загальною потужністю 5400 МВт, 13 підземних сховищ газу. Потужність ГТС на вході складає 288 млрд. м³ природного газу, а на виході – 178,5 млрд. м³, в тому числі 142,5 млрд. м³ – до країн Західної та Центральної Європи. Територією України до європейських країн подається понад 80% російського природного газу.

Саме у нафтогазовому комплексі найефективнішим напрямом об'єднання підприємств є створення єдиної вертикально інтегрованої структури, що має значні переваги функціонування для підприємств і фірм спеціалізованого типу.

Процес вертикальної інтеграції передбачає діяльність від розвідки та видобутку нафти чи газу до їх перероблення і реалізації покупцю. Саме тому значна частка процесів корпоратизації відбувається на підприємствах нафтогазового комплексу. Завдяки чому виникає потреба у застосуванні дієвої системи корпо-

ративного управління у цій ділянці української економіки. Адже глобальний розвиток бізнес-середовища відкриває нові перспективи для учасників ринку.

В Україні на сучасному етапі налічується більше 40 тисяч акціонерних компаній, 90% з них створені в процесі реформування відносин власності. Зайнявши домінуючу роль за обсягом промислової продукції, вони не реалізували потенційні переваги акціонерної форми власності. Переважна більшість із них має високий рівень зносу основних засобів і потребує технічного переозброєння, удосконалення технологій та підвищення рівня корпоративного управління. Таким чином, виникає необхідність розробки наукових засад щодо пошуку шляхів ефективного використання, залучення, контролю і в цілому управління фінансами корпорацій нафтогазового комплексу.

Адже, ефективність потенційного функціонування нафтогазової галузі не висока, що пов'язано з наступними причинами: високий рівень монополізації газового ринку з боку держави; відсутність значних незалежних компаній на газовому ринку України і відповідних механізмів конкуренції; залежність газового ринку України від зовнішніх політичних факторів, зокрема політики Росії; висока енергоємність виробництва; недостатня спроможність своєчасних розрахунків за постачання і споживання газу серед підприємств та населення. Важливою проблемою забезпечення сталого функціонування нафтогазової галузі є удосконалення газотранспортної та газорозподільчої системи. Згадані проблеми функціонування підприємств нафтогазового комплексу потребують негайного впровадження ефективних управлінських впроваджень щодо здійснення їхньої корпоративної діяльності, що і визначає актуальність дослідження даної проблеми.

Теоретичні і практичні аспекти проблеми управління корпоративними фінансами висвітлені в працях таких зарубіжних вчених як: В. Бочаров, Є. Бріггем, Ван Хорн Дж., А. Гроппелі, І. Івашковська, Є. Нікбахт, Л. Павлова, Буш Д., Джонсон Д., Р. Холт, А. Шеремет, а також у працях таких вітчизняних економістів як: В. Гриньова, Ю. Іванов, В. Пономаренко, О. Пушкар, О. Тридід, Л. Українська, В. Шинкаренко та ін. Теоретичні та методологічні засади формування стратегії управління фінансовими потоками нафтогазового комплексу були розроблені в роботах Ю. Колбушкіна, проблеми формування і аналізу витрат підприємств нафтогазової галузі розглядалися в статтях М. Данилюка, В. Лесюка, А. Пчелинцева.

Із зарубіжного досвіду відомо що, між транснаціональними нафтовими корпораціями і урядами нафтовидобувних країн, державними і приватними компаніями європейських країн на концесійних умовах утворено успішні компанії.

Результатом розвитку інтеграційного процесу в нафтовому бізнесі Л.Г. Квасній виділив появу інтегрованих компаній двох типів:

- Компанії інтегровані за фінансовою ознакою – холдинги, здійснюють невиробничу діяльність, а контроль над компаніями і філіями;
- Виробничі інтегровані компанії, що здійснюють розвідку, видобуток, транспортування, перероблення нафти і газу та їх реалізація.

Але суто виробничих компаній уже практично не існує, вони тією чи іншою мірою перетворенні на фінансові корпорації.

Як зазначає Л.О. Птащенко, виникають наступні проблеми, які характерні для вітчизняного корпоративного сектора, спричинені трансформаційними процесами, розвитком законодавчої бази, характерними рисами української економіки. Це, зокрема:

- невеликий досвід функціонування ринку цінних паперів;
- проблеми та нерегульованість деяких питань, суперечності окремих нормативно-правових актів;
- велике розмаїття галузевої та територіальної специфіки акціонерних товариств;
- недостатність розвитку консалтингових послуг;
- старі структури управління у багатьох товариствах;
- відсутність професіоналів високого класу;
- відсутність єдиної інформаційної системи вторинного ринку;
- недостатня кількість методичних матеріалів, що стосується роботи акціонерних товариств на ринку цінних паперів.

Тому на даному етапі дослідження передумов управління корпоративними фінансами доцільно було б визначити сучасні підходи до визначення ролі та місця фінансів у корпорації, які характерні тим, що їх прибічники розглядають фінанси як систему грошових відносин, які опосередковують кругообіг основного та оборотного капіталу, утворення й використання прибутку, амортизаційного, резервного та інших фондів, взаємовідносини, що виникають всередині корпорації між її підрозділами, з ринком фондових цінностей, а також фінансово-кредитною системою. Така багатомірність фінансів корпорації охоплює максимальною мірою сукупність можливих відносин, пов'язаних з формуванням і використанням фінансових ресурсів.

Зокрема, у вітчизняних джерелах часто замість фінансів корпорацій характеризуються фінанси підприємств (об'єднань), що визначаються як відносини розподілення, безпосередньо пов'язані з формуванням і використанням різноманітних економічних прийомів для досягнення максимального добробуту фірми або загальної вартості капіталу, вкладеного у справу.

Отже, варто сконцентрувати увагу на знаходженні шляхів залучення, ефективного використання і, в цілому, свідомого управління фінансами вітчизняних корпорацій нафтогазового комплексу, що в свою чергу зумовлює необхідність широкого використання у вітчизняній практиці корпоративного управління теоретичних основ фінансового менеджменту.

Зокрема, доцільно визначити етапи розробки фінансової стратегії корпорації, яка ґрунтується на виборі довгострокових задач із залучення, використання і контролю за фінансовими ресурсами, а саме: аналіз структури основного та оборотного капіталу, інвестиційних ресурсів, визначення структури джерел фінансування, управління активами і пасивами, фінансовими ризиками, визначення дивідендної політики, перевірка очікуваних результатів на відповідність цілям. Практична реалізація концепції управління корпоративними фінансами, орієнтованої на зростання ринкової вартості корпорації, передбачає використання показників ринкової вартості й динаміки курсів цінних паперів.

Пісоцький А.А.

Полтавська державна аграрна академія, Україна

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Головною умовою відтворення виробничого потенціалу та забезпечення економічного зростання аграрного виробництва, досягнення сталого розвитку аграрних підприємств і сільських територій є створення системи механізмів їх економічного регулювання як на регіональному, так і на загальнодержавному рівнях.

Економічний механізм аграрного виробництва характеризується певними чинниками впливу на діяльність сільськогосподарських підприємств. Основними з них є попит на продукцію та сировину на внутрішньому і зовнішніх ринках, механізм ціноутворення, наявність або відсутність державної підтримки товаровиробників, ступінь концентрації виробництва та її спеціалізація, рівень розвитку інфраструктури аграрного ринку тощо.

Проблема організації ефективного виробництва аграрної продукції в Україні полягає у тому, що за часів адміністративного управління економікою завдання створити ринкове середовище з притаманними йому законами вартості, рівноваги попиту і пропозиції та конкуренції просто не ставилося. На сучасному етапі відчуваються проблеми щодо ефективного формування й використання ресурсів у процесі виробництва продукції. Так, основні засоби сільськогосподарських підприємств Полтавської області мають високий ступінь зносу, більшість суб'єктів господарювання не мають змоги забезпечити оновлення техніко-технологічної бази виробництва через фінансово-кредитні механізми, подорожчання посівних і пально-мастильних матеріалів призводить до зростання собівартості виробництва й реалізації сільськогосподарської продукції при невідповідності державним закупівельним цінам. Система управління аграрним сектором Полтавської області потребує удосконалення та реорганізації організаційної структури, а персонал – постійного підвищення кваліфікації. Фінансові активи суб'єктів господарювання аграрної сфери регіону носять обмежений характер через відсутність власних оборотних коштів та неможливість доступу до кредитних ресурсів.

За даними Головного управління статистики у Полтавській області в 2010 році загальне виробництво продукції сільського господарства в області порівняно з 2006 роком збільшилося на 2,6%, у тому числі в сільськогосподарських підприємствах – на 14,8%, у той час, як у господарствах населення знизилося на 8,3%. Проте, порівняно з попереднім роком, виробництво валової продукції сільського господарства значно зменшилось, передусім у сільськогосподарських підприємствах (за винятком виробництва продукції тваринництва). Тобто, незважаючи на ріст аграрного виробництва протягом 2006–2009 рр., який був зумовлений переважно збільшенням виробництва у сільськогосподарських підприємствах, у 2010 році обсяги виробництва продукції зменшилися, що відбулося внаслідок зменшення виробництва в тих же аграрних підприємствах.

Виробництво продукції рослинництва у 2010 р., порівняно з 2006 р. зросло на 7,5%, у тому числі у сільськогосподарських підприємствах – на 13,7%, у господарствах населення – на 1,3%. У розрізі окремих видів продукції найвідчутніше зросло виробництво плодів, зернових і технічних культур.

Ефективність ринкової системи господарювання в аграрній сфері залежить від активної регулюючої функції держави та продукування нею економічних умов для розвитку виробництва в підприємницьких структурах. З огляду на це, ефективність функціонування агроекономічної системи залежить від раціонального вирішення питань розвитку аграрної економіки на мікрорівні.

Розробку та реалізацію державної політики розвитку аграрного виробництва забезпечують органи державної виконавчої влади відповідно до своєї компетенції й повноважень у взаємодії з підприємницькими структурами, об'єднаннями підприємців, громадськими організаціями та спілками, фінансово-кредитними установами. Слід підкреслити, що в ефективному розвитку аграрного виробництва, насамперед, зацікавлений регіон. По-перше, значна частка цього сектора економіки орієнтована на регіональний ринок. По-друге, збільшення кількості та ефективності діяльності суб'єктів аграрного підприємництва сприятиме створенню нових робочих місць, тим самим полегшуючи проблему безробіття в сільській місцевості. По-третє, пропорційно росту кількості підприємств та їх ефективності, зі збільшенням обсягів виробництва зростають податкові надходження до місцевих бюджетів. Регіональна політика управління розвитком аграрного бізнесу виходить із того, що основні функції управління переносяться на регіональний та місцевий рівні.

Державна підтримка розвитку аграрного підприємництва на регіональному рівні є науковим інструментом довготермінового прогнозування, індикативного планування, засобом вирішення регіональних, державних та міжрайонних проблем. При цьому головний управлінський акцент повинен бути спрямований на розвиток інфраструктури, системи управління сільськогосподарських виробництвом, місцевою переробною промисловістю, сферою послуг, а також ефективним використанням місцевих ресурсів.

Проведене дослідження сучасного стану сільськогосподарського виробництва в Полтавській області свідчить про зміни обсягів діяльності суб'єктів господарювання аграрної сфери, що зумовлено ринковою кон'юнктурою. Економічні відносини в агропромисловому комплексі мають нестабільний характер взаємодії між суб'єктами виробництва та іншими контрагентами, включаючи державні органи різного рівня управління, що вимагає необхідності удосконалення механізму підтримки розвитку аграрних підприємств.

К.э.н. Смирнов В.П.

*Владивостокский филиал Российской таможенной академии,
Российская Федерация*

ВЫЯВЛЕНИЕ СУЩНОСТИ И СОДЕРЖАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Специалисты отмечают, что экономический прогресс в современном обществе все в большей степени зависит от предпринимательства, хотя в науке до сих пор не сложилось общепризнанного его понимания. По нашему мнению, при выявлении сущности и содержания предпринимательства в научных исследованиях следует учитывать, с одной стороны, условия перехода человечества на рубеже двадцатого и двадцать первого столетий к экономике нового типа, с другой стороны, установившиеся к настоящему времени стандарты научного познания.

Новую экономику отличают следующие черты:

- глобальный характер протекающих процессов;
- усиление неравномерности развития стран, регионов, территорий;
- превращение финансовых факторов в главные, доминирующие факторы развития;
- становление инновационной экономики;
- информатизация всех сфер деятельности;
- интеллектуализация экономики (рост значения умственной (творческой) человеческой деятельности);
- усложнение собственности по структуре (иерархизация) и организации (сетевизация), возникновение новых ее форм, субъектов и объектов, в том числе, невещественных;
- изменение характера доходообразования, в ходе которого основными доходами становятся разновидности ренты (в том числе, глобальной интеллектуальной и финансовой) и процента;
- повышение управляемости экономики, возрастание роли менеджеров-управленцев;
- виртуализация экономики (сопровождающаяся появлением виртуальных экономических благ, виртуальных производств, виртуальных денег, виртуального капитала, виртуальной валюты, виртуальных корпораций, виртуальных банков).

На современном постнеклассическом этапе развития науки в исследовании предпринимательства и в разработке его теории должны использоваться соответствующие теоретико-методологические установки, формирующиеся стандарты научного познания, позволяющие выявить определяющие стороны изучаемого объекта. В изучении предпринимательства должны учитываться существенные сдвиги, происходящие в последние десятилетия в сфере общенаучного познания.

При переходе к постиндустриальной стадии развития общества и к формированию инновационной экономики, базирующейся на знаниях, рынок претерпевает качественные изменения. Они состоят в том, что объектами торговли становятся неосязаемые продукты. Сначала это происходит с услугами, затем – с долговыми обязательствами, позднее – с правами, а в настоящее время – со знаниями [3]. Неосязаемые продукты (услуги, долговые обязательства, права и

знания) охватываются понятием «информация», их продажа и покупка происходит на рынках информации, а в создании участвует приводимый в действие предпринимателями неосвязаемый интеллектуальный капитал.

Одновременно с расширением рынков изменяется структура процесса создания благ. Специалисты в области теории организации отмечают, что если в индустриальной экономике элементарной структурной единицей организации является технологическая (функциональная) операция, основанная на разделении труда с последующим кооперированием работников, то в современной экономике – это бизнес-процесс, имеющий своего конечного потребителя либо внутри компании, либо за ее пределами [1; 4]. Труд передает капиталу свою роль ведущего экономического ресурса.

Расширение рынков и развитие структуры производственного процесса обеспечивается совершенствованием применяемого предпринимателями капитала – средства, участвующего в создании благ и приносящего владельцу поток дохода. В постиндустриальной экономике капитал обретает разнообразные формы. Наряду с вещественным, экономическим, финансовым капиталом важную роль начинают играть интеллектуальный, человеческий, социальный, информационный, венчурный, репутационный, публицитный, административный, политический, символический, технологический капитал. У различных форм капитала общими ключевыми признаками являются следующие: соединение факторов производства (живого и овеществленного труда), производительное потребление, генерирование стоимости, непрерывность воспроизводства. По современным представлениям капитал может принимать различные формы, оставаясь стоимостью, приносящей новую, добавочную стоимость.

По нашему мнению, глубинной причиной расширения рынков, изменения структуры производственного процесса, прогресса экономики и общества является осуществляемая предпринимателями экспансия капитала. Предприниматели обнаруживают и разрешают противоречия между потребностями в новых экономических благах и отсутствием капитала для их производства и реализации. В развивающейся рыночной экономике все элементы предпринимательской деятельности (ресурсы, факторы, условия, формы, методы, средства, результаты) со временем капитализируются, включаются в процессы создания или перераспределения добавленной стоимости и начинают приносить их правообладателям потоки дохода, то есть, превращаются в капитал. Предпринимательским доходом от рационального использования различных форм капитала наряду с традиционной прибылью становятся различные формы процента и ренты.

Таким образом, предпринимательством является активность субъектов экономики, направленная на получение различных форм предпринимательского дохода посредством создания нового капитала, трансформации (изменения формы, направлений, способов применения) или иного повышения продуктивности ранее созданного капитала. В генерировании капитала, в повышении его продуктивности, в превращении в капитал всех элементов экономической деятельности, в разрешении глубинных экономических противоречий (между новыми потребностями и отсутствием капитала для их удовлетворения) и состоит, по нашему мнению, сущность предпринимательства.

Предпринимательство является частью бизнеса как более широкого понятия. Бизнес, по нашему мнению, это любая активность экономических субъектов, направленная на получение дохода от рыночных сделок. Это и разрешение проблем по созданию нового или трансформации существующего капитала, и решение задач по эффективному использованию производственных факторов.

Предпринимательство имеет сложную структуру. Это деятельность, форма производства, процесс, явление, система хозяйствования, способность [2]. И на каждом структурном уровне проявляются черты сущности предпринимательства. Как деятельность это инициативная, самостоятельная хозяйственная активность граждан (объединений граждан), осуществляемая под свою ответственность и на свой риск, направленная на решение проблем превращения ресурсов, факторов, условий, форм, методов, средств и результатов экономического процесса в новый или измененный капитал. Как форма производства – это преобразование производственных ресурсов сначала в новый или измененный капитал, а затем в новые экономические блага. Как процесс – это совокупность последовательных действий по генерированию нового или преобразованию существующего капитала, удовлетворению на этой основе постоянно растущих потребностей субъектов экономики и получению дохода. Как явление – это совокупность отношений (экономических, социальных, организационных, личностных и других), связанных с решением проблем по организации предпринимателями своего дела, созданию нового капитала, производству товаров (выполнению работ, оказанию услуг) и получению желаемого результата в виде прибыли (дохода). Поскольку для решения проблем люди создают системы, постольку предпринимательство как способ решения проблем – это экономическая система, система хозяйствования на инициативной рискованной основе. Предпринимательство как способность – это врожденный или сформированный, используемый в решении экономических проблем дар творить, видеть возможность там, где другие видят только хаос, противоречия и путаницу, делать все для снижения вероятности неудачи, брать на себя рассчитанный риск как личный, так и финансовый, создавать предпринимательские или рискованные команды, получать прибыль за счет арбитражных сделок.

Должно быть уточнено и определение предпринимателя. Предприниматель – это энергичный, инициативный, ответственный экономический субъект, обладающий способностью решать экономические проблемы, принимать новаторские решения, генерировать новые производственные и коммерческие идеи и оценивать их перспективность, оперативно оценивать рыночную конъюнктуру и инновации с точки зрения целей деятельности, создавать новый или трансформировать существующий капитал, идти на риск, не бояться ответственности, оперативно анализировать информацию.

На основе определения сущности предпринимательства появляется возможность определить его содержание. Содержание предпринимательства раскрывается в предпринимательской деятельности. Предпринимательской в рыночных условиях является продуктивная (в отдельных случаях ею может быть и репродуктивная) экономическая деятельность, ведущаяся самостоятельно, на свой риск, направленная на получение предпринимательского дохода посредст-

вом создания нового капитала, трансформации или повышения продуктивности ранее созданного капитала. К содержательным характеристикам предпринимательской деятельности относятся ее признаки, особенности, принципы, ресурсы, факторы, условия, нормы, структуры.

Как и любая другая человеческая деятельность, предпринимательская деятельность имеет сложное, многоуровневое строение. В ней можно выделить логическую, процессную и временную структуры. При изучении логической структуры предпринимательской деятельности используется философское понимание субъекта, объекта, предмета, форм, средств, методов и результата деятельности, связей между ними. На процессном уровне компонентами структуры предпринимательской деятельности выступают потребности, мотив, цель, задачи, технология (формы, методы и средства деятельности), действие, результат, взаимодействия. Во временной (проектной) структуре предпринимательской деятельности выделяются фазы, состоящие из стадий, делящихся, в свою очередь, на этапы.

Предпринимательская деятельность, организованная с учетом ее сущности и содержания, разрешает комплекс противоречий экономического развития, изменяет экономическую среду, расширяет производственные возможности общества, видоизменяет действие ряда экономических принципов, законов и закономерностей.

Список использованных источников:

1. Акулов В.Б. Теория организации: учеб. пособ. / В.Б. Акулов, М.Н. Рудаков. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2002. – 182 с.
2. Генералов В.В. Предпринимательство: проблемы и методы систематизации знаний / В.В. Генералов, М.В. Лычагин. – Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, НГУ, 2004. – 78 с.
3. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / под ред. Б.З. Мильнера. – М.: Инфра-М, 2010. – 624 с.
4. Логинов К.В. Теория и методология процессного управления промышленным предприятием: автореф. дис. ... докт. экон. наук. – СПб., 2009. – 39 с.

Сорокин Д.В.

ООО «Галактика», Российская Федерация

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Главными целями предприятия в современных рыночных условиях является повышение эффективности производства, исполнение обязательств в срок, повышение эффективности предприятия, привлечение новых клиентов и завоевание новых рынков – как отечественных, так и зарубежных – и, как следствие, увеличение прибыли. Для того чтобы все цели были максимально реализованы необходимо эффективное управление предприятием. Под управлением предприятием понимается, прежде всего, инновационные подходы в менеджменте, позволяющие работать на порядок результативнее.

Научно обоснованное формирование систем управления предприятием – актуальная задача современного этапа адаптации хозяйствующих субъектов к рыночной экономике. В новых условиях необходимо широко использовать

принципы и методы проектирования организации управления на основе системного подхода.

В условиях обеспечения выживаемости современных предприятий, экономическая политика определяется: ценами на товары, тарифами на предоставленные услуги, затратами на функционирование компаний путем приспособления его организационной структуры, где затраты на систему управления предприятием были бы возможно более низкими и эффективными, чтобы соответствовать принципам долгосрочной стратегии повышения конкурентоспособности. В условиях жесткой ограниченности финансовых ресурсов повышается значимость создания инновационной системы управления предприятием, позволяющей повысить эффективность всей деятельности предприятия.

Управленческие инновации, как правило, мотивируются внешними условиями конкурентной среды организации, однако редко осознается их важность для развития предприятия самим руководством.

Для эффективного применения инноваций в деятельности любых предприятий необходимо выработать эффективный механизм управления инновациями на уровне предприятия. В функции управления инновациями включены: формирование программ и целей, прогнозы результатов инновационной деятельности, контроль за изменениями в области инноваций [1].

Для успешного включения в процесс управления предприятием инновационной составляющей необходимо учитывать особенности процесса управления предприятием.

Как правило, процессы управления предприятием очень многообразны, многомерны и имеют сложную структуру (состоят из большого числа стадий и фаз). В общем смысле процесс управления состоит из общих функций управления, которые объединяются в циклы управления (рис. 1).

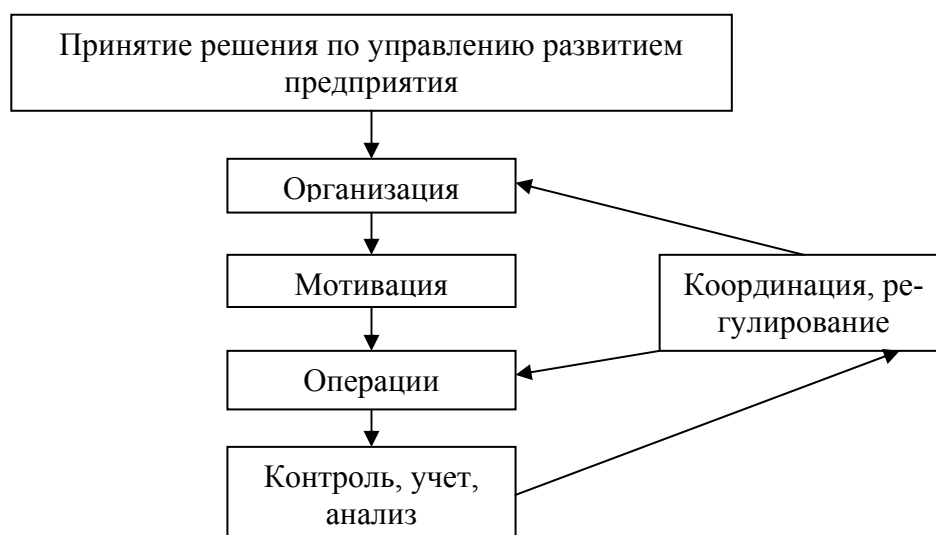


Рис. 1. Цикл процесса управления предприятием

Из приведенной схемы видно, что в основе процесса управления предприятием стоит принятие решения по управлению развитием предприятия, то есть, для того, что бы запустить весь процесс управления предприятием необходимо осознание руководством предприятия необходимости принятия управ-

ленческих решений, либо по внедрению инноваций, либо по совершенствованию управления персоналом и т.д. Как показывает практика, принятие решений по управлению предприятием свойственно компетентным руководителям предприятий. Поэтому во главу процесса управления предприятием мы ставим компетентность руководящего состава предприятия. Затем следует организация процесса управления, которая требует грамотного подхода и определение тактики прохождения последующих этапов процесса управления предприятием. Далее необходимо мотивировать персонал на осуществление последующих операций управления, завершающим этапом цикла управления является контроль в процессе которого осуществляется сверка полученного эффекта и результатов управления с планируемыми. При этом, весь процесс управления следует координировать и регулировать.

Вышеописанные особенности всех этапов цикла управления предприятием позволили особую роль во всем процессе управления предприятием отвести компетентности руководителя предприятия. Рассмотрим понятие «компетентность» более детально. Отечественные ученые, анализируя проблему компетентности, также раскрывают содержание этого понятия через призму деятельности. Вероятно, в связи с этим, понятия «компетентность», «профессиональная компетентность», «компетентность специалиста» употребляются в научных работах как синонимичные, поскольку все они, по существу, связаны с возможностью осуществления трудовой, профессиональной деятельности.

По мнению Г.Д. Гладких [2], если компетенция – это знания и опыт в определенной области, круг вопросов чьей-либо осведомленности, то компетентность – обладание компетенциями. То есть «компетенция» является вторичным, производным понятием от «компетентности» и обозначает сферу приложения знаний, умений и навыков человека, тогда как «компетентность» представляет собой семантически первичную категорию и воплощает в себе их интериоризованную совокупность, систему. Отсюда, например, компетенцию в области управления инновационным развитием предприятия можно определить как знание особенностей применения инноваций в деятельности предприятий в современных условиях, которые определяют способ реализации активных действий по применению инноваций. Данное психологическое состояние всегда мотивировано. К мотивационным факторам, влияющим на потребность к нововведениям и наоборот следует отнести личные интересы, отношения с другими работниками, характер и содержание труда.

По нашему мнению, инновационная компетентность руководителя предприятия состоит из двух составляющих – наличия знаниевого компонента в области инновационной деятельности и мотивационного компонента, побуждающего руководителя к активным действиям по внедрению инноваций. Графически схему компонентов инновационной компетенции руководителя предприятий отобразим на рис. 2.

Таким образом, только компетентный руководитель способен создать интеллектуальную организацию сервиса, проявляющую интерес к развитию производства, обогащению знаниями, внедрению инноваций. А.Г. Худокормов пишет, что наиболее принципиальным мотивом инновационной деятельности

является стремление индивида реализовать себя в свободной, независимой от внешних материальных условий активности [3].



Рис. 2. Компоненты инновационной компетентности руководителя предприятия

По нашему мнению, помимо вышеприведенных особенностей процесса управления инновационным развитием предприятия необходимо, во-первых, изыскание возможности привлечения инвестиций, при этом основополагающую роль в этом направлении должно играть государство. Во-вторых, необходимо повышать образовательный уровень руководителей и старших менеджеров предприятий. Для реализации этого направления нами предлагается:

- приглашать на конференции и лекции, посвященные управлению инновациями высший управленческий персонал и руководство предприятия;
- создать консультационные центры, на которых менеджеры и руководители предприятий смогут получить консультацию по управлению инновационным процессом;
- информировать о существующих и успешно реализованных инновационных проектах для бизнеса на специальных сайтах и в специальных изданиях для малого и среднего бизнеса.

Список использованных источников:

1. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.best-stroitelstvo.ru>
2. Гладких Г.Д. Формирование компетентности студентов ВУЗа в области активных видов туризма: автореф. дисс. / Г.Д. Гладких. – Ставрополь, 2009. – 31 с.
3. Худокормов, А.Г. К теории политэкономической общественной формации / А.Г. Худокормов, В.Л. Иноземцев. – М.: Век, 1995. – 254 с.

К.е.н. Табенська О.І.

Вінницький національний аграрний університет, Україна

ОПТИМІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Процеси інформатизації і комп'ютеризації докорінно змінюють сутнісні характеристики самого суспільства, воно одержує назву інформаційного, головною ознакою якого є отримання, переробка, розповсюдження та зберігання інформації, кількість та швидкість зміни якої все наростає. Одного лише факту кількісного збільшення інформації недостатньо для того, аби вважати суспільство інформаційним.

Основним є не кількісний показник наявних знань, а якісний, оскільки, лише знаючи, яким чином і з якою метою можна швидко та якісно опрацювати та засвоїти потрібну інформацію, людина здатна адаптуватися до потужного інформаційного потоку [1, с. 177–179].

Інформаційні технології – це сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збору, обробки, зберігання, захисту, поширення, відображення і використання інформації. З початку ХХІ ст. світовий ринок інформаційних технологій (ІТ) зазнав суттєвих змін, його регулювання відбувається на трьох рівнях: світовому, міжнародному та національному [2, с. 83–86].

Якісні особливості постіндустріальної економіки, економіки знань, полягають у наступному: темпи і масштаби науково-технічного прогресу такі, що зміни в матеріальній базі виробництва і якості трудових ресурсів не встигають за ростом науково-технічних можливостей. Відповідно зросли вимоги до ефективності збору й обробки інформації, маркетингових досліджень, реклами, тобто до видів діяльності, основним ресурсом яких є знання; значно зросла роль менеджменту в регіоні інтелектуальних ресурсів.

Система організації інноваційної діяльності на українських підприємствах не повинна обмежуватися їх власними НДДКР (науково-дослідними і дослідно-конструкторськими роботами, а, навпаки, – орієнтуватися на постійний зовнішній моніторинг і пошук інновацій у глобальному інформаційному просторі, на оцінку і придбання нових технологій, необхідних для їх інтенсивного розвитку [3, с. 53–56].

Людство знаходиться на початку епохи формування світового інформаційного співтовариства. Це визначається наступними основними обставинами (рис. 1).

Інформаційно-роз'яснювальна робота українських представництв за кордоном стає одним з основних напрямів у діяльності вітчизняної дипломатичної служби. Посольства завжди були важливим каналом поширення інформації про країну, що вони представляють.

Інформативно-комунікативна функція дипломатії складається, насамперед, у встановленні діалогу між різними країнами. Головним у комунікативно-інформаційній функції виявляється не директивне нав'язування власної точки зору, а пошук взаємоприйняттого рішення через діалог. Перебудова міжнародних

відносин, пов'язана із процесами глобалізації, виходом на світову арену недержавних учасників, становить перед дипломатією завдання активного залучення в створення нового вигляду сучасного світу [4, с. 196–198].

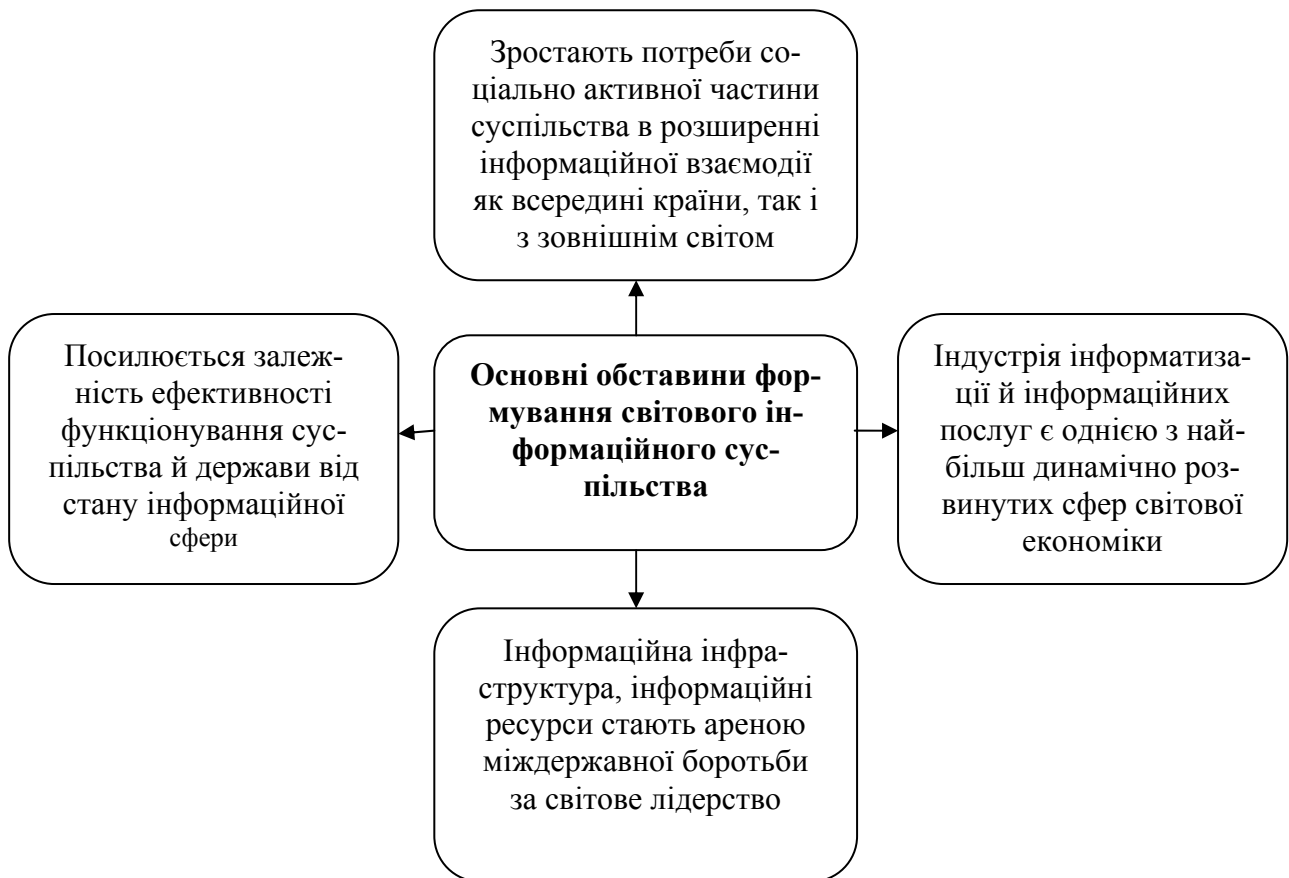


Рис. 1. Основні обставини формування світового інформаційного суспільства

В умовах поширення міжнародних взаємозв'язків аутсорсинг стає знаковою тенденцією сучасного розвитку всіх сфер економіки, та багато в чому визначає як розвиток світової економіки так і зрушення в регіональному розвитку на рівні окремої країни. Аутсорсинг дозволяє забезпечити стабільний експорт на тривалий період, причому його особливість полягає у тому, що він дає можливість продавати в більших масштабах не тільки товари, а й послуги. Даний термін означає залучення до виконання функцій організації сторонніх осіб [5, с. 16–22].

Переваги використання аутсорсингу як нової стратегії в управлінні полягають у можливості сфокусувати увагу на основному бізнесі (напрямку діяльності), знизити інвестування в неосновні фонди, гнучко реагувати на зміни на ринку та всередині компанії; обійтися без розширення штату та скоротити витрати на навчання персоналу, інформаційну підтримку, ведення маркетингових досліджень тощо [6, с. 238–45].

Антисипативне управління підприємствами покликане вирішувати досить важливі завдання, оскільки спрямоване на випередження усіх можливостей і загроз, що виникають у середовищі ведення зовнішньоекономічної діяльності, на засадах раннього ідентифікування, аналізування та передбачення ймовірних траєкторій їхнього розвитку. З метою уникнення різноманітних суперечностей та невизначеностей щодо розподілу функцій антисипативного управління між

працівниками підприємств слід визначити коло посадових осіб, які можуть виконувати ці управлінські функції.

Здійснення антисипативного управління на підприємства в умовах зовнішньоекономічної діяльності зумовлює значні переваги (рис. 2).

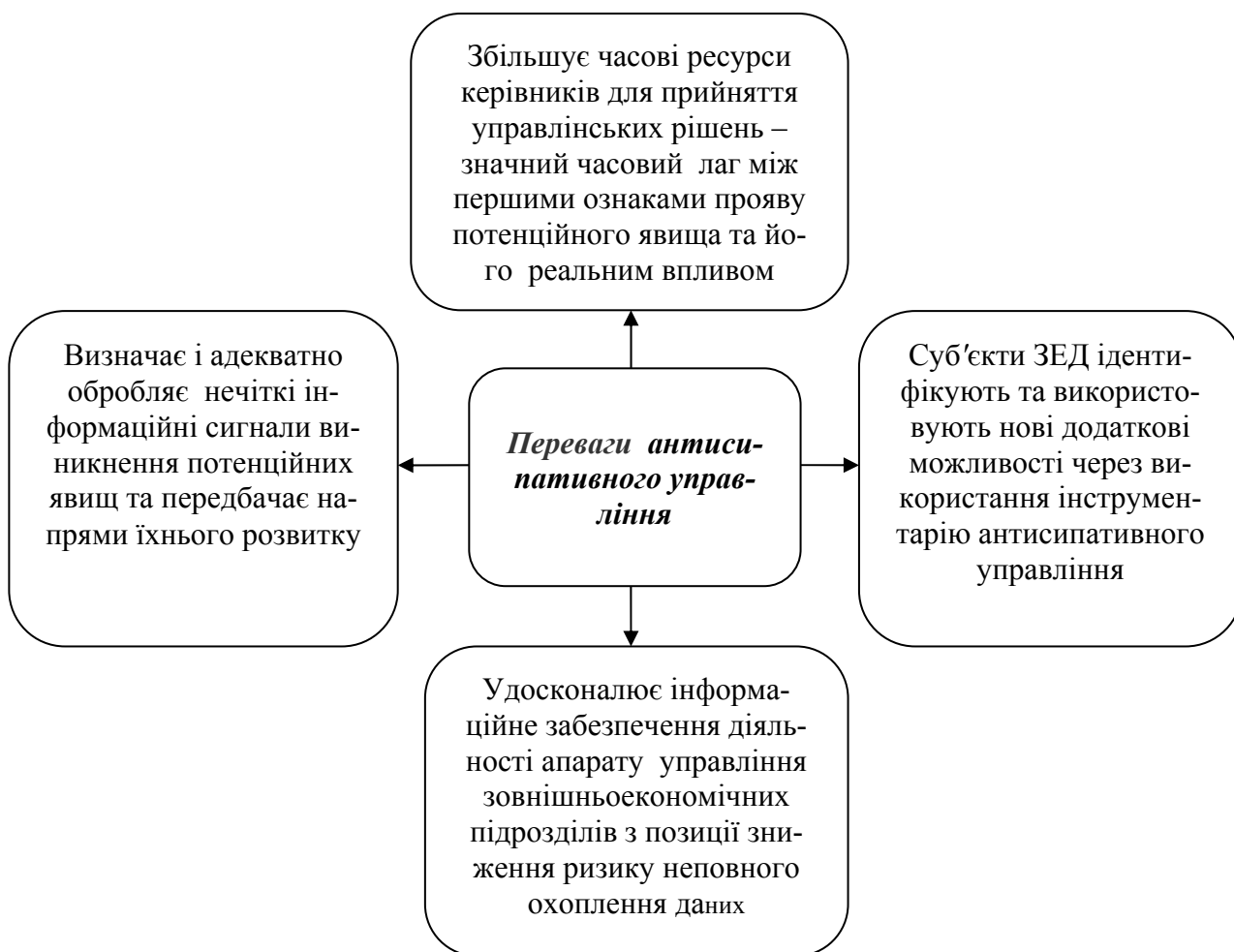


Рис. 2. Переваги здійснення антисипативного управління на підприємствах в умовах зовнішньоекономічної діяльності

Слід зауважити, що антисипативне управління в жодному випадку не претендує на заміну функцій управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, а лише пропонує новий підхід до управління з позиції випередження потенційних змін середовища функціонування.

Залучення спеціалістів з питань зовнішньоекономічної діяльності до виконання цих функцій є доцільним у випадку видової розгалуженості та достатнього чисельного наповнення відділів міжнародної діяльності підприємств [7, с. 151–152].

На сучасному етапі вихід на зовнішні ринки – це гарантія для стабільного функціонування підприємства, але забезпечення ефективності управління досягається лише за відповідності ступеня відкритості системи управління ЗЕД підприємства сутності змін зовнішнього середовища. Для забезпечення достатнього рівня внутрішньої і зовнішньої ефективності вітчизняні підприємства мають здійснювати достатньо тривалий процес формування і безперервної адап-

тації систем управління зовнішньоекономічної діяльності в ході перебудови всієї економічної системи країни [8, с. 1–3].

Отже, ефективна господарська діяльність підприємств залежить від зовнішніх та внутрішніх чинників, особливу увагу необхідно звернути на якісне інформаційне забезпечення всіх елементів технологічного ланцюга. Інформацію, яка потрібна підприємству, поділяють на: технічну, технологічну, ділову, фінансову, статистичну, податкову, корпоративну. Для оптимізації зовнішньоекономічної діяльності підприємств пропонується використовувати комплекс заходів, який забезпечить можливість виготовлення конкурентоспроможної продукції та реалізацію її на зовнішньому ринку.

Список використаних джерел:

1. Волот О.І. Поняття та значення інформації, знань та інформаційних технологій в умовах розвитку інформаційного суспільства / О.І. Волот // Формування ринкових відносин в Україні (Серія «Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності»). – 2011. – № 9 (124). – С. 177–179.
2. Литвин А.Є. Світовий IT-ринок крізь призму світової організації торгівлі / А.Є. Литвин // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 14. – С. 58–61.
3. Кіктенко О.В. Механізми державного регулювання інноваційного розвитку національної економіки України / О.В. Кіктенко // Економіка та держава (Серія «Економічна наука»). – 2006. – № 11. – С. 53–56.
4. Машталір Я.П. Інформаційне забезпечення узгодженого розвитку дипломатичної служби і ЗЕД / Я.П. Машталір // Вісник Хмельн. націон. ун-ту. – 2009. – Т. 1. – № 5. – С. 196–198.
5. Дугінець Г.В. Міжнародний аутсорсинг як новітня форма міжнародного поділу праці / Г.В. Дугінець // Економічний простір. – 2010. – № 44/1. – С. 16–22.
6. 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.
7. Адамів М.Є. Антисипативне управління підприємствами в умовах зовнішньоекономічної діяльності / М.Є. Адамів // Зб. наук. праць націон. ун-ту «Львівська політехніка» (Секція «Менеджмент зовнішньоекономічної та митної діяльності»). – Львів: ЛНПУ, 2011. – С. 151–152.
8. Твердохлеб Є.С. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства / Є.С. Твердохлеб // Зб. наук. праць Сумськ. нац. ун-ту ім. В. Даля «Маркетинг: теорія і практика». – Суми: СШУ, 2008. – 254 с.

Тарасова К.І.

Одеський національний економічний університет, Україна

СУБ'ЄКТИВНА ТОЧКА ЗОРУ ПІДПРИЄМЦІВ НА ПРОБЛЕМУ РИЗИКІВ

Характерним аспектом нинішнього соціально-економічного розвитку країн світу, який більшість вчених висувають на перше місце, є науково-технічний прогрес. Зважаючи на це та на інші особливості розвитку сучасного суспільства, дослідники й вчені характеризують його як «інформаційне суспільство», або називають «технотронна цивілізація». В середині 80-х років ХХ століття з'являється нова соціологічна теорія, автор якої німецький вчений Ульріх Бек,

стверджує, що людство вступило у нову фазу свого розвитку, яку можна назвати «суспільство ризику» [1, с. 62].

Суспільство ризику – це постіндустріальна формація, яка відрізняється від індустріального суспільства низкою докорінних особливостей. Головна відмінність полягає в тому, що, коли для індустріального суспільства характерним був розподіл благ, то для суспільства ризику – розподіл загроз і зумовлений цим ризик.

Здійснення підприємництва в будь-якому його вигляді пов'язано з ризиком, який прийнято називати економічним, або підприємницьким. Зокрема, роль ризику в економічному житті суспільства визначається тим, що люди, які мають негативний досвід господарської діяльності в минулому, намагаються уникати подібних ситуацій в майбутньому. З розвитком товарно-грошових відносин вплив ризику поширився і на фінансову сферу економічного життя суспільства: вкладники, які втратили свої заощадження, і банкіри, які мали невдалий досвід інвестування, вживають заходів, спрямованих на зниження ймовірності настання втрат в майбутньому. Таким чином, ризик має безпосереднє відношення до економічного життя суспільства, а, отже, є всі підстави стверджувати, що ризик – категорія політекономічна.

На цей час проблеми об'єктивної оцінки та методи зниження ризику є досить добре розробленими, як зарубіжними, так і вітчизняними вченими. Тим не менш, саме тут є нереалізовані можливості вирішення основної політекономічної проблеми. Це обумовлено, перш за все, тим, що ризик, безумовно, враховується свідомістю кожного учасника економічних процесів в суспільстві. Крім того, безпосередньо суб'єктивною оцінкою ситуації ризику в цілому визначається поведінка кожного учасника: визначається ступінь економічної активності, вирішуються питання про вподобання тощо. Все це зумовлює необхідність ретельного розгляду економічною наукою питання про особливості суб'єктивного сприйняття ризику [2].

В залежності від внутрішньої схильності до ризику С.М. Ілляшенко, поділяє підприємців на нейтральних по відношенню до ризику, прихильників ризику та супротивників ризику [3, с. 20].

Нейтральною до ризику вважається людина, яка при даному очікуваному результаті байдужа до вибору між гарантованою та ризикованою альтернативою.

Схильною до ризику вважається людина, яка при даному очікуваному результаті надасть перевагу пов'язаній з ризиком альтернативі над безризиковою.

Супротивником ризику вважається людина, яка при даному очікуваному результаті надасть перевагу безризиковій альтернативі над ризиковою.

М. Фентон-О'Криві й Е. Соун, чия думку ми підтримуємо, вважають, що крім внутрішньої схильності до ризику, на дію підприємця впливає і відмінність у розумінні ризику, похибки сприйняття ризику, а також суб'єктивне сприйняття перемог та поразок [4, с. 36-40].

У фінансово-економічній літературі ризик зазвичай розглядається як поєднання очікуваної величини придбання або збитку та ймовірності очікуваного результату. Людське сприйняття ризику зовсім інше. Пол Словік і його колеги з University of Oregon припускають, що існують ще два важливих елементи ризи-

ку, які впливають на сприйняття підприємця: фактор страху (наскільки підприємець боїться потенційного результату) та фактор контролю (ступінь володіння підприємцем ситуації) [4, с. 36]. Ризики, пов'язані і зі страхом, і з відсутністю контролю, сприймаються як найсерйозніші.

Погрішності сприйняття – це систематичні викривлення сприйняття, які чинять сильний вплив на мислення суб'єкта. Одна з найбільш поширених помилок – це помилка, викликана різним рівнем доступності інформації: інформації, знайти або згадати яку легше, люди найчастіше надають найбільше значення.

Друга погрішність має назву «похибка підтвердження». Її суть полягає в тому, що більшість суб'єктів схильні приділяти більше уваги і приймати у розрахунок саме ті дані, які здатні підтвердити, а не спростувати гіпотезу суб'єкта.

Третьою важливою погрішністю є ілюзія контролю: існує багато даних на користь того, що в деяких обставинах суб'єкти систематично ведуть себе так, немовби вони могли б контролювати ситуацію там, де це неможливо і малоймовірно.

Один з головних компонентів ризику – те, як підприємець сприймає перемоги і поразки. Сприйняття господарюючим суб'єктом поточної ситуації як ситуації поразки або виграшу впливає на те, на скільки він прагне уникнути ризику. Основні дослідження у цьому напрямку представлені в теорії перспектив, яку розвинули Деніел Канеман і Амос Тверські [5]. Їх спостереження зводилися до того, що коли підприємці перебувають у ситуації виграшу, вони втрачають схильність до ризику, оскільки хочуть утримати свої надбання. Коли вони зазнають збитків і ці збитки зростають, підприємці стають більш схильними до ризику, оскільки втрачати їм нічого.

Ця теорія має одне ускладнення – те, що суб'єкти сприймають як перемогу або як поразку, змінюється від випадку до випадку. Так, господарюючі суб'єкти, що зазнали збитків, можуть вести себе як в ситуації виграшу, якщо розмір збитків менше очікуваного. Подібні «точки відліку» змінюються з часом і зі зміною ринкових умов [4, с. 36].

Отже, сприйняття ризику є суб'єктивним та складним і на нього впливають багато факторів, які були розглянуті раніше. Під час прийняття рішення саме суб'єктивний погляд підприємця на проблему має першочерговий вплив.

В економіці вважається правилом, що більшість людей належать до супротивників ризику [3, с. 23]. Підприємці готові витратити певні кошти та пожертвувати частиною доходів, щоб знизити ризик, якому вони піддаються. Вони будуть йти на ризик тільки в тому випадку, якщо середній дохід буде виглядати досить привабливо. Люди, приймаючи дійсно важливі рішення, зазвичай, уникають ризику, а там, де ризику уникнути неможливо, їм необхідна відповідна компенсація, яка адекватно компенсує ризик (винагорода за ризик). Цю теорію підтверджує той факт, що для залучення працівників на роботи, пов'язані з підвищеним ризиком, необхідно платити більш високу заробітну платню.

Список використаних джерел:

1. Вітлінський В.В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / В.В. Вітлінський, П.І. Верченко. – К.: КНЕУ, 2000. – 292 с.

2. Роуз, Питер С. Банковский менеджмент / Питер С. Роуз. – М.: Дело, 1995. – 768 с.
3. Ілляшенко С.М. Економічний ризик: навч. посіб. / С.М. Ілляшенко. – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 220 с.
4. Пикфорд Джеймс Управление рисками / Джеймс Пикфорд; [пер. с англ. О.Н. Матвеевой]. – М.: Вершина, 2004. – 352 с.
5. Tversky Amos. Prospect theory: An analysis of decision under risk / Amos Tversky, Daniel Kahneman // Econometrica. – 1979. – № 2. – P. 263–291.

К.е.н. Ткаченко Н.Э., Чулкова С.В.

Восточноукраинский национальный университет имени В.И. Даля, г. Луганск

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях жесткой конкурентной борьбы перед современным предприятием встают новые задачи по выявлению дополнительных источников экономического роста. К таким источникам относится повышение качественных характеристик трудового потенциала предприятия, а именно: уровня профессионализма и культуры труда.

Мастерство, умелость, грамотность выполнения трудовых функций определенной профессии называют профессионализмом. Разделение труда и его усложнение ведут к закреплению за индивидом определенной профессии, требующей специальных знаний и умений, особой квалификации; освоению работником всех приемов и способов производства, из которых складывается технологический процесс труда.

Толчком к существенным изменениям в управлении трудовым потенциалом современного предприятия явилось стремительное развитие научно-технического прогресса, технологических изменений. Это способствовало повышению роли квалифицированного труда, требующего специального профессионального образования, основу которого составляет обучение, имеющее три основных направления: базовую, квалификационную и должностную подготовку.

Базовая подготовка носит многофункциональный характер и заключается в изучении теоретических курсов в учебном заведении или в системе повышения квалификации. Однако, не имея возможности повышать свои профессиональные знания, ранее приобретенные навыки устаревают.

Квалификационная подготовка предназначена для периодического повышения квалификации работников: пополнения ранее приобретенных знаний, ознакомления с новейшими достижениями в сферах, представляющих профессиональный интерес для современного производства.

Должностная подготовка является продолжением базовой и носит конкретный характер, вводя работника в новый круг его обязанностей. Обучение заключается в овладении знаниями теоретического и прикладного характера, достаточными для квалифицированного исполнения обязанностей.

Существует немало методов профессионального обучения, которые могут быть разделены на две большие группы – обучение непосредственно на рабочем месте и обучение вне рабочего места. Основными методами обучения на

рабочем месте являются: инструктаж, ротация, ученичество и наставничество. Ко второй группе методов обучения относятся: лекции, деловые игры, электронное (компьютеризированное) обучение. Большую роль приобретает самостоятельное обучение.

Инструктаж представляет собой разъяснение и демонстрацию приемов работы непосредственно на рабочем месте.

Ротация – это метод получения знаний и приобретения опыта в результате систематической смены рабочего места. Ротация широко применяется предприятиями, требующими от работников владения несколькими профессиями, обеспечивая взаимозаменяемость работников, что позволяет избежать кризисных ситуаций в процессе производства.

Ученичество и наставничество ("коучинг") являются традиционными методами профессионального обучения персонала. Работая рядом с мастером, молодые рабочие изучают профессию.

Деловые игры (тренинги) стали нормой современного предприятия, представляя собой метод активного обучения, основанный на имитации принятия решений, наиболее близких к реальной профессиональной деятельности обучающихся. Применяются для выработки и стимулирования определенных качеств и навыков работников предприятия.

В методах профессионального обучения новое качество приобретает электронное обучение, превращаясь в часть информационной структуры современного предприятия.

Преимущества электронного обучения состоят в следующем:

- электронные каналы доставки образовательного материала становятся частью всех методов обучения;
- электронное обучение обеспечивает огромный охват внутри предприятия и повсеместную доступность образовательных программ.

В существующих компьютерных программах обучение происходит в режиме постоянного диалога обучающегося с компьютером, с помощью различных средств общения: компьютерной клавиатуры, голоса, видеоизображений и графических материалов. Такое обучение обеспечивает более высокую степень усвоения материала (на 30% – по данным исследований американских ученых) и более высокий процент запоминания, по сравнению с традиционными методами.

Выбор конкретных методов обучения определяется стоящими перед предприятием целями, характеристиками обучающихся и ресурсами предприятия.

Профессионализм положительно отражается на гарантии сохранения рабочего места, возможностях повышения в должности, удовлетворенности персонала и возможностях работников в самореализации, мотивации трудовой деятельности.

Профессиональные знания являются неотъемлемой частью культуры труда, которая включает интеллектуализацию труда – постоянное обогащение знаниями, увеличение доли интеллектуального труда в деятельности работника, предприятия. Непрерывный процесс интеллектуализации и информатизации производственной деятельности нуждается в высоком уровне образования ра-

ботников всех категорий и их способности эффективно использовать компьютерную технику.

Знання, навьки их носителей, культура труда становяться главными источниками и ключевыми факторами развития творческого характера труда: появления новых идей, прогрессивных технологий, новых видов конкурентоспособной продукции, способствующих экономическому росту современного предприятия.

Удовіченко М.О.

Полтавська державна аграрна академія, Україна
**МЕТОДОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ
ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Своєчасна та об'єктивна діагностика стану підприємства є не тільки необхідною, але й обов'язковою умовою сталого розвитку підприємства. Ігнорування цієї умови призводить до зниження темпів розвитку, конкурентоспроможності, втрати стійкості підприємства.

При оцінці змістовної боку економічної стійкості підприємства система показників підрозділяється на групи і підгрупи, що характеризують якість ресурсів, технологічний потенціал, конкурентоспроможність товару, організаційну ефективність, адаптивність, гнучкість, інноваційно-інвестиційну активність, маркетингову активність, економічну рентабельність, відтворювальну комплексність і т.п.

Зокрема, група показників, що характеризують конкурентоспроможність товару, включає в себе економічні, технічні, експлуатаційні, інноваційні, естетичні, екологічні, патентно-правові та інші параметри. Аналіз ресурсів полягає не тільки у звичайній оцінці активів, а в розумінні ресурсного потенціалу, організаційних здібностей підприємства для отримання конкурентних переваг і включає в себе показники, що характеризують стан і динаміку матеріальних, нематеріальних активів, людського капіталу.

Рівень технологічного потенціалу включає в себе показники, що характеризують устаткування, технології, умови виробництва, використання виробничих ресурсів, якість продукції і т.д. Кожна змістовна складова економічної стійкості підприємства може бути конкретизована й уточнена, а показники доповнені новими параметрами. До них можна віднести ряд специфічних показників, які оцінюють зміст економічної стійкості на основі часових характеристик діяльності підприємства. Так, наприклад, поточну платоспроможність господарюючого суб'єкта оцінюють також і за допомогою показника оборотності кредиторської заборгованості. Він показує, скільки часу потрібно підприємству для того, щоб погасити свою заборгованість постачальникам за придбані в них товари і послуги. Цей показник розраховують як співвідношення між обсягом продажу готової продукції та сумою кредиторської заборгованості, отриманий результат необхідно розділити на кількість днів у році. Таким чином, можна розрахувати, через який час (кількість днів) поточна кредиторська заборгованість може бути погашена, а також на який період часу виникло порушення умов тимчасового рівноваги суб'єкта господарювання.

Одним із специфічних показників, що характеризують рівноважний стан товарно-матеріальних запасів, є швидкість їх обороту. Умови рівноваги полягають в тому, щоб обсяг запасів на складі відповідав розміру виробничих потреб у них у будь-який і кожен момент часу. У випадках порушення даних умов, коли залишок товарно-матеріальних запасів менше необхідної потреби в них, виникає порушення стану тимчасового рівноваги, оскільки при відсутності сировини виробництво не може випускати продукцію, воно простоює. У цьому випадку порушується баланс між часом виробництва і часом обігу.

До цієї ж групи показників, що відображають вплив внутрішніх факторів на економічну стійкість господарюючого суб'єкта та виражають ефективність використання капіталу, відноситься і коефіцієнт оборотності основних засобів. Він визначається як відношення річного обсягу реалізації продукції до вартості основного капіталу, вкладеного в засоби праці, за вирахуванням зносу.

Залежність між швидкістю обороту капіталу та рівнем економічної стійкості підприємства є прямо пропорційною. Чим більше число оборотів здійснить капітал в певний період часу, тим більшу частину своєї вартості він перенесе на вироблену продукцію, тим більше буде вироблено продукції і, відповідно, господарюючий суб'єкт має більше можливостей отримати додаткову вартість. Чим вище оборотність капіталу в один і той же період часу, тим вище рівень його економічної стійкості. Подібний аналіз взаємозв'язку часу з традиційними показниками економічної стійкості можна продовжувати і далі.

Слід зазначити, що в умовах ринкових відносин не може бути єдиної уніфікованої системи показників економічної стійкості для всіх підприємств. Система показників економічної стійкості для окремого підприємства є індивідуальною. Причому система показників повинна формуватися не зверху вниз – від галузі до підприємства, а навпаки, знизу від підприємства.

У даний час одним з прогресивних напрямків оцінки стану стійкості економічних суб'єктів є концепція збалансованої системи показників (СЗП). Ідея збалансованої системи показників полягає в тому, що одних тільки фінансових критеріїв не може бути достатньо для підприємства, яке прагне до максимізації своєї ринкової вартості. В даній системі ключові показники діяльності підприємства групуються по різних напрямках, що дозволяє орієнтуватися на досягнення певних рівнів стійкості.

СЗП починається з бачення й стратегії організації, заснованої на визначенні цілей і показників підприємства на кожній з чотирьох взаємопов'язаних складових – фінансовій, клієнтській, складовій внутрішніх бізнес-процесів, а також складовій навчання і розвитку персоналу. Тому для оцінки рівня економічної стійкості суб'єкта необхідно використання як фінансових, так і нефінансових показників.

Показники, що характеризують економічну стійкість підприємства, повинні входити в стратегічні і поточні плани та доповнювати існуючу систему звітності. Вони повинні відображати ефективність розвитку підприємства і служити базою для внесення при необхідності відповідних коректив в управління підприємством. Ефективне застосування системи показників економічної

стійкості (на основі SWOT-аналізу) дозволяє своєчасно реагувати на сигнали про сильні та слабкі сторони підприємства, про наявні можливості та загрози, розробляти стратегію використання сильних сторін, щоб отримати віддачу від можливостей, наявних у зовнішньому середовищі, усунути загрози.

Хлебенкова Ю.В., Обидина А.И., Колмагоров В.О.

Научный исследовательский Томский политехнический университет,

Российская Федерация

РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

Мировой гостиничный бизнес сегодня представлен большим разнообразием форм и видов предприятий размещения, от роскошных отелей и гостиниц экономического класса до мотелей и кемпингов. При этом каждый клиент может найти для себя то, что ему по душе и по деньгам.

Гостиничный бизнес – предпринимательская деятельность гостиничных предприятий как самостоятельных хозяйствующих субъектов с целью получения прибыли.

Гостиничный бизнес, являясь одним из видов экономической деятельности, прямо или косвенно создает рабочие места и является важным средством пополнения казны иностранной валютой. В мире постоянно происходит процесс освоения новых концепций гостиничного бизнеса и модернизации старых.

Расклад сил в гостиничном бизнесе: 65% постояльцев обслуживают крупные отели, 35% потока – гарантированная доля малых форматов.

Малые отели в гостиничном бизнесе стран Европы давным-давно не только прочно заняли свою нишу, но и стали одним из ключевых элементов гостиничной индустрии.

В настоящее время гостиничный бизнес является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов рынка недвижимости. Рынок гостиничной недвижимости Москвы, Санкт-Петербурга и других крупнейших городов России становится все более зрелым, предлагая его участникам новые инвестиционные возможности и все большее разнообразие конкурентоспособного гостиничного продукта.

На сегодняшний момент для инвесторов наиболее прибыльным и перспективным является московский рынок гостиничной недвижимости. По состоянию на 1 января 2009 года гостиничный фонд города насчитывает 231 объект суммарной емкостью 48,4 тыс. номеров. Основная часть гостиниц Москвы сконцентрирована в Центральном и Северо-Восточном округах.

Кризис внес свои коррективы в развитие туристического сектора. В конце 2008 года снижение спроса проявилось в снижении показателей заполняемости гостиниц Москвы. Вслед за снижением спроса пошли вниз и цены.

Многие гостиницы предлагали значительные скидки на проживание в период декабрь 2008 – январь 2009 года. В некоторых гостиницах цены снижались на 20–40%.

С началом «посткризисного» оживления рынка объемы строительства гос-

тиниц будут увеличиваться, достигнув максимальной цифры в 3,2 тыс. номеров в 2014 году. Далее с насыщением рынка объемы нового строительства будут уменьшаться.

Типичные проблемы гостиничного бизнеса:

- *Сезонность* – экономика многих гостиниц существенно зависит от соответствующего природного или туристического сезона. К ним чувствительны пляжные отели, горнолыжные курорты.

- *Сервис* является ключевым аспектом любой гостиницы. Для туриста гостиница временно заменяет его дом, поэтому он более придирчив и требователен к сервису.

- *Криминал* – благодаря временному, почти нигде не регистрируемому проживанию, преступники нередко используют гостиницы для различных махинаций.

- *Избыточное бронирование* – нередки случаи продажи большего количества номеров, чем имеется в наличии. Происходит это вследствие либо нескоординированной работы автоматических компьютерных систем бронирования, либо благодаря неаккуратной работе самих служащих гостиниц.

Некоторые основные проблемы, с которыми сталкиваются российские гостиницы:

- Обособленные гостиницы имеют низкий коэффициент загрузки, они предлагают непривлекательные номера, масштаб их деятельности крайне низок, можно отметить и недостаток квалифицированного персонала.

- Падение спроса, высокая стоимость капитала, неразвитость туристических объектов, дороговизна строительных работ, бюрократия и коррупция при распределении земельных участков являются основными внешними препятствиями для развития гостиниц.

- Значительная часть гостиниц находится в собственности муниципалитетов, которые не могут удовлетворить потребности гостиниц в инвестиционных ресурсах.

- Отсутствие системы управления качеством услуг, недостаточно развитый механизм инвестирования в гостиничное хозяйство и ограниченное присутствие на российском рынке мировых сетей и т.д.

Использование жилых помещений в качестве гостиничных номеров приобрело в современной России угрожающие масштабы. Практически в каждом жилом доме, расположенном в центральной части более-менее крупного города, существует несколько квартир, которые используются для кратковременного размещения граждан. Иногда "квартиры-гостиницы" занимают целые этажи. Отсутствие в законодательстве прямого запрета на использование жилых помещений для оказания гостиничных услуг обуславливает достаточно пассивное отношение правоохранительных органов к подобной деятельности.

Один из тормозов гостиничного бизнеса – пресловутый гостиничный сбор, который составляет до 20%. По сути, это совершенно неправомерная дискриминация отдельного вида бизнеса, когда отельеры платят те же налоги, что и остальные предприниматели, плюс еще гостиничный сбор.

Также к проблемам можно отнести высокие цены, которые гостиницы вынуждены устанавливать из-за непомерного налогового пресса.

Раньше гостиницы не платили налог на землю, сейчас платят. Электроэнергию оплачивают по тарифам промышленных предприятий, т.е. в 5 раз дороже, чем раньше, когда платили по квартирному тарифу. Отсюда – и высокие цены.

В качестве тенденции мирового гостиничного рынка можно выделить появление специализированных отелей, отвечающих последним изменениям рыночной конъюнктуры и прогрессивному экономическому развитию. Экономическое развитие повлекло за собой образование бизнес-отелей, конгресс-отелей, отелей для долговременного проживания (отели квартирного типа или apartment) и ряд других.

Надо отметить и характерное для гостиничной индустрии усиление роли управления качеством услуг.

Ключевые тенденции развития гостиничного бизнеса в России:

1. Постепенное насыщение сегментов жилой, офисной и складской недвижимости. Приток инвесторов в гостиничный бизнес.
2. Ускоренное развитие сегмента гостиничной недвижимости в регионах.
3. Выход на гостиничный рынок инвесторов, не связанных с гостиничным бизнесом.
4. Увеличение привлекательности многофункциональных объектов для инвесторов.
5. Создание производств полного цикла российскими туроператорами.
6. Консолидация (слияние) гостиничного бизнеса.
7. Покупка зарубежных гостиниц российскими компаниями и предпринимателями.

Гостиничный бизнес перспективен как минимум по четырем причинам. Во-первых, в нашем отечестве наблюдается повышение деловой активности, что неизбежно вызывает увеличение объемов "делового туризма". Во-вторых, как показывает мировая практика, повышение доходов населения приводит к тому, что люди все больше путешествуют, а значит, останавливаются в гостиницах. В-третьих, страна, заявившая о своей интеграции в европейские структуры, постепенно становится для европейцев (в данном случае – европейских туристов) понятнее, а значит, и привлекательнее. Наконец, в-четвертых, если произойдут предполагаемые снижение и унификация гостиничного сбора, обязательные платежи для гостиниц уменьшатся.

Основные выводы:

1. Почти половина российского рынка гостиничных услуг принадлежит Москве. Это связано как с высокой деловой активностью столицы, так и с интересом к ней со стороны иностранных туристов.
2. Мировой финансовый кризис заметно скорректировал цены во всех сегментах гостиничного рынка. В результате Москва сместилась на 4-е место мирового рейтинга цен на услуги отелей.
3. Спад деловой активности в России и в мире привел к снижению количества зарубежных и российских гостей в московских и региональных гостини-

цах, вследствие чего загрузка гостиниц снизилась. На фоне снижения спроса и изменения состава клиентских групп практически все отели Москвы вынуждены были снова завоевывать свою долю рынка.

4. В целях привлечения гостей, гостиничные операторы предлагают существенные скидки и различные бонусы.

5. В 2011 году наблюдалось повышение спроса на гостиничном рынке и возвращение цен на докризисный уровень.

Хлебников К.С., Кравцов И.Д.

*Научный исследовательский Томский политехнический университет,
Российская Федерация*

СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Управление цепями поставок – Supply Chain Management (SCM) – это системный подход к интегрированному планированию и управлению всем потоком информации, материалов и услуг от поставщиков сырья через предприятия и склады до конечного потребителя. Для предприятия внедрение концепции **SCM** означает ведение бизнеса на принципах стратегического взаимодействия с поставщиками и клиентами. Отличие концепции **SCM** от традиционных форм организации и управления предприятием состоит в синхронизации основных бизнес-процессов и моделей планирования и управления на основе единых информационных каналов с поставщиками и клиентами по всей цепи поставок.

Основные экономические эффекты внедрения концепции **SCM** представлены в табл. 1.

Таблица 1. Экономические эффекты внедрения концепции SCM

Направления повышения эффективности	Источники повышения эффективности
<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение количества заказов и повышение стабильности спроса • Снижение страховых запасов • Снижение рисков и повышение надежности планов и поставок • Снижение накладных и транзакционных издержек 	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение точности планирования за счет единых информационных каналов, синхронизации бизнес-процессов, совместного прогнозирования спроса, сокращения времени вывода новых изделий на рынок • Повышение качества оперативного управления за счет непрерывного мониторинга всей ЦП, своевременного определения отклонений и нарушений в функционировании ЦП • Сокращение части затрат на маркетинг и логистику за счет ликвидации бизнес-процессов, связанных с неопределенностью в закупках, складировании и сбыте

Традиционная цель управления цепями поставок состоит в минимизации общих логистических издержек при удовлетворении данного фиксированного спроса. Эти издержки могут включать:

- стоимость сырьевых материалов;
- инвестиции в оборудование;

- прямые и косвенные производственные затраты;
- прямые и косвенные затраты распределительных центров;
- затраты по содержанию запасов;
- стоимость внутривозовских перевозок;
- внешние транспортные издержки.

Специалисты полагают, что минимизация общих издержек не является основной целью фирмы при анализе стратегических и тактических планов относительно цепи поставок. Напротив, фирма должна стремиться к максимизации чистой прибыли, где чистая прибыль равна разнице между валовой прибылью и общими издержками.

Компания также должна преследовать цели, связанные с обслуживанием потребителей, ассортиментом продукции, качеством и временем. Некоторые авторы даже утверждают, что, в принципе, издержки и прибыль не важны. Вместо этого для достижения конкурентного преимущества компания должна акцентировать свое внимание на времени, продуктивном ассортименте и других аспектах своей деятельности.

Организация и управление бизнесом на основе концепции SCM включают в себя четыре основных этапа:

- интеграцию всех партнеров цепи создания стоимости для решения общих задач на основе организации межфирменных кооперационных отношений;
- моделирование и реинжиниринг ключевых бизнес-процессов;
- разработку принципов построения и структуры системы интегрированного планирования и управления;
- создание концепции информационных технологий для SCM.

Организация межфирменных кооперационных отношений направлена на создание партнерских отношений между предприятиями – участниками цепи поставок. На этапе организации системы SCM решается комплекс задач, связанный с установлением договорных отношений между предприятиями, выбором формы организации кооперационных отношений, выработкой системы целей кооперации, определением ролей, ответственности и правил взаимодействия.

Фаза моделирования и реинжиниринга ключевых бизнес-процессов направлена на создание статического информационного портрета системы SCM. Задачами данного этапа являются выявление и описание межорганизационных бизнес-процессов с помощью специальных инструментальных средств их моделирования. Помимо этого, важной составляющей данного этапа является применение специальных методик, позволяющих вскрыть их «узкие» места и произвести целенаправленное улучшение (реинжиниринг).

Целью этапа **разработки принципов построения и структуры системы интегрированного планирования и управления** являются выбор стратегии и создание комплексных моделей планирования и управления цепью поставок. На этом этапе происходят постановка и формализация типовых задач, а также разработка методов их решения с учетом особенностей цепи поставок. Особое значение здесь приобретает системный учет факторов неопределенности с использованием специальной системы показателей. Важным элементом данного

етапа являється також розробка інструментальних засобів для моделювання і оптимізації ланки постачання.

Етап розробки концепції інформаційних технологій завершує побудову системи SCM. Створення єдиного інформаційного простору (ЕІП), тобто середовища інтегрованого планування і управління всією ланкою постачання, координації і комунікації учасників ланки представляє собою найважливішу складову концепції SCM.

К.е.н. Чупир О.М.

*Харківський національний технічний університет
будівництва та архітектури, Україна*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНО-МОНТАЖНОГО КОНЦЕРНУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

Специфіка кінцевої основної продукції та послуг будівельно-монтажного концерну залізничного транспорту визначає характер взаємовідносин учасників інвестиційно-інноваційного процесу, особливості обігу продукції як товару. Так фаза виробництва та реалізації товару не відокремлюються так як товар будівельного комплексу створюється на замовлення згідно з обраною моделлю проекту, в певному місці та для певного замовника. Така особливість реалізації будівельних інвестиційно-інноваційних проектів визначає специфіку формування конкурентних переваг будівельно-монтажного концерну. Основним критерієм існування конкурентної переваги будівельно-монтажного концерну залізничного транспорту вважаємо збільшення кількості та вартості замовлень, що можливо в результаті забезпечення конкурентоспроможності послуг та продукції. Найбільш вагомими факторами, які впливатимуть на конкурентоспроможність послуг, є їх якість, ціна та швидкість подачі на ринок. Під останнім необхідно розуміти швидкість реагування на потреби ринку, вимоги споживачів, на що позитивно впливає прогресивність інформаційних технологій, технологічних процесів, рівень менеджменту, конкурентоспроможність персоналу тощо. Окрім зазначеного, перспективи співпраці з замовниками залежать від можливості задоволення продукцією певної потреби споживачів, вартості її повного життєвого циклу. Визначаючи сукупні витрати, замовник робить остаточний висновок про співпрацю з виконавцем. Таким чином, критеріями конкурентоспроможності будівельно-монтажного концерну залізничного транспорту можуть бути як конкурентоспроможність продукції та послуг, так і конкурентоспроможність процесів його діяльності. Так як будівельно-монтажний концерн залізничного транспорту є формою об'єднання учасників, то конкурентоспроможність кожного з них позначається на конкурентоспроможності послуг та продукції концерну та є результатом їх співпраці. Внутрішніми факторами забезпечення конкурентоспроможності продукції/послуг групи визначаємо:

- 1) розподіл праці та інвестицій між секторами групи;
- 2) рівень скоординованості дій учасників;

- 3) ефективність інтегрованого інвестиційно-інноваційного процесу;
- 4) модель управління знаннями групи тощо.

Докладно зупинимося на першому факторі – розподілі праці та інвестицій між секторами виробничої підсистеми групи, які відображають її структуру. Кожний з секторів виготовляє один агрегований продукт. Визначаємо матеріальний сектор з виробництва предметів праці (виробництво будівельних матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих тощо); фондостворюючий – з виробництва засобів праці (виробниче будівництво, будівництво об'єктів залізничної інфраструктури, будівництво штучних споруд тощо); споживчий – з виробництва предметів споживання (цивільне будівництво). Для кожного сектору актуальна проблема отримання інвестицій, загальна сума яких має бути розподілена між ними.

Другим фактором забезпечення конкурентоспроможності продукції/послуг групи є рівень скоординованості (узгодженості) дій учасників. Найбільш відомими моделями та методами узгодження економічних інтересів при взаємодіях в організаційно-економічних системах є:

- 1) методи моделювання полікорпоративних систем, яка є метасистемою, підсистемами якої виступають корпорації, які входять до її складу. Сутність методу полягає в побудові балансів взаємодій (матеріальних, фінансових та інформаційних потоків) елементів системи і формуванні на їх основі механізмів оптимізації цих взаємодій;

- 2) моделі узгодження взаємодій. Модель структури системи являє собою сукупність інформаційних, управляючих та інших взаємодій між учасниками системи, включаючи відносини підпорядкованості та розподіл прав прийняття рішень. При мережевих взаємодіях один і той же суб'єкт, який приймає рішення (агент), залежно від набору розв'язуваних системою завдань може виступати як в ролі виконавця – елемента, так і в ролі центру або метацентра. Доцільність того чи іншого розподілу ролей залежить від вибраного критерію ефективності, відповідно до якого оцінюються управління і стан системи. Упорядкованість взаємодії та механізм управління (ієрархія) виникають в мережній структурі в результаті необхідності спеціалізації. Специфіка міжкорпоративної взаємодії полягає в тому, що кожен з учасників може виступати як у ролі центру того чи іншого рівня ієрархії, так і в ролі агента. Фактична роль учасника визначається двома факторами. Перший фактор полягає у інституційній спроможності певного учасника виступати в тій чи іншій ролі. Другий чинник полягає в доцільності (ефективності, в тому числі й економічній) цієї ролі як з точки зору самого учасника, так і з точки зору інших учасників (причому в моделях горизонтальних взаємодій повинні розглядатися всі раціональні комбінації потенційних учасників системи);

- 3) методи та механізми узгодження взаємодій. До основних методів формування механізмів управління в організаційно-економічних системах мережного типу, моделі яких повинні відповідати принципам комплексності, інваріантності до зміни ролі учасника та багатовимірності, відносяться економіко-математичне моделювання, системний аналіз, методи багатокритеріальної оптимізації, методи теорії ігор і теорії управління.

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Економічна теорія та історія економічної думки

- Крикун О.А.* Идеализированные объекты исследований и парадигма
экономической науки в рыночных условиях 3
- Ухалова Т.С.* Властные отношения между экономическими агентами 5

Світове господарство і міжнародні економічні відносини

- Господінова О.І.* Транскордонне співробітництво як шлях формування
умов євроінтеграції 7
- Єрмілова К.В.* Аналіз трансграничних злиттів і поглинань як елементу
прямого іноземного інвестування 11
- Стахов Б.В.* Роль підприємств у міжнародному технологічному обміні 14
- Ушакова У.М.* Аналіз зарубіжного ринка нерухомості 16
- Хлебников К.С., Кравцов И.Д.* Аналіз стоимості нерухомості в мирі 18
- Цаберябий С.А.* Економічні дисбаланси як ознака нестабільності Єврозони ... 20
- Шахсұваров Є.А.* Роль інноваційних кластерів в інтенсифікації
інноваційного процесу 22

Економіка та управління національним господарством

- Головченко А.В.* Государственное регулирование надежности
негосударственных пенсионных фондов 25
- Колосова В.Н.* Научная парадигма конкурентного преимущества
предприятия 28
- Кухарская Н.А.* К вопросу о необходимости перехода от стратегического
планирования к стратегированию регионального развития 30
- Мищук О.В., Луценко С.П.* Розвиток державно-приватного партнерства
як стратегічна потреба формування інноваційної економіки 33
- Ріктор Т.Л.* Якість освітніх послуг як показник економічного розвитку
країни 35
- Шумейко А.Б.* Основные аспекты инновационного развития
Ханты-Мансийского Автономного округа-Югры 41

Економіка та управління підприємствами

- Kuznetsova M.A., Oglih V.V., Rieznik M.A.* Problems and Prospects of the Stock
Market of Ukraine 43
- Ахметгареева А.А.* Установление достигнутого уровня обеспечения
конкурентоспособностью предприятий РТ 45
- Білик І.І., Копцюх О.Р.* Маркетингові заходи в управлінні туристичною
бізнес-одиноцею 49
- Захаров А.С.* Оценка персонала – основа принятия кадровых решений 51

<i>Каличева Н.Є.</i> Підвищення якості функціонування залізничного транспорту за рахунок введення системи коефіцієнтів, що характеризують стан залізничної колії	53
<i>Калініченко Л.Л.</i> Кадрова безпека підприємств залізничного транспорту	55
<i>Кір'ян О.І.</i> Планування кадрової роботи в організації	57
<i>Кір'ян О.І., Кір'ян І.С.</i> Вузькі місця сучасної системи управління підприємством	59
<i>Косар Н.С., Дікун О.А.</i> Процесний менеджмент у реалізації маркетингової стратегії компанії.....	61
<i>Ланова М.І.</i> Дослідження ризиків фінансування на переробних підприємствах АПК	64
<i>Лізогуб Р.П.</i> Дослідження впливу умов і факторів на формування цінової політики підприємства	66
<i>Литвин Ю.О.</i> Застосування сучасних методів гештальт-маркетингу на підприємствах	69
<i>Матющенко Н.С.</i> Методика исследования регионального рынка услуг организаций индустрии отдыха и развлечений	71
<i>Обельницька Х.В.</i> Передумови управління корпоративними фінансами підприємств нафтогазового комплексу.....	77
<i>Пісоцький А.А.</i> Шляхи удосконалення регулювання розвитку аграрного виробництва в Полтавській області	80
<i>Смирнов В.П.</i> Выявление сущности и содержания предпринимательства	82
<i>Сорокин Д.В.</i> Управление инновационным развитием предприятия	85
<i>Табенська О.І.</i> Оптимізація інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємств	89
<i>Тарасова К.І.</i> Суб'єктивна точка зору підприємців на проблему ризиків.....	92
<i>Ткаченко Н.Э., Чулкова С.В.</i> Профессионализм как фактор экономического роста современного предприятия	95
<i>Удовіченко М.О.</i> Методологія формування показників економічної стійкості підприємства.....	97
<i>Хлебенкова Ю.В., Обидина А.И., Колмагоров В.О.</i> Рынок гостиничных помещений	99
<i>Хлебников К.С., Кравцов И.Д.</i> Системы управления цепями поставок	102
<i>Чупир О.М.</i> Забезпечення конкурентоспроможності будівельно-монтажного концерну залізничного транспорту України	104

Наукове видання

Мови видання: українська, російська, англійська

СПЕЦПРОЕКТ: АНАЛІЗ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції

Київ • 14–15 червня 2012 р.

У семи томах

Том 6. Економіка в деталях

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.

Технічний редактор Капуш О. Є.

Підп. до друку 22.06.12. Формат 60x84¹/₁₆.
Ум. др. арк. 7,25. Тираж 100 пр. Зам. № 0612-06.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 3618 від 06.11.09.

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