



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 4'2016

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

СЕРІЯ: "ЕКОНОМІКА"

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. №1328. Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Академією муніципального управління та Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою Радою Академії Муніципального Управління (Протокол №35 від 19 квітня 2016 року). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції. Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 20.04.2016

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua



Суб'єкт
видавничої
справи

© "Аналітик", 2016

© "Економіка. Фінанси. Право", 2016

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"

Шеф-редактор:

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління Аудиторської фірми "Аналітик", Заслужений юрист України

Заступник шеф-редактора:

Даций Олександр Іванович, д.е.н., професор, в.о. ректора Академії муніципального управління, Заслужений працівник освіти України

Члени Редакційної колегії:

Невелєв Олександр Михайлович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Академії муніципального управління

Вініченко Ігор Іванович, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Іванюта Василь Фалимонович, д.е.н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі

Клименюк Микола Миколайович, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Академії муніципального управління

Кондрашихін Андрій Борисович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри державних та місцевих фінансів Академії муніципального управління

Корецька Світлана Олександрівна, д.е.н., доцент

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, завідувач секретаріату Комітету Верховної Ради України з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства

Сук Петро Леонідович, д.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Національного університету біоресурсів і природо-користування України

Присяжнюк Володимир Костянтинович, д.т.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Царенко Оксана В'ячеславівна, д.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту Академії муніципального управління

Константінов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, учений секретар Вченої ради Національної академії внутрішніх справ

Лоцихін Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, декан юридичного факультету Академії муніципального управління, Заслужений економіст України

Баймуратов Михайло Олександрович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного та міжнародного права Маріупольського державного університету, заслужений діяч науки і техніки України

Бичкова Світлана Сергіївна, д.ю.н., професор, заступник начальника кафедри цивільного права і процесу Національної академії внутрішніх справ

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри спеціальної техніки та оперативно-розшукового документування Національної академії внутрішніх справ

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., професор, завідувач спеціальною кафедрою № 1 Національної академії Служби безпеки України, заслужений юрист України

Джужа Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, головний науковий співробітник відділу організації науково-дослідної роботи Національної академії внутрішніх справ

Кампо Володимир Михайлович, к.ю.н., доцент, громадський діяч, заслужений юрист України

Клименко Олена Вікторівна, к.ю.н., доцент, доцент кафедри теорії, історії держави і права та конституційного права Академії муніципального управління

Конonenко Леонід Минович, к.ю.н., професор, професор кафедри муніципального, цивільного та адміністративного права Академії муніципального управління

Копан Олексій Володимирович, д.ю.н., професор, перший заступник Керівника Міжвідомчого науково-дослідного центру з проблем боротьби з організованою злочинністю при Раді національної безпеки і оборони України

Литвин Олександр Петрович, к.ю.н., професор, професор кафедри публічно-правових дисциплін Університету сучасних знань

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, завідувач відділу проблем приватного права Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф.Г. Бурчака НАПрН України, заслужений діяч науки і техніки України

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., доцент, професор кафедри кримінального права та правосуддя Запорізького національного університету, академік міжнародної кадрової академії, відмінник освіти України, радник юстиції

Приходько Христина Вікторівна, к.ю.н., професор, доцент кафедри муніципального, цивільного та адміністративного права Академії муніципального управління

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор, професор кафедри теорії, історії держави і права та конституційного права Академії муніципального управління

Випусковий редактор:

Куцяк Олександр Анатолійович

ЗМІСТ

С.А. ТКАЧЕНКО. Виділення в функціонально розвинутій системі стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єкта сфери підсистеми економічного моніторингу	4
А.В. БИТКІВСЬКА, О.А. ПЕТРИК. Управлінський облік у системі інформаційного забезпечення підприємства в умовах неплатоспроможності та банкрутства	8
І.А. ПЕДЬКО. Прогнозування продажу бетону підприємствами-виробниками з врахуванням сезонного фактору	13
О.Л. ФАІЗОВА. Гудвіл, як об'єкт стратегічного управління вітчизняним підприємством	18
Н.В. ЧУМАК. Концептуалізація антимонopolного регулювання товарних ринків у відкритій економіці	21
О.В. СТАНІСЛАВИК, Д.В. АНТОНЮК. Формування корпоративних структур в харчовій галузі України	24

КОНСУЛЬТАЦІЇ

Махінації влади та ЗМІ на прикладі озера Срібний Кіл Дарницького району міста Києва	29
Особливості оскарження неправомірних дій чи бездіяльності посадових осіб податкової міліції	31

ТКАЧЕНКО

Сергій Анатолійович
nukoblikaudit@inbox.ru



к.е.н., доцент кафедри
обліку і аудиту, в.о.
ректора Вищого навча-
льного закладу Міжна-
родний технологічний
університет "Миколаїв-
ська політехніка"

УДК 332.146.2:[65.012.122:338.43]

ВИДІЛЕННЯ В ФУНКЦІОНАЛЬНО РОЗВИНУТОЇ СИСТЕМІ
СТРАТЕГІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ТА
ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СУБ'ЄКТА СФЕРИ ПІДСИСТЕМИ
ЕКОНОМІЧНОГО МОНІТОРИНГУ

ISOLATION IN THE FUNCTIONAL DEVELOPMENT OF THE SYSTEM OF
STRATEGIC CONTROL OF THE REGIONAL STRUCTURE AND
TERRITORIAL ORGANIZATION OF THE SUBJECT OF ECONOMIC
MONITORING SUBSYSTEM SPHERE

В статті доведено, управління включає у себе чотири самостійні взаємопов'язані функції – планування, облік, моніторинг та регулювання. Виключення із циклу управління будь-якої з цих функцій робить управління неможливим або, принаймні, неефективним. Обґрунтовано, будь-яку із функцій управління можливо назвати підсистемою функціонально розвинутої системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єкта сфери, а відповідно, правомірним виступає виділення в функціонально розвинутої системі стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єкта сфери підсистеми моніторингу.

В статье доказано, управление включает в себя четыре самостоятельных взаимосвязанные функции – планирование, учёт, мониторинг и регулирование. Исключение из цикла управления любой из этих функций делает управление невозможным или неэффективным. Обосновано, любую из функций управления можно назвать подсистемой функционально развитой системы стратегического регулирования региональной структуры и территориальной организации субъекта сферы, правомерным выступает выделение в функционально развитой системе стратегического регулирования региональной структуры и территориальной организации субъекта сферы функции мониторинга.

It is proved, management includes four independent interconnected functions – planning, accounting, monitoring and regulation. Exclusion from the control loop any of these features makes it impossible or ineffective management. Substantiated any of the control functions can be called a subsystem functional development of the system of strategic control of the regional structure and territorial organization of the scope of the subject, lawful acts selection in the functional development of the system of strategic control of the regional structure and territorial organization of the subject of the monitoring function scope.

Ключові слова: виділення, економічний моніторинг, підсистема, регіональна структура, стратегічне регулювання, суб'єкт сфери, територіальна організація, функціонально розвинута система

Ключевые слова: выделение, подсистема, региональная структура, стратегическое регулирование, субъект сферы, территориальная организация, функционально развитая система, экономический мониторинг

Keywords: selection, subsystem, regional structure, strategic adjustment, the scope of the subject, the territorial organization of functional development system, economic monitoring

ВСТУП

Українська наука управління стрімко розвивається. У порівняно короткі строки було створено крупні науково-дослідницькі центри, які займаються дослідженням теоретичних і прикладних питань управління, сформовано кадри вчених, які працюють над різними проблемами науки

управління, поставлено значні за величиною виробничо-економічні експерименти. Про успіхи управління свідчить також той факт, що було опубліковано значну кількість робіт, присвячених різноманітним аспектам системи управління, ін.

Розгляд опублікованих робіт таких вчених-авторів, як: К. Боумен [1], Д. Джоббер [2],

Х.Т. Джонсон [3], П. Друкер [4], Ф. Котлер, Г. Армстронг [5], М. Мак-Дональд [6], Д. Хассі [7], Рам Чаран, Джеффри Колвін [8], Дж. А. Штайнер [9] і інших, надає підґрунтя стверджувати, що управління як наука на сучасному етапі являє собою симбіоз декількох основних напрямків.

Заслужує на увагу той факт, що погляди більшості фахівців про основні положення науки управління суб'єктами господарської діяльності та оцінка її місця серед інших наук збігаються. Більшість вказує на необхідність і закономірність існування самостійного розділу – теорії системи управління, тому що в самому управлінні наявні загальні методологічні проблеми, які не доцільно розглядати в межах окремих напрямків розвитку науки управління.

Найбільш повно сутність управління може бути розкрито через його функції. На жаль, тлумачення самого поняття «функція управління» і визначення поняття «управління», що зустрічаються в літературі, різні і інше.

На наш погляд, більш вірно розглядає зміст функцій системи управління О. Лесюк та А. Устенко, які під ними мають на увазі не тільки особливий вид управлінської діяльності, результат процесу поділу праці та спеціалізації в управлінні, але і певну ділянку системи управління, що відрізняється цілковитою самостійністю. «Функції управління, – пишуть автори, – особливі види діяльності, що відображають напрями або стадії цілеспрямованого впливу на зв'язки і відносини між людьми в процесі виробництва» [10, с.856].

Значно різняться погляди авторів – провідних вітчизняних та іноземних вчених при визначенні кількісно-якісного складу функцій управління і інше.

Так, колектив таких економістів-дослідників як: М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі у своїй фундаментальній праці виділяють наступні функції управління: планування, організація, мотивація і контроль [11, с.253].

В.В. Сопко та В.П. Завгородній серед функцій системи управління виділяють такі угруповання: бухгалтерський облік, контроль і аналіз [12, с.4].

А представники наукової школи – Ф.Ф. Бутинець, О.П. Войналович, І.Л. Томашевська – переконані у тому факті, що до функцій управління, окрім обліку, відносяться також планування, аналіз та контроль [13, с. 21], ін.

Деякі автори схильні виділяти в управлінні виробничо-господарською діяльністю і значно більшу кількість функцій. Наприклад, група російських вчених-науковців В.Е. Керімов, О.О. Єпіфанов, П.В. Селіванов, М.С. Крятов наголошують на тому, що «до основних функцій управління виробництвом належать: організація, нормування, планування, координація, мотивація, облік, контроль, аналіз і регулювання» [14, с. 22]. А в своїй наступній роботі пишуть: «управління комерційно-збутовою діяльністю здійснюється за допомогою функцій, які умовно можливо об'єднати в чотири групи: функції аналізу, прогнозування та планування; функції організації; функції обліку і контролю; функції регулювання та стимулювання» [15, с.18].

Не переслідуючи мети вичерпного розгляду точок зору на функціональний склад управління з критичних позицій, зробимо обмеження на констатації найбільш принципових моментів: все ще допускають змішування функцій керуючої підсистеми та такої, якою керують, внаслідок чого відносять до функцій управління такі, що не виступають ними; обмежуються, як правило, тільки простим переліченням функцій управління або надають при цьому загальну характеристику їх сутності; мають місце випадки, коли по-різному визначають зміст одних і тих самих функцій управління, хоча зрозуміло, що для характеристики сутності тієї або іншої функції управління необхідним виступає єдине визначення; нерідко в число функцій управління включають організацію, хоча, на наш погляд, організація являє собою не що інше, як специфічні компоненти підсистеми, якою керують, що перебувають у певної взаємодії, внаслідок чого організація сама відчуває необхідність в управлінні; навряд чи можна визнати правомірним і включення до складу управлінських функцій стимулювання, які належать до методів управління, за допомогою яких забезпечується оптимальна взаємодія різних частин підсистеми, якою керують; при виділенні серед управлінських функцій контролю розглядають його на одному рівні з іншими функціями, не відрізняючи, що контроль є функцією, яка об'єднує в собі інші – облік, аналіз.

МЕТА РОБОТИ полягає в подальшому розвитку концепції, система управління включає у себе чотири самостійні взаємопов'язані функції – планування, облік, моніторинг та регулювання. Виділено в системі стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єкта сфери функцію моніторингу.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретико-методологічною основою даної наукової публікації виступає діалектичний метод і основні положення теорії системи управління. У процесі дослідження використовувалися наступні методи: *абстрактно-логічний* (для теоретичного узагальнення і формулювання висновків); *монографічний* (при дослідженні теоретичних методик системи управління); *метод економіко-математичного моделювання* (при розробці моделей: взаємозв'язків підсистем в процесі системи управління); *графічний* (при побудові: схеми взаємозв'язків підсистем системи управління) багато іншого.

РЕЗУЛЬТАТИ

Найбільш правильним виступає підхід до визначення складу функцій системи управління, який ґрунтується на дослідженні управління в єдності двох його органічних сторін: сутності управління, для якої характерна, спільність, універсальність управлінської діяльності, яка впливає із єдності законів процесів управління в різних об'єктах управління, і змісту управління, для якого характерна специфічність управління, яка виходить із конкретності законів розвитку того або іншого об'єкту управління.

Спираючись на тезис даного висловлювання, в системі управління можна виділити 4 (чотири) функції: планування, облік, моніторинг та регулювання.

Кожна із функцій у процесі подальшого поділу і спеціалізації управлінської праці може бути диференційована на ряд складових. Наприклад, у підсистемі планування можуть бути виділені прогнозування, перспективне планування, поточне планування, оперативне планування тощо. О. А. Хитрова досить правильно зазначає, «на практиці застосовується стратегічне, короткострокове, а також оперативне планування» [16, с. 72]. Підсистема обліку може бути диференційована на оперативний облік, бухгалтерський облік, управлінський облік, податковий облік і багато інших.

Щодо функції управління *планування*, дуже цікавим виступає погляд У. С. Расулової, яка вважає, що «... коли критерієм ефективності планування є тільки виконання та перевиконання плану, виникає реальна загроза того, що процес планування взагалі втратить сенс через те, що планові показники будуть свідомо занижуватися» [17, с. 29]. А згідно із точкою зору іноземного фахівця Пітера Лоранжа, «... процес планування виступає інструментом, який допомагає в прийнятті управлінських рішень. Його завдання – забезпечити нововведення і зміни в організації у достатній ступені» [18, р. 2].

Основне завдання *обліку* виступає у відображенні процесів, що фактично відбуваються, і контролю за виконанням плану виробничо-господарської діяльності в цілому, в кожній його частині і за кожний відрізок часу. Забезпечуючи постійний збір інформації про фактичний розвиток виробничо-господарських процесів, її класифікацію і узагальнення, облік тим самим створює можливість виявлення різного роду відхилень від запланованих напрямків та параметрів розвитку. У цій якості облік виступає як база моніторингу, регулювання і забезпечення діяльності об'єктів, якими керують.

Наступна важлива функція управління – *моніторинг*. Отримання облікової інформації не ідентично отриманню знань про виробничо-господарські процеси, що відбуваються. Знання, розуміння процесів, що відбуваються, може бути досягнуто тільки в результаті усвідомлення інформації за допомогою моніторингу отриманих даних. Моніторинг дозволяє надати кількісну та якісну оцінку змін у процесах розвитку об'єктів, якими керують, відносно завданих параметрів

виявити закономірності розвитку об'єктів, якими керують, виявити втрати, причини їх виникнення. У цьому зв'язку моніторинг виступає базою розробки управлінських рішень, ін.

Регулювання включає у собі вироблення і прийняття управлінських рішень. Дослідженням функції регулювання займається спеціальна наукова дисципліна (в межах науки про систему управління) – теорія прийняття управлінських рішень. Цей розділ науки про систему управління почав створюватися вже давно, на початку п'ятдесятих років минулого сторіччя і ін.

Найбільш активна частина функції регулювання – реалізація прийнятих рішень – заключна ланка системи управління. Головна задача функції регулювання виступає в тому, щоб усунути вплив небажаних факторів на процеси розвитку об'єктів, якими керують і в різноманітних ситуаціях утримувати параметри розвитку процесів у завданих або оптимальних межах.

Функція регулювання здійснюється на базі економічного моніторингу і полягає в прийнятті рішень із коректування планів, удосконалення обліку, проведення технічних, економічних і організаційних заходів, які сприяють усуненню виявлених відхилень та оптимізації процесу, яким керують. У реальних умовах діяльності підприємств одна частина рішень реалізується у функціональних підрозділах, інша – в лінійних, де здійснюється безпосередній вплив на сам процес. Правильне рішення, яке приймається в тієї або іншої ситуації, передбачає всебічне врахування таких, якими керують (залежних від приймаючого рішення), і таких, якими не керують (на які приймаючий рішення вплинути не може), факторів підвищення та обмежень.

Основні функції системи управління щільно взаємопов'язані і в сукупності організують процес управління із замкненим контуром. У контурі виділяються керуючі впливи, спрямовані від керуючої частини на об'єкт, і зворотний зв'язок, що здійснюється від об'єкта до керуючої частини (рис. 1).

Формально взаємозв'язок функцій у процесі системи управління може бути представлений у вигляді графу $f S, w$, де $S = \{P, O, M, P, Q\}$, а система зв'язків визначається безліччю пар, в яких перший елемент методу виступає інформатором, а другий – інформантом, визначається формулою (1):

$$w = \{\langle P, Q \rangle; \langle Q, O \rangle; \langle P, M \rangle; \langle O, M \rangle; \langle M, P \rangle; \langle P, P \rangle; \langle P, Q \rangle\}. \quad (1)$$

Наведена схема формує розуміння загальних принципів управління, внаслідок чого вона інваріантна по відношенню до найрізноманітніших процесів управління. Однак, потрібно мати на увазі, що в реальних умовах взаємозв'язки функцій дещо складніші. Наприклад, інформаційні дані моніторингу можуть бути використані для виконання функції

перспективного планування – в цьому випадку виникає взаємозв'язок функцій M, P . До того ж, між функціями управління існують ще методологічні зв'язки: методологія обліку залежить від методології планування; методологія моніторингу – від методології планування та обліку.

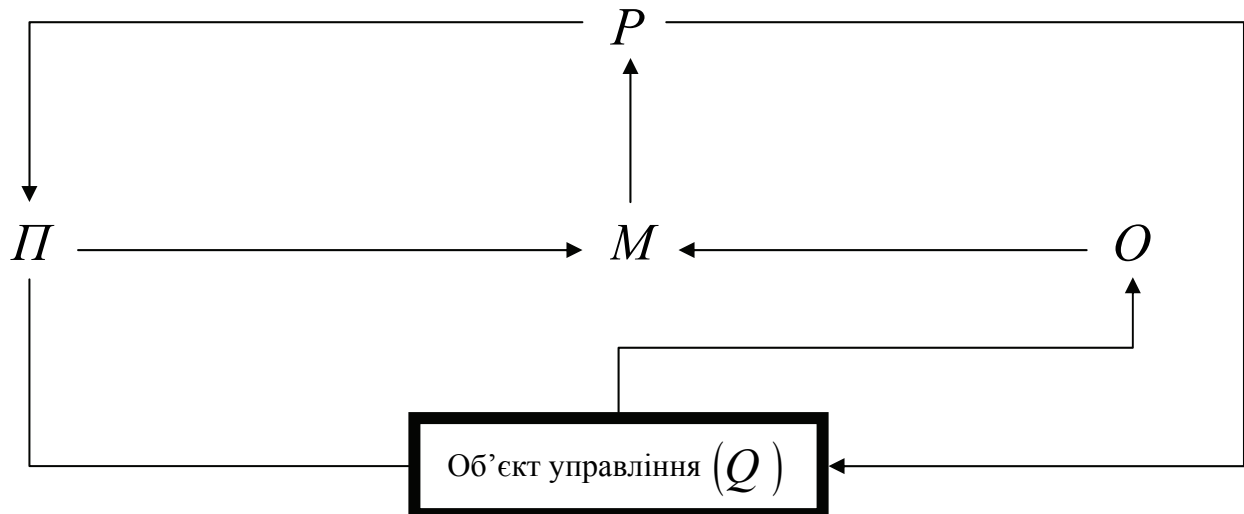


Рис. 1. Схема взаємозв'язків функцій управління:

П - планування; О - облік; М - моніторинг; Р - регулювання

ВИСНОВКИ

Управління включає у себе чотири самостійні взаємопов'язані функції – планування, облік, моніторинг та регулювання. Виключення із циклу управління будь-якої з цих функцій робить управління неможливим або неефективним. Тому, з точки зору кібернетики, будь-яку із функцій управління можливо назвати підсистемою функціонально розвинутої системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єкта сфери, правомірним виступає виділення в функціонально розвинутої системі стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єкта сфери підсистеми моніторингу та таке ін.

Список використаних джерел

1. Боумен, К. Стратегия на практике / К. Боумен. – Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 251 с.
2. Джоббер, Д. Принципы и практика маркетинга: учебное пособие / Д. Джоббер; [пер. с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 688 с.
3. Thomas, Johnson H. Relevance Regained / Johnson H. Thomas // The Free Press. – New York: The Free Press, 1992. – P. 22.
4. Drucker, P. Planning for Uncertainty / Peter Drucker // The Wall Street Journal, 22 July 1992.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг; [9-е издание; пер. с англ.]. – Москва: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1200с.
6. Мак-Дональд, М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – Санкт-Петербург: Издательство «Питер», 2000. – 320 с.
7. Хасси, Д. Стратегия и планирование / Д. Хасси; [перевод с английского под редакцией Л.А. Трофимовой]. – СПб.: Питер, 2001. – 384 с.
8. Charan, R. Why CEO's Fail / Ram Charan, Geoffrey Colvin // Fortune. – 21 June 1999. – P. 31-40.
9. Steiner, George A. Management Policy and Strategy / George A. Steiner, John B. Miner. – New

York: Macmillan, 1977. – 158 p.

10. Економічна енциклопедія: у 3-ох томах / [редкол.: ... С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – Т. 3. – 952 с.
11. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [перевод с английского]. – Москва: Дело, 2000. – 704 с.
12. Сопко, В.В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: підручник / В. В. Сопко, В. П. Завгородній. – Київ: КНЕУ, 2004. – 412 с.
13. Бутинець, Ф.Ф. Організація бухгалтерського обліку: підручник для студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит» ВНЗ / Ф.Ф. Бутинець, О.П. Войналович, І.Л. Томашевська; [за редакцією Ф.Ф. Бутинець; 4-е видання, доповнене і перероблене]. – Житомир: ПП «Рута», 2005. – 528 с.
14. Керимов, В.Э. Управленческий учёт производственной деятельности: учебное пособие / В. Э. Керимов, А. А. Епифанов, П. В. Селиванов, М. С. Крятов; [под ред. В.Э. Керимова]. – М.: Издательство «Экзамен», 2002. – 160с.
15. Керимов, В. Э. Управленческий учёт коммерческо-сбытовой деятельности: учебное пособие / В. Э. Керимов, П. В. Селиванов и др.; [под редакцией В. Э. Керимова]. – Москва: Издательство «Экзамен», 2003. – 128 с.
16. Хитрова, О. А. Бізнес-план як один з видів стратегічного планування / О. А. Хитрова // Україна наукова: матеріали другої всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. – Київ, 2006. – У 2-х ч. – Ч. 2. – С. 72-73.
17. Расулова, У. С. Ефективність оперативного планування торговельних підприємств Донецького регіону / У. С. Расулова // Україна наукова: матеріали другої всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. – Київ, 2006. – У 2-х ч. – Ч.2. – С. 29-31.
18. Lorange, P. Corporate Planning: An Executive Viewpoint / Peter Lorange. – N. J.: Prentice-Hall, 1980. – 2 p.

БИТКІВСЬКА

Анна Вікторівна
annabitkivska@yandex.ru

УДК 657:004:658.14/.16:005.334.4

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК У СИСТЕМІ
ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ
НЕПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ ТА
БАНКРУТСТВА

ПЕТРИК

Олена Анатоліївна

MANAGEMENT ACCOUNTING IN
ENTERPRISE INFORMATION SUPPORT
SYSTEM IN INSOLVENT AND BUNKRUPT
CONDITIONSаспірант кафедри аудиту,
ДВНЗ "Київський національ-
ний економічний універ-
ситет ім. Вадима Геть-
мана"д.е.н., професор, завідувач
кафедри аудиту, ДВНЗ "Київ-
ський національний економіч-
ний університет ім. Вадима
Гетьмана"

У статті доведено необхідність розширення системи інформаційного забезпечення вітчизняних підприємств в умовах неплатоспроможності та банкрутства. Встановлено, що важливим елементом такої системи має бути управлінський облік. Розглянуто основні характерні переваги інформаційних ресурсів, продуктованих управлінським обліком, у порівнянні з даними фінансового обліку. З'ясовано, що в умовах неплатоспроможності та банкрутства належним чином організований управлінський облік є запорукою ефективного управління і забезпечення безперервного функціонування підприємства, вагомою складовою системи антикризового управління та одним з чинників успішного проведення процедур відновлення платоспроможності та банкрутства.

В статье доказана необходимость расширения системы информационного обеспечения отечественных предприятий в условиях неплатежеспособности и банкротства. Установлено, что важным элементом такой системы должен быть управленческий учет. Рассмотрены основные характерные преимущества информационных ресурсов, созданных управленческим учетом, по сравнению с данными финансового учета. Установлено, что в условиях неплатежеспособности и банкротства надлежащим образом организованный управленческий учет является залогом эффективного управления и обеспечения непрерывного функционирования предприятия, важной составляющей системы антикризисного управления и одним из факторов успешного проведения процедур восстановления платежеспособности и банкротства.

The author determined the necessity of information support system enlargement of domestic enterprises in insolvent and bankrupt conditions. The analysis results show that the most value element of this system is management accounting. It's investigated the informational resources basic advantages that produced by management accounting compared to financial accounting data. It has been established that ordered management accounting organization is a guarantee of effective management, enterprise's continuous functioning and important element of antirecessionary management system. In that time it's a significant factor of successful paying capacity and bankrupt renovation procedures.

Ключові слова: банкрутство, відновлення платоспроможності, інформація, криза, управлінський облік, управління

Ключевые слова: банкротство, восстановление платежеспособности, информация, кризис, управленческий учет, управление

Keywords: bankrupt, paying capacity renovation, information, crisis, management accounting, management

ВСТУП

Основою успішної та стабільної (безперервної) діяльності будь-якого суб'єкта господарювання є вчасно прийняті управлінські рішення, якість та обґрунтованість яких залежить насамперед від належного інформаційного забезпечення. Інформація завжди є невід'ємним елементом функціонування системи управління підприємством, але, в умовах кризи, коли існує загроза потрапити в зону неплатоспроможності та зазнати банкрутства, її значення значно зростає. Від повноти, достовірності

та надійності інформаційних ресурсів, а також своєчасного їх отримання, залежить результативність прийнятих на їх основі рішень. У зв'язку з цим виникає необхідність пошуку та дослідження якісних джерел широкого спектру даних для поглиблення та удосконалення системи інформаційного забезпечення вітчизняних підприємств.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Різноманітні аспекти організації та методики здійснення управлінського обліку були об'єктом дослідження значної кількості вітчизняних науковців,

серед яких: Аніщенко Г.Ю., Атамас П.Й., Білоусова І.А., Бондарчук Н.В., Бутинець Ф.Ф., Голов С.Ф., Довжик О.О., Загородній А.Г., Загребельна Н.І., Корецький М.Х., Нападковська Л.В., Сопко В.В., Пушкар М.С., Чумаченко Н.Г. та інші.

Важливість та роль управлінського обліку для забезпечення ефективного функціонування економічного механізму господарювання в сучасних умовах на підприємстві у своїй науковій роботі обґрунтовує Чуприна Л.В. [14]. Управлінський облік в контексті антикризового фінансового менеджменту досліджує Гринчишин Я.М. [5]. Як інформаційну основу економічної безпеки управлінський облік розглядає Гнилицька Л.В. [3]. У науковій літературі управлінський облік здебільшого розглядається як елемент інформаційного забезпечення системи менеджменту в умовах звичайної діяльності підприємств. Однак, враховуючи сучасний нестабільний стан економіки країни, вважаємо доцільним провести дослідження напрямків застосування управлінського обліку й в умовах неплатоспроможності та банкрутства підприємств, ризик настання яких нині досить значний.

Метою статті є визначення місця та значення управлінського обліку в системі інформаційного забезпечення вітчизняних підприємств в умовах неплатоспроможності та банкрутства.

РЕЗУЛЬТАТИ

Протягом останніх років розвиток вітчизняного підприємництва відбувається в середовищі розгортання кризових процесів в країні як у політико-правовій так і в соціально-економічній сферах. У таких умовах загроза підвищення рівня збитковості, неплатоспроможності та подальшого банкрутства українських підприємств значно посилюється. Тому й дослідження різноманітних аспектів процесів запобігання виникненню кризи на підприємствах, відновлення їх платоспроможності та банкрутства на даний момент є досить актуальними.

Одним із важливих елементів вище зазначених процесів є формування достовірного інформаційного забезпечення для здійснення фахівцями аналізу, різноманітних розрахунків економічних показників, діагностики, прогнозів, та прийняття на їх основі ефективних рішень, що дозволять своєчасно запобігти виникненню неплатоспроможності та банкрутства, чи вивести підприємство з кризи.

Як джерела отримання інформації, що характеризують внутрішнє і зовнішнє середовище підприємства, можуть використовуватись установчі документи, організаційно-розпорядча документація, нормативно-правові акти, що регулюють діяльність суб'єкта господарювання, матеріали аудиторських та податкових перевірок, а також, у випадку порушення судової справи про банкрутство, звіти арбітражних керуючих тощо.

Однак, основою інформаційної бази, що використовується для прийняття рішень, як у звичайних, так і в кризових умовах діяльності підприємств, є, в першу чергу, дані облікової системи, серед яких показники фінансового, управлінського, статистичного та податкового обліку. Зазвичай основний обсяг даних в умовах

неплатоспроможності та банкрутства підприємств отримується безпосередньо з фінансової звітності. Як зазначає Гринчишин Я. М. [5], перевагою показників, отриманих з фінансових звітів, є їх уніфікованість, висока ступінь надійності та чітка регулярність формування (у встановлені нормативні терміни).

Цінність та значимість при прийнятті управлінських рішень облікової інформації, отриманої внаслідок аналізу фінансової звітності, підкреслює й Садовська І.Б. [11]. Проте, науковець визначає й недоліки такої інформації:

1) зведеність – можливою є діагностика лише діяльності підприємства загалом за звітний період (наприклад, квартал чи рік), чітко визначений законодавчо;

2) історичність – фактичні дані є доступними для оцінювання за кілька днів після завершення звітного періоду та констатують історичний факт, на який не можна вплинути;

3) обмеженість – відсутня деталізація за видами економічної діяльності.

Зазначені недоліки фінансового обліку здатен нейтралізувати саме управлінський облік (за умов його ефективної організації на підприємстві), який генерує у порівнянні з фінансовим обліком інформаційні потоки більш широкого спектру.

Управлінський або внутрішньогосподарський облік є системою обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством. Відповідно до законодавства [6], систему і форми управлінського обліку, звітності і контролю господарських операцій підприємство розробляє самостійно.

Управлінський облік забезпечує інформацією всі стадії управлінського циклу: аналіз, контроль, планування, прогнозування [14, с. 158].

Інформаційні ресурси, отримані з даних управлінського обліку та звітності, мають ряд переваг в порівнянні з фінансовим обліком та звітністю й дозволяють приймати на їх основі економічно обґрунтовані рішення як в умовах звичайної діяльності підприємства, так і в умовах неплатоспроможності та банкрутства. Розглянемо основні характеристики інформаційних даних, створених в межах управлінського обліку, що визначають його переваги перед фінансовим обліком, особливо в кризовому для підприємства стані:

1) відсутність часової прив'язаності. Вести підприємницьку діяльність сьогодні, орієнтуючись лише на минулі події, які надає нам фінансовий облік, неможливо [7, с. 46]. Тому, якщо фінансовому обліку притаманний історичний характер фіксування даних, то в управлінському обліку відображення інформації відбувається як в режимі реального часу, так в і ретроспективі та перспективі. Досить влучно характеризує таке твердження вислів Голова С. Ф. [4, с. 20] про те, що «бухгалтери-аналітики – це Нострадамуси бізнесу, а бухгалтери-рахівники – це Нестори-літописці». В свою чергу, властивість управлінського обліку продукувати дані з орієнтацією на майбутнє є досить вагомою запорукою

мінімізації ризику виникнення неплатоспроможності та банкрутства вітчизняних підприємств;

2) деталізація за об'єктами облікової звітності. Перевага управлінського обліку у виявленні недоліків та прихованих резервів у діяльності підприємств полягає в його можливості складання звітності не лише по підприємству в цілому (як у фінансовому обліку), але й за структурними підрозділами, центрами відповідальності, видами діяльності, окремими послугами. Як наслідок, інформація, отримана з системи управлінського обліку, відображає всі особливості роботи підприємства та повністю розкриває економічні, технічні, технологічні й фінансові можливості його діяльності [9, с. 126];

3) продукування інформації як про ендегенне, так і про екзогенне середовище діяльності підприємства. Як зауважує Гнилицька Л. В. [3, с. 186], управлінський облік знаходиться на перетині інформаційних потоків, що надходять від різних підрозділів підприємства, тому він може формувати корисну інформацію про реальний стан економічних відносин як всередині господарюючого суб'єкта, так і поза його межами. Зазначене врахування впливу зовнішнього середовища є важливою складовою процесу запобігання неплатоспроможності та банкрутства підприємства;

4) різноплановість облікових вимірників. Якщо інформація, отримувана з фінансового обліку та звітності, подається лише у грошових вимірниках, то для цілей управлінського обліку акумулюється й обробляється інформація про різноманітні сторони діяльності у різних показниках: від натуральних виробничих показників до думки співпрацівників про саму компанію, що значно розширює можливості прогнозування та моделювання її майбутнього стану [8, с. 119];

5) адресна спрямованість інформації. У своєму первинному вигляді дані фінансового обліку та звітності є доступними лише фахівцям. Керівники та управлінці не завжди правильно трактують складові фінансової звітності та у результаті приймають неефективні рішення, які негативно впливають на фінансовий результат підприємства [11]. В свою

чергу інформація, що генерується управлінським обліком, характеризується більшою конкретизацією, індивідуальністю та адресністю. Управлінський облік спрямований на забезпечення умов, за яких під час прийняття управлінських рішень будуть враховані побажання всіх груп зацікавлених осіб. Інакше кажучи, управлінський облік повинен дозволити визначити, наскільки ефективно працює організація з погляду різних груп інтересів [8, с. 119].

Узагальнює всі вище наведені характерні переваги інформації, створеної управлінським обліком, та підкреслює її значимість наступна характеристика:

6) релевантність інформації. Для прийняття стратегічно важливих рішень здійснюється підбір даних, адаптованих до конкретної ситуації, завдання, цілі, періоду часу, та адресованих відповідній особі тощо. Генерувати такі релевантні (конкретизовані) дані, на відміну від фінансового обліку, здатна система управлінського обліку та звітності, що дозволяє врахувати специфіку стану підприємства в умовах неплатоспроможності та банкрутства.

Форми управлінських звітів розробляються індивідуально для кожного окремого підприємства і для окремого рівня управління залежно від певної ситуації. Дані в таких звітах відповідним чином згруповані та структуровані, й спрямовані на задоволення інформаційних потреб конкретних користувачів.

Зазначені характеристики інформації, продукуюваної системою управлінського обліку та звітності, визначають її можливість створити об'єктивне інформаційне підґрунтя для оперативного прийняття управлінських рішень та здійснення контролю за діяльністю підприємства з метою нівелювання можливості виникнення кризової ситуації для підприємства, та, у випадку її настання, сприяння ефективному відновленню платоспроможності підприємства чи здійснення процедур банкрутства.

Враховуючи вище наведене, розглянемо значення управлінського обліку у системі інформаційного забезпечення підприємства в умовах неплатоспроможності та банкрутства, що проявляється у трьох основних аспектах (рис. 1).

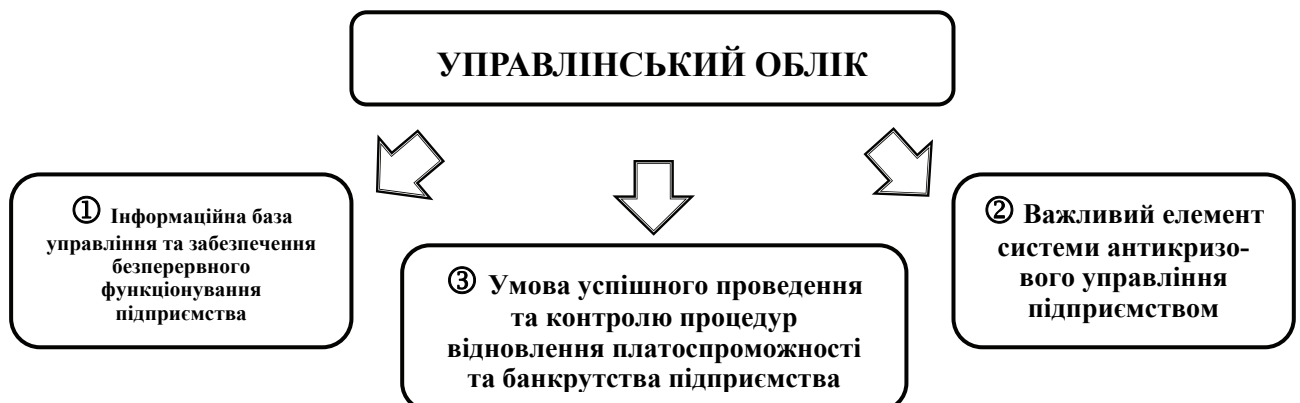


Рис. 1. Управлінський облік у системі інформаційного забезпечення підприємства в умовах неплатоспроможності та банкрутства [авторська розробка]

Насамперед, зазначимо, що існування ефективно організованої системи управлінського обліку є запорукою безперервного функціонування будь-якого підприємства. Це зумовлено тим, що однією з причин виникнення неплатоспроможності, і, як наслідок, банкрутства є прорахунки чи помилки керівництва або відповідальних фахівців, які можуть бути результатом відсутності, обмеженості чи недостовірності інформаційних ресурсів.

Здійснюваний на основі даних управлінського обліку контроль співвідношення постійних і змінних витрат, точки беззбитковості, структури і динаміки дебіторської та кредиторської заборгованості – є найбільш актуальними на сьогодні напрямками посилення управлінської складової в діяльності підприємств [13, с. 166, 167], тому недооцінка ролі управлінського обліку призводить до нераціонального використання не лише інформаційних, але й інтелектуальних, організаційних та фінансових ресурсів підприємства, необґрунтовано підвищує витрати, які в свою чергу призводять до зростання собівартості продукції, знижують її конкурентоспроможність та результативність всього підприємства [1, с. 42], що в подальшому може призвести до неплатоспроможності та банкрутства.

Управлінський облік є й важливим елементом системи антикризового управління підприємством. Погоджуючись з Пасковою О. [10, с. 233], зазначимо, що управлінський облік має бути основним постачальником оперативної й спеціалізованої інформації для антикризового управління, оскільки: дані управлінського обліку містять інформацію, що використовує специфічні методи й способи її первісного формування й обробки, такі як «стандарт-костинг», «директ-костинг», «таргет-костинг», «АВ-костинг», ефективність застосування яких в умовах антикризового управління зростає; управлінський облік включає такі специфічні показники як маржинальний дохід, сума та ставка покриття накладних (постійних) витрат, відхилення від заданих нормативами (бюджетами) витрат і результатів діяльності, що мають для контролю антикризових заходів особливе значення.

Разом з тим, інформаційні ресурси управлінського обліку використовуються і при здійсненні поглибленої діагностики ймовірності банкрутства підприємства, результати якої дозволять правильно визначити ризики та здійснити відповідні заходи для їх мінімізації.

У випадку коли запобігти кризовій ситуації все ж не вдалося й підприємство опинилося в зоні неплатоспроможності, дані управлінського обліку відіграють важливу роль при провадженні у справі про банкрутство та під час здійснення судових чи досудових процедур відновлення платоспроможності та банкрутства підприємства.

Як наголошує Глушук О.М [2, с. 66], для ефективного проведення аналізу під час розгляду справи про банкрутство необхідно використовувати різноманітні, систематизовані та якісні інформаційні дані. Однак, як показує практика, майже при кожному розгляді справи про банкрутство підприємства-боржника виникає низка проблемних моментів,

пов'язаних саме з неякісним та несистематизованим набором необхідних даних, які зачіпають інтереси багатьох осіб, як власників, співробітників підприємства, так і його контрагентів, державних органів тощо. Лише наявність оптимальної інформаційної бази та її якісних характеристик, що необхідні під час провадження справи про банкрутство надасть можливість аналітикам зробити правильні висновки, а керівництву такого підприємства прийняти ефективні управлінські рішення стосовно задоволення вимог всіх кредиторів і можливості відновлення платоспроможності підприємства, що дозволить зберегти робочі місця та поповнити державну казну [2, с. 66].

Саме тому в процесі провадження справи про банкрутство та введення відповідних процедур доцільним є використання поряд з даними фінансового та податкового обліку й інформаційного підґрунтя, отриманого з системи управлінського обліку. Застосування даних управлінського обліку дозволить оптимізувати процес здійснення процедур відновлення платоспроможності та банкрутства, оскільки володіння більш повною та детальною інформацією про активи та зобов'язання підприємства-боржника, забезпечить економію часу та ресурсів на проведення відповідних як санаційних, так і ліквідаційних заходів.

Колектив авторів на чолі з Говорушко Т. А. [12, с. 51] визначають управлінський облік поряд з фінансовим та податковим обліком важливим елементом інформаційного забезпечення санаційного контролінгу, основною метою якого є забезпечення впровадження санаційних програм, управління виконанням плану санації і досягнення поставлених цілей фінансового оздоровлення підприємства [12, с. 41]. Науковці зазначають, що управлінський облік є джерелом інформації щодо прийняття управлінських рішень, які неодмінно впливають на фінансові результати і фінансовий стан підприємства. Його організація є прерогативою самого підприємства, але лише за умови досконалої системи збору інформації засобами обліку можлива її обробка, систематизація, аналіз і прийняття рішень. Недостовірність інформації або її несвоєчасність, незручність з позицій її систематизації призводить до неефективних, несвоєчасних, помилкових рішень. Помилкові рішення тягнуть за собою появу факторів, що призводять до появи ознак фінансової кризи і робить недосяжною мету оперативного і стратегічного контролінгу, а, отже, унеможлиблює досягнення мети санаційного контролінгу [12, с. 52].

Спираючись на вище наведене, можемо стверджувати, що управлінський облік – це досить багатогранний процес «виробництва» якісних інформаційних ресурсів необхідних не лише для досягнення стратегічних, тактичних і оперативних цілей організації, але й для забезпечення прийняття ефективних управлінських рішень в умовах неплатоспроможності та банкрутства підприємств. Разом з тим, необхідно констатувати той факт, що на сьогодні управлінський облік на вітчизняних підприємствах досить слабо розвинений, а на деяких не ведеться взагалі, що пояснюється відсутністю

законодавчої регламентації та єдиної методологічної основи його організації.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами проведеного дослідження встановлено доцільність практичного застосування управлінського обліку як досить вагомому елементу системи інформаційного забезпечення підприємства в умовах розгортання кризових процесів в країні. Інформаційні потоки, генеровані управлінським обліком, характеризуються значною релевантністю та мають не лише ретроспективне, але й стратегічне спрямування, що вкрай важливо для вітчизняних підприємств в умовах неплатоспроможності та банкрутства. Адаптовані до ситуації та конкретизовані дані, отримані з інформаційної бази управлінського обліку, здатні заповнити інформаційний вакуум при прийнятті важливих для підприємства рішень, а також підвищити ефективність та результативність заходів запобігання кризи, й реалізації процедур відновлення платоспроможності та банкрутства. Тому необхідним є подальше проведення дослідження й удосконалення теоретичних аспектів та розробки практичних рекомендацій щодо ведення управлінського обліку та використання його як джерела якісних та достовірних інформаційних ресурсів не лише під час звичайної діяльності підприємства, але й в умовах неплатоспроможності та банкрутства.

Список використаних джерел

1. Бондарчук Н.В. Управлінський облік, як основа для створення нових і ефективних систем управління підприємством / Н.В. Бондарчук // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії і. – 2011. – Вип. 2. – С. 42-48.
2. Глушук О.М. Механізм інформаційного забезпечення аналітичних процедур неплатоспроможних підприємств / О.М. Глушук // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3 (53). – С. 66-72.
3. Гнилицька Л.В. Концептуалізація управлінського обліку як інформаційної основи економічної безпеки підприємства / Л.В. Гнилицька // Фінанси, облік і аудит. – 2013. – Вип. 2 (22). – С. 185-192.
4. Голов С.Ф. Проблеми та перспективи реформування бухгалтерського обліку в Україні / С.Ф. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2000. – № 11. – С. 15-23.
5. Гринчишин Я. М. Багатоаспектна роль бухгалтерського обліку та звітності в антикризовому фінансовому менеджменті підприємств / Я.М. Гринчишин // Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10 (1) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10\(1\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnof_2013_10(1)_24).
6. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV зі змінами та доп. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
7. Коблянська Г. Актальні аспекти відображення управлінського обліку на підприємствах України / Г. Коблянська, А. Вікулова // Вісник КНУ ім. Т. Шевченка. – 2011. – № 130. – С. 45-47.
8. Королович О.О. Впровадження управлінського обліку як інтегрованої інформаційної системи / О.О. Королович // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». – 2012. – № 722. – С. 116-120.
9. Марущак Л. Концептуальні засади побудови управлінського обліку / Леся Марущак // Галицький економічний вісник – Тернопіль: ТНТУ, 2014. – Том 45. – № 2. – С. 122-127.
10. Паскова О. Обліково-аналітичні аспекти банкрутства підприємства / О. Паскова // Роль молоді у процесі соціально-економічних перетворень суспільства: вітчизняний та зарубіжний досвід: Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 26.03.2015 р. – Харків: КНТЕУ, ХТЕІ КНТЕУ, 2015. – С. 232, 233.
11. Садовська І.Б. Обліково-інформаційне забезпечення управлінського аналізу / І.Б. Садовська // Вісник національного університету «Львів. політехніка». – 2009. – № 647. – С. 498-503.
12. Управління фінансовою санацією підприємства: підручник. / Т.А. Говорушко, І.В. Дем'яненко, К.В. Багацька [та ін.] за заг. ред. Т.А. Говорушко – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 400 с.
13. Ушеренко С.В. Аналіз сучасних тенденцій банкрутства українських підприємств та напрямів удосконалення фінансового менеджменту / С.В. Ушеренко // Фінанси, облік і аудит. – 2013. – Вип. 2 (22). – С. 160-169.
14. Чуприна Л.В. Управлінський облік у сучасному менеджменті підприємства / Л.В. Чуприна // Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – № 34 (1077). – С. 157-161.

ПЕДЬКО

Ірина Анатоліївна
pedko@mail.ru

УДК 339.1

ПРОГНОЗУВАННЯ ПРОДАЖУ БЕТОНУ ПІДПРИЄМСТВАМИ-
ВИРОБНИКАМИ З ВРАХУВАННЯМ СЕЗОННОГО ФАКТОРУSALES FORECASTING CONCRETE MANUFACTURERS, WITH THE
SEASONALLY ADJUSTED

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства, Одеська державна академія будівництва та архітектури

В статті запропоновані два методи отримання щомісячних прогнозів продажу бетону підприємствами-виробниками. Перший метод множення нормативних поставок на сезонний відсоток застосовується у разі відомих обсягів замовлення на продукцію підприємства і наявності чітких сезонних коливань в ретроспективних даних продажу бетону. Другий метод множення рівномірних сезонних поставок на сезонний індекс виробництва бетону в регіоні застосовується у разі відомих обсягів замовлення на продукцію підприємств і відсутності ретроспективних даних про продаж або неможливості виявити в цих даних сезонну складову.

В статье предложены два метода получения ежемесячных прогнозов продаж бетона предприятиями-производителями. Первый метод умножения нормативных поставок на сезонный процент применяется в случае известных объемов заказа на продукцию предприятия и наличии четких сезонных колебаний в ретроспективных данных продажи бетона. Второй метод умножения равномерных сезонных поставок на сезонный индекс производства бетона в регионе применяется в случае известных объемов заказа на продукцию предприятий и отсутствия ретроспективных данных о продажах или невозможности обнаружить в этих данных сезонную составляющую.

The article analysis two methods of providing monthly forecasts of sales of concrete manufacturers. The first method of multiplication standard supply for seasonal percentage is applied in case of the known volume of orders for the company's products and seasonal variations in the concrete historical sales data. The second method of multiplying the equal seasonal supplies to the seasonal index of concrete production in the region is used in case of the known volume of orders for the products and the lack of historical data on the sale or the inability to detect the seasonal component in the data.

Ключові слова: виробництво бетону, сезонність продажу, нормативні поставки, прогнозування продажу

Ключевые слова: производство бетона, сезонность продаж, нормативные поставки, прогнозирования продаж

Keywords: production of concrete, seasonality of sales, delivery regulations, sales forecasting

ВСТУП

Підприємства-виробники бетону та виробів з бетону мають планувати обсяги виробництва та продажу продукції у відповідності з багатьма факторами: попит на будівельні роботи; вартість компонентів, з яких виробляється бетон; ціни на енергоносії, тощо. Для складання тактичних та стратегічних планів продажу підприємству необхідно мати достовірні прогнози щодо розвитку ринкової ситуації. Прогнози мають враховувати сезонний фактор, оскільки будівельні організації працюють в певних погодних умовах, а бетон є продуктом, який існує на протязі тридцяти хвилин.

МЕТА РОБОТИ

Метою статті є розробка методичних підходів до отримання прогнозів продажу підприємствами-виробниками бетону з врахуванням сезонного фактору.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Проблемі отримання прогнозів присвячено багато робіт вітчизняних та зарубіжних вчених. Особливо важливими для підприємств-виробників бетону є питання щодо отримання прогнозів з врахуванням сезонного фактору. Найбільш відомими методами прогнозування є метод згладжування часового ряду трендом та сезонністю (метод Вінтерса), а також метод декомпозиції часового ряду [1, 2]. У разі складнощів з визначенням сезонності в часовому ряді застосовуються методи авторегресії та ковзкого

середнього Бокса-Дженкінса [3]. Для отримання інформації про маркетингове середовище підприємства у відділі маркетингу зорганізується маркетингова інформаційна система, яка, на відміну від класичної схеми, містить чотири складових: підсистему моніторингу, підсистему маркетингових досліджень, підсистему прогнозування та підсистему оцінки ризиків [4]. Інформація про продаж продукції проступає в підсистему моніторингу і вимагає застосування подальших методів прогнозування для складання планів підприємства.

На наш погляд, вимагає подальшого дослідження питання отриманні прогнозів підприємствами-виробниками бетону та виробів з бетону у випадку відомих річних обсягів замовлення бетону з боку підприємств будівельної галузі, але ці прогнози мають враховувати сезонний фактор для встановлення прогнозованих щомісячних обсягів продажу.

РЕЗУЛЬТАТИ

Розглянемо методологічні підходи до отримання прогнозів продажу продукції підприємств-виробників бетону та виробів з бетону. Підприємство-виробник бетону – бетонно-змішувальний вузол (БЗВ) – здійснює поставки продукції у відповідності до контрактів з будівельними організаціями. Контракти заключають на період виконання будівельних робіт. За наявності контракту на виробництво бетону для

певних будівельних організацій підприємство-виробник бетону може здійснювати прогнози виробництва бетону в залежності від сезонного фактору. Тобто, на виробництво бетону в цьому випадку впливає не попит на продукцію, тому, що контракт вже є, а погодні умови.

В залежності від динаміки ретроспективних даних з продажу готових бетонних сумішей підприємством-виробником бетону пропонується за наявності контракту на виробництво бетону використовувати два методи для отримання прогнозів (рис. 1):

- метод множення нормативних поставок на сезонний відсоток;
- метод множення рівномірних сезонних поставок на сезонний індекс виробництва бетону в регіоні.

Розглянемо показники продажу бетону підприємством Одеський завод залізобетонних конструкцій служби будівельно-монтажних робіт і цивільних споруд Одеської залізниці за 2013-2015 рр. (табл. 1).

На рис. 2 наведено графік щомісячного продажу, з якого видно, що зміни тенденцій (тренду) в продажах практично не спостерігається, натомість є явна сезонність у виробництві бетону, яка може пояснюватися впливом сезону у будівництві залежно від пори року.

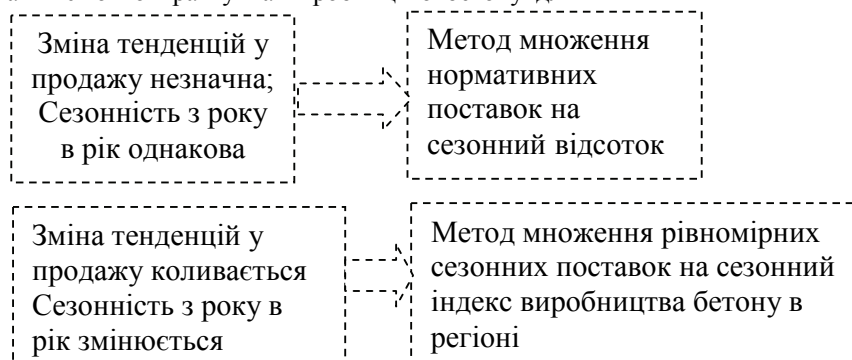


Рис. 1. Методи отримання прогнозу з нормативними поставками

Таблиця 1

Показники продажу бетону підприємством Одеський завод залізобетонних конструкцій служби будівельно-монтажних робіт і цивільних споруд Одеської залізниці за 2013-2015 рр. (т)

Місяць	2013	Частка в 2013, %	2014	Частка в 2014, %	2015	Частка в 2015, %	Середня частка за 2013-2015 рр., %
січ	15	3,11	16	3,32	18	3,56	3,33
лют	15	3,11	18	3,73	20	3,95	3,60
бер	25	5,19	26	5,39	30	5,93	5,50
кві	35	7,26	36	7,47	38	7,51	7,41
тра	48	9,96	44	9,13	46	9,09	9,39
чер	56	11,62	50	10,37	52	10,28	10,76
лип	50	10,37	51	10,58	54	10,67	10,54
сер	56	11,62	58	12,03	56	11,07	11,57
вер	53	11,00	54	11,20	56	11,07	11,09
жов	52	10,79	51	10,58	58	11,46	10,94
лис	41	8,51	42	8,71	44	8,70	8,64
гру	27	5,60	36	7,47	34	6,72	6,60
За рік	473	100	482	100	100	506	100

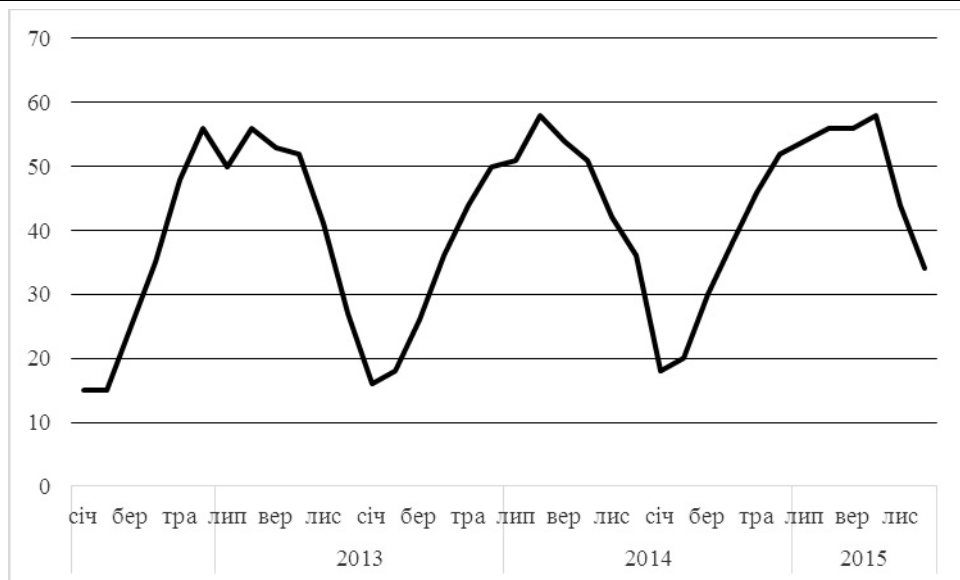


Рис. 2. Обсяги продажу бетону підприємством Одеський завод залізобетонних конструкцій служби будівельно-монтажних робіт і цивільних споруд Одеської залізниці за 2013-2015 рр. (т)

Прогноз у випадку відомих річних планів поставок бетону на будівельні об'єкти в цьому випадку рекомендується отримувати методом множення нормативних поставок на сезонний відсоток. Суть методу полягає в обчисленні сезонних відсотків за даними продажу бетону підприємством за попередні роки і в подальшому отримання прогнозів шляхом множення обсягів річного замовлення на отримані сезонні відсотки.

Методом множення нормативних поставок на сезонний відсоток передбачає виконання трьох кроків:

1. Для кожного місяця отримуємо сезонний відсоток продажу: дані з щомісячних продажів

діляться на загальний річний продаж і множаться на 100% (табл. 1).

2. Сезонні відсотки усереднюються. Наприклад, в останньому стовпчику табл. 1 отримано сезонні відсотки для кожного місяця за результатами трирічних спостережень.

3. Для отримання щомісячного прогнозу продажу бетону на наступний рік за методом множення нормативних поставок на сезонний відсоток необхідно обсяги річного замовлення на бетон помножити на отримані в табл. 2 середні сезонні відсотки.

Таблиця 2

Прогноз продажу підприємства Одеський завод залізобетонних конструкцій служби будівельно-монтажних робіт і цивільних споруд Одеської залізниці за 2016. (т)

місяць	січ	лют	бер	кві	тра	чер	лип	сер	вер	жов	лис	гру
Сезонний відсоток, %	3,33	3,60	5,50	7,41	9,39	10,76	10,54	11,57	11,09	10,94	8,64	6,60
Прогноз	18,31	19,80	30,27	40,77	51,66	59,16	57,98	63,65	60,99	60,19	47,51	36,28

Так, підприємство Одеський завод залізобетонних конструкцій служби будівельно-монтажних робіт і цивільних споруд Одеської залізниці уклало угоду з будівельними підприємствами Будівельно-монтажне управління №1 та Інтобуд на загальний обсяг виробництва 550 т. на рік. Для отримання прогнозу помножимо загальний обсяг виробництва на сезонні відсотки (табл. 2). Так, за даними табл. 2 найбільший продаж слід очікувати у серпні 2016 року – 63,65 т, а найменші – у січні 2016 р. – 18,31 т. За фактичними даними у січні 2016 року підприємство реалізувало 17,95 т бетону. Похибка прогнозу склала 0,36 т, або 2% від прогнозованого значення, що можна вважати досить точним прогнозом.

У тому випадку, коли інформація про обсяги продажу підприємства не демонструє стабільних сезонних коливань, рекомендується скористатися даними з сезонності продажу готових бетонних сумішей в Одеському регіоні (табл. 3). За методом декомпозиції часового ряду отримаємо сезонні індекси в виробництві бетону в Одеському регіоні, які наведено далі.

Наприклад, динаміка продажу бетону ТОВ «Великодолинський завод ЗБК» не демонструє чітких сезонних коливань для розрахунку сезонних індексів (рис. 3).

Таблиця 3

Виробництво бетону в Одеському регіоні в 2012-2015 рр. [5]

Рік	Місяць	Розчини бетонні, готові для використання, тис. т	Рік	Місяць	Розчини бетонні, готові для використання, тис.т
2012	січень	89,6	2014	січень	92,2
	лютий	85		лютий	155,4
	березень	175		березень	175
	квітень	199,4		квітень	188,4
	травень	255		травень	194,6
	червень	243,4		червень	203,8
	липень	259,8		липень	224,4
	серпень	248,8		серпень	200,8
	вересень	260,4		вересень	210,6
	жовтень	264,6		жовтень	222,4
	листопад	232,6		листопад	194,2
	грудень	135,2		грудень	161,2
2013	січень	96,2	2015	січень	96
	лютий	136		лютий	132,2
	березень	143,2		березень	169,4
	квітень	218,6		квітень	163,8
	травень	220,2		травень	180
	червень	247,2		червень	185,2
	липень	287,2		липень	201,6
	серпень	268,2		серпень	187,2
	вересень	244,6		вересень	208
	жовтень	287,6			
	листопад	258,4			
	грудень	217			

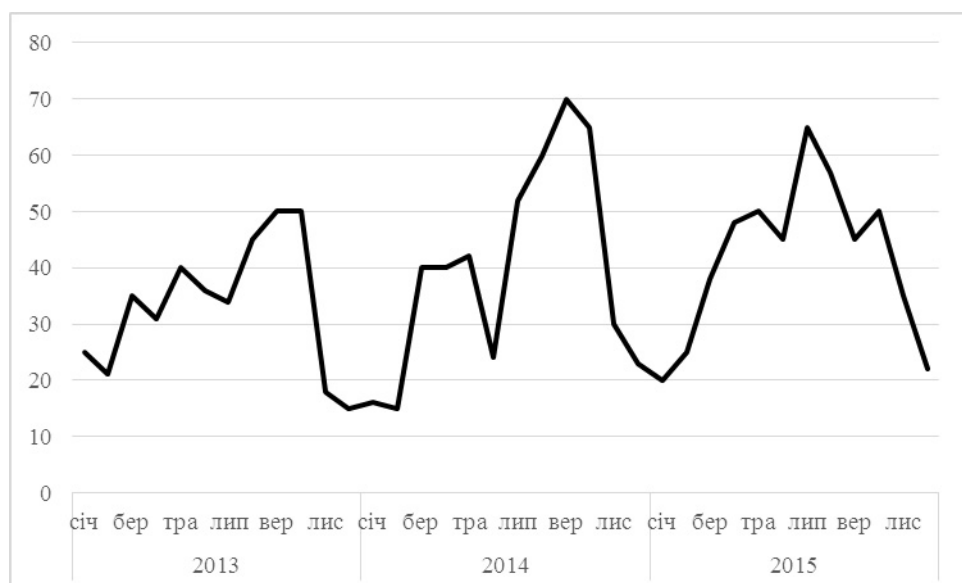


Рис. 3. Обсяги продажу бетону ТОВ «Великодолинський завод ЗБК»

Певний тренд на рис.3 можна спостерігати – з 2013 по 2015 рр. річні обсяги продажу зросли на 100 т. Але розрахунок сезонних відсотків на цих даних не надає можливості їх усереднити, оскільки сезонні відсотки за три роки значно відрізняються. Так, сезонний відсоток за червень в 2014 р. склав 5%, а в 2015 – 9%, сезонний відсоток за вересень в 2014 р. склав 14,7%, а в 2015 – 9%. Така нестабільна динаміка продажу пояснюється тим, що у підприємства в ці роки попит на продукцію визначався значним відсотком фізичних осіб, які замовляли бетон для будівництва своїх будинків.

В цьому випадку, при наявності замовлення на наступний рік від будівельних організацій підприємство може скористатися сезонними індексами продажу бетону в Одеському регіоні, так як ці індекси відображають усереднений попит на бетон в залежності від пори року. Контракти підприємства ТОВ «Великодолинський завод ЗБК» на 2016 рік передбачають замовлення 600 т готового бетону двома будівельними організаціями Одеси: підприємством "Спецвисотмонтажбуд" та ТОВ "Ольвіа". Щомісячні прогнози продажу отримаємо з табл. 4.

Таблиця 4

Щомісячні прогнози продажу підприємства ТОВ «Великодолинський завод ЗБК» на 2016 рік

Місяць	січ	лют	бер	кві	тра	чер	лип	сер	вер	жов	лис	гру	Всього
Сезонний індекс	0,48	0,72	0,84	1,00	1,03	1,12	1,27	1,17	1,17	1,27	1,13	0,85	
Рівномірне виробництво бетону	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Сезонне виробництво бетону	24,1	36	42	50	51,4	55,9	63,3	58,6	58,5	63,3	56,4	42,7	600

За запропонованим методом множення рівномірних нормативних поставок на сезонні індекси пропонується виконати два кроки:

1. Для отримання щомісячних прогнозів продажу підприємством ТОВ «Великодолинський завод ЗБК» обсяги замовлення за контрактом на рік у 600 т було поділено на 12. При рівномірному розподілі замовлення в кожному місяці підприємство мало б виробляти 50 т готових бетонних сумішей.

2. Для врахування сезонного впливу рівномірні обсяги виробництва було помножено на сезонні індекси.

Так, за даними табл. 4.13 найбільші обсяги продажу (виробництва) бетону в 2016 році очікуються у жовтні 63,3 т, а найменші – у січні – 24,1 т. Фактичні продажі у січні склали 25,3 т. Тобто похибка прогнозу 1,2 т, або 5%, що вказує на недосить точний прогноз. Недолік цього метода в тому, що він використовує усереднені сезонні індекси виробництва бетону в регіоні, які можуть відрізнятися від сезонних даних певного підприємства.

ВИСНОВКИ

В дослідженні запропоновані два методи отримання щомісячних прогнозів виробництва (продажу) бетону підприємствами-виробниками. Перший метод множення нормативних поставок на сезонний відсоток застосовується у разі відомих обсягів замовлення на продукцію підприємства і наявності чітких сезонних коливань в ретроспективних даних продажу бетону. Другий

метод множення рівномірних сезонних поставок на сезонний індекс виробництва бетону в регіоні застосовується у разі відомих обсягів замовлення на продукцію підприємств і відсутності ретроспективних даних про продаж або неможливості виявити в цих даних сезонну складову.

В подальших дослідженнях варто розробити підходи щодо отримання прогнозів продажу бетону у випадку невідомих обсягів замовлення.

Список використаних джерел

1. Holt C.C. Forecasting trends and season-als by exponentially weighted averages / C.C. Holt. – Carnegie Institute of Technology, Pittsburgh ONR memorandum, 1957. — no. 52.
2. Winters P.R. Forecasting Sales by Exponentially Weighted Moving Averages / P.R. Winters // Management Science. – 1960. – № 6 (3): 1960324–342. doi: 10.1287/mnsc.6.3.324.
3. Box G.E.P., Jenkins, G.M., Reinsel, G.C. Time Series Analysis, Forecasting and Control. 3rd ed. / G.E.P. Box, G.M. Jenkins, G.C. Reinsel. – NJ.: Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1994.
4. Педько І.А. Концептуальні засади формування маркетингових інформаційних систем підприємств / І.А. Педько // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2015. – № 3 (51). – С. 110-117.
5. Офіційний Сайт Головного управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.od.ukrstat.gov.ua.

ФАІЗОВА

Ольга Латифова
olga_faizova@mail.ru

к.е.н., доцент, завідувач
кафедри економіки та
соціально-гуманітарних
дисциплін, Національна
металургійна академія
України, Дніпропетровськ

УДК 657.421.3:005.52

ГУДВІЛ, ЯК ОБ'ЄКТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМ
ПІДПРИЄМСТВОМ

GOODWILL, AS AN OBJECT OF ENTERPRISE STRATEGIC MANAGEMENT

Стаття присвячена визначенню сутності та ролі гудвілу як об'єкта стратегічного управління вартісноорієнтованого підприємства. Обґрунтовано необхідність уточнення та чіткого структурування нематеріальних активів у Звіті про фінансовий стан підприємства на ідентифіковані та неідентифіковані – гудвіл.

Статья посвящена определению сущности и роли гудвилла как объекта стратегического управления стоимостноориентированного предприятия. Обоснована необходимость уточнения и четкой структуризации нематериальных активов в Отчете о финансовом состоянии предприятия на идентифицированные и неидентифицированные – гудвилл.

The article is sanctified to determination of essence and role of goodwill as an object of enterprise strategic management that is oriented to the increase of cost. The necessity of clarification and clear division of non-material assets is reasonable for Report on the enterprise financial state as identified and unidentified – it is goodwill.

Ключові слова: стратегічне управління, нематеріальні активи, неідентифіковані нематеріальні активи, гудвіл

Ключевые слова: стратегическое управление, нематериальные активы, неидентифицированные нематериальные активы, гудвилл

Keywords: strategic management, non-material assets, unidentified non-material assets, goodwill

ВСТУП

Згідно до П(С)БО № 8 «Нематеріальні активи», затвердженого наказом Міністерства фінансів України № 242 від 18 жовтня 1999 р., гудвіл – це складова нематеріальних активів підприємства, тобто виступає у якості об'єкта довгострокового використання, що не мають матеріальної форми, але мають вартісну оцінку, приносять дохід та можуть бути ідентифікованими. Тобто існуюче формулювання нематеріальних активів не є досконалим, бо фактично до їх складу через гудвіл включені й неідентифіковані нематеріальні активи, які практично не можуть бути оцінені та відображені у бухгалтерському обліку. Вилучення статті «Гудвіл» зі складу Балансу (Звіту про фінансовий стан) у відповідності до прийнятого НП(С)БО 1 у лютому 2013 р., свідчить про складність та суперечливість категорії гудвіл, суттєві зміни, що відбуваються у складі активів підприємства.

На еволюцію категорії гудвіл, проблеми його оцінки звертають увагу такі автори, як М. Бондар, В. Кулик, О. Ридзевська, Г. Уманців та інші. Посилення ролі нематеріальних активів у стратегічному управлінні підприємством і відповідне впровадження прогресивних технологій стратегічного управління знайшли відображення у дослідженнях М. Кизима, О. Кузьміна, Л. Маларця, Т. Момота та інших. Втім необхідність подальших досліджень цієї проблеми

пов'язана з тим, що у висококонцентрованих базових галузях економіки України переважна кількість підприємств є вартісноорієнтовані. Відповідно постає питання щодо аналізу ролі гудвілу у створенні вартості підприємства.

МЕТА РОБОТИ полягає у дослідженні сутності гудвілу, як об'єкта стратегічного управління вітчизняного вартісноорієнтованого підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є монографії, нормативні та методичні матеріали органів державного управління, матеріали періодичних спеціалізованих та галузевих видань, матеріали наукових конференцій, дані Державної служби статистики, галузевих інформаційно-аналітичних агенцій.

Використано методи структурно-логічного аналізу, наукового узагальнення та систематизації для визначення сутності нематеріальних активів; критичний аналіз – для порівняння альтернативних підходів до визначення сутності гудвілу та його ролі у реалізації стратегії зростання вартості підприємства.

РЕЗУЛЬТАТИ

Постіндустріальна трансформація світової економіки висуває нові вимоги до системи управління промисловим підприємством.

Технологічна структура національної економіки України, яка розвивається на основі індустріального суспільства, представлена на 52,8% та 42,4% третім і четвертим технологічними укладами відповідно, які отримують 95% інвестицій. Глобалізація економічного розвитку та проміжна роль України у світовій стратифікації перетворюють збалансування факторів індустріального та постіндустріального розвитку у самостійний фактор підвищення ефективності вітчизняних товаровиробників.

Відбувається й кардинальна переоцінка ролі активів підприємства, постійне зростання значущості нематеріальних активів, їх перетворення у самостійний інтегруючий компонент по відношенню до системи бізнес-стратегій підприємства. Світові тенденції у сфері купівлі-продажу бізнесу свідчать, що вартість нематеріальних активів у загальній вартості компанії складає від 40 до 90%. Сучасні українські підприємства мають досить низький відсоток нематеріальних активів у загальній вартості бізнесу (біля 2 – 5%), водночас ринкова вартість додатково врахованих нематеріальних активів може складати 15 – 20% та більше, що суттєво збільшує вартість компанії [1].

В умовах становлення нової економіки, домінування нематеріальних активів, як головного джерела створення майбутньої вартості, перетворює їх в основу реалізації стратегій підприємства. Глобалізація фінансових ринків, активний пошук ресурсів інноваційного розвитку змушують підприємства підвищувати інвестиційну привабливість, демонструвати потенційним інвесторам перспективи зростання ринкової вартості, яка може значно перевищувати балансову вартість за рахунок нематеріальних активів: прогресивних технологій, бренду, ділової репутації, ефективних управлінських рішень тощо.

Становленню нової економіки притаманні й трансформаційні форми нематеріальних активів, такі як бренд та гудвіл. Бренд – це емоційне сприйняття споживачем певного товару, тобто комбінація специфічних функціональних та емоційних характеристик товару, що формується у свідомості споживача та стимулює його купувати саме цей товар [2]. На відміну від товарного знаку як об'єкта ідентифікованих нематеріальних активів, бренд – це той образ, який виникає у свідомості споживача та інвестора з погляду на товарний знак, фірмову назву, торгову марку. Саме ці емоційні, віртуальні, психологічні якості перетворюють бренд у могутній фактор конкурентоспроможності та підвищення цінності компанії: він дозволяє відокремити конкретний товар від аналогів і закріпити за ним певні стійкі асоціації. Це позитивно впливає на зростання продажу та цінову політику (споживач сплачує за гарантію якості продукту та певний образ, якому він довіряє).

Результатом усвідомлення ролі неідентифікованих нематеріальних активів стало введення гудвілу у практику управління компанією. Відповідно до загальноприйнятої у світовій практиці термінології гудвіл, «добра репутація» фірми – це нематеріальні активи, що складаються з престижу підприємства,

його ділової репутації, взаємин з клієнтурою, номенклатури продукції, місцезнаходження, бренду, комунікативних цінностей та інших факторів реального збільшення прибутку та підвищення ринкової вартості [3]. По суті гудвіл можна розглядати як невідчутні додаткові вигоди, зумовлені якістю ведення бізнесу та ефективністю управління, які надають підприємству конкурентні переваги у галузі та можливість отримувати додаткові доходи.

У національному законодавстві України нематеріальні активи ідентифікуються та оцінюються окремо від гудвілу компанії, а сам гудвіл переважно складається із неідентифікованих нематеріальних активів. Наявність у підприємства нематеріальних активів ще не є свідченням наявності гудвілу.

Складність гудвілу як об'єкту управління впливає з його двоїстої, трансформаційної природи: в разі зміни власника, реструктуризації підприємства тощо гудвіл являє риси ідентифікованого нематеріального активу (відображення у бухгалтерській звітності), втім без матеріального визначення його складових. Водночас практика свідчить, що кожному підприємству слід прогнозувати власні майбутні кроки в умовах ринкової невизначеності для потенційного зростання та економічної безпеки з метою запобігання спаду виробництва, реалізації ефективної маркетингової та збутової політики та утримання певного сегменту ринку. Це потребує здійснення оцінки гудвілу не тільки перед продажем підприємства, але й упродовж його поточної діяльності [4]. Останнє стає вкрай важливим в інноваційно-інформаційну епоху, основою якої є нематеріальні, інтелектуальні активи [5], в структурі яких значне місце посідає управлінський капітал.

Ми виокремлюємо управлінський капітал у якості самостійного компонента нематеріальних активів, виходячи із зростаючої ролі фактору управління у підвищенні конкурентоспроможності підприємства та зростанні його вартості в умовах трансформації до нової економіки. Структура управлінського капіталу представлена формами реалізації управлінської активності (моделі, стилі та методи управління, алгоритм прийняття рішень, способи делегування повноважень); організаційною структурою управління; формами організації та стимулювання праці; рівнем творчої активності управлінського персоналу; сукупністю теоретичних знань, практичного досвіду та індивідуальних особливостей управлінського персоналу; здатністю системи управління щодо прийняття рішень, які відповідають зовнішнім умовам, визначеним цілям та стратегії підприємства.

В постіндустріальному суспільстві управлінський капітал набуває нового статусу інтегруючого елемента інтелектуального капіталу. Ефективність нематеріальних активів, як інтелектуального капіталу підприємства, залежить від збалансованості усіх елементів системи, які активізуються завдяки прийняттю ефективних управлінських рішень для досягнення цілей підприємства в умовах ризику, невизначеності та гнучкого інституційного середовища.

Таким чином, нематеріальні активи замикають на себе такі ключові фактори конкурентоспроможності підприємства, як ефективні моделі управління, нові ідеї та технології, організаційну досконалість, людські ресурси, успішний бренд, розгалужену клієнтську базу тощо. Тобто йдеться про синергетичний ефект управлінського капіталу – він збільшує потенціал зростання вартості підприємства. Це уможлиблює тлумачення нами гудвілу в якості категорії, що інтегрує всі компоненти неідентифікованих нематеріальних активів. Ми вважаємо не достатнім тлумачення гудвілу лише у якості ділової репутації підприємства. Ще у 1891 р. англійський бухгалтер Ф. Мор вперше запропонував оцінювати гудвіл, виходячи з погляду на додаткові доходи, що він генерує. Основа гудвілу – це неідентифіковані нематеріальні активи, саме управлінський, людський капітал тощо. Для потенційного інвестора оцінка гудвілу виступає потужним інструментом, що дає уявлення про те, яка частина ринкової вартості підприємства виражена її реальними активами, а яка – гудвілом, що сприяє більш точному уявленню ступеню ризику інвестування компаній.

Гудвіл по суті виступає споживчою вартістю підприємства як товару на фондовому ринку, тобто ринковою перспективністю зростання капіталізації. Витрати, що мають результатом створення гудвілу, практично неможливо ідентифікувати, бо вони напрацьовуються та накопичуються упродовж тривалого часу, в тому числі на своїй власній основі за принципом складних процентів. Як економічна категорія – гудвіл – це неідентифіковані нематеріальні активи підприємства, які дозволяють мати специфічні конкурентні переваги та генерувати прибутки, що перевищують середньогалузеві,

формувати вартість бізнесу вищу за вартість чистих активів підприємства.

ВИСНОВКИ

З урахуванням зростаючої ролі неідентифікованих нематеріальних активів вважаємо недоцільним їх вилучення із складу активів підприємства за НП(С)БО 1. Навпаки, актуальним стає уточнення та чітке структурування нематеріальних активів у Звіті про фінансовий стан підприємства на ідентифіковані та неідентифіковані – гудвіл – від англійської Goodwill, «добра воля», тобто здатність покупця сплатити більше ніж сукупна вартість активів.

Список використаних джерел

1. Хруцкий В.Е. Оценка персонала. Критика теории и практики применения системы сбалансированных показателей / В.Е. Хруцкий, Р.А.Толмачёв. – 2-е изд., перераб. доп. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 224с.
2. Середина Е.В. Трансакционные издержки формирования института бренда / Е.В. Середина, Е.В. Попов // «Маркетинг в России и за рубежом». – 2006. – №2(52). – С. 42.
3. Момот Т. Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології / Момот Т. – Х.: Фактор, 2007. – С. 189
4. Дмитрук Є.В. Методи оцінки репутації підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Emp/2008_20/dmitruk.pdf
5. Кармазін В.Я. Аналіз можливості використання збалансованої системи показників у менеджменті збиткових підприємств гірничо-металургійного комплексу України / Економічний вісник НГУ. – 2005. – №1. – С. 90

ЧУМАК

Надія Віталіївна
nadinc@mail.uaаспірант, Київський
торгівельно-економіч-
ний університет

УДК 336.242

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ
ТОВАРИХ РИНКІВ У ВІДКРИТІЙ ЕКОНОМІЦІCONCEPTUALIZATION OF ANTIMONOPOLY REGULATION OF
COMMODITY MARKETS IN AN OPEN ECONOMY

У статті розглянуто антимонопольне регулювання товарних ринків у відкритій економіці. Досліджено, що формування ефективної системи ринкових відносин перш за все передбачає створення в державі необхідних і достатніх умов для розвитку конкурентоспроможного середовища. Констатовано, що монополія ринку і ринок вільної конкуренції нерозривно пов'язані між собою. Збалансувати їх вплив на розвиток національної економіки можливо тільки за умови наявності дієвого антимонопольного регулювання. Окреслено проблематику антимонопольного регулювання товарних ринків у відкритій економіці на напрямки їх вирішення.

В статье рассмотрено антимонопольное регулирование товарных рынков в открытой экономике. Доказано, что формирование эффективной системы рыночных отношений предусматривает создание в государстве необходимых и достаточных условий для развития конкурентоспособной среды. Констатируется, что монополия рынка и рынок свободной конкуренции неразрывно связаны между собой. Сбалансировать их влияние на развитие национальной экономики возможно при условии наличия действенного антимонопольного регулирования. Очерчена проблематика антимонопольного регулирования товарных рынков в открытой экономике на направления их решения.

The article examines antitrust regulation of product markets in an open economy. It is proved that the formation of an effective system of market relations first of all involves the creation of a state necessary and sufficient conditions for the development of a competitive environment. Stated that the monopoly market and a competitive market are inextricably linked. To balance their impact on the development of the national economy is possible only under condition of availability of effective antitrust regulation. These issues of Antimonopoly regulation of commodity markets in an open economy in the direction of their decisions.

Ключові слова: антимонопольне регулювання, товарний ринок, відкрита економіка

Ключевые слова: антимонопольное регулирование, товарный рынок, открытая экономика

Keywords: anti-monopoly regulation, product market, open economy

ВСТУП

З переходом до ринкових механізмів господарювання в Україні важливого значення набуває уточнення місця та ролі державного управління у розв'язанні завдань економічного зростання. Формування антимонопольної політики держави як чинника підвищення конкурентоспроможності національної економіки залишається об'єктивно необхідним, оскільки її існування лише у режимі вільної конкуренції є невиправданим. Україна володіє досить потужними монополіями, але нині у період радикального реформування економіки та соціальної сфери послаблення контролю за ними створює реальну загрозу національній безпеці та зараховує проблеми антимонопольної політики до

найважливіших державних пріоритетів.

Монополія як явище притаманна і ринковій економіці, її функціонування пов'язане із специфічністю стартових умов господарювання і вимагає здійснення організаційних дій з демонополізації та механізму антимонопольного регулювання ринків, що формуються.

Дослідження природи монополізму, механізму антимонопольного регулювання та вироблення дієвої антимонопольної політики певною мірою знайшли відображення в працях зарубіжних і вітчизняних науковців. Проблеми конкуренції та конкурентних ринків висвітлено у роботах Дж.М. Кейнса, А. Маршалла, М. Портера, Дж. Робінсона, А. Сміта, та інших. Теоретичні засади державної політики в галузі

антимонопольного регулювання, державного управління, структурних перетворень та розвитку економіки представлені доробками вчених: Л. Абалкіна, В.Абрамова, І.Дахно, М.Єрмошенко, Я. Жаліло, А. Мельник, М. Мниха, С. Нікітіна, Ж. Поплавської, І. Стародубровської, В. Цапелика та ін. Проблемам функціонування господарських систем в сучасних умовах присвячені праці: Дж. Деніелса, Е. Долана, Дж. Каттана, К. Макконела, Х. Рандака, Дж. Сакса, П. Самуельсона. Однак враховуючи цінність праць багато питань щодо антимонопольного регулювання товарних ринків у відкритій економіці залишаються дискусійними, що обумовлює вибір теми роботи.

МЕТА РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення антимонопольного регулювання товарних ринків у відкритій економіці, виокремлення проблемних аспектів та окреслення напрямів їх вирішення.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У роботі методологічну основу визначають положення діалектичного методу пізнання економічних явищ і процесів у безперервному їх взаємозв'язку та взаємозалежності. Використано методи емпіричних досліджень, зокрема, спостереження та порівняння.

РЕЗУЛЬТАТИ

В економічній літературі немає одностайності думок щодо природи виникнення і розвитку монополістичних тенденцій та їх впливу на функціонування ринку. Як правило, автори за основу оцінки причин беруть одну із них, що не дає повного уявлення про природу монополії і особливостей її прояву у перехідній економіці.

Визначимо, сутність поняття “монополія”. Монополія – це такий тип економічних відносин, що дає можливість одному з учасників цих відносин диктувати свої вимоги на ринку певного товару. Виділяють 3 види монополії такі, як закрита, відкрита та природна монополія [3, с. 153-154]. Розподіл монополії на відкриті, закриті та природні дуже умовний. Деякі підприємства в Україні можуть належати одночасно до кількох видів, але можна вважати, що практично всі монополії відкриті. Якщо ж виробництво продукції однією фірмою обходиться суспільству дешевше, ніж кількома, то галузь є природною монополією. Цей вид монополії вигідний для суспільства. До загальнодержавних ринків природної монополії слід віднести: послуги з передачі електричної енергії; користування залізничними коліями, диспетчерськими службами, вокзалами; універсальні послуги поштового зв'язку; послуги з надання в користування технічних засобів мовлення; радіозв'язок; Інтернет; водопостачання [2].

Підприємства природної монополії наділені певними привілеями, а саме правом надання певних послуг і ціноутворення на них за гарантію задоволення потреб споживачів. Монополізація може носити як позитивні, так і негативні наслідки.

Позитивним наслідком монополізації є:

– продукція монополістів частіше за все більш

високої якості;

– монополізація впливає на розвиток виробництва, підприємства монополісти частіш за все більш розвинуті, ніж інші підприємства;

– монополіне виробництво дозволяє знизити витрати.

Тут можна відзначити, що усе це впливає на ціну їх продукції, вона зазвичай набагато вища.

Негативними наслідками монополізації є те, що:

– монополія призводить до обмеження об'ємів виробництва і встановлення більш високої ціни;

– монополісти несуть вищі збитки, які пов'язані з тим, що таким підприємствам постійно потрібно зберігати та підсилювати свою владу на ринках;

– монополістичні підприємства частіше за все випускають якийсь певний тип продукції, переважніше товари розкоші [4, с. 47-48].

Наявність на ринку монополістів не завжди погано для економіки. Наявність природної монополії позитивно впливає на стан країни. Так, наприклад, великі монополістичні підприємства роблять вагомий внесок у ВВП держави, забезпечують конкурентоспроможність національної економіки. Монополії часто розповсюджують нові, більш прогресивні форми і методи господарювання. Ліквідація галузей природної монополії (енергозабезпечення, телефонні послуги, транспорт) є економічно недоцільною, тому що найвища ефективність функціонування галузі забезпечується за умов наявності одного виробника чи дистриб'ютора. В Україні від діяльності природних монополій залежить стан економіки.

Збереження монополізму в умовах відкритої економіки обумовлено чинниками:

1) наявності сфер господарської діяльності, які не можуть функціонувати інакше як на монополістичних засадах, створюють ринки дії природних монополій;

2) об'єктивними та суспільно-необхідними процесами економічної концентрації, які спричиняють ситуацію, коли конкуренція постійно породжує свою протилежність – монополію;

3) необхідністю функціонування ряду виробництв на високотехнічній і технологічній базі, недоступній для великої кількості суб'єктів господарювання.

Слід зазначити, що реформування економіки України розпочалося без серйозної трансформації економічних основ монополістичних структур та за умов відсутності системи антимонопольного регулювання й контролю. Результатом лібералізації цін та зовнішньої торгівлі стало пониження адміністративних обмежень монополізму, що спонукало ріст інфляції, спад виробництва, довготривалу інвестиційну кризу, відтік капіталу за кордон.

Нерозвиненість малого підприємництва, специфічність структури галузей, які базуються на масштабах виробництва, результати приватизаційних процесів тощо свідчать про те, що кризу вітчизняної економіки ускладнює відсутність послідовної дієвої стратегії демонополізації та конкурентної політики. Усунення монополії не відбувається за умов, коли не діє система саморегулювання ринку, що вимагає посилення ролі демонополізації та поточного антимонопольного регулювання, в основі якого

лежить правове регулювання.

Розвиток правового поля регулювання діяльності монопольних утворень дозволяє стверджувати про формування в Україні антимонопольного права, яке включає ряд законодавчих та нормативних актів, спрямованих на недопущення монополізації та недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності.

Регулювання цін природних монополій є основним інструментом державної конкурентної політики, її основними завданнями є:

- створення доступних цін, сприятливого режиму для функціонування підприємств;
- стимулювання підприємств скорочувати витрати і залучати інвестиції [2, с. 25-26].

Реалії свідчать, що у державі доцільно застосовувати активні антимонопольні заходи, які полягають в стимулюванні створення нових підприємств, у заохоченні підприємств інших галузей до виробництва монополізованих видів продукції, у полегшенні доступу інших фірм на монополізовані ринки. Здійснювати це можна за допомогою податків та процентних ставок, пільгового кредитування підприємств, які вступають на монопольні ринки. Формування і проведення розумної антимонопольної політики повинно сприяти створенню конкурентної сфери ринків економіки України, від якої значною мірою залежить добробут населення.

Однак, незважаючи на всі ці заходи, повністю усунути монополію неможливо, а тільки звузити її шляхом відокремлення ринків природних монополій від змішаних або впровадження нових технологій. На основі цього необхідно сприяти створенню конкурентного середовища на товарних ринках дії інших монопольних утворень, що варто здійснювати шляхом зняття бар'єрів вступу на них нових суб'єктів господарювання, а саме: технічних (регіональні ринки монтажу, ремонту і технічного обслуговування ліфтів, санітарного очищення та утилізації відходів, будівництва та утримання доріг); попиту (ринок сільськогосподарського машинобудування); адміністративних (ринки продукції харчової та переробної промисловості, м'яса та м'ясопродуктів, молока та молокопродуктів); приватизаційних (зберігання та реалізації нафтопродуктів); капітальних витрат (ринки зв'язку, пошти, машинобудування, хімічної промисловості), продукція яких користується постійним попитом населення і має соціальне значення для розвитку регіону.

Огляд антимонопольного регулювання товарних ринків у відкритій економіці дозволяє запропонувати:

- узгодити політику оподаткування з вимогами антимонопольного регулювання;
- запровадити обґрунтовану систему тарифного регулювання допуску на внутрішній ринок імпортованих товарів, орієнтовану на утримання розумного балансу протекціонізму і лібералізації зовнішньої торгівлі у встановленні імпортного мита;
- переорієнтувати систему оподаткування підприємництва з фіскальної функції на регулюючу.

– зосередити увагу на фінансово-кредитній підтримці підприємництва, зокрема створити в регіонах мережі регіональних лізингових компаній та агенцій по залученню іноземних інвестицій; мережі регіональних кредитно-гарантійних установ, інвестиційних фондів і компаній, довірчих товариств; сприяти створенню та розвитку мережі кредитних спілок, які будуть надавати кредити та мікро кредити за рахунок власних та залучених коштів з метою розширення підприємницької діяльності.

Загалом, можна стверджувати, що монополії ведуть до деформації господарських відносин та спричиняють застій у ринкових процесах. Гальмуючи розвиток науково-технічного прогресу та конкуренції, вони сприяють зародженню штучного дефіциту на товари та послуги, надмірному зростанню цін, стимулюванню інфляційних процесів, що чинить великі збитки для національної економіки, веде до оптимізації монопольних прибутків, невірному розподілу доходів та нерационального розміщення ресурсів.

Причинами надмірної монополізації економіки України стали: недосконалість економічної політики держави; домінування державної форми власності впродовж тривалого періоду.

Формування політики підтримки конкуренції раціонально розпочинати із класифікації факторів, що стримують її розвиток на товарних ринках регіону. Захист конкуренції слід здійснювати за допомогою економічних, організаційних, політико-правових та соціально-психологічних важелів, виробляючи систему відповідних заходів щодо галузей економіки, де є загроза монополізації та концентрації товарних ринків. Доцільно раціонально використовувати економічні важелі у антимонопольному регулюванні товарних ринків шляхом формування адекватної податкової політики, стимулювання розвитку малого бізнесу, спрямування вектора реформування механізму цінового регулювання в напрямі використання опосередкованих методів державного регулювання цін, що призведе до обмеження монопольної поведінки підприємств, створення конкурентного середовища, стимулювання платоспроможного попиту за рахунок зростання доходів населення.

Список використаних джерел

1. Антимонопольний комітет. Офіційний веб-портал. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua>.
2. Марцин В. Конкуренція як засіб антимонопольного регулювання товарних ринків та місце в ньому держави / В. Марцин // Економіка. Фінанси. Право. – 2015. – № 10.
3. Павленко І.М. Мікроекономіка: навч. посіб. / І.М. Павленко. – К.: Центр навчальної літератури, 2011. – 288 с.
4. Околович О.М. Особливості функціонування монополізованих ринків в Україні / О.М. Околович // Економічний простір. – 2014. – № 24. – С. 46-53.
5. Сотніков В.І. Мікроекономіка : підручник / В.І. Сотніков. – Х.: ІНЖЕК, 2010. – С. 156.

СТАНІСЛАВИК

Олена В'ячеславівна
elenastanislovik@yandex.ru



УДК 338.439:658

**ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНИХ
СТРУКТУР В ХАРЧОВІЙ ГАЛУЗІ
УКРАЇНИ**

**FORMATION OF CORPORATE
STRUCTURES IN FOOD BRANCH OF
UKRAINE**

АНТОНЮК

Дарина Валеріївна
r.antonyuk10@mail.ru



к.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університет

студент, Одеський національний
політехнічний університет

У статті дано визначення терміну «інтеграція», розглянуто поняття та визначено суть корпорації. Проаналізовано процеси формування корпоративних структур в Україні та виділено його основні етапи. Надано алгоритм аналізу і коректування комплексу інтеграційних стратегій.

В статье дано определение термина «интеграция», рассмотрено понятие и определено суть корпорации. Проанализированы процессы формирования корпоративных структур в Украине и выделены его основные этапы. Представлен алгоритм анализа и корректировки комплекса интеграционных стратегий.

The paper provides a definition of the term «integration», discussed the concept and defined the essence of the corporation. The processes of formation of corporate structures in Ukraine and highlights its main stages. Courtesy of algorithm analysis and adjustment of the complex integration strategies.

Ключові слова: корпоративне управління, інтеграційна стратегія, методологічна база, аналіз, комплекс

Ключевые слова: корпоративное управление, интеграционная стратегия, методологическая база, анализ, комплекс

Keywords: corporate governance, integration strategy, the methodological framework, the analysis of the complex

ВСТУП

Розвиток методології управління корпораціями як специфічними об'єктами організаційно-економічної діяльності продиктований широким поширенням цього типу господарюючих суб'єктів в економіках різних країн, в тому числі і в Україні. Корпоративні об'єднання відіграють важливу роль у процесі розвитку національних економік в різних галузях промисловості і послуг: харчовій сфері, енергетиці, машинобудуванні, транспорті, торгівлі та ін. сферах діяльності.

МЕТА РОБОТИ

Метою роботи є розробка теоретичних, методологічних та прикладних засад формування вертикально-інтегрованих структур харчових підприємств та механізмів їх реалізації шляхом обґрунтування стратегії вертикальної інтеграції в харчовій галузі.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Підходи та процесі розробки теоретично-методологічних і практичних аспектів формування і регулювання діяльності вертикально-інтегрованих структур знайшли своє відображення у наукових працях відомих зарубіжних та вітчизняних вчених.

РЕЗУЛЬТАТИ

Поняття «корпорація» широко застосовується в господарській практиці, фігуруючи в офіційних найменуваннях різних приватних і державних структур корпоративного типу. Корпорація як тип господарюючого суб'єкта, що представляє собою акціоновану власність, виступає передусім, як об'єкт корпоративного управління, спрямованого на формування успішного функціонування з урахуванням інтересів акціонерів. У той же час кожна корпоративна структура являє собою інтегроване об'єднання підприємств, пов'язаних між собою виробничо-технологічними, фінансовими та управлінськими відносинами. Це передбачає необхідність

реалізації науково-методичного підходу до управління структурними підрозділами, дочірніми компаніями, персоналом в рамках, так званих, внутрішніх стратегій і у зовнішньому середовищі, в якому функціонує корпорація, взаємодіючи з такими її складовими як клієнти, партнери, конкуренти, а також громадські організації і держава. Очевидно, що складний і різноманітний спектр інтеграційних стратегій, застосовуваних корпораціями, потребує розробки та впровадження диференційованих підходів до управління, що відбуваються в них [1].

Генезис корпорацій як об'єктів виявив три основні підходи, що застосовуються в процесі обґрунтування сутності корпоративних структур: історичний, правовий, економічний. В рамках історичного підходу в основному відбивається еволюція корпорацій в тимчасовій ретроспективі формування корпоративних відносин. Правовий підхід застосовується з метою обґрунтування формування юридичного статусу корпорацій. Економічний підхід розкриває особливості становлення корпорацій в ході формування товарно-грошових відносин, міжнародної експансії капіталів, процесів монополізації та приватизації, розвитку корпоративного управління, формування основ менеджменту корпорацій та ін.

Велика частка авторів визначень і формулювань поняття «корпорація» (40%) розцінюють її як форму складної організації виробництва, об'єднуючи фізичні та юридичні особи або капітал для здійснення соціально корисної діяльності. На другому місці за поширеністю (30%) позиція авторів, що підкреслюють еквівалент корпорації акціонерному товариству. В інших випадках акценти робляться на різних окремих аспектах, пов'язаних з формуванням спілок соціальних, промислових або фінансових одиниць (людей, підприємств, капіталів).

Слід підкреслити, що у визначенні суті корпорації виникають різночитання і використовується ряд синонімів. Наприклад, в нормативно-правових документах фігурує термін «фінансово-промислова група», фахівці широко застосовують поняття «інтегрована корпоративна структура», нерідко в науковій літературі зустрічається термін «диверсифікована корпоративна структура». Роль корпорацій в сучасній економіці вельми суперечлива: з одного боку найбільші транснаціональні корпорації можуть чинити негативний вплив на економіку окремих держав і розвиток світового господарства у зв'язку з реалізацією корпоративних інтересів, використовуючи монополні або олігополні переваги (останнім часом мала певний резонанс теорія так званої світової змови, що забезпечує інтереси обмеженого числа транснаціональних корпорацій). З іншого боку саме корпоративні структури є ядром економіки багатьох держав, і ними визначаються основні напрями та пропорції економічного розвитку. Корпорації мають можливість використовувати переваги глобалізації економіки, сприяють створенню світового ринку товарів і послуг, впровадженню інформаційних технологій, об'єднанню і ефективнішому використанню капіталів і диверсифікації виробництва, ефективність залучення фінансових ресурсів, високий

рівень фінансового менеджменту, єдність складного багатоелементного суб'єкта управління і т.д.

Термін «корпоративне управління» виник у середині 70-х рр. XIX ст. і вже до кінця 80-х рр. став дуже поширеним. В дисертації під корпоративним управлінням (corporate governance) розглядається комплекс взаємних відносин у системі управління акціонерним товариством: між менеджментом корпорації, радою директорів, акціонерами та іншими учасниками, метою яких є представляти і захищати, перш за все, інтереси акціонерів [2].

Корпоративне управління формується на сонові конкретної моделі, визначальної принцип побудови структури органів управління корпорацій. Слід виділити кілька основних видів моделей корпоративного управління:

- Англо-американська (роздільна);
- Німецька (континентальна – європейська чи заборонна);
- Азіатська (самодостатня).

Зазначені моделі в більшості країн у чистому вигляді не зустрічаються, вони видозмінилися і являють собою змішані системи. Для України характерна інтеграційна модель з використанням елементів забороненої моделі з наявністю відносно слабких механізмів зовнішнього корпоративного контролю. Подібна модель більшою мірою реалізує цілі захисту інтересів зовнішніх інвесторів і слабо орієнтована на максимальне збільшення внутрішньої гнучкості корпорації. В Україні законодавство надає корпораціям можливість вибору з чотирьох можливих структур органів управління: загальні збори акціонерів, одноосібний виконаний орган, колегіальний виконавчий орган, ревізійна комісія.

Корпоративне управління певним чином дистанціюється від терміну управління корпорацією як багатоелементною системою (corporate management), оскільки цілеспрямовано більш широкий спектр завдань, покликаних дотримати баланс між соціальними і економічними цілями корпорації. У переліку цих задач важливе значення мають ті з них, які спрямовані на формування стратегій взаємодії в рамках внутрішнього і зовнішнього середовища корпорації – інтеграційних стратегій [3].

Розвиток відносин між господарюючими суб'єктами в сучасних ринкових умовах визначає нові вимоги до взаємодії. Забезпечення дотримання економічних інтересів підприємств, впровадження дорогих інноваційних проектів в умовах зростання вартості кредитних ресурсів, пошук нових ринків збуту при скороченні обсягів споживання в умовах падіння споживчого попиту, обумовленого глобальною економічною кризою можуть бути вирішені шляхом формування та використання різних інтеграційних стратегій.

Генезис терміну «інтеграція» дозволив вивчити його походження, пов'язане з латинським integer – цілий. Це поняття асоціюється з процесами об'єднання, зрощування, взаємодії. Зарубіжні та вітчизняні вчені, в основному, близькі в розкритті сутності терміну «інтеграція», проте зустрічаються і діаметрального протилежні твердження: не викликає

розбіжностей об'єднуюча сутність інтеграції, але характер подібного об'єднання нерідко розуміється по-різному. Наприклад, вважається, що інтеграція передбачає виключно добровільне об'єднання, що виступає в протиріччя при проявах процесів злиття і поглинання. Будь-які організаційно-економічні стратегії, які передбачають різного виду взаємодію, співпрацю, об'єднання, в тому числі і у формі злиття і поглинання, відносяться до інтеграційних стратегій. Інтеграційні стратегії можуть проявлятися в розширенні і поглибленні виробничо-технологічних зв'язків, спільному використанні ресурсів, капіталів, у створенні більш сприятливих умов здійснення економічної діяльності, формуванні матеріальних і нематеріальних активів, усуненні бар'єрів для подальшого розвитку і т.д. [4].

Ґрунтуючись на методологічній базі інтеграційних стратегій, нами запропоновано їх класифікацію (табл. 1).

Оскільки будь-яка корпорація виступає як структурно-ієрархічна система, вона функціонує на основі інтеграційних стратегій, що реалізуються як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі корпорації.

Внутрішні стратегії інтеграції є ключовим елементом схеми вирішення економічних, фінансових і забезпечуючих цілей, досягнення яких дозволить сформувати систему корпоративного менеджменту, що забезпечує цілісність корпорації – ситуацію, в якій кожна структурна одиниця повинна діяти чітко в рамках загальнокорпоративних інтересів.

Зовнішні інтеграційні стратегії забезпечують ефективну взаємодію корпорації з елементами зовнішнього середовища.

Таблиця 1

Класифікація інтеграційних стратегій

[розроблено авторами]

Ознака класифікацій	Види інтеграційних стратегій виділеного класу	Характеристика класу інтеграційних стратегій
1. Область застосування ІС	1.1 Внутрішні інтеграційні стратегії 1.2 Зовнішні інтеграційні стратегії	Стратегії визначають характер взаємодій: у внутрішньому або зовнішньому середовищі корпорації
2. Глибина інтеграції	2.1 Повна інтеграція 2.2 Часткова інтеграція 2.3 Мінімальна інтеграція	Стратегії визначають ступінь взаємозв'язку і взаємодії: від мінімальної (аутсорсингу) до повної (злиття і поглинання)
3. Тип інтеграції	3.1 Вертикальна інтеграція 3.2 Горизонтальна інтеграція 3.3 Конгломератна інтеграція	Стратегії характеризують характер об'єднання елементів в корпоративній структурі
4. Мета формування ІС	4.1 Техніко-технологічні інтеграція 4.2 Фінансово-економічна інтеграція 4.3 Організаційно-управлінська інтеграція	Стратегії відображають передумови об'єднання корпорації і використовувані форми взаємодії: в області виробництва, технологій, фінансів, менеджменту та маркетингу.
5. Суб'єкти	5.1 Взаємодія з бізнес-партнерами 5.2 Взаємодія з зовнішніми клієнтами 5.3 Взаємодія з внутрішніми клієнтами 5.4 Взаємодія з державними структурами 5.5 Взаємодія з громадськими організаціями	Стратегії формують взаємодію між суб'єктами внутрішнього і зовнішнього середовища корпорації, визначаючи конкретні форми співробітництва: бенчмаркінг, клієнт орієнтованість, внутрішній маркетинг, державно-приватне партнерство, зв'язки з громадкістю.

Взаємини з ними визначаються Міжнародними стандартами корпоративного управління.

Розроблена класифікація лягла в основу формування комплексу інтеграційних стратегій корпорації. Цей підхід став основою вивчення інтеграційних стратегій конкретних харчових корпорацій (табл. 2).

Проведений аналіз показав, що «Данон-Україна» протягом усього періоду свого функціонування найбільш активно використовує стратегії 4 і 5 груп: по цілям формування інтеграційних стратегій і по суб'єктам інтеграції. Дослідження дозволяють відобразити структуру комплексу інтеграційних стратегій корпорації: техніко-технологічної інтегра-

ції, маркетингової інтеграції, бізнес-співпраці, взаємодії із зовнішніми і внутрішніми клієнтами, інтеграції з державою та громадськими організаціями.

На основі методу контент-аналізу, в ході якого обробляються дані з відкритих статистичних джерел і наукових публікацій з даної тематики, проаналізовано процеси формування корпоративних структур в Україні та виділено його основні етапи.

1 етап: 1992 – 1998 рр. Виникнення корпорації і зростання їх чисельності на основі приватизації 1992 – 1997 рр. На даному етапі виділяють три основні періоди:

– Мала приватизація, з 1992 по 1994 рр.;

– Приватизація та акціонування великого бізнесу, з 1994 по 1997 рр.;

– «Точкова» приватизація або період вдосконалення правових основ розпорядження

державною власністю, з 1997 р. Саме на цьому етапі монополізації при бурхливому розвитку різних приватизаційних аукціонів спостерігається активне формування корпорацій.

Таблиця 2

Комплекс інтеграційних стратегій корпорації "Данон-Україна"

[розроблено авторами]

Ознаки класифікації	Різновиди цілей / суб'єктів	Характеристика та скорочена назва ІС
1. Цілі формування ІС	1.1 Техніко-технологічні	Стратегії технологічної та технічної інтеграції з зовнішніми партнерами (СТТІ).
	1.2 Організаційно-управлінські	Стратегії маркетингової інтеграції (ЗМІ), що включають заходи з розробки продуктів, сервісів, каналів збуту і просування.
2. Суб'єкти інтеграції	2.1 Бізнес-партнери	Стратегії бізнес-співробітництва (маркетинг взаємодії) або стратегії інтеграції з партнерами (СІП).
	2.2 Зовнішні клієнти	Стратегії взаємодії із зовнішніми клієнтами-стратегії клієнт орієнтованості (спонсорство, брендинг) (СІК).
	2.3 Внутрішні клієнти	Стратегії взаємодії з внутрішніми клієнтами формують лояльність корпорації з боку її акціонерів і співробітників: – акціонерами (стратегії корпоративного управління) (СІА); – співробітниками (внутрішній маркетинг) (СІС).
	2.4 Державні структури	Стратегії інтеграції з державою в рамках реалізації державно-приватного партнерства (СІГ).
	2.5 Громадські організації	Стратегії інтеграції з громадськими організаціями (СІО).

Перший етап розвитку корпорацій можна характеризувати як результат перерозподілу власності після банкрутства малого бізнесу в період лібералізації, а також монополізації та розкрупнення державних масштабних підприємств після економічної кризи 1998 р.

2 етап. 1999 – 2003 рр. Розвиток корпоративної власності та корпоративного управління. Наприкінці 1998 і початку 1999 рр. окреслилася тенденція до економічного зростання, яку багато економістів пов'язують з переходом від планової економіки до ринкової. На цьому етапі становлення корпоративної власності відбувається розвиток корпоративного управління, починають диференціюватися поняття «власник» і «менеджер». Незважаючи на те, що корпоративне управління ще не досягло рівня, що забезпечує повне розділення цих статусів, тим не менш, головною тенденцією 2000 – 2004 рр. стало перетворення власника в президента компанії, що відповідає за взаємини з владою. З 2000 р. інтеграція влади та бізнесу стала основою несформованого бюрократичного апарату і привела в подальшому до зростання корупції в держструктурах. На цьому етапі було створено більшість державних корпорацій.

3 етап. 2004 – 2009 рр. Зрощування бізнесу і держструктур. Еволюція розвитку корпоративних структур на цьому етапі відбувається на тлі позитивного розвитку економіки України аж до кризи 2008 р. В умовах економічного зростання уряд визначив пріоритети розвитку, в тому числі і окремих галузей національного господарства. В 2004 – 2005 рр. було заявлено про готовність держави повернутися до інвестицій у вітчизняну промисловість. З реалізацією цієї мети було пов'язане

формування нового інституту, що отримав назву «державно-приватне партнерство» (ДПП).

В фокус уваги українських властей потрапляють проблеми створення та зміцнення потужних корпорацій, і не лише державних, а й приватних. Державним корпораціям надається ексклюзивний режим функціонування: особливі умови фінансування, управління та контролю.

4 етап. 2009 р. по теперішній час. Розширення приватизації.

Таким чином, логіка аналізу розвитку корпоративних структур в Україні підводить до необхідності реалізації наступного витка приватизації державних корпорацій. Саме приватизація державного майна, згідно з останніми рішеннями уряду, є одним з інструментів досягнення цілей переходу до інноваційного соціально орієнтованого розвитку економіки на сучасному етапі.

ВИСНОВКИ

Наведена методика дозволяє оцінити інтеграційні стратегії і запропонувати напрями вдосконалення діяльності корпорації, що охоплюють так стратегії: стратегію управління кадровими ресурсами (підвищення професійного і кваліфікаційного рівня та вдосконалення системи корпоративного навчання), стратегію корпоративного управління (заходи щодо вдосконалення, насамперед, в частині взаємодії з акціонерами), стратегію аутсорсингу. Особлива увага повинна бути приділена стратегії підвищення якості продукції та обслуговування, що припускають необхідність моніторингу задоволеності споживачів корпорації і розробку механізмів реагування на їхні скарги [5].



Рис. 1. Алгоритм аналізу та коригування комплексу інтеграційних стратегій

Список використаних джерел

1. Коденська М.Ю. Інтеграція як фактор активізації інвестиційної діяльності / М.Ю. Коденська // Економіка АПК. – 2006. – №6. – с. 24 – 31.
2. Савчук С.В., Анализ основных мотивов слияний и поглощений / С.В. Савчук // Менеджмент в России и за рубежом – 2002. – №5. – с. 45 – 68.

3. Філіпенко А.С. Економічний розвиток. Європейський контекст / А.С. Філіпенко // – К.: Знання України, 2001. – 120 с.

4. Черняк В., Модель економіки: вибір України / В. Черняк // Экономика Украины. – 1995. – №9. – с. 31 – 39.

5. Чумаченко Н., проблеми регіонального самоуправління в Україні / Н. Чумаченко // Экономика Украины. – 1993. – №6. – с. 3 – 13.

МАХІНАЦІЇ ВЛАДИ ТА ЗМІ НА ПРИКЛАДІ ОЗЕРА СРІБНИЙ КІЛ ДАРНИЦЬКОГО РАЙОНУ МІСТА КИЄВА

У різноманітних засобах масової інформації вже неодноразово піднімалася тема самочинної забудови берегів озера Срібний Кіл біля проспекту Миколи Бажана Дарницького району міста Києва.

Аби відвернути увагу мешканців від найбільш гострих проблем, журналістами пишуться замовні статті, а представники влади створюють видимість роботи. А сумнівні об'єкти навколо озера як стояли, так і стоять, завдаючи суттєвої шкоди екологічній ситуації району.

Зважаючи на такі обставини вважаємо за необхідне висвітлити у даній статті об'єктивну інформацію щодо стану справ на озері Срібний Кіл, а також звернути увагу на хитрощі влади, що виражені у спробі відвернути увагу від незаконної діяльності.

Із фотофіксацій обстановки навколо озера Срібний Кіл помітні три об'єкти: автомийка (автобаня) (рис. 1), автозаправка "Кло" (рис. 2) та п'ятиповерхова піцерія.



Рис. 1. Автобаня



Рис. 2. Автозаправка "Кло"



Рис. 3. Піцерія

Відомості щодо документів, які підтверджують правомірність такої забудови – відсутні. Зауважимо, що ці об'єкти знаходяться на інженерних коридорах, де категорично заборонено їх розташування.

І на такий стан не звертають уваги ні представники ЗМІ, ні органи влади. Навпаки, влада намагається вчиняти всілякі перешкоди законному будівництву та роботам з приведення благоустрою озера у належний стан – на фото (рис. 4) підготовчі роботи та роботи з організації благоустрою, виконувані власником ділянки ТОВ «Пантера Лтд»).



Рис. 4. Підготовчі роботи та роботи з організації благоустрою

Взагалі, озеро «Срібний Кіл» не є озером у розумінні Водного кодексу України. В Комунальному підприємстві «Плесо» та в інших інстанціях правовий статус цієї водойми визначено розпорядженнями КМДА від 04.02.2009 р. № 111, від 08.02.2002 р. № 200, від 12.08.2003 р. № 1473. Згідно названих розпоряджень озеро Срібний Кіл – це штучна водойма, що має назву «Срібнокільська» і використовується як декоративна і технічна. Цілий ряд озер на мікрорайоні Позняки, у т.ч. озера Лебедине, Срібний Кіл та інші були засипані під час забудови цього мікрорайону. Одночасно були утворені штучні водойми, яким дали назву засипаних озер. У 2009 році рішенням Київради від 25.09.2003 р. № 16/890 було відведено земельну ділянку розміром 0,14га Дочірньому підприємству «Енеїда» для будівництва закладу громадського харчування. Одночасно Дочірнім підприємством «Енеїда» за погодженням з КП «Плесо» було підготовлено проект благоустрою означеної водойми (на фото). Згідно з даним проектом, навколо озера планувалося облаштувати пішохідну доріжку, згладивши межі озера. Як бачимо з фото, підготовчі роботи ТОВ «Пантера Лтд» виконуються в межах проекту благоустрою, затвердженого КП «Плесо».

На жаль, цей проект благоустрою так і не був реалізований (рис. 5), а частина цієї водойми

залишилась без благоустрою. У зв'язку з цим мешканці цілком справедливо публічно на телекамеру заявляють про необхідність благоустрою зазначеної водойми (див. відеоролик https://www.youtube.com/watch?v=EA27t5yAV_k).

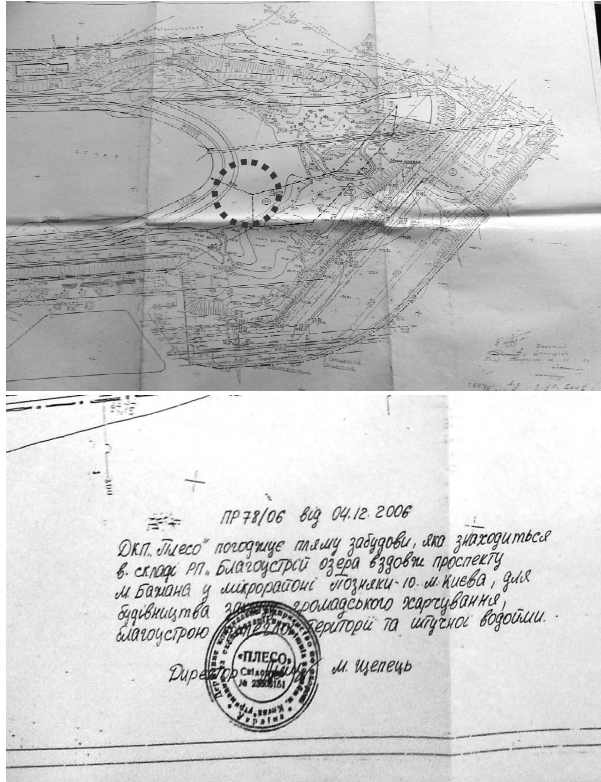


Рис. 5. Проект благоустрою

Заклики мешканців Дарницького району щодо організації благоустрою території навколо озера Срібний Кіл залишаються поза увагою. Натомість, планові «наїзди» органів влади в основному адресовані підприємству, що взагалі не має ніякого відношення до будівництва на озері.

Як нами вже зазначалося, ще у 2009 році рішенням Київської міської ради земельну ділянку біля озера Срібний Кіл розміром 0,14 га було

передано у власність Дочірнього підприємства «Енеїда» для будівництва закладу громадського харчування. Одночасно було розроблено вищезгаданий проект благоустрою території. На даний час у публічній кадастровій карті власником земельної ділянки значиться ТОВ «Пантера Лтд», який і здійснює підготовчі роботи з будівництва починаючи з жовтня 2015 року. Проте, за цей період саме на адресу Дочірнього підприємства «Енеїда» надходили листи від різномісних органів влади та посадових осіб – включаючи Державну екологічну інспекцію, голову Дарницької РДА, Департамент земельних ресурсів КМДА та прокуратуру міста Києва. Листи містили всілякого роду погрози та вимоги припинити будівництво на земельній ділянці, приватизованій сім (!) років тому. **І при цьому зазначені посадові особи не лише полінувалися подивитися дані земельного кадастру, але й не в змозі достеменно пояснити, у чому саме полягає порушення законодавства.**

Натомість, екологічно шкідливі об'єкти, що збудовані явно незаконно, а саме – **автозаправка, автобана і 5-ти поверхова піцерія**, залишаються поза увагою.

Зважаючи на вищенаведене, неважко здогадатися, що основним критерієм уваги для органів влади та посадових осіб є не дотримання чинного законодавства і не суспільні інтереси, а те, чи погодилося підприємство давати хабаря.

Пропонуємо співгромадянам звернути увагу на такі наочні докази маніпулювання громадською думкою, і не давати владі водити себе за носа.

Анна Туманян,
Юрисконсульт
Аудиторської фірми «Аналітик»
ao.tumanian@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ОСКАРЖЕННЯ НЕПРАВОМІРНИХ ДІЙ ЧИ БЕЗДІЯЛЬНОСТІ ПОСАДОВИХ ОСІБ ПОДАТКОВОЇ МІЛІЦІЇ

Підрозділи податкової міліції діють у складі органів доходів і зборів – центральному органі виконавчої влади, що забезпечує формування єдиної державної податкової, державної митної політики та його територіальних органах.

Відповідно до пункту 348.1 статті 348 Податкового кодексу України податкова міліція складається із спеціальних підрозділів по боротьбі з податковими правопорушеннями, що діють у складі відповідних контролюючих органів, і здійснює контроль за додержанням податкового законодавства, виконує оперативно-розшукову, кримінально-процесуальну та охоронну функції.

Разом з тим, на практиці зустрічаються непоодинокі випадки правопорушень, вчинених самими посадовими особами податкової міліції стосовно платників податків та інших осіб.

Забезпечення додержання законності прав платників податків посадовими особами податкової міліції забезпечується, серед іншого, правом платника податків на оскарження неправомірних дій або бездіяльності цих посадових осіб, а також можливістю притягнення їх до встановленої законодавством відповідальності.

Для того, щоб ефективно використовувати надані законодавством інструменти та права щодо захисту від неправомірних діянь посадових осіб податкової міліції, платникам податків необхідно розуміти та знати окрім своїх прав на оскарження таких діянь, також особливості правового статусу посадових осіб податкової міліції, встановлений порядок оскарження їх неправомірних дій чи бездіяльності, передбачену законодавством відповідальність та особливості притягнення до такої відповідальності.

Згідно зі статтею 19 Конституції України органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи зобов'язані діяти лише на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Повноваження податкової міліції встановлено статтями 350, 351 Податкового кодексу України. Окрім цього, відповідно до пункту 3-1 розділу XI «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про Національну поліцію» передбачено, що посадовим особам податкової міліції для виконання покладених на них обов'язків надаються також права, передбачені статтями 42-46 цього Закону.

Відповідно до пункту 354.1 статті 354 Податкового кодексу України посадова чи службова особа податкової міліції у межах повноважень, наданих Податковим кодексом України та іншими законами, самостійно приймає рішення і несе за свої протиправні дії або бездіяльність дисциплінарну відповідальність згідно із Дисциплінарним статутом органів внутрішніх справ або іншу передбачену законом відповідальність.

Право платника податків оскаржувати в порядку, встановленому законодавством, рішення, дії (бездіяльність) контролюючих органів (посадових осіб) та на повне відшкодування збитків (шкоди), заподіяних незаконними діями (бездіяльністю) контролюючих органів (їх посадових осіб), у встановленому законом порядку передбачено підпунктами 17.1.7 та 17.1.11 пункту 17.1 статті 17 Податкового кодексу України.

Положеннями статті 354 Податкового кодексу України передбачено, що дії або рішення податкової міліції, її посадових та службових осіб можуть бути оскаржені у встановленому законом порядку до суду чи прокуратури.

Частиною другою статті 2 Кодексу адміністративного судочинства України визначено, що будь-які рішення, дії чи бездіяльність суб'єктів владних повноважень, крім випадків, коли щодо таких рішень, дій чи бездіяльності Конституцією чи законами України встановлено інший порядок судового провадження, можуть бути оскаржені до адміністративних судів. При цьому, суб'єктом владних повноважень може бути орган державної влади або їхня посадова чи службова особа.

Отже, оскарження неправомірних дій посадових осіб податкової міліції може бути реалізовано через звернення із відповідною позовною заявою до адміністративного суду.

Важливо, що частиною другою статті 71 Кодексу адміністративного судочинства України в адміністративних справах про протиправність рішень, дій чи бездіяльності суб'єкта владних повноважень обов'язок щодо доказування правомірності свого рішення, дії чи бездіяльності покладено на відповідача, якщо він заперечує проти адміністративного позову.

Посадові особи податкової міліції також можуть бути суб'єктами кримінальних правопорушень. Серед таких: зловживання владою або службовим становищем (стаття 364 Кримінального кодексу України); перевищення влади або службових повноважень працівником правоохоронного органу (стаття 365 Кримінального кодексу України); службове підроблення (стаття 366 Кримінального кодексу України); службова недбалість (стаття 367 Кримінального кодексу України); прийняття пропозиції, обіцянки або одержання неправомірної вигоди службовою особою (стаття 368 Кримінального кодексу України); незаконне збагачення (стаття 368-2 Кримінального кодексу України); провокація підкупу (стаття 370 Кримінального кодексу України).

Перевищення влади або службових повноважень є небезпечним злочином, який вчинюється у сфері службової діяльності, в тому числі, під час виконання своїх повноважень посадовими особами податкової міліції, і посягає на охоронювані законом права й

інтереси окремих громадян, інтереси юридичних осіб, державні та громадські інтереси. У справах про притягнення до кримінальної відповідальності за вказані злочини цікавою є чинна на сьогодні постанова пленуму Верховного суду України від 26.12.2003 № 15 «Про судову практику у справах про перевищення влади або службових повноважень». Відповідно до цієї постанови суди в основному вирішують справи про такі злочини з додержанням вимог закону. Проте в їх діяльності є й недоліки, пов'язані з неправильним розумінням об'єктивної сторони і кваліфікуючих ознак цього злочину, відмежуванням його від суміжних злочинів. Допускаються помилки при призначенні покарання.

Окрім того, необхідно знати, що у разі порушення посадовою чи службовою особою податкової міліції прав і законних інтересів громадянина відповідний контролюючий орган зобов'язаний вжити заходів до поновлення цих прав, відшкодування завданих матеріальних збитків та на вимогу громадянина публічно вибачитися, як це передбачено пунктом 354.2 статті 354 Податкового кодексу України.

Таким чином, залежно від фактичних обставин справи протиправні дії посадових осіб податкової

міліції можуть бути оскаржено до адміністративного суду чи прокуратури, а також стосовно посадових осіб податкової міліції можна ініціювати досудове розслідування, якщо протиправні дії мають ознаки кримінальних правопорушень, та притягнути їх за результатами такого розслідування в разі наявності підстав до кримінальної відповідальності.

Використані нормативно-правові акти:

1. Податковий кодекс України.
2. Кримінальний кодекс України.
3. Кодекс адміністративного судочинства України.
4. Закон України «Про Національну поліцію».
5. Постанова пленуму Верховного суду України від 26.12.2003 № 15 «Про судову практику у справах про перевищення влади або службових повноважень».

*Черешнюк Оксана,
Юрисконсульт Аудиторської
фірми «Аналітик»*