



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 8/2'2016

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

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

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. №1328 (економічні науки), Наказ Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2016 р. № 820 (юридичні науки). 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 Національної академії внутрішніх справ України (Протокол №21 від 23 серпня 2016 року) та Вченою Радою Академії Муніципального Управління (Протокол №35 від 25 серпня 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 26.08.2016

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

Е-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"

Заступник редакційної колегії з правових наук:

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

Члени редакційної колегії з правових наук:

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

Кононенко 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

Шеф-редактор:

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

Випусковий редактор:

Куцяк Олександр Анатолійович

Керівник редакційної колегії з економічних наук:

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

Заступник керівника редакційної колегії з економічних наук:

Бутинець Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, професор кафедри бухгалтерського обліку та аналізу за видами економічної діяльності Житомирського державного технологічного університету

Члени редакційної колегії з економічних наук:

Невелєв Олександр Михайлович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та адміністрування менеджменту 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 Фалімонович, 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

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

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

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

Керівник редакційної колегії з правових наук:

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

ЗМІСТ

Н.М. МАЛЮГА. Методичні аспекти бухгалтерського обліку земельних ресурсів сільськогосподарського призначення	4
М.І. САВЛУК. Економічне зростання в монетарній політиці НБУ	7
О.О. СУРОВЦЕВ. Взаємодія соціальних мереж з маркетинговою системою міжнародних компаній ..	12
С.А. ТКАЧЕНКО. Інформаційний інструментарій функції діагностики в системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та виробничих об'єднань	17
Л.В. БОРОВІК. Формування конкурентоспроможності аграрних господарств	27
І.О. ДАВИДОВА, О.В. НІКІТИНА. Реалізація системи контролінгу в міжнародних компаніях	31
Ю.М. КЛАПКІВ, В.В. ТРИНЧУК. Економічна природа "страхового продукту" та "страхової послуги"	34
Ю.В. КОВТУНЕНКО. Методичні основи аналізу фінансового стану промислового підприємства	40

ТЕЗИ НА КОНФЕРЕНЦІЮ

Л.В. БОРОВІК. Підвищення конкурентоспроможності суб'єктів аграрного виробництва	42
--	----

МАЛЮГА

Наталія Михайлівна
n_maluga@ukr.net

УДК 657:332.33

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗЕМЕЛЬНИХ
РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯMETHODOLOGICAL ASPECTS OF REFLECTION OF LAND RESOURCES IN
ACCOUNT

д.е.н., професор, Національна академія статистики, обліку та аудиту

У статті розглянуто методичні аспекти бухгалтерського обліку земельних ресурсів сільськогосподарського призначення, що дозволяють ідентифікувати такі об'єкти в системі бухгалтерського обліку з урахуванням їх якісних та кількісних параметрів.

В статье рассмотрены методические аспекты бухгалтерского учета земельных ресурсов сельскохозяйственного назначения, что позволяют идентифицировать такие объекты в системе бухгалтерского учета с учетом их качественных и количественных параметров.

The article reviews methodological aspects of reflection of land resources in account. It is conducive to identify these objects taking into account their qualitative and quantitative parameters.

Ключові слова: актив, земельні ресурси, оренда, основні засоби

Ключевые слова: актив, земельные ресурсы, аренда, основные средства

Keywords: expert assessment, fixed assets, lease, land resources

ВСТУП

В умовах якісної та кількісної обмеженості природно-ресурсного потенціалу країни ключовим питанням є ідентифікація екодеструктивних явищ та оцінка їх впливу на стан його складових, зокрема земельних ресурсів – основного фактору виробництва аграрної сфери, внесок якої за минулий рік у ВВП України склав 14% [1].

У 1972 р. на конференції ООН була ухвалена Стокгольмська декларація, відповідно до якої забезпечення збалансованого природокористування потребує виділення оптимальних напрямків використання ресурсів та їх відновлення. Тому першим кроком в досягненні даної мети є закріплення відповідальності за окремими громадянами та суспільством в цілому [2]. У результаті виникає необхідність формування інформації щодо якісного стану земельних ресурсів в системі бухгалтерського обліку.

В економічній літературі питання щодо удосконалення чинної системи бухгалтерського обліку земельних ресурсів висвітлено у працях вітчизняних науковців, зокрема, Ф.Ф. Бутинця, Б.С. Гузара, В.М. Жука, І. В. Замули, Я.П. Іщенко, Г.Г. Кірейцева, Т.Є. Кучеренко, П.Т. Саблука, В.С. Савчука, О.Ф. Ярмолук. Питанням бухгалтерського обліку і контролю якісних та кількісних параметрів земельних ресурсів сільськогосподарського призначення присвячено кандидатські дисертації О.В. Ільчак та Т.В. Машкової, захищені в НУБіП під науковим керівництвом В.С. Савчука у 2016 р.

Враховуючи позитивний вплив фізіократичної концепції на земельні відносини, слід зазначити, що залишається ряд невирішених питань наукового та прикладного характеру, зокрема відсутність методичних підходів до обліку змін якісного стану земельних ресурсів.

МЕТА СТАТТІ полягає у формуванні методичних аспектів бухгалтерського обліку земельних ресурсів сільськогосподарського призначення, які б дозволили ідентифікувати такі об'єкти в системі бухгалтерського обліку з урахуванням їх якісних та кількісних параметрів.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційна база дослідження представлена науковими працями вітчизняних та зарубіжних вчених та нормативними документами з питань бухгалтерського обліку земельних ресурсів.

Для досягнення поставленої мети використано такі методи наукового пізнання, як порівняння, аналізу, синтезу, систематизації та аналогій.

РЕЗУЛЬТАТИ

Відображення земельних ресурсів в бухгалтерському обліку передбачає встановлення права власності на них. Так, наприкінці ХХ ст., у 1990 р. з ухваленням Постанови «Про земельну реформу» та Земельного Кодексу України розпочато розповсюдження приватної власності на сільськогосподарські угіддя України. Основними власниками земельних ресурсів протягом двох з половиною десятиріч стали сільськогосподарські підприємства та громадяни (рис.1).

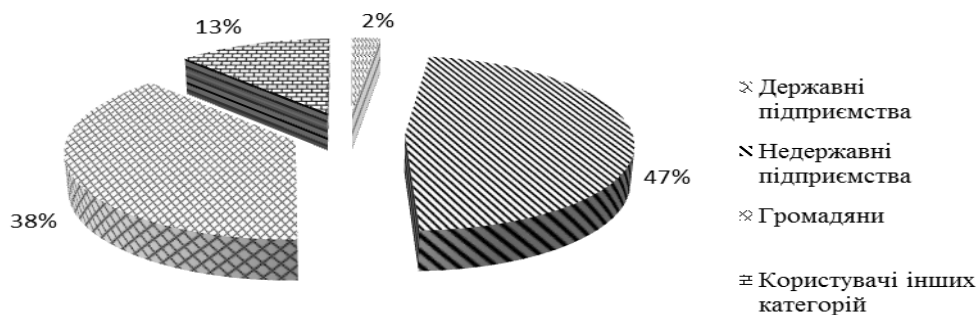


Рис. 1. Структура земельного фонду України за власниками та користувачами станом на 01.01.2015 [узагальнено на основі [1]]

Дія Мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення нівелює можливість виділення земельних ресурсів як об'єкта купівлі-продажу. Відповідно до Земельного Кодексу України юридичні особи набувають право власності на земельну ділянку при її внесенні до статутного капіталу, отриманні у спадок та за інших підстав, передбачених законодавством [3]. Тому найбільш розповсюдженим способом залучення земельних ресурсів у виробничий процес є операційна оренда (орендар (юридична особа) – орендодавець (фізична особа)).

Відображення в обліку земельних ділянок, що використовуються на правах власності як основного засобу (земельні ділянки), регламентується П(С)БО 7 «Основні засоби», як нематеріального активу (права користування майном) - П(С)БО 8 «Нематеріальні активи». Окремим об'єктом земельних відносин є капітальні витрати на поліпшення земель, що розглядаються у складі основних засобів. Земельні ресурси, що використовуються суб'єктом господарювання на правах оренди відповідно п.8 П(С)БО 14 «Оренда» відображаються на позабалансових рахунках та не знаходять висвітлення у фінансовій звітності суб'єкта господарювання. Це ускладнює формування інформації щодо зміни стану земельних ресурсів [4].

Земельним кодексом передбачено якісний та кількісний облік земельних ресурсів, однак відсутність адекватного забезпечення якісного обліку знижує не лише ефективність використання земельних ресурсів, а й ускладнює визначення їх справедливої вартості. Колектив науковців під керівництвом В.М. Жука визначає, що саме якісний облік дозволить сформувати необхідну інформацію для оцінки земельної ділянки, розглядаючи право користування активом як альтернативу позабалансового обліку [5].

Такий підхід відповідає чинним тенденціям у реформуванні земельних відносин. Міністр Міністерства аграрної політики та продовольства України звернув увагу на те, що Мораторій на продаж земель скоріше всього буде продовжено [6]. Але це не виключає формування активного ринку. Об'єктом купівлі-продажу стане не земельна ділянка,

а право оренди землі. Власники земельних ділянок не будуть втручатися в процес купівлі-продажу, проте матимуть право розірвати договір у разі порушення їх прав щодо виплати орендної плати та нецільового використання активу. При цьому право оренди можна буде надати у заставу та отримати кредит. Формування ринку прав дозволить сформувати ціну на сам актив.

Проте, як зауважує Г.Г. Кірейцев, земельні ресурси є продуктом природи, що не може бути замінений іншими ресурсами, не може бути відтворений штучно та переміщений [7]. Тому виділення прав оренди сприятиме відображенню земельних ресурсів у звітності, що підвищить інвестиційну привабливість суб'єкта господарювання та частково вирішить питання щодо їх обліку в процесі використання, але інформація щодо якісного стану активу залишиться обмеженою.

Саблук П.Т. наголошує на тому, що фізіократична концепція є достатньо прогресивною та може бути реалізована в сучасних умовах лише в синтезі з технократичною [8]. Це дозволить забезпечити стаке землекористування - форма та відповідні до неї методи використання земель, що забезпечують оптимальні параметри екологічних і соціально-економічних функцій територій [9]. Відповідно до Порядку ведення агрохімічного паспорта поля, земельної ділянки такі параметри мають визначатися регулярно через кожні 5-10 років. Найбільш доцільно проводити таку паспортизацію на початку та після закінчення сівозміни. Проте положеннями чинного законодавства не закріплена обов'язковість дотримання порядку сівозміни (чергування культур) та агрохімічна паспортизація не набула поширення.

В процесі використання земельних ресурсів явища антропогенного характеру впливають на їх якісний стан як позитивно, так і негативно. Тому суб'єкти господарювання, зокрема користувачі, мають забезпечити оптимальні умови використання, а за необхідності провести заходи з їх відновлення.

Як вже зазначалось в одній із наших праць [10], дотримання екологічної безпеки землекористування та збереження родючості ґрунтів проявляється в операціях, що відображаються:

- діяльність підприємств щодо запобігання забруднення;
- вплив діяльності підприємства на земельні ресурси;
- діяльність підприємств з усуненням наслідків негативного впливу на земельні ресурси.

Облік діяльності із запобігання забрудненню передбачає врахування земельних ресурсів як складової природно-ресурсного потенціалу, засобів і операцій, які впливають на їх екологічний стан. На даному етапі обліку формується інформація щодо негативного (екологічні зобов'язання та витрати) та позитивного (екологічні доходи) впливу суб'єкта господарювання на земельні ресурси.

Виділення таких об'єктів обліку дозволить оцінити рівень впливу суб'єкта господарювання на земельні ресурси та формувати необхідну інформацію для прийняття ефективних рішень управлінським персоналом.

ВИСНОВКИ

Виходячи з вищевикладеного, можна сформулювати такі методичні

аспекти бухгалтерського обліку земельних ресурсів сільськогосподарського призначення:

основними власниками земельних ресурсів виступають сільськогосподарські підприємства та громадяни, що впливає на організацію обліку таких об'єктів;

земельні ресурси сільськогосподарського призначення не є об'єктами купівлі-продажу, натомість такими об'єктами в сучасних умовах виступають права оренди землі, активний ринок на які формується, що потребує адекватного облікового забезпечення;

для підтримання сталого землекористування доцільно впровадити паспортизацію полів, що є передумовою обліку якісних та кількісних параметрів земельних ресурсів сільськогосподарського призначення;

облік впливу антропогенних факторів на земельні ресурси є актуальним та пріоритетним для України як на державному, так і на рівні суб'єкта господарювання, адже саме земельні ресурси та їх екологічний стан визначають продовольчий потенціал країни.

Виділені методичні аспекти бухгалтерського обліку земельних ресурсів сільськогосподарського призначення дозволять ідентифікувати такі об'єкти в системі бухгалтерського обліку з урахуванням їх якісних та кількісних параметрів.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України: сільське, лісове та рибне господарство [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Стокгольмська Декларація від 16 червня 1972 р.: витяг (995_454) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>
3. Земельний кодекс України від 25.10.2001 № 2768-III. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1046.172.0>
5. Обліково-оціночні аспекти включення землі до економічного обороту: колектив. моногр. / [В.М. Жук, Ю.С. Бездушна, Б.В. Мельничук, В.М. Метелиця, А.І. Коріненко]. – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2013. — 234 с.
6. Кутовий Т.В. Від продажу прав оренди землі виграють усі – і власники, і орендарі [Електронний ресурс] / Т.В. Кутовий. – <http://minagro.gov.ua/uk/node/21532>
7. Кірейцев Г.Г. Розвиток бухгалтерського обліку: теорія, професія, міжпредметні зв'язки: [монографія] / Г.Г. Кірейцев.- Житомир: ЖДТУ, 2007. – 236 с.
8. Саблук П.Т. Перспективи формування продовольчих ресурсів у контексті розвитку аграрної реформи / П.Т. Саблук // Продовольчі ресурси. Економічні науки. – 2015. – №4. С. 5 – 12
9. Закон України «Про землеустрій» від 22.05.2003 № 858-IV, зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/858-15>
10. Методологічні засади бухгалтерського обліку складових природно-ресурсного потенціалу: історико-правовий підхід / Малюга Н.М., Замула І.В. // Вісник економічної науки України. – 2011. – № 2 (21) – С. 112-118.

ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ В МОНЕТАРНІЙ ПОЛІТИЦІ НБУ

ECONOMIC GROWTH IN NBU'S MONETARY POLICY

д.е.н., професор, КНЕУ
ім. Вадима Гетьмана

У статті показано, що в основних законодавчих актах України перед НБУ не ставилась задача безпосередньо впливати на економічне зростання, внаслідок чого потреби розвитку реального сектору економіки опинились на другому плані його монетарної політики. Сам НБУ теж не проявляв ініціативи щодо розширення своїх засобів впливу на реальний сектор економіки з метою формування його за моделлю, адекватною потребам стабілізації грошової одиниці.

Економіка стихійно формувалась переважно під впливом критеріїв одержання максимального і негайного прибутку, якими керувались як приватний бізнес, так і орган державного управління. В результаті країна одержала глибоко розбалансовану, високо витратну, про інфляційну економіку, не спроможною послужити реальною базою для стабілізації гривні. Сучасне керівництво НБУ не тільки не зробило належних висновків з цих недоліків, а ще й поглибило їх при розробці стратегії монетарної політики на середньострокову перспективу, якою передбачено перехід на режим інфляційного таргетування, що нібито забезпечить цінову стабільність в країні уже в найближчі роки. Такі обіцянки - чистий популізм, поскільки не враховують реального стану вітчизняної економіки. Без глибокого реформування її забезпечити тривалу цінову стабільність неможливо.

В статті показано, що в основных законодательных актах Украины перед НБУ не ставилась задача непосредственно влиять на экономический рост, в результате чего потребности развития реального сектора экономики оказались на втором плане его монетарной политики. Сам НБУ тоже не проявлял инициативы по расширению своих средств воздействия на реальный сектор экономики с целью формирования его по модели, адекватной потребностям стабилизации денег. Экономика стихийно формировалась преимущественно под влиянием критериев получения максимальной и немедленной прибыли, которыми руководствовались как частный бизнес, так и органы государственного управления. В результате страна получила глубоко разбалансированную, высоко затратную, инфляционную экономику, не способную послужить реальной базой для стабилизации гривны. Современное руководство НБУ не только не сделало должных выводов из этих недостатков, но и углубило их при разработке стратегии монетарной политики на среднесрочную перспективу, предусматривающей переход на режим инфляционного таргетирования, что якобы обеспечит ценовую стабильность в стране уже в ближайшие годы. Такие обещания - чистый популизм, поскольку не учитывают реального состояния отечественной экономики. Без глубокого реформирования ее обеспечить длительную ценовую стабильность невозможно.

From this article you can see that in the main Ukrainian laws there wasn't set a goal for NBU to directly affect economic growth of the Ukraine. Due to this the needs of the real economy were put on the second position of NBU's monetary policy. NBU himself has shown no desire to increase his influence on the real economy in order to strengthen the Ukrainian currency. Private businesses as well as the authorities were driven by the desire of maximum income received in a short period of time. As the result of such behavior Ukraine's economy turned out to be unbalanced, expensive and inflationary thus unable to be a base for strengthening hryvnia. Board of governors of NBU not only hasn't learned from its previous mistakes, but also made them more significant while developing a medium-term monetary policy. This policy means transition to inflation targeting in Ukraine in order to provide price stability in the coming years. However, it is not as easy as it seems as without deep and constructive reforms this goal is impossible to achieve.

Ключові слова: стратегія розвитку, банківська система, Національний банк України, реальний сектор економіки, інфляція, таргетування

Ключевые слова: стратегия развития, банковская система, Национальный банк Украины, реальный сектор экономики, инфляция, таргетирование

Keywords: development strategy, bank system, National Bank of Ukraine, real economy, inflation targeting

ВСТУП

В умовах тривалої рецесії, яку переживає економіка України після кризи 2008-2009 рр., нарізла гостра потреба максимально мобілізувати всі можливості банківської системи для забезпечення належних темпів економічного зростання. Вирішення

цієї задачі в значній мірі залежить від цілеспрямованої політики НБУ на реальний сектор економіки, у зв'язку із чим серед науковців і практиків загострилась дискусія щодо правомірності включення до стратегічних цілей монетарної політики завдань економічного розвитку. Особливої

актуальності цієї дискусії надає сучасне загострення банківської кризи в Україні та широке обговорення громадськістю розроблених НБУ документів, що визначатимуть стратегію банківської системи на середньострокову перспективу, та альтернативної «Стратегії розвитку банківської системи 2020», розробленої колективом науковців. Порівняльний аналіз цих двох стратегій матиме не тільки наукове, а й важливе практичне значення для успішного реформування економіки і банківської системи.

МЕТА РОБОТИ – обґрунтувати необхідність включення до стратегічних цілей монетарної політики НБУ завдань економічного зростання, розкрити упущені можливості і сумнівність перспектив монетарної політики, що не має такої стратегічної цілі.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Порівняльний аналіз двох стратегій розвитку банківської системи: яка базується на багатоцільовій монетарній політиці включно з економічним зростанням і яка базується на одноцільній монетарній політиці у формі інфляційного таргетування.

РЕЗУЛЬТАТИ

Поглиблення економічної депресії та загострення банківської кризи посилили увагу громадськості, науковців і політиків до стану справ в економіці та банківській сфері і до пошуку шляхів їх реформування. В цьому відношенні поява альтернативної стратегії розвитку банківської системи 2020 р., є своєчасною і корисною. Головна відмінність її полягає в тому що вся банківська система розвертається «обличчям» до реального сектору економіки, її увага (і відповідальність) концентруються на скоординованих заходах з розвитку реального і банківського секторів економіки у їх взаємозв'язку. Такий підхід методологічно цілком виправданий і відповідає потребам досягнення стратегічних цілей одночасного реформування економіки, в т.ч. її реструктуризації, і монетарної сфери, в т.ч. стабілізації гривні. Адже між оборотом виробничого капіталу, зайнятого у реальному секторі, і оборотом грошового капіталу, зайнятого в банківському секторі, нема непереборної стіни і проблеми, що виникають у кожному із них, є обоюдно-зумовленими і вирішувати їх потрібно взаємоузгоджено.

Не дивлячись на цю перевагу, альтернативну стратегію чекають серйозні випробування на стадіях обговорення, визнання Парламентом, Урядом та НБУ, а також при імплементації в економічну практику. Щоб полегшити вирішення цих проблем, потрібно визначити характер стратегії, за якою розвивалась банківська система в попередні роки, наскільки вона відповідала потребам розвитку вітчизняної економіки і які її наслідки. Оскільки у формалізованому вигляді такі стратегії раніше не розроблялись, звернемось до законодавчих актів, які унормовували діяльність банківської системи.

Судячи з функцій і цілей, які визначені для Національного банку в Конституції України і в Законі «Про Національний банк України», діяльність НБУ, а

разом з ним і всіх банків другого рівня, була поставлена в позицію «спиною» до реального сектору, оскільки сприяти економічному зростанню його в цих документах однозначно не зобов'язано.

В Конституції України (1996р.) функціональне призначення НБУ зведено лише до «забезпечення стабільності грошової одиниці», а про можливості його впливу на економічний розвиток навіть не згадується. В Законі «Про Національний банк України» (1999 р.) функціональне призначення НБУ дещо розширено за рахунок сприяння дотриманню стабільності банківської системи і цінової стабільності. Але для сприяння економічному зростанню у цьому документі місця теж не знайшлося. Лише в 2010 році в змінах до Закону «Про Національний банк України» було передбачено, що НБУ «також сприяє додержанню стійких темпів економічного зростання» за умови що це не перешкоджає досягненню цілей цінової стабільності та стабільності банків [1, 2]. Проте в такому формулюванні це функціональне призначення НБУ носило скоріше декларативний, а не реальний характер, оскільки керівництво НБУ легко могло відмовитись від будь-яких зусиль щодо стимулювання економічного зростання як шкідливих для цінової стабільності.

Чи намагався НБУ власними зусиллями розширити свої можливості щодо впливу на реальний сектор і послабити взагалі недоліки банківського законодавства? Однозначно не намагався. Більше того, він не тільки не проявляв власних подібних ініціатив, але не підтримував ініціатив, які надходили зі сторони, як наприклад, це сталося з Банком реконструкції і розвитку, на створення якого фінансову і організаційну допомогу пропонувала Німеччина, але вона була не прийнята з вини, на наш погляд, НБУ.

Відвернувшись від реального сектору економіки і зосередившись виключно на проблемах монетарної сфери, НБУ поставив себе в ситуацію, у якій був не в змозі успішно виконувати свою основну функцію – забезпечити стабільність гривні. Він втратив можливість активно впливати на формування моделі розвитку економіки України, яка б відповідала критерію стабілізації національних грошей.

Економіка України стихійно формувалась перш за все під впливом критерію максимального і негайного прибутку. Цим критерієм керувались як «новоспечені» приватні бізнесмени, так і державні органи управління економікою. Спільними зусиллями вони побудували глибоко деструктуризовану, високовитратну, зорієнтовану переважно на зовнішні ринки, технічно і технологічно відсталу, високо монополізовану олігархічну економіку, гіперчутливу до кон'юнктури світового ринку. Така економіка за своїм характером є інфляційною, неспроможною послужити базою для стабілізації сучасних грошей. Тому надіятись на те, що банківська система на чолі з НБУ своїми маніпуляціями лише в грошовій сфері зможе забезпечити стабільність гривні – очевидна утопія. Саме ця утопія визначала стратегію монетарної політики НБУ протягом всіх років незалежності, починаючи з 1996 р., яка спрямовувалась переважно на заходи з

удосконалення інструментів та механізмів самої монетарної сфери.

Отже, виключення економічного зростання зі стратегічних цілей монетарної політики НБУ позбавило його можливостей запобігати, чи хоч би послаблювати процеси формування того потворного монстра, яким є сучасна економіка України. Така економіка не є, і не може бути достатньою передумовою не тільки для забезпечення стабільності гривні, а й для ефективного функціонування всіх цивілізованих інструментів ринкової економіки – кредиту, валютного і фондового ринків, банків та ін.. Саме в створенні такого економічного монстра криється головна упущена можливість в розбудові ефективної економіки і стабільної грошової системи завдяки однобокості монетарної політики НБУ.

Кількісним проявом цієї упущеної можливості є: 1) відсутність помітного зростання обсягів реального ВВП за весь період незалежності; 2) знецінення гривні відносно долара США більше ніж у 12 разів (за 1996-2015pp.); 3) знецінення гривні на споживчому ринку у 17,4 разів (за 1996-2015pp). Ці цифри наглядно свідчать, що НБУ повністю провалив свою основну конституційну функцію - забезпечувати стабільність гривні. Більше того, ці цифри були б набагато гіршими, якби Україна з космічною швидкістю не наращувала зовнішні позики, за рахунок яких перекиривала «чорні дири» в економіці і гальмувала знецінення гривні (оплачувала імпорту товарів широкого вжитку щоб забезпечити попит на споживчих ринках і стримувати інфляцію, та забезпечувала попит на валютних ринках для стримування девальвації гривні). Валовий зовнішній борг України за 11 років (2004-2015) зріс приблизно на 100,00 млрд. дол. США, або більше ніж у 4 рази. Які інфраструктурні, промислові чи соціальні проекти за ці кошти реалізовано? Офіційної звітності нема, тому можна припустити що основну частину цих коштів «проїли» і не використали для інвестування в економіку, що теж вписується в однобоку стратегію монетарної політики НБУ.

Сьогодні вже і наші зовнішні кредитори, і незаангажовані фахівці в Україні добре розуміють, що далі наращувати зовнішній борг на тих же умовах ми не можемо, не маємо права. Висока імовірність відмови у видачі нових позичок з боку зовнішніх кредиторів загрожуватиме суспільству тяжкими економічними, фінансовими і соціальними наслідками. Втрата довіри до України з боку кредиторів – це теж упущена можливість внаслідок не виваженої економічної і монетарної політики, що є серйозним аргументом на користь їх негайного реформування.

Відчутні упущені можливості щодо стимулювання економічного зростання допущені банківською системою, перш за все НБУ, також за окремими напрямками її діяльності.

По-перше, допущені певні перекося у використанні емісійних ресурсів, створюваних банківською системою в процесі емісійної діяльності. Використовуватись ці ресурси можуть для 3-ох видів суспільних потреб: формування валютних резервів, монетизація бюджетного дефіциту, рефінансування

комерційних банків, в т.ч. на збільшення кредитування реального сектору. Проте, протягом всього періоду незалежності потреби рефінансування банків не були пріоритетними при використанні емісійних ресурсів, а були на 2-му чи 3-му місці в залежності від стану державних фінансів чи кон'юнктури валютного ринку [3, с. 101,105.109]. Але і ті емісійні ресурси, які надавались на рефінансування банків, далеко не повністю спрямовувались на кредитування реального сектору. Частка кредитів цьому сектору коливалась в окремі роки від 50 до 60 % сукупного портфелю банків, а решту становили кредити в торгівлю і на споживчі потреби населення, які лише опосередковано могли сприяти економічному зростанню.

По-друге, керуючись однобокою, вузькоцільовою стратегією НБУ розбудовував банківську систему перш за все для обслуговування поточних потреб економіки, зокрема для задоволення платіжних потреб і потреб в обіговому капіталі. На задоволення інвестиційних потреб банки не націлювались ні законодавчо, ні практично. Це значить, що банківська система по суті відмовилась від забезпечення матеріально-технічної бази економіки як головної передумови її успішного розвитку. Тому не дивно, що довгострокові кредити на придбання, будівництво і реконструкцію нерухомості займають мізерну частку в сукупному портфелі корпоративних кредитів банків – 1,9% на кінець 2014р., а зараз вона ще менша [4, с. 75-83]. В сучасній економічній ситуації України така політика банківської системи щодо кредитування інвестиційних потреб шкідлива і недопустима.

По-третє, в нормальних ринкових економіках ефективним механізмом впливу на розвиток реального сектору є банківське кредитування. В Україні, на жаль, цей механізм фінансування економічного розвитку використаний явно недостатньо. Як вже зазначалося, банки налаштовані на кредитування лише короткострокових, високодохідних потреб, а сфера інвестиційних потреб залишилась без кредитного забезпечення. І НБУ нічого не зробив для вирішення цієї проблеми.

Вирішити цю проблему можна було б створенням Банку розвитку і мережі спеціалізованих інвестиційних банків. Проте НБУ відмовляється від їх створення посилаючись на те, що в країні немає довгих грошей і що інвестиційне кредитування у нас надто ризикове. Але усувати ці перешкоди – прямий обов'язок НБУ. Якщо ж він і далі проводитиме жорстку політику монетарної рестрикції та не забезпечить законодавчого захисту прав кредиторів, то з кредитних портфелів банків зникнуть і ті 2% довгострокових кредитів, які ще недавно там значились. Проте і короткострокове кредитування економіки на грані зупинки, причиною чого є надвисокі процентні ставки і кредитні ризики. В свою чергу ці чинники дороговизни кредитів зумовлені високою інфляцією, високими обліковою ставкою і ставками рефінансування та високими кредитними ризиками. Усувати ці чинники - прямий обов'язок НБУ, але він виконає його тоді, коли усвідомить свою

відповідальність за розвиток економіки і відповідно перебудує свою стратегію.

По-четверте, ще одним свідченням відвернення банківської системи від реального сектору економіки є поява у банків в останні роки великих обсягів вільної ліквідності, яку масово акумулює НБУ на своєму балансі через депозитні сертифікати. Якщо на кінець 2008 р. таких сертифікатів було продано на 2.8 млрд. грн., то на кінець 2014 р. – біля 30 млрд. грн., а зараз ця сума наближається до 100 млрд. грн. Де взялися ці кошти? Звичайно, вони вилучені з кредитного процесу і на їх обсяг зменшено кредитування економіки і домогосподарств. А щоб банки не несли збитків чи не знизили депозитні процентні ставки для стримування притоку вкладів, НБУ виплачує їм по депозитних сертифікатах пристойну процентну ставку близьку до ринкової. Направляє ці кошти НБУ на фінансування бюджетного дефіциту, одержуючи свій дохід за ОВДП. І всі задоволені – Мінфін (вважай Уряд), НБУ, комерційні банки і, звичайно, вкладники. Обділеною залишилась лише реальна економіка.

Чи можна було по іншому використати ці кошти? Звичайно, можна. Адже далеко не у всіх банків була надлишкова ліквідність, були і такі, у яких її не хватало, хоч у них серед клієнтів були надійні позичальники і вони використали б ці кошти в інтересах економіки. Проте розпочата НБУ в 2014р. «зачистка» банків настільки підірвала взаємну довіру між банками, що ринок МБК виявився не в змозі перерозподілити ці ресурси і спрямувати їх в економіку.

В Україні діє заборона на вивіз капіталу за кордон. Контроль за дотриманням цієї заборони покладено на НБУ і він інколи надає дозвіл (ліцензію) на вивіз капіталу. Але ж значна кількість бізнесменів та інших громадян України, активно користуються послугами офшорних зон, де відкривають особливі рахунки і зберігають на них великі кошти. Виникає декілька запитань до НБУ з цього приводу:

- зберігання коштів у офшорах – це вивіз капіталу чи ні;
- якщо це вивіз, а скоріш за все це так, то чи надавав НБУ дозвіл на відкриття офшорних рахунків нашим громадянам;
- якщо надавав, то на яких правових підставах, він порушує заборону на вивіз капіталу;
- якщо зберігання капіталів в офшорах здійснюється без дозволу НБУ, то чому він нічого не зробив щоб перекрити ці валютні потоки, які знекровлюють економіку.

Скоріш за все тому, що не вважає себе відповідальним за стан економіки і її розвиток. Підтвердженням цього може бути той факт, що в Україні вже 22 роки діє тимчасовий декрет «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» прийнятий Кабінетом Міністрів, а НБУ з Верховною Радою не спромоглися прийняти Закон архіважливого питання.

Наведених прикладів достатньо щоб усвідомити, які серйозні упущення допустив НБУ у своїй діяльності завдяки стратегії, що базується на надто вузькому, однобокому розумінні його суспільної місії

взагалі і цілей його монетарної політики зокрема, і наскільки актуальним є прийняття нової стратегії розвитку банківської системи.

Прибічники чинної стратегії, як правило, посилюються на те, що ЦБ багатьох розвинених країн світу перейшли на режим інфляційного таргетування, яка є вищою формою прояву відвернення банків від реальної економіки. НБУ також об'явив про перехід до режиму інфляційного таргетування у 2016 році. Це рішення ґрунтовно і справедливо розкритиковано багатьма науковцями і практиками і тому не буду на ньому зупинятись. Відмічу лише, що перехід на режим ІТ загальмує реформування і банківської системи, і економіки [5].

Щодо світового досвіду, то навряд чи правильно нам орієнтуватись на центральні банки високорозвинених країн, оскільки вони працюють в зовсім інших економічних і соціально-політичних умовах ніж НБУ. Для нас більш цінною може бути широко визнана думка науковців, яку звичайно наводять у найбільш авторитетних підручниках. В трьох з них американських авторів, які широко використовуються в провідних університетах США (Ф. Мишкіна, Р. Габбарда, Р. Міллера), наводиться по декілька стратегічних цілей монетарної політики центробанків і серед них значиться не тільки економічне зростання, а й висока зайнятість. При чому ці цілі у двох підручниках поставлені перед ціновою стабільністю, що свідчить про те, що саме інтереси економіки (зайнятість і зростання) поставлені в центр суспільної відповідальності центральних банків [6, с.528; 7, с.576; 8, с. 646]. Саме такий підхід найбільше відповідає сучасним потребам реформування економіки України.

ВИСНОВКИ

1. Під впливом об'єктивних і суб'єктивних чинників в українському законодавстві був прийнятий обмежувальний підхід до визначення суспільного призначення (функцій) НБУ. Започаткували цей підхід автори Конституції України (1996р.), звівши основну функцію НБУ лише до забезпечення стабільності грошової одиниці. Такий же підхід сприйняли і розробники закону «Про Національний банк України» (1999р.), в якому теж не знайшлося місця для згадки про завдання НБУ сприяти економічному зростанню. Така згадка з'явилась лише в змінах до цього закону від 2010 р., проте не як про першочергове завдання НБУ, а як про останнє за важливістю і пріоритетністю.

2. Законодавче звуження функціональних завдань НБУ зпримало дві негативні тенденції в практиці функціонування НБУ і банківської системи в цілому. По-перше, посилювалась тенденція відвернення уваги НБУ від проблем реального сектора економіки. По-друге, звужувалось трактування функціональних завдань НБУ в самій монетарній сфері, що закінчилось підміною основної його функції (забезпечення стабільності грошової одиниці) завданням забезпечення цінової стабільності, що відкрило НБУ шлях до запровадження інфляційного таргетування.

3. Зазначені тенденції призвели до серйозного гальмування розвитку економіки України. Зі сфери відповідальності НБУ випали такі важливі завдання як формування довгострокових кредитних ресурсів і забезпечення фінансування інвестиційних потреб господарюючих суб'єктів, підтримання на стабільному рівні валютного курсу, ринкової процентної ставки, інші аспекти банківської діяльності.

4. Виведений з регулятивного впливу банківської системи реальний сектор економіки стихійно сформувався за моделлю, яка за основними якісними параметрами не відповідає потребам стабілізації гривні, внаслідок чого НБУ по суті провалив виконання своєї головної конституційної функції.

5. В ситуації, що склалася в Україні, реформування економічної системи можливе як взаємоузгоджена перебудова її реального сектору, монетарної сфери, банківської системи, що потребує розробки адекватно узгоджених стратегій розвитку кожного із них. Основним критерієм узгодженості цих стратегій повинно бути забезпечення стабільності грошової одиниці. Цим вимогам відповідає альтернативна стратегія розвитку банківської системи до 2020р. Але ця стратегія може набути реального значення якщо буде доповнена

адекватними стратегіями розвитку основних секторів економіки на такий же часовий термін та внесенням відповідних змін до законів «Про Національний банк України» та «Про банки і банківську діяльність».

Список використаних джерел

1. Конституція України.
2. Закон України «Про Національний банк України».
3. Фінансово-монетарні важелі економічного розвитку. Т.2 / за ред. А.І. Даниленка. - К.: Фенікс, 2008. - 442 с.
4. Криза банківської системи: причини і шляхи виходу / матеріали науково-практичної конференції, 10 червня 2015р. - К.: УБС, 2015.- 143с.
5. Дзюблюк О. Проблеми інфляційного таргетування в сучасній економіці / О. Дзюблюк // Світ фінансів. - 2015. - № 2. - с. 7-18.
6. Мишкін Ф.С. Економіка грошей, банківської справи і фінансових ринків/пер. з англ. - К.: Основи, 1998. - 963с.
7. Габбард Р.Л. Гроші, фінансова система та економіка / пер. з англ... - К.: КНЕУ, 2004. - 889 с.
8. Миллер Р.Л., Ван-Хуз Д.Д. Современные деньги и банковское дело/пер. с англ.. - М.: Инфра, 2000.- 856 с.

СУРОВЦЕВ

УДК 004.946

Олександр Олександрович

ВЗАЄМОДІЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ З МАРКЕТИНГОВОЮ СИСТЕМОЮ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ

INTERACTION OF SOCIAL NETWORKS INTERNATIONAL COMPANIES MARKETING SYSTEM

аспірант кафедри міжнародного бізнесу, Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

У науковій статті визначено напрями розв'язання важливого науково-практичного завдання щодо підвищення конкурентоспроможності міжнародних корпорацій. Запропоновано програму збуту через соціальні мережі для міжнародних компаній (МК), що включає наступні цілі: створення і просування спільнот бренду на МК через соціальний медіа маркетинг (СММ); створення і розвиток власних інформаційних майданчиків; побудова взаємодії з споживачами через соціальні мережі. У результаті проведеної роботи, знайдено шляхи застосування соціальних мереж в системі маркетингових комунікацій.

В научной статье определены направления решения важного научно-практической задачи по повышению конкурентоспособности международных корпораций. Предложена программа сбыта через социальные сети для международных компаний (МК), включающий следующие цели: создание и продвижение сообществ бренда на МК через социальный медиа маркетинг (СММ) создание и развитие собственных информационных площадок; построение взаимодействия с потребителями через социальные сети. В результате проведенной работы, найдены пути применения социальных сетей в системе маркетинговых коммуникаций.

In the scientific article the directions of solving important scientific and practical tasks to improve the competitiveness of multinational corporations. The program of marketing through social networks for multinational companies (MC), which includes the following objectives: promotion and brand communities at MK Marketing through social media (SMM); creation and development of own information platforms; construction of interaction with consumers through social networks. As a result of this work, found ways to use social media in marketing communications system.

Ключові слова: соціальні мережі, маркетинг, міжнародні компанії, система, комунікації, Інтернет

Ключевые слова: социальные сети, маркетинг, международные компании, система, коммуникации, Интернет

Keywords: social networking, marketing, international business, system communication, the Internet

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ АКТУАЛЬНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Новітнім і перспективним напрямом маркетингових комунікацій нині є застосування мережі Інтернет для просування продукції та послуг компаній, що працюють на міжнародному ринку. Проте традиційних інструментів інтернет-просування, зокрема створення корпоративних веб-сайтів, мобільних додатків та інтернет-магазинів стало недостатньо для ефективного маркетинг-просування у мережі, оскільки вони не сприяли масовому позиціонуванню бренду компаній. Вирішенням цього питання стало активне запровадження провідними компаніями світу використання соціального медіа маркетингу. Створені сторінки в найбільш застосованих користувачами (клієнтами компаній) у

соціальних мережах та їх ефективне наповнення сприяли більшій популяризації продукції (послуг) міжнародних компаній та впізнаваності серед широких кіл користувачів соціальних мереж. Тому дослідження особливостей застосування та взаємодії соціальних мереж в системі маркетингових комунікацій МК у сучасних умовах є актуальними.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Основу дослідження соціального медіа маркетингу та його застосування у маркетингових комунікаціях склали праці відомих теоретиків маркетингу: І.О. Башинської, М.І. Ботушан, О.С. Братко, Л.І. Бушуєвої, О.В. Кузик, І.Л. Литовченко, М.А. Окландер, О.О. Романенко, О.П. Старицької, Я.О. Тимохіної, О.А. Шовкової та ін. Проте малодослідженим аспектом на сьогодні залишається

використання соціальних мереж в системі маркетингових комунікацій міжнародних компаній, що і слугувало пріоритетним мотивом вибору теми цього дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ, ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ.

Метою дослідження є розробка та обґрунтування теоретичних, методичних і практичних засад використання соціальних мереж в системі маркетингових комунікацій МК, для чого необхідно: з'ясувати економічний зміст соціальних мереж та генезу їх становлення; дослідити соціальні мережі як інструмент системи маркетингових комунікацій МК; здійснити диференціацію та проаналізувати особливості використання соціальних мереж у структурі маркетингових комунікацій МК; виявити інноваційну спрямованість соціальних мереж як засобу реалізації комунікаційної політики МК; надати рекомендації щодо посилення конкурентоспроможності МК як визначального показника ефективності впливу соціальних мереж; дослідити ефективність соціальних мереж у комунікативній діяльності МК.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Маркетингова комунікація компанії – це двосторонній процес: з одного боку, передбачається вплив на цільові й інші аудиторії, а з другого, – одержання зустрічної інформації про реакцію цих аудиторій на здійснюваний фірмою вплив. Обидві ці складові однаково важливі; їхня єдність дає підстави говорити про маркетингову комунікацію як систему. Варто розуміти, що жодна фірма не в змозі діяти одразу на всіх ринках, задовольняючи при цьому запити всіх споживачів. Навпаки, компанія буде процвітати лише в тому випадку, якщо вона націлена на такий ринок, клієнти якого з найбільшою імовірністю будуть зацікавлені в її маркетинговій програмі [5].

У процесі свого історичного розвитку сформувалася низка комунікаційних моделей, які мають як спільні риси, так і специфічні особливості і які є теоретичним підґрунтям для подальшого удосконалення системи маркетингових комунікацій МК.

Маркетингова комунікація – це будь-яка діяльність фірми з інформування, переконання, нагадування споживачам про свої товари та формування позитивного іміджу фірми в очах громадськості та інших зацікавлених сторін [5].

Маркетинг у соціальних мережах включає виявлення та надання пропозицій щодо найбільш ефективних методів роботи з клієнтами. Найпопулярніші з них – це побудова спільнот бренду (створення представництв компанії у соціальних медіа), робота з блогосферою, репутаційний менеджмент, персональний брендинг і нестандартне СММ-просування [2, с. 39].

Застосування соціальних мереж маркетинговій комунікаційній діяльності дозволяє МК [4, с. 163]: цілеспрямовано впливати на цільову аудиторію; вибирати майданчики, де аудиторія більшою мірою представлена і визначені найбільш відповідні способи комунікації з нею; вибудовувати довгострокові відносини зі споживачами; управляти іміджем і репутацією; підвищувати і стимулювати обсяги продажу; створити й популяризувати джерела оперативної інформації для існуючих і потенційних споживачів; привернути увагу великої кількості потенційних клієнтів до бренду МК чи продукту під приватною торговою маркою МКі з чіткою прив'язкою до цільової аудиторії за різними ознаками (вік, стать, інтереси, статус тощо); одержувати зворотній зв'язок від аудиторії й безпосередньо спілкуватися із споживачами, формувати та підвищити лояльність споживачів; нейтралізувати негативну інформацію про бренд в Інтернет; збільшити якісний трафік на корпоративний сайт або інтернет-магазин.

Соціальна мережа та Інтернет загалом є інструментом маркетингової комунікації, що об'єднує споживача і маркетолога відповідно до попиту та пропозиції продукції, що виготовляє компанія. Таким чином, у контексті ефективного управління МК необхідним є побудова комплексного підходу до застосування маркетингових комунікацій, що представлений на рис. 1.

Засобами інтегрованих маркетингових комунікацій у соціальних мережах є: реклама у соціальних мережах, зв'язки з громадськістю у соціальних мережах, «вірусні» кампанії, генерація лідів та побудова спільнот (рис. 2.).

Отже, метою маркетингової діяльності будь-якої МК є формування і впровадження маркетингової політики, спрямованої на забезпечення її стабільності й розвитку та прибутковості діяльності. Оцінка ефективності маркетингової діяльності МК здійснюється за різними підходами та методами з використанням як кількісних, так і якісних, як абсолютних, так і відносних показників. Серед різноманітних показників ефективності маркетингової діяльності основними є вартість бізнесу, прибутковість, частка ринку та рентабельність маркетингових інвестицій, у кожному з яких можна виділити як сильні, так і слабкі сторони, однак перевага надається саме показнику рентабельності маркетингових інвестицій. Використання цього показника на початковому етапі розробки маркетингових програм і проектів є незамінним, тому що при його застосуванні можна спрогнозувати рівень зростання прибутковості, простежити за маркетинговими інвестиціями, які є допустимі в тій чи іншій ринковій ситуації, та здійснити реалізацію заходів для максимізації прибутку компанії [7, с. 288].

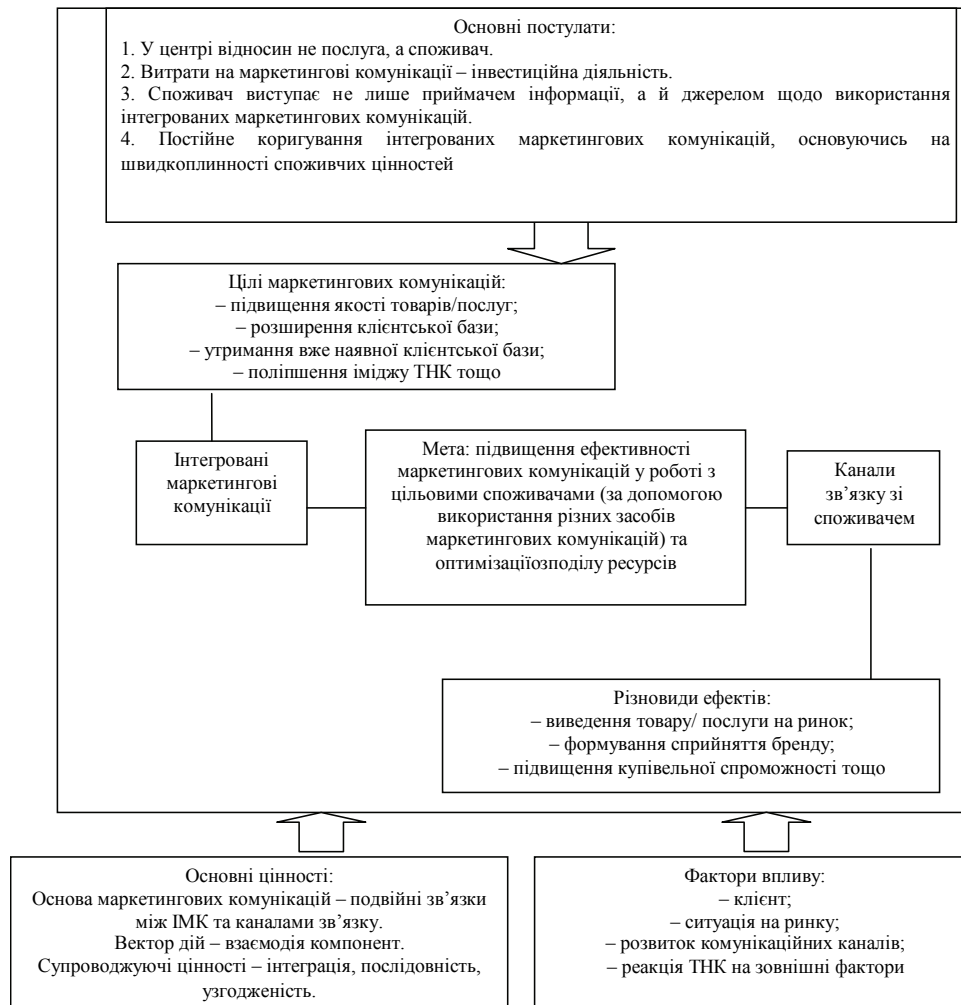


Рис. 1. Місце СММ та інтернет-контакту у системі каналів маркетингових комунікацій [складено автором на основі [5]]

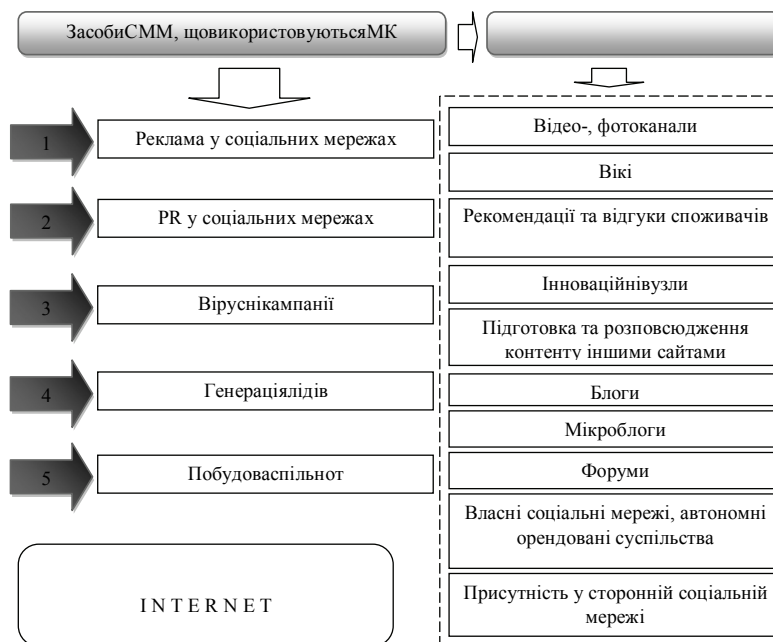


Рис. 2. Засоби та технології СММ, що використовуються МК [власна розробка автора]

Очевидно, що нині соціальні мережі стали основним комунікаційним інструментом мережевого суспільства і особливо активно використовуються у системі маркетингових комунікацій.

Оскільки багато МК перебувають у фазі зародження та зрілості, а відповідно у стані кризи переходу до професійного СММ, кризи

корпоративних відносин та ринкової вразливості, змодельована для них програма збуту за допомогою СММ повинна орієнтуватись здебільшого на розвиваючий маркетинг та на підтримуючий маркетинг. Змодельована нами програма збуту МК через СММ може включати у себе такі проектовані цілі та завдання (табл. 1.).

Таблиця 1

Вибір основних цілей та завдань програми збуту через СММ для досліджуваних МК

[власна розробка автора]

№ пп	Етапи програми	Тривалість, днів	Суть цілі та завдання
Ціль 1 «Створення і просування спільнот бренду на МК через СММ» Сума днів по завданнях – 264 А			
1.	Завдання 1.	62	Створення і просування спільнот компанії в соціальних мережах
2	Завдання 2.	65	Створення і просування зустрічей/заходів
3	Завдання 3.	31	ProductPlacementв існуючих спільнотах
4	Завдання 4.	45	Спонсорування тематичних співтовариств
5	Завдання 5.	61	Підтримка спільнот «цивільних маркетологів»
Ціль 2. «Створення і розвиток власних інформаційних майданчиків» Сума днів по завданнях – 311В			
6	Завдання 1.	31	Ведення і просування корпоративного блогу
7	Завдання 2.	62	SMO-оптимізація блогу
8	Завдання 3.	93	Інтеграція корпоративного сайту з соціальними мережами
9	Завдання 4.	125	Створення брендovаних фонів для оформлення своїх спільнот і блогів
Ціль 3. «Побудова взаємодії зі споживачами через соціальні мережі» Сума днів по завданнях – 310С			
10	Завдання 1.	62	Створення «філій» інтернет-магазинів в додатках для соціальних мереж
11	Завдання 2.	186	Створення представництв компанії в соціальних медіа
12	Завдання 3.	62	Робота з лідерами думок

Міжнародним компаніям під час управління СММ в маркетинговій діяльності слід звернути увагу на залучення аудиторії до сторінок у соціальних мережах, охоплення аудиторії та сприяти збільшенню кількості учасників, що реагують на контент. Для цього необхідно ефективно застосовувати інструменти СММ, такі, як постійне наповнення сторінок цікавою інформацією, збільшення фотографій та цікавих картинок для більш ефективного сприйняття аудиторією сторінки та інших інструментів, які дозволять залучити більшу аудиторію до сторінок у соціальних мережах, а, отже, і збільшити кількість потенційних покупців. Відповідно, спроектованими цілями будуть: 1 «Створення і просування спільнот бренду на МК

через СММ»; 2 «Створення і розвиток власних інформаційних майданчиків»; 3 «Побудова взаємодії зі споживачами через соціальні мережі».

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що нині соціальні мережі стали основним комунікаційним інструментом мережевого суспільства і особливо активно використовуються у системі маркетингових комунікацій. Комунікаційна політика за допомогою СММ інструментів спрямована на просування товарів на ринок за рахунок цілеспрямованого впливу на пріоритетні групи клієнтів. Засобами інтегрованих маркетингових комунікацій у

соціальних мережах є реклама, зв'язки з громадськістю, «вірусні» кампанії, генерація лідів, побудова спільнот та інші. Цілями розробленої програми збуту через СММ для МК є : створення і просування спільнот бренду на МК через СММ, створення і розвиток власних інформаційних майданчиків та побудова взаємодії зі споживачами через соціальні мережі. Перспективними з точки зору подальших досліджень будуть дослідження впливу маркетингу у соціальних мережах на загальний розвиток маркетингових комунікацій компаній.

Список використаних джерел

1. Бойчук І.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник. / І.М. Бойчук, П.С.Харів, М.І. Хопчан, Ю.В. Піча – К.: «Каравелла»; Львів: «Новийсвіт-2000», 2001. – 249 с.
2. Башинська І.О.Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах / І.О. Башинська // Економічні науки. Сер.: Економіка та менеджмент. – 2012. –Вип. 9(1.1). – С. 36-41.
3. Гриценко В. И. Информационные средства и технологии виртуальных предприятий / В.И. Гриценко, Л. А. Тимашова // Сб. науч. трудов „Проблемы внедрения информационных технологий в экономике и бизнесе”. – К., 2001. – 112 с.
4. Дубовик Т.В. Маркетингова комунікаційна діяльність торговельного підприємства в соціальних мережах [Електронний ресурс] / Т.В. Дубовик // Актуальні проблеми економіки. – 2012. –№ 5. – С. 161-168
5. Маркетингова політика комунікацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1685030340056/marketing/market-ingova_politika_komunikatsiy.
6. Полторак К.А. Аналіз особливостей поведінки споживачів в мережі Інтернет / К.А. Полторак // Ефективна економіка. – 2015. – № 11. – С. 336-337.
7. Чала Ю.В. Оцінка ефективності маркетингової діяльності МК [Електронний ресурс] / Ю.В. Чала // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2014. – Вип. 38. – С. 287-297.
8. Faucheux, C. (1997). How virtual organizing is transforming management science, Association for Computing Machinery. Communications of the ACM; New York; Sep., 202 p.

ТКАЧЕНКО

Сергій Анатолійович
nukoblikaudit@inbox.ru

УДК 338.242.2:[65.012.122:338.43]



к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту, в.о. ректора Вищого навчально-технологічного закладу Міжнародний технологічний університет "Миколаївська політехніка"

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФУНКЦІЇ ДІАГНОСТИКИ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ВИРОБНИЧИХ ОБ'ЄДНАНЬ

INFORMATIONAL DIAGNOSTICS TOOLS IN THE SYSTEM OF STRATEGIC MANAGEMENT ACTIVITIES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES AND SCIENTIFIC-PRODUCTION ASSOCIATIONS

В статті розроблено науковий підхід до створення інформаційного інструментарію підсистеми інтегрованої економічної діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і виробничих об'єднань, який передбачає глибоке та всебічне вивчення напрямків і тенденцій його розвитку в сучасних умовах. Досліджено залежності семантичних характеристик економіко-аналітичної обробки інформації від структури управлінських рішень, які приймаються на промислових підприємствах та в науково-виробничих об'єднаннях, обґрунтовані конкретні форми і масиви інформації. Серед перспектив подальших розвідок в означеному напрямку особливою актуальністю відрізняються питання пов'язані із застосуванням універсальних методів створення функцій, підготовкою кадрів фахівців та цілий ряд інших питань, вирішення яких є необхідним.

В статье разработан научный подход к созданию информационного инструментария подсистемы интегрированной экономической диагностики в функционально развитой системе стратегического управления деятельностью промышленных предприятий и производственных объединений, который предполагает глубокое и всестороннее изучение направлений и тенденций его развития в современных условиях. Исследованы зависимости семантических характеристик экономико-аналитической обработки информации от структуры управленческих решений, принимаемых на промышленных предприятиях и в научно-производственных объединениях, обоснованы конкретные формы и массивы информации. Среди перспектив дальнейших исследований в рассматриваемом направлении особой актуальностью отличаются вопросы, связанные с применением универсальных методов создания функции, подготовкой кадров специалистов и ряд вопросов, решение которых является необходимым.

The paper developed a scientific approach to the creation of information tools integrated economic subsystem diagnostics to functionally developed system of strategic management activities of industrial enterprises and industrial associations, which involves a deep and comprehensive study of the trends and tendencies of its development in the modern world. The dependence of semantic characteristics of economic-analytical processing of information on the structure of the administrative decisions taken by industrial enterprises and scientific-production associations, justified specific forms and data arrays. Among the prospects for further research in this direction of particular relevance are different issues related to the use of generic methods of creating a function, training of specialists and a number of other issues that are necessary.

Ключові слова: діяльність, інформаційний інструментарій, науково-виробниче об'єднання, підприємство, підсистема інтегрованої економічної діагностики, функціонально розвинута система стратегічного управління

Ключевые слова: деятельность, информационный инструментарий, предприятие, подсистема интегрированной экономической диагностики, производственное объединение, система стратегического управления

Keywords: activities, information tools, Scientific and Production Association, the integrated economic subsystem diagnostics, industrial enterprise, functionally developed system of special-purpose strategic management

ВСТУП

Здійснення якісних взаємозв'язків процесів управління виробничо-господарською діяльністю

вимагає, щоб створювані на промислових підприємствах і у науково-виробничих об'єднаннях функціонально розвинуті системи стратегічного управління діяльністю суб'єктів господарювання

охоплювали усі без виключення функції управління та забезпечували б повну замкненість функціонального контуру управління продуцентами промислових видів готової продукції. До функцій, на які повинне бути звернено особливу увагу як розробників функціонально розвинутих систем стратегічного управління діяльністю підприємств та виробничих об'єднань, так і робітників промисловості, належить діагностика, яка виступає основою для прийняття управлінських рішень на усіх рівнях управління виробничо-господарською діяльністю. Практичний досвід та виконані наукові дослідження переконливо доказують, що успішне вирішення проблеми формування і впровадження такої важливої функції системи управління, як діагностика, можливе тільки за умовою створення та розвитку в діючих і проєктованих функціонально розвинутих системах стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань інформаційного інструментарію підсистеми єдиної економічної діагностики.

Вдосконалення організації інформаційних потоків як методу підвищення економічної ефективності системи управління – проблема, яка привертає увагу багатьох зарубіжних і вітчизняних учених. У нас в країні істотний внесок у розвиток теоретичних аспектів інформації внесли наступні: В.М. Глушков [1], А.М. Колмогоров [2], Є.З. Май-мінас [3], В.С. Немцінов [4], Ю.І. Черняк [5], Г.Є. Едельгауз [6], Є.Г. Ясін [7] та ряд інших вчених. Із робіт зарубіжних авторів-дослідників найбільш повний і вагомий генезис теорія інформації отримала в працях: Ст. Біра [8], Н. Вінера [9], К. Шеннона [10], У.Р. Ешбі [11]. Однак, генеральна та кінцева мета розробок в галузі інформаційного інструментарію функціонально розвинутих систем стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань має полягати в тому, щоб воно охоплювало всі основні функції управління суб'єктами господарювання, центральне місце серед яких займає підсистема діагностики, відповідало сьогоднішнім вимогам та уявленням науки про управління і вимогам сучасної електронної цифрової обробки інформації і ін.

МЕТА РОБОТИ полягає в розробленні наукового підходу до створення інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань, який передбачає глибоке та всебічне вивчення напрямків і тенденцій його розвитку в сучасних умовах ін.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретико-методологічною основою даної статті виступає діалектичний метод та основні положення теорії функцій діагностики, систем управління. В процесі дослідження використувувалися такі методи: *абстрактно-логічний* (для теоретичного узагальнення і формулювання висновків); *монографічний* (при дослідженні теоретичних методик діагностики, систем управління); *економіко-статистичний*, *розрахунково-конструктивний*, *порівняльний* (при

комплексному аналізі та оцінці стану функцій діагностики систем стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань); *групування* (із метою характеристики інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств та виробничих об'єднань); *графічний* (при побудові структури інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в функціонально розвинутих системі стратегічного управління діяльністю підприємств і науково-виробничих об'єднань; принципової блок-схеми функціонування інформаційного-орієнтованого інструментарію діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань) і ін.

РЕЗУЛЬТАТИ

Специфіка підсистеми інтегрованої економічної діагностики, такий що включає в себе особливий елемент – комплексне дослідження всіх сторін господарської діяльності промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань, знаходить свій прояв у характері організації і обробки великого обсягу інформації. У процесі функціонування підсистеми по каналах зв'язку відбувається постійне звернення до планової та облікової інформації, а також до інформації нормативно-довідкового характеру. Це обумовлено тим, що діагностика як одна з функцій управління виробництвом слідує за плануванням і обліком, а отже, початковою базою діагностики виступає вторинна інформація по відношенню до інформації планування та обліку і ін.

Основою побудови інформаційного інструментарію підсистеми інтегрованої економічної діагностики виступає інформаційна модель комплексного аналізу та оцінки у функціонально розвинутих системах стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань, яка розкриває характер походження економіко-аналітичної інформації всередині підсистеми та поза нею (зовнішні зв'язки підсистеми) і описує порядок документального оформлення інформації. Важливо при цьому враховувати основні особливості завдань підсистеми з точки зору сучасної машинної електронної цифрової обробки інформації, такі як: велика кількість завдань з багатоцільовою класифікацією інформації; наявність завдань, що вирішуються за стандартними алгоритмами; поодинокий пошук інформації.

Розробка інформаційного інструментарію підсистеми повинна орієнтуватися на максимально необхідний перелік вирішуваних завдань діагностики, для яких визначаються початкові масиви постійної, змінної та проміжної інформації: встановлюються пункти збору, потоки інформації і обсяг кожного інформаційного потоку; вибираються технічні засоби збору та передачі інформації; розробляються вихідні документи і інше. Таким чином, в процесі створення інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в функціонально розвинутих системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і виробничих об'єднань здійснюються узгодження та ув'язка між собою всіх її

функціональних та таких, що забезпечують елементів. Цей процес відбувається в межах створення інформаційного інструментарію всієї функціонально розвинутої системи стратегічного управління діяльністю підприємств, науково-виробничих об'єднань в цілому.

Виконані наукові дослідження і наявний практичний досвід формування та впровадження функції діагностики на суб'єктах господарювання ряду галузей надають підставу для подання універсальної (типової) структури інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю підприємств і науково-виробничих об'єднань (рис. 1), де: НП – нормативні показники; ДП – довідкові показники (які включають у тому числі показники позаоблікової інформації); ПОП – показники оперативного планування; ППот.П – показники поточного планування; ППП – показники перспективного планування; ПОО – показники оперативного обліку; ПФО – показники фінансового обліку; ПУО – показники управлінського обліку; ППО – показники податкового обліку; ПСО – показники статистичного обліку; РП – рекомендаційні показники (інформація із зовнішнього середовища, інформація маркетингових досліджень); ПД – показники системи діагностики.

Склад структурних елементів методу інформаційного інструментарію підсистеми визначається компенсацією його побудови. У даному випадку була прийнята концепція банку даних, яка зумовила виділення в ньому такого елемента, як база даних підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і науково-виробничих об'єднань. Крім бази даних, структурними складовими інформаційного інструментарію підсистеми виступають: вхідні масиви планової інформації із функціональних підсистем функціонально розвинутих систем стратегічного управління діяльністю підприємств та науково-виробничих об'єднань, вхідні масиви облікової інформації із функціональних підсистем функціонально розвинутих систем стратегічного управління діяльністю суб'єктами господарської діяльності, функціональні (робочі) масиви підсистеми, вихідні масиви підсистеми і інше.

База даних – центральна ланка інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю підприємств, науково-виробничих об'єднань – містить спеціальним чином організовані базові інформаційні масиви, які можуть бути як лінійними (незалежними), так і ієрархічними (пов'язаними). Основним методом організації базових масивів підсистеми служить класифікація інформації. Ці масиви на даному етапі створюються для кожного економіко-аналітичного блоку підсистеми (перспективної діагностики, ретроспективної діагностики, оперативної діагностики, порівняльної діагностики, функціонально-періодичної діагностики та проблемно-орієнтованої діагностики) і призначаються для зберігання в машинах

електронних цифрових аналітичної інформації нормативно-довідкового характеру, необхідної для вирішення комплексів або окремих аналітичних завдань тощо.

В перспективі більш доцільним виступає створення в межах єдиного банку даних функціонально розвинутої системи стратегічного управління діяльністю підприємства та виробничого об'єднання базових масивів функції для груп семантично взаємопов'язаних техніко-економічних показників та ін.

Виділення бази даних підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань виступає досить корисним із тієї точки зору, що дозволяє організувати в кожній окремій її частині найбільш доцільний спосіб доступу до інформації незалежно від організації доступу до інших її частин.

Процес формування базових масивів підсистеми відображає специфіку організації інтегрованої економічної діагностики на промисловому підприємстві та у науково-виробничому об'єднанні. Багатоцільове використання економіко-аналітичної бази даних різними споживачами інформації обумовлює необхідність виділення декількох рівнів подання даних: системно-логічного, логічного рівня і фізичного. Системно-логічний рівень представлення даних забезпечується даними підсистеми, яка містить логічний опис даних, що утворюють бази. Логічний рівень представлення даних описується відповідними підсхемами. Кожна підсхема описує певну підмножину бази даних (наприклад, призначене для періодичної діагностики господарської діяльності підприємства, для оперативної діагностики та інше) і правила їх перетворення, що забезпечує можливість роботи з різними мовами програмування. Фізичний рівень представлення даних визначається схемою, яка надає опис розташування даних в елементах пам'яті та багато ін.

Базові масиви підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю підприємств та виробничих об'єднань можуть бути організовані спеціальними засобами; засобами банку даних універсальної структури; засобами системи інтегрованої обробки баз даних ієрархічної структури. В умовах орієнтації бази даних підсистеми на вирішення всього переліку економіко-аналітичних завдань, як показали виконані дослідження, найбільш ефективні пакети прикладних програм. Ця система управління даними практично не накладає обмежень ані на структуру, ані на обсяг бази даних, будучи в той же час досить компактною.

Побудова повної бази даних підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю підприємств і об'єднань за попередніми розрахунками потребує незначний обсяг пам'яті зовнішніх запам'ятовуючих пристроїв. При цьому базові масиви підсистеми повинні бути організовані на дискових електронних цифрових носіях, таке ін.

Базові масиви підсистеми повинні містити: нормативні показники, планові та облікові показники

за попередні періоди, аналітичні показники за попередні періоди, показники діяльності інших підприємств (об'єднань) і ін.

Будучи в основному функціонально-орієнтованою, тобто призначеною для виконання економіко-аналітичних функцій управління, база даних підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та виробничих об'єднань передбачає в той же час інформаційні масиви структурно-орієнтованого характеру, що дозволяє обслуговувати користувачів, які знаходяться на різних щаблях ієрархії управління (об'єднання, підприємство, цех і дільниця).

Базові масиви підсистеми постійно поповнюються та оновлюються, завдяки чому в них міститься повна інформація про господарську діяльність підприємства і його внутрішніх підрозділів. Система внесення змін до базових масивів повинна відповідати вимогам оптимальної обробки масивів та задовольняти вимогам управління. Наприклад, в інформаційні масиви оперативної діагностики має бути передбачено внесення змін відповідно до прийнятого на підприємстві (в цехах) «кроком управління», а саме: один раз на день, один раз на п'ять днів, один раз на десять днів. У той же час, інформаційні масиви ретроспективної діагностики достатньо піддавати корегуванню раз на місяць, раз на квартал, раз на півріччя, раз на рік і таке ін.

Як фрагмент інформаційного інструментарію всієї функціонально розвинutoї системи стратегічного управління підприємством та об'єднанням база даних підсистеми діагностики здійснює взаємний інформаційний обмін: по-перше, із загальносистемними базами даних (загальнозаводський рівень), по-друге, із функціонально-орієнтованими базами даних і, по-третє, зі структурно-орієнтованими базами даних (рівень структурних підрозділів), ін.

Зокрема, в загальносистемну базу даних функціонально розвинutoї системи стратегічного управління промисловим підприємством та науково-виробничим об'єднанням передається економіко-аналітична інформація, призначена для об'єднаної функціонально розвинutoї системи стратегічного управління спеціального призначення і для поповнення загальнозаводського фонду нормативно-довідкових інформаційних даних. У свою чергу, із загальносистемних баз в базу даних підсистеми надходить інформація про найкращі показники роботи по галузі, про середні показники, про показники роботи інших підприємств, а також нормативно-довідкова інформація за своїм підприємством. В функціонально-орієнтовані бази даних функціонально розвинutoї системи стратегічного управління промисловим

підприємством та науково-виробничим об'єднанням, тобто даних підсистем управління якістю, управління матеріально-технічним забезпеченням, управління кадрами і інше, із бази даних підсистеми діагностики передається економіко-аналітична інформація, необхідна паралельним підсистемам функціонально розвинutoї системи стратегічного управління суб'єктом господарської діяльності. Із функціонально-орієнтованих баз даних база даних підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та виробничих об'єднань отримує інформацію переважно планового і обліково-економічного характеру. У структурно-орієнтовані бази даних цехового рівня база даних підсистеми передає економіко-аналітичні показники про роботу цехів основного та допоміжного виробництва, отримуючи по зворотному зв'язку і накопичуючи інформацію, необхідну для вирішення завдань внутрішньозаводської діагностики і таке ін.

Специфіка функції підсистеми діагностики в функціонально розвинutoї системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань обумовлює необхідність прийняття в її базі даних трьох рівнів зберігання інформації: короткочасне зберігання даних (для задач оперативної діагностики); поточне зберігання даних (для задач ретроспективної діагностики виробничо-господарської діяльності підприємства (об'єднання) і його внутрішніх структурних підрозділів); тривале зберігання даних (для задач порівняльної, перспективної та проблемно-орієнтованої діагностики). Кожному із зазначених рівнів властива власна організація даних, обумовлена особливостями обробки інформації і ін.

Вхідні масиви планової та обліково-економічної інформації, що надходять із інших функціональних підсистем функціонально розвинutoї системи стратегічного управління промисловим підприємством і науково-виробничим об'єднанням, як елементи методу інформаційного інструментарію підсистеми діагностики спільно із інформацією її бази даних використовуються для формування робочих масивів, на основі яких вирішуються аналітичні завдання підсистеми. Результатом вирішення цих завдань виступає вихідна інформація підсистеми, використовувана як для потреб управління, так і для поповнення бази даних самої підсистеми і інше.

Наведемо принципову блок-схему функціонування інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств, науково-виробничих об'єднань (рис. 2).

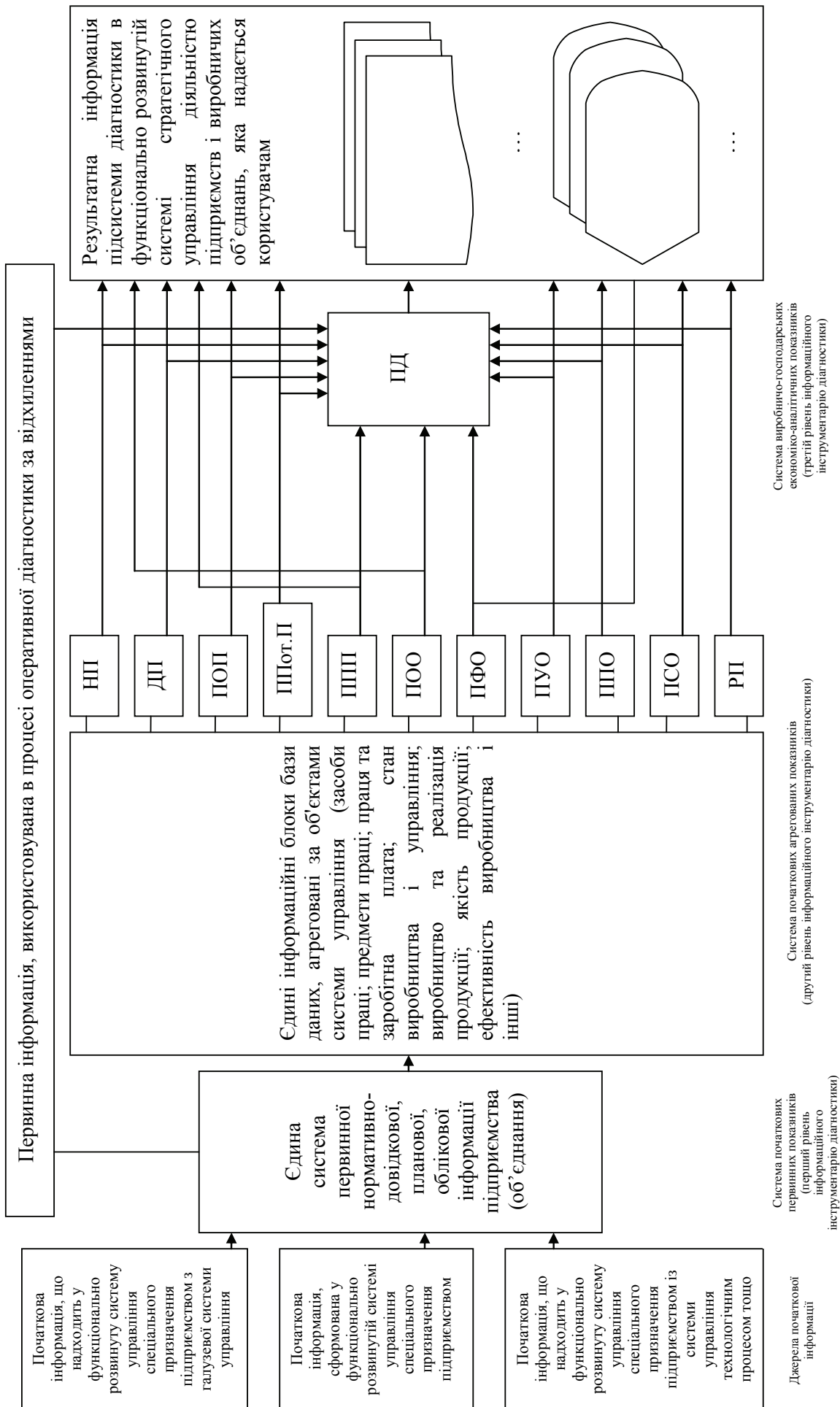


Рис. 1. Структура інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань

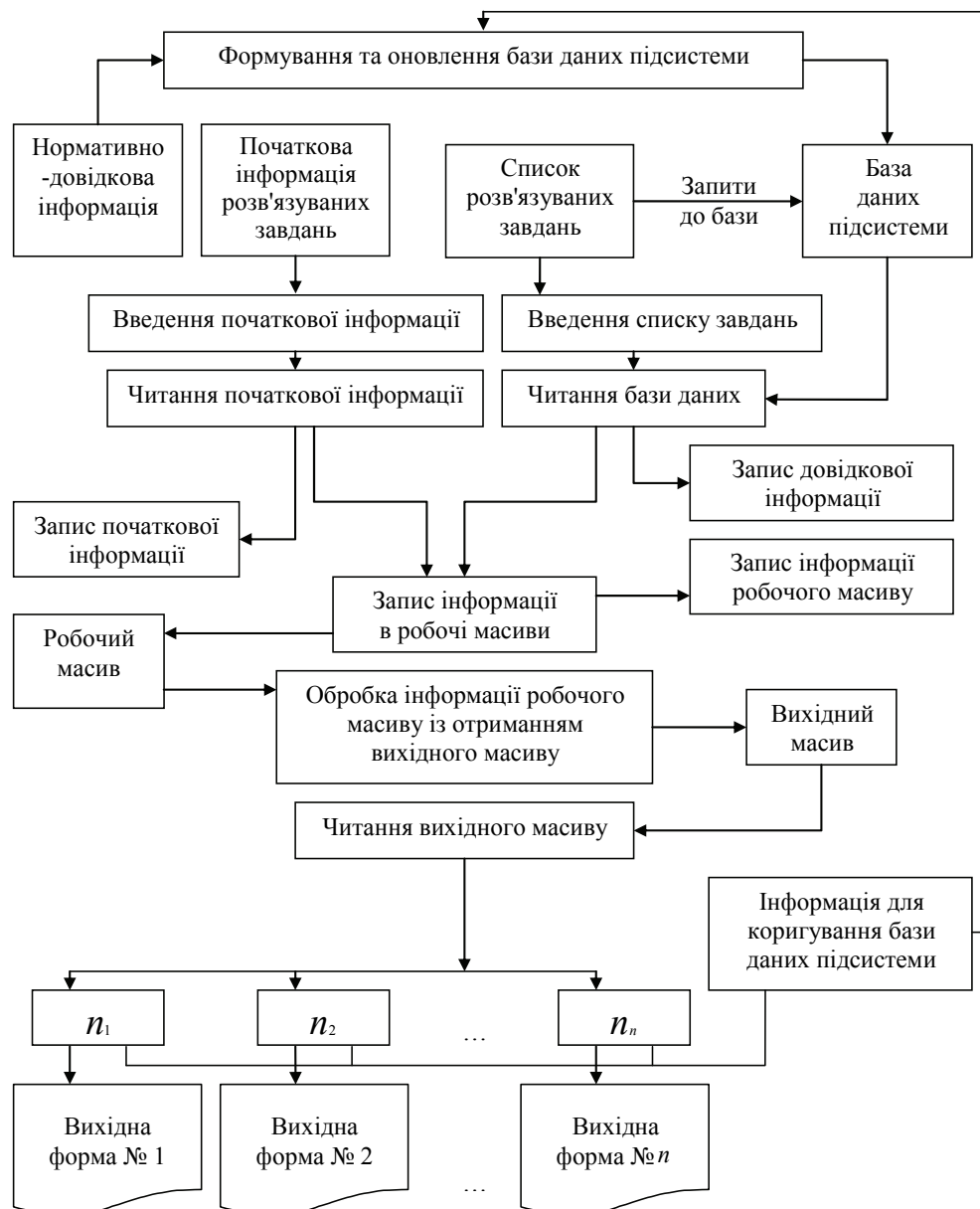


Рис. 2. Принципова блок-схема функціонування інформаційно-орієнтованого інструментарію діагностики в системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і виробничих об'єднань

Тут представляється необхідним сформулювати принципи, на яких має ґрунтуватися побудування інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і науково-виробничих об'єднань тощо.

1. Головним принципом, покладеним в основу інформаційного інструментарію підсистеми, виступає єдність її інформаційної бази з інформаційною базою всієї функціонально розвинutoї системи стратегічного управління діяльністю підприємств та об'єднань, що забезпечується застосуванням єдиного методологічного підходу, використанням єдиних загальносистемних масивів, спільністю вхідних і вихідних документів і інше.

2. Максимальне забезпечення принципу одноразового введення інформації в підсистему, централізованого її зберігання та багаторазового викорис-

тання, при якому програми доступу до інформаційних даних повинні бути незалежними від способів їх організації (структури і розміщення) і інше.

3. Інформаційна узгодженість та сумісність елементів методу інформаційного інструментарію підсистеми з іншими підсистемами повинна досягатися на базі використання єдиної уніфікованої системи класифікації техніко-економічних інформаційних даних, єдиних кодів і шифрів, таке інше.

4. Забезпечення орієнтації на використання вихідних масивів інших підсистем, що представляються на машинних електронних цифрових носіях, та скорочення видів і кількості знову розроблюваних початкових документів.

5. Забезпечення реалізації комплексу завдань регулярного вирішення, реалізації стандартних (типових) запитів, реалізації довільних запитів і інше.

6. Забезпечення зберігання економіко-аналітичної

інформації в базі даних підсистеми на трьох рівнях: короткочасному, поточному та тривалому.

7. Забезпечення повноцінної обробки ключових інформаційних даних для вирішення утилітарних (прикладних) завдань на проблемно-орієнтованих і процедурно-орієнтованих мовах програмування (Delphi, Programming Language I, Fortran, Visual Basic, Structured query language, C++ та 1C), таке ін.

8. Відповідність розробок інформаційного інструментарію підсистеми рішенням із економічно ефективного використання сучасних технічних засобів, зокрема, таких, що зменшують документообіг і підвищують оперативність та якісні характеристики економіко-аналітичних розрахунків (відеотермінали, дисплеї, абонентські пункти, прямі канали зв'язку тощо) і ін.

9. Забезпечення цілковитої спадкоємності розробок (при формуванні бази даних на сучасних машинах електронних цифрових необхідно використовувати там, де це можливо, інформаційно-орієнтовані масиви, створені на базі машин електронних цифрових більш раннього покоління), ін.

10. Забезпечення універсальності за рахунок розробки стандартної структури бази даних та використання типових програмних засобів щодо формування і ведення інформаційної бази даних підсистеми, таких, як генератор введення-виведення, генератор спільної обробки масивів та інших.

Всю сукупність проблем створення інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань можна звести до вирішення завдання ув'язки вимог, що пред'являються до нього майбутніми умовами функціонування підсистеми та потребами в інформації, з одного боку, і обмежень технічного, організаційного та іншого характеру – з іншого.

Інформаційний інструментарій підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань виступає складним та дорогим інструментом, а тому вимагає етапності проектування і впровадження. У будь-якому випадку розробці інформаційного інструментарію підсистеми має передувати детальне дослідження управління з точки зору сформованих потоків інформації взагалі та аналітичної інформації, зокрема. Це необхідно як для уточнення потреб управління в економіко-аналітичних даних, так і для вироблення принципів збору, зберігання та обробки інформації для вирішення завдань діагностики.

У зв'язку із тим, що кінцевою метою сучасних машинних електронних цифрових систем управління виступають дані, підготовлені для прийняття рішень, проектування інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань слід починати з розробки форм вихідної документації підсистеми виходячи із вимог, висунутих до них споживачами економіко-аналітичної інформації. Саме споживач інформації може визначити, які показники необхідні для

управління, які дані доцільно поєднати, якою має бути послідовність розташування інформації у вихідному документі та інше. Вихідні дані, що не задовольняють інформаційним потребам або мають неприйнятну форму, не представляють для споживача аніякої цінності. Він надає свій висновок про необхідні повноту, точність і терміновість інформації, так як саме ці фактори впливу виявляються найбільш суттєвими при виробленні управлінського рішення. Дуже важливо також на цьому етапі передбачити правильний розподіл економіко-аналітичної інформації за рівнями компетенції управлінського персоналу, тобто необхідно, щоб кожному працівнику видавалася тільки така інформація, яка потрібна йому для ефективного виконання покладених на нього функцій із управління виробничо-господарською діяльністю. Проектування структури вихідної інформації підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств та науково-виробничих об'єднань має здійснюватися особливо ретельно, щоб забезпечити повну зручність для споживача і таке ін.

Умови використання економіко-аналітичної інформації мають саме безпосереднє відношення до того, яким чином доводити цю інформацію, тобто до способу представлення даних. До числа умов використання належать обсяг та тип вихідних повідомлень. Практика свідчить, що при великому обсязі даних більш економічно ефективно використовувати дисплеї, аніж термінали типу телетайпів, що володіють невисокою швидкістю. При невеликому обсязі даних витрати на установку дисплеїв можуть бути не виправдані. Тип вихідної інформації також впливає на вибір способу представлення даних. Наприклад, особливості завдань періодичної діагностики виробничо-господарської діяльності підприємства (об'єднання) диктують необхідність застосування в багатьох випадках терміналів, здатних відтворювати вихідні інформаційні дані у вигляді друкованих форм і таке ін.

Велика різноманітність умов використання на підприємствах інформації підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств та виробничих об'єднань визначає необхідність індивідуального підходу до способів подання даних для різних категорій споживачів і таке ін.

У загальному випадку характеристика вихідної інформації кожної із задач підсистеми повинна містити: масиви інформаційних даних, які зберігаються для зв'язку з іншими завданнями (шифр масиву, носій інформації, обсяг масиву в знаках); найменування вихідних документів (шифр форм та повідомлень); кількість примірників одного документа; спосіб представлення вихідної інформації (документ, світлове табло і інше); обсяг інформаційних даних, що виводиться на друк (рядків, байтів); споживач вихідної інформації (підрозділ, посадова особа); спосіб передачі вихідної інформації споживачам (через службу експедиції, по каналах зв'язку та інше); термін подання вихідної інформації споживачам (рік, місяць, число, час, хвилини);

реквізити вихідних документів, контрольованих споживачем; алгоритм використання споживачем вихідних документів; термін зберігання масивів і документів (в роках, місяцях, днях, годинах та хвилинах) і багато ін.

Складний етап створення інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань – проектування бази даних. У загальному випадку при проектуванні бази даних підсистеми можливим виступає застосування складу бази із елементів даних найнижчого рівня, які можуть знадобитися для накопичення будь-яких необхідних даних. Другий підхід виходить із тієї передумови, що кожен об'єкт бази даних виступає початковим елементом для отримання відповідного кінцевого результату виконання операцій обробки інформації, і зводиться до включення в базу даних функції тільки таких складових, які присутні у вихідній інформації, ін.

Перший підхід володіє певною перевагою з тієї точки зору, що в цьому випадку база даних функції виявляється краще пристосованою до можливих змін інформаційних потреб споживачів та одні й ті ж елементи даних можуть бути використані для одержання декількох різних вихідних повідомлень. У той же час, при другому підході обсяг бази даних підсистеми може бути значно меншим і при цьому інформація для вирішення прикладних завдань може бути отримана із бази даних за менше число звернень. Така база краще задовольняє вимогам споживачів при заданій інформаційній потребі і таке ін.

У практичних же умовах створення та експлуатації бази даних підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і виробничих об'єднань найбільш переважним виявляється оптимальне поєднання двох розглянутих підходів, коли ієрархічна структура бази даних буде включати, з одного боку, елементарні частини, необхідні для отримання вихідної інформації нестабільного та заздалегідь не передбаченого характеру, а, з іншого боку – інформаційні елементи, постійно використовувані для отримання стабільних великих обсягів вихідної економіко-аналітичної інформації підсистеми тощо.

Логічна побудова бази даних підсистеми в сукупності із методами доступу до неї представляє її структуру. Логіка структури бази даних підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і науково-виробничих об'єднань – найбільш важливий чинник впливу, що визначає економічну ефективність її функціонування. В принципі база даних підсистеми може включати різні структури: незв'язані, прості спискові, інвертовані спискові, ланцюгові, кільцеві, гібридні, ієрархічні, сегментні та інші. Застосування того чи іншого типу структур при формуванні бази даних підсистеми повинно проводитися в кожному окремому випадку

виходячи із принципу найбільш раціональної організації процесу вирішення економіко-аналітичних завдань.

Досвід показує, що проектуванню структури бази даних підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань має передувати ретельне дослідження структури вихідної інформації. Структура бази даних повинна проектуватися таким чином, щоб мінімізувати час вирішення аналітичних завдань, не викликаючи при цьому істотного збільшення обсягу пам'яті, зайнятої під базові масиви. У процесі проектування необхідно добитися того, щоб структура бази даних дійсно відповідала вимогам наявності та доступності відповідної інформації в усіх випадках її необхідності. Якщо виявиться, що спочатку передбачена структура не задовольняє будь-яким вимогам щодо формування вихідної документації, тоді структуру необхідно модифікувати. У деяких випадках цей факт може вимагати включення одного й того ж елемента даних паралельно в декілька частин (сегментів) бази, тощо.

При проектуванні структури бази даних підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю підприємств і виробничих об'єднань слід брати до уваги ту обставину, що деяка частина інформації, яка міститься в ній буде використовуватися часто, інша ж частина даних, навпаки, буде використовуватися рідко. Тому інформація, що відноситься до одних і тих же об'єктів, які аналізуються, може диференціюватися на кілька масивів, що мають різну структуру і інше.

Виникає завдання раціонального визначення складу базових масивів підсистеми, тобто мова повинна йти про таке об'єднання масивів у групи (або їх локалізації), які забезпечували б найменші витрати часу на вирішення завдань підсистеми. Об'єднуючи масиви та групи за певними параметрами, можна зменшити час за рахунок скорочення тривалості роботи програм відкриття і закриття масивів, але при цьому можуть виникнути додаткові витрати часу, пов'язані з переглядом ділянок даних об'єднаних масивів, які не використовуються при вирішенні конкретних аналітичних завдань, таке інше.

Наявними виступають публікації, присвячені розгляду теоретичних та практичних аспектів структурної організації баз даних сучасних машинних електронних цифрових систем управління, окремі положення яких уявляються вельми цікавими із точки зору їх реалізації в процесі проектування бази даних підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і науково-виробничих об'єднань. Найбільш визначальними із них виступають наукові праці таких авторів-дослідників як: С. Бемер [12], С.М. Діго [13], П. Дюбуа [14], С. Золотова [15], У. Мартінер [16], В.С. Туманов [17], А.Д. Хомоненко [18].

В умовах, коли на великих промислових підприємствах та у науково-виробничих об'єднаннях створюються сучасні машинні електронні цифрові системи, керуючі блоками цехів і навіть окремими

цехами, що базуються на своїх обчислювальних комплексах, при проектуванні бази даних підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств та виробничих об'єднань повинне бути вивчене і вирішене питання про можливу її децентралізацію. Це обумовлюється тим, що в підсистемі наявний ряд блоків діагностики, орієнтованих виключно на вирішення економіко-аналітичних завдань для цехів основного та допоміжного виробництва і інше.

Факторами впливу, які визначають місце розташування окремих частин бази даних підсистеми, виступають структура комплексу технічних засобів і місце найбільш інтенсивного (з точки зору числа звернень) їх використання. При цьому повинні братися до уваги наявні ресурси пам'яті центрального процесора та периферійних засобів, їх швидкодія, швидкісні можливості каналів зв'язку між цеховими і центральною машиною цифровою та таке ін.

Наступний етап проектування інформаційного забезпечення підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і науково-виробничих об'єднань (після визначення структури вихідної інформації та бази даних) – оцінка способів отримання і введення початкової інформації. Для підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань характерні великий обсяг оброблюваної інформації, значна частота оновлення бази даних, підвищені вимоги до швидкості обробки інформації і її достовірності. Тому розробку раціональних способів отримання початкової інформації слід віднести до однієї із актуальних проблем інформаційного забезпечення підсистеми. Мета даного етапу проектування зводиться до того, щоб мінімізувати кількість операцій введення початкових даних. У цьому зв'язку особлива увага має бути звернена на дослідження способів та засобів отримання початкової інформації із машинних електронних цифрових носіїв.

Початкові дані для вирішення аналітичних завдань підсистеми можуть бути отримані одним із трьох способів: 1) дані з документів, записані традиційним методом (від руки, на друкарській машинці і ін.), переносяться на електронні носії з метою подальшої їх обробки на машинах електронних цифрових; 2) одночасно підготовляються «ручний» документ та електронний носій інформації, 3) початкові дані отримують із електронного носія і таке ін.

Таким чином, в якості вхідної інформації, що становить позамашинну частину інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств та науково-виробничих об'єднань, спочатку в багатьох випадках приймаються форми документів, які функціонують на підприємствах. Іноді виникає необхідність розробки нових форм документів, що обумовлено прагненням забезпечити повноту і достовірність економіко-аналітичних інформаційних даних. Але в будь-якому випадку формується початковий масив на електронному носії, який за

свою структурою відповідає початковому документу і використовується для перетворення інформації їх звичайного зовнішнього уявлення в цифрове і ін.

Конкретно за кожним із завдань підсистеми характеристика вхідної інформації включає: масиви інформації із інших функціональних підсистем функціонально розвинутої системи стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань (шифр масиву, носій інформації, обсяг масиву в знаках); масиви інформації із банку даних функціонально розвинутої системи стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і науково-виробничих об'єднань (шифр масиву, носій інформації, обсяг масиву в знаках); найменування початкового первинного документа (шифр форми); підрозділ, який формує початковий документ; підрозділ (посадова особа), відповідальна за подання початкового документа в інформаційно-обчислювальний центр (комп'ютерний центр); кількість початкових документів (шт.); кількість примірників одного початкового документа (шт.); кількість рядків в одному документі; обсяг інформації, що міститься в одному документі (кількість знаків в одному рядку – окремо алфавітних та цифрових); спосіб формування документа (ручний, на дисплеї і інший); носій інформації; періодичність формування документа (раз на рік, півріччя, квартал, місяць, декаду, добу, зміну та інше); строк подання початкового первинного документа в інформаційно-обчислювальний (комп'ютерний) центр (рік, місяць, число, година і хвилина).

На основі базових масивів формуються функціональні масиви підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю підприємств та науково-виробничих об'єднань. Створення функціональних масивів обумовлено вимогами вирішення конкретних економіко-аналітичних завдань. Функціональні масиви поділяються на робочі і внутрішні. Робочим вважається масив, організований на час вирішення завдання із одного або декількох початкових і базових масивів. Саме робочий масив слід розглядати як основний для вирішення тієї чи іншої задачі. Наявність робочих масивів забезпечує одноразовий запис даних про об'єкти діагностики, що має особливо важливе значення при внесенні змін про стан об'єктів (зміні значень окремих величин у записі, включенні нового запису в масив або виключення запису із масиву). Внутрішній масив – це функціональний масив, дані якого виступають результатом врахування певного етапу завдання і використовуються на наступних етапах вирішення цієї ж задачі, ін.

Інформаційний інструментарій підсистеми діагностики в функціонально розвинутій системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та виробничих об'єднань базується на системі класифікації і кодування інформації. Прикладне значення теорії інформації в економічній діагностиці із найбільшою ясністю виявляється в зв'язку з одним із її великих розділів – теорією оптимального кодування. Кодування полягає в тому,

щоб повідомленню, що передається поставити у відповідність його еквівалент, виражений в алфавіті передачі. Прийнята система кодування багато в чому визначає швидкість і якість передачі повідомлень в системі управління, інше.

Систему класифікації та кодування, використувану для економічної діагностики інформації, не слід розглядати як локальну. Вона повинна створюватися в щільному зв'язку із вживаними на промислових підприємствах і науково-виробничих об'єднаннях кодифікаторами: технічної документації, виробів, складальних з'єднань та деталей, видів робіт, покупних комплектуючих виробів і напівфабрикатів, матеріалів, цехів, відділів, складів, категорій працівників, професій робітників, розділів робіт, технологічних операцій, устаткування, оснащення, інструменту, видів норм, видів оплат та утримань, причин зміни норм і інше. Безпосередньо в процесі функціонування інформаційного інструментарію підсистеми діагностики в системі стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань використовуються кодифікатори: масивів, документів, програмних модулів, завдань, показників, критеріїв та реквізитів.

ВИСНОВКИ

Створення в функціонально розвинутих системах стратегічного управління діяльністю промислових підприємств і науково-виробничих об'єднань інформаційного інструментарію підсистеми діагностики – складна та трудомістка робота, яка потребує вирішення цілого ряду питань теоретичного і практичного характеру. Зокрема, в першу чергу повинні бути досліджені залежності семантичних характеристик економіко-аналітичної обробки інформації від структури управлінських рішень, які приймаються на промислових підприємствах та в науково-виробничих об'єднаннях, обґрунтовані конкретні форми і масиви інформації. Наведене питання, яке вирішують при проектуванні в функціонально розвинутих системах стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань підсистеми діагностики, далеко не повне. Можна назвати застосування універсальних методів створення підсистеми, підготовку кадрів фахівців і цілий ряд інших питань, вирішення яких виступає не менш актуальним. Створення в функціонально розвинутих системах стратегічного управління діяльністю промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань інформаційного інструментарію підсистеми діагностики істотно зменшує трудомісткість економіко-аналітичних розрахунків, підвищуючи при цьому якісні характеристики і технічні параметри, ефективність управління за рахунок досягнення глибинного всебічного висвітлення, високої комплексності та оперативності діагностики.

Список використаних джерел

1. Глушков, В.М. Введение в кибернетику / В.М. Глушков. – Киев: Издательство АН УССР, 1964. – 324 с.
2. Колмогоров, А.Н. Теория информации и теория алгоритмов / А.Н. Колмогоров. – Москва: Наука, 1987. – 304 с.
3. Вилкас, Э.И. Решения [Текст]: теория, информация, моделирование / Э.И. Вилкас, Е.З. Майминас. – М.: Радио и связь, 1981. – 328 с.: ил.; 20 см.
4. Немчинов, В.С. Экономико-математические методы и модели / В.С. Немчинов. – Москва: Соцэкгиз, 1962. – 410 с.
5. Черняк, Ю.И. Системный анализ управления экономикой / Ю.И. Черняк. – Москва: Наука, 1975. – 191 с.
6. Эдельгауз, Г.Е. Достоверность статистических показателей [Текст]: монография / Г.Е. Эдельгауз. – Москва: Статистика, 1977. – 278 с.: ил.
7. Ясин, Е.Г. Экономическая информация. Что это такое? / Е.Г. Ясин. – Москва: Статистика, 1976. – 79 с.
8. Бир, Ст. Кибернетика и менеджмент = Cybernetics and Management / Стаффорд Бир; [пер. с англ. В.Я. Алтаева]. – Москва: КомКнига, 2011. – 280 с.
9. Винер, Н.Я – математик / Н. Винер; [пер. на рус. язык Ю.С. Родман и Н.А. Зубченко]. – Ижевск: НИЦ «Регуляр. и хаотич. динамика», 2001. – 336 с.
10. Шеннон, К.Э. Работы по теории информации и кибернетике / К.Э. Шеннон; [пер. с англ. с предисл. А.Н. Колмогорова]; под ред. Р. Л. Добрушина и О.Ю. Луканова. – М.: Из-во иностран. литературы, 1963. – 830с.
11. Эшби, У.Р. Введение в кибернетику / У.Р. Эшби; [перевод с 2-го английского стереотипного издательства под редакцией В.А. Успенского]; предисловие А.Н. Колмогорова. – Москва: «КомКнига», 2005. – 432 с.
12. Бемер, С. FoxPro 2.6 для Windows / С. Бемер; [перевод с немецкого]. – Санкт-Петербург; Киев: BHV, 1995. – 463 с.: ил.
13. Диго, С.М. Проектирование и использование баз данных: Учебник / С.М. Диго. – Москва: Финансы и статистика, 1995. – 207 с.: ил.
14. Дюбуа, П. MySQL / П.Дюбуа. – М.: Вильямс, 2001. – 813с. – На рус.яз.
15. Золотова, С. Практикум по Access / С. Золотова. – Москва: Финансы и статистика, 2003. – 143с.: ил. – (Диалог с компьютером).
16. Мартинер, У. Visual Basic для Web: Руководство разработчика / У. Мартинер. – Киев: Ирида, 2000. – 379 с.: ил. – На русском языке.
17. Туманов, В.Е. Проектирование хранилищ данных для систем бизнес-аналитики: учеб. пособие / В.Е. Туманов. – М.: Интернет, 2010. – 615 с.: ил.
18. Хомоненко, А.Д. Базы данных: Учебник для вузов / [редактор А.Д. Хомоненко]. – Санкт-Петербург: Корона-Принт, 2000. – 416 с.: ил.

БОРОВІК

УДК 631.104.23

Любов Володимирівна
lyubovborovik2015@gmail.com

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНИХ ГОСПОДАРСТВ**FORMING OF COMPETITIVENESS OF AGRARIAN ECONOMIES**

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту та фінансів, Херсонський державний аграрний університет

У статті проведений аналіз чинників впливу на формування конкурентоспроможності аграрних господарств.

В статье проведен анализ факторов влияющих на формирование конкурентоспособности аграрных предприятий.

In the article the analysis of factors is conducted influencing on forming of competitiveness of agrarian enterprises.

Ключові слова: аграрна політика, конкуренція, кооперація, інтеграція, інновація, інформація, інвестиції

Ключевые слова: аграрная политика, конкуренция, кооперация, интеграция, инновация, информация, инвестиции

Keywords: agrarian politics, competition, cooperation, integration, innovation, information, investments

ВСТУП

Сільськогосподарська галузь України має великі можливості для свого подальшого розвитку. Наявність чорноземів, зрошувальних систем, потужного наукового потенціалу, кваліфікованих спеціалістів робить галузь привабливою для інвесторів. Вже сьогодні з експорту зерна пшениці, ячменю, кукурудзи, сої, сояшника країна посідає одне з провідних місць у світі. Разом з цим конкуренція на продовольчих ринках посилюється. Технічна й технологічна відсталість аграрного сектору, низький рівень кооперації на селі та низка інших негативних чинників змушують товаровиробників та науковців вести пошук нових форм і методів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних господарств.

Дослідження В.Г. Андрійчука, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука, І.Н. Топіхи, М.Е. Портера, Р.А. Фатхутдінова, В.В. Юрчишина та багатьох інших вітчизняних та зарубіжних вчених вказують, що без формування ефективної системи управління сільським господарством, зміцнення матеріально-технічної бази АПК, удосконалення системи стандартизації аграрної продукції, прийняття законів, які сприяють збільшенню залучення інвестиційних ресурсів у розвиток аграрного сектору економіки, неможливо здобути глобальних конкурентних переваг, як на зовнішньому так і внутрішньому ринках. Враховуючи те, що конкуренція між товаровиробниками у світі зростає, є необхідність у подальшому дослідженні цієї проблеми з врахуванням сучасного розвитку аграрної галузі.

МЕТА РОБОТИ дослідження та аналіз чинників впливу на підвищення конкурентоспроможності аграрних господарств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Конкурентоспроможність аграрних підприємств на вітчизняному ринку характеризується супер-

ництвом за економічні ресурси та залежить від переваг за рівнем витрат, ціни та прибутків, а також державної аграрної політики, спрямованої на активізацію виробництва готової до споживання продукції, яка відповідала б потребам суспільства. Втручання держави у розвиток аграрного ринку забезпечує сталість підвищення рівня споживання продуктів харчування населення незалежно від регіонів країни, сприяє ефективному перерозподілу ресурсів між галузями АПК, вирішує проблеми розвитку сільських територій та ін.. Здійснюючи адміністративне регулювання держава дотримується принципу адекватності – відповідності форм державного регулювання ринковим вимогам та прагненням суспільства.

Завдяки дотриманню цих принципів, державна аграрна політика виконує завдання націлені на активізацію процесів розвитку сільських територій; збереження і відтворення природного ресурсного потенціалу; забезпечення засобами виробництва аграрників; формування ринкової системи у виробничому, логістичному, інформаційному, переробному та інших економічних секторах АПК. Разом з цим, аграрна політика націлена на нарощування експортного потенціалу сільськогосподарського сектору економіки, удосконалення системи державного управління галуззю, залучення науковців до виконання загальнодержавних та регіональних програм розвитку аграрного виробництва, соціального захисту сільського населення, підтримку конкурентоспроможності підприємств-аграрників. Надзвичайно важливими механізмами державного регулювання є його втручання в систему ціноутворення, компенсації витрат на збереження та відновлення природних ресурсів, розбудови соціальної інфраструктури; реконструкцію зрошувальної системи в південних регіонах України, відновлення поголів'я тварин у сільському господарстві. Вплив держави на

ціноутворення, оподаткування, кредитування, страхування в аграрному секторі, позитивно діє на розвиток сільськогосподарського виробництва, створення умов для побудови нових форм взаємодії між товаровиробниками аграрної продукції, переробниками, збутовими структурами. Така взаємодія підприємств у рамках АПК стимулює інвестиційні потоки у розвиток сільського господарства, сприяє зміцненню їх конкурентних позицій. Але відсутність активного кооперативного руху в аграрній і переробній галузях стає перешкодою розвитку АПК. Неналежний інформаційний зв'язок між сільськогосподарськими і переробними підприємствами не сприяє укріпленню їх стратегічних позицій, завдає шкоди впровадженню інформаційних технологій та виходу на зовнішні ринки. Завоювання глобальних економічних переваг на зовнішніх ринках можливі тільки за умов кооперації та інтеграції аграрних та інших підприємств в межах АПК. Кооперуючись, підприємства створюють ефективне конкурентне середовище, яке сприяє розвитку розширеного виробництва та стимулює інвестиційні процеси, створює умови для побудови сучасних збутових мереж, які здатні дотримуватись міжнародних стандартів якості продукції та формувати великі їх партії, що сприяє розширенню сегменту збуту продукту на світових ринках. Таким чином, інтегруючись, виробничі, переробні та збутові структури здатні більш активно адаптовуватися до умов глобального економічного середовища. На наш погляд, ствердження деяких вчених про вирішальну роль великих аграрних господарств в активізації зростання розвитку сільськогосподарської галузі – перебільшене [2].

Стратегічні дані вказують на те, що фермерські та особисті господарства більш рціонально використовують природний, виробничий та людський потенціал й отримують 2/3 продукції, яку виробляє галузь. Тому реформування аграрного сектору економіки повинно бути спрямоване на об'єднання зусиль всіх виробничих формувань, створення потужних аграрно-промислових об'єднань, здатних конкурувати в глобальному економічному просторі. Стримують ці процеси такі чинники як недосконалість системи кредитування аграрних підприємств, нерозвиненість ринкової інфраструктури в сільській місцевості, незавершеність земельної реформи, низький рівень капіталізації аграрного бізнесу. Для завершення реформ в АПК необхідно інвестувати в його розвиток від 80 до 100 млрд. дол. [3]. Використання цих коштів дало б можливість більш активно розбудовувати ефективні підприємницькі структури, брати участь у принципово нових формах міжнародного економічного співробітництва, застосувати сучасні засоби виробництва та інноваційні технології.

Створення інноваційних виробничих інтегрованих структур в АПК передбачає комплексі зміни в організаційно-економічній структурі аграрних формувань та якісних характеристик управлінського персоналу, здатних вирішити питання корпоративного використання виробничих, природних та трудових ресурсів. Рівень координації виробничих та

маркетингових методів застосування енергозберігаючих технологій, виробництво відносно дешевої і високоякісної продукції визначають можливості підвищення продуктивності аграрного виробництва та спроможність пристосування товаровиробників до глобальних чинників.

Розвиток процесів кооперації та інтеграції в АПК вимагає широкого застосування контрактної системи, на що вказують публікації багатьох вчених. Особливої уваги заслуговують закупівельні, трансферні та маркетингові контракти, які знайшли широке застосування у сільському господарстві економічно розвинених зарубіжних країн. Контрактна система забезпечує ефективний контроль за якістю продукції, сприяє координації підприємницьких зв'язків у ланцюгах постачання сировини та готової до споживання продукції, знижує ризики, пов'язані з коливаннями обсягів виробництва й постачання, зменшує коливання цін, що зміцнює ринкову силу аграрних формувань та позитивно впливає на сталість їх економічного розвитку. Аграрні підприємства, укладаючи контрактні угоди, отримують доступ до більш ємких ринків, мають можливість нарощувати виробництво власної продукції, підвищувати її якісні показники.

Координація зв'язків суб'єктів системи аграрних ринків стимулює розвиток контрактних стосунків, шляхом розподілу ринків між учасниками угод. Узгодженість контрактних відносин та обов'язковість виконання домовленостей є важливим чинником стабільності споживчих цін та підвищення якості товару, що безумовно задовольняє як виробників так і споживачів продукції. Тому виконання контрактних домовленостей є обов'язковим, а вирішення спірних питань повинно здійснюватися у встановленому законом порядку. Дотримання умов контракту та справедливе вирішення спірних питань є основою побудови довготривалих зв'язків між підприємницькими структурами.

Рівень розвитку конкурентоспроможності аграрних формувань залежить від впровадження ними технологічних новацій, застосування сучасної техніки та нових методів управління підприємством. На недостатність впровадження інноваційних технологій в сільському господарстві країни вказує той факт, що в Україні врожайність зернових культур становить 25-30 ц/га, тоді як у Нідерландах - 80-85 ц/га, Франції - 65-68 ц/га, Німеччині 60-65 ц/га, США - 60-65 ц/га. Виробництво м'яса на одну особу в цих країнах перевищує в 3-4 рази вітчизняні показники. Технічна й технологічна відсталість вітчизняного аграрного господарства знижує рівень інвестиційної привабливості галузі та вказує на необхідність створення аграрно-промислово-наукових інтегрованих структур, а також інноваційних центрів в кожному регіоні, що сприятиме комерціалізації науково-дослідних робіт та зростанню престижу аграрної науки. Стимулювання державою розвитку інноваційного процесу у сільському господарстві створять умови для оптимального використання виробничих, природних та людських ресурсів й впровадження сучасних технологій, а також інноваційних систем управління виробничим

потенціалом, що призведе до зростання конкурентних переваг аграрного бізнесу. Розвиток конкурентного середовища в аграрному секторі економіки потребує освоєння глобальних ринків та поглиблення експортної орієнтації аграрних формувань. Вирішення таких завдань можливе лише за умови прискорення процесів кооперації та інтеграції, пожвавлення науково-інвестиційної діяльності. Необхідно приймати державні та регіональні інноваційно-інвестиційні програми, які б стимулювали процеси кооперації та розвиток підприємства в аграрній сфері, давали б можливість якнайшвидше інтегруватись аграрному виробництву в міжнародний економічний простір. З цією метою необхідно розвивати службу дорадництва, яка б допомагала сільським підприємцям здійснювати бізнес-планування, освоювати інноваційні технології, поглиблювати їх рівень знань, що стосується маркетингу, кооперації, отримання кредитів, здійснення лізингових операцій та ін.. Завдяки зусиллям служби дорадництва сільські підприємці могли б розширити своє уявлення про переваги кооперативних форм господарювання.

Зміцнення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств залежить від розвитку системи інформаційного забезпечення з метою здійснення ефективного аналізу, управління та контролю. Без належного контролю над ресурсним потенціалом неможливо розв'язати низку соціальних та економічних проблем. Прийняття управлінських рішень повинно базуватися на маркетинговій інформації. Інноваційні технології збору та обробки інформації необхідні для досягнення стратегічних цілей підприємств. Використання інформації органів державної статистики, газет, телебачення, радіо, тощо, допомагає підприємцям орієнтуватись в ринковій кон'юктурі та приймати оперативні та стратегічні рішення. Цінові сигнали, регулюючи потоки товарів, формують кон'юктуру продовольчих ринків. Дані параметрів попиту та пропозиції зменшують рівень невизначеності й дозволяють отримати запланований прибуток. Тому однією з основних функцій дорадчої служби є збір ринкової інформації та надання її безпосередньо товаровиробникам, що позитивно впливатиме на отримання ними доходів.

Незважаючи на те, що застосування сучасних інформаційних технологій є важливою умовою функціонування аграрних ринків, в Україні інформаційне забезпечення знаходиться на дуже низькому рівні свого розвитку. Недосконалість дорадчої служби, роздрібненість аграрних підприємств, низький рівень кооперування товаровиробників та багато інших чинників перешкоджають зміцненню конкурентних позицій аграрних господарств та виходу їх на світові ринки. Організаційні зміни підприємницьких структур у напрямі здійснення кооперації та інтеграції в межах АПК значно поліпшать якість інформаційного простору. Вчасне отримання інформації про зміни кон'юктури на ринку, виконання умов міжгосподарських договорів, формування великих обсягів продукції для реалізації, з чітко визначеними

якісними параметрами, дасть можливість сільгоспвиробникам активно інтегруватись в глобальний економічний простір та зміцнювати конкурентні позиції на міжнародних продовольчих ринках.

Аграрна політика повинна бути спрямована на стимулювання створення інтегрованих аграрних та аграрно-переробних виробничих формувань із високотоварним виробництвом. Учасники таких об'єднань можуть більш ефективно використовувати інформаційні технології, застосовувати єдину технологію виробництва з заданими параметрами якості продукції, забезпечувати прозорість руху товару від виробника до споживача. При цьому, виробники, вказуючи на технологічні параметри, місце виробництва сировини або ж, готової до споживання аграрної продукції, мають великі можливості здобуття вищої вартісної оцінки продовольства та завоювання прихильності покупців. Обмін інформацією між учасниками об'єднань та споживачами дозволить зменшувати рівень невизначеності та ризику, прогнозувати параметри ринкової кон'юктури на близьку і більш віддалену перспективу, забезпечувати сталість розвитку аграрного виробництва. Практикуючи технологічно взаємозв'язане виробництво, інтегровані виробничі об'єднання орієнтовані на збільшення експортного потенціалу, зростання якості виробленої продукції, завоювання ринків збуту як в країні так і за її межами. Саме тому такі аграрні й аграрно-промислові формування повинні мати пріоритет у державній фінансовій підтримці.

Виробництво конкурентоспроможної продукції, розширення сегменту ринку її збуту можливе за умови поєднання зусиль особистих селянських і фермерських господарств, сільськогосподарських та переробних підприємств. Створення єдиної, для всіх учасників об'єднання, маркетингової структури (служби) дасть змогу формувати єдиний ланцюг виробництва, переробки і реалізації виробленої продукції, розширюватиме можливість застосування прогресивних технологій, запровадження у виробництво передового досвіду, сприятиме залученню інвестиційних коштів у спільне виробництво. Напрями співпраці виробників аграрної продукції і переробних підприємств є багатограними й постійно вдосконалюються. Поглиблення структурних, організаційно-технологічних зв'язків сприятиме зростанню рівня конкурентоспроможності товаровиробників, збільшенню обсягів реалізації продукції у зарубіжних країнах, більш повному задоволенню потреб населення у продуктах харчування. Такі виробничо-переробно-збутові угруповання характеризуватимуться сталістю свого економічного розвитку та матимуть важелі впливу на чинники запобігання банкрутству. Поєднання зусиль окремих суб'єктів господарської діяльності у єдине ціле сприятиме досягненню глобальних конкурентних переваг. Враховуючи, що інтегровані підприємства є більш пристосованими до ринкових умов господарювання, вектор інвестиційної політики повинен спрямовуватись на більш вагомий підтримку

їх виробничої діяльності, стимулювання державою розвитку спеціалізації та кооперації виробництва.

ВИСНОВКИ

1. Державна аграрна політика підтримки конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств здійснюється за допомогою бюджетно – податкового регулювання (державних видатків, податків, податкових пільг, субсидій, субвенцій, субсидованого страхування, дотацій, бюджетних кредитів та ін..) та законодавчого забезпечення спрямованого на захист вітчизняного товаровиробництва.

2. Важливим чинником формування конкурентоспроможності аграрних підприємств є впровадження інноваційних технологій та сучасних систем управління виробництвом. Інтегровані аграрні підприємства є більш фінансово стійкими та

привабливими для інвесторів, здатні виробляти продукцію, яка є конкурентоспроможною як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Список використаних джерел

1. Білоусова С.В. Теоретико-методологічні основи розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері України: [Монографія] /С.В. Білоусова. – Херсон: МУБіП, 2009, - 289с.

2. Петіна Л.В. Сільськогосподарський кластер – добровільне об'єднання товаровиробників різних форм власності /Л.В. Петіна//Таврійський науковий вісник. – вип..72. – 2010. – с.338 – 344.

3. Танклевська Н.С. Фінансова політика сталого розвитку аграрних підприємств України: теорія, методологія, практика: [Монографія] /Н.С. Танклевська. – Херсон: Айлант, 2010. – 376с.

ДАВИДОВА
Ірина Олегівна
irinadavydova@list.ru

УДК 334.02.334.726

РЕАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ
КОНТРОЛІНГУ В МІЖНАРОДНИХ
КОМПАНІЯХ

IMPLEMENTATION OF
CONTROLLING IN INTERNATIONAL
COMPANIES

НІКІТІНА
Олена Вікторівна
naravi16@gmail.com

д.е.н., професор, Націо-нальний
аерокосмічний університет
ім. М.Є. Жуковського «Харків-
ський авіаційний інститут»

аспірант, Харківський держав-
ний університет харчування та
торгівлі

У статті розглянуто контролінг з точки зору його застосування та економічної функції в міжнародних компаніях. Обґрунтовано положення та практичні засади реалізації контролінгу, визначено його особливості при укладанні міжнародних контрактів та інших форм зовнішньоекономічної діяльності, доповнено розуміння сутності контролінгу на основі визначення особливостей міжнародних компаній.

В статье рассмотрено контроллинг с точки зрения его применения и экономической функции в международных компаниях. Обосновано положение и практические основы реализации контроллинга, определены его особенности при заключении международных контрактов и других форм внешнеэкономической деятельности, дополнено понимание сущности контроллинга на основе определения особенностей международных компаний.

The article deals with controlling in terms of its use and economic functions in international companies. Provisions and practical principles of implementation of controlling are grounded, its features at the conclusion of international contracts and other forms of foreign trade are defined, supplemented by understanding the essence of controlling based on features on international companies.

Ключові слова: контролінг, система контролінгу, міжнародна компанія, контролінг міжнародної діяльності

Ключевые слова: контроллинг, система контроллингу, международная компания, контроллинг международной деятельности

Keywords: controlling, controlling system, international company controlling international activities

ВСТУП

Розвиток світової економіки значною мірою є залежним від ефективності прийняття рішень міжнародними компаніями. Одночасно створення дієвого механізму функціонування міжнародної компанії неможливе без врахування основних засад управління, де вагоме місце в загальній системі управління відводиться підсистемі контролінгу. Отже, окремі завдання вдосконалення системи управління міжнародною компанією, з точки зору розвитку контролінгу, є досить важливими.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ – Поглиблення розуміння сутності контролінгу на основі визначення особливостей міжнародних компаній.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти. При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

В Україні дослідженням практичних і теоретичних аспектів контролінгу та економічної діяльності підприємства присвячені роботи вчених І.І.Бажана, В.Власюка, Г.Дарманської, М.Дідківського, Р.Долінської, П.В.Єгорова [1], В.В.Івати [2], В.Козики, О.Кузьміна, Л.Ліпич, Ю.Макогона, Л.Малярець, Т.Мельник, В.Новицького, І.Піддубного, Л.Піддубної, В.Пономаренка, М.С.Пушкаря, О.О.Терещенка [4], С.Г.Фалька та ін.

Разом з тим не всі питання, пов'язані з формуванням та впровадженням контролінгу в міжнародних компаніях розглянуто в роботах науковців, потребують подальшої розробки теоретичних засад та методичного забезпечення. Саме питання уточнення змісту контролінгу в міжнародних компаніях, оцінювання діяльності компанії з урахуванням впливу міжнародних законодавчо-правових факторів, інформаційної підтримки контролінгу ще недостатньо опрацьовані та вимагають подальшого розвитку, що зумовило актуальність проблеми.

В умовах глобалізації все більше компаній стають міжнародними за характером своєї діяльності. Міжнародні компанії – це специфічні господарські утворення, які залучені до конкурентного механізму на зовнішніх ринках. Таке узагальнююче поняття надає характеристику спільних підприємств, транснаціональних компаній, багатонаціональних компаній, глобальних корпорацій, інтернаціональних корпорацій, міжнародних стратегічних альянсів. Параметрами ефективності таких компаній, на відміну від внутрішніх, виступають стійке положення на зарубіжних ринках, своєчасна адаптація систем виробництва та управління компаніями до зовнішнього середовища, яке характеризується високим ступенем невизначеності та нестабільності. Слід відзначити, що з точки зору застосування концепції контролінгу немає прямої залежності від організаційної форми підприємства, обсягу діяльності, розміру доходу та прибутку. Для міжнародних компаній більш низька вартість запозиченого капіталу, економія на масштабах виробництва, акцент на стратегії зниження витрат, підтримка асортименту продукції для різних регіонів. Ефективне управління такими компаніями передбачає значний спектр обсягів контролюючої роботи, що зумовлює нові вимоги до контролінгу як системи гарантій успішної діяльності міжнародних компаній. Невизначеність зовнішнього середовища, динамічність змін створюють складнощі в плануванні розвитку компаній, викликають необхідність прогресивних моделей, методів та інструментів, з допомогою яких можна було б відстежувати успішність реалізації стратегічних планів, проєктів, приймати рішення по їх коригуванню відповідно змінам.

Для таких компаній їх міжнародний характер зумовлює масштабність діяльності, що підвищує важливість контролінгу стратегічних рішень, спрямованих на досягнення довгострокових цілей. В міжнародних компаніях як складних господарських системах частіше виникає необхідність забезпечення узгодження різних функціональних планів. Діяльність міжнародних компаній породжує специфічні ризики, властиві тільки даному виду діяльності – політичні, валютні, фінансові, пов'язані з існуванням специфічних санкцій, які не використовуються на внутрішніх ринках товарів та послуг, а застосовуються тільки при розрахунках з іноземними партнерами, - їх необхідно враховувати при формуванні лімітів, резервів, стимулів господарської діяльності.

Перспективними тенденціями розвитку контролінгу є зниження витрат на збір та підготовку інформації за рахунок автоматизації та стандартизації обліку та обробки даних при одночасному зростанні для обсягу часу консультативної діяльності. Довгострокова перспектива контролінгу міжнародної економічної діяльності визначається тенденціями

розвитку систем управління, рівнем кваліфікації управлінського персоналу, які збільшують можливості по розробці та реалізації адекватних ситуації рішень.

При формуванні систем контролінгу в міжнародній компанії планові контрольні показники центрального підрозділу доцільно виділяти в окремий розділ. Ці показники диференціюються для окремих представництв або підрозділів компанії для забезпечення їх уніфікації, утворюють багаторівневий інструмент управління, орієнтований на результат і ліквідність [3, с. 60]. Такі показники можуть бути отримані із застосуванням системи показників для перекладу стратегії в операційні дії персоналу (наприклад, Balanced Scorecard - BSC); моделі еталонного порівняльного аналізу, пошуку і освоєння кращих практик (Benchmarking); процесноорієнтованого управління (Activity-Based Management - ABM); інформаційних системи масштабу підприємства і ковазючих прогнозів.

Діяльність міжнародних компаній має особливу нормативну базу, що включає як єдині нормативні вимоги, прийняті в цілому для всіх господарюючих суб'єктів країни, де вони здійснюють діяльність або зареєстровані, індивідуальні норми і нормативи, прийняті на окремому підприємстві, так і норми і стандарти, затверджені міжнародними організаціями, окремими зарубіжними країнами, або іноземними партнерами по бізнесу. Міжнародна спільнота з метою зменшення ризиків та визначення відповідальних за торговельні операції на всіх стадіях її здійснення розробила міжнародні умови постачання («ІНКОТЕРМС») щодо міжнародної уніфікації порядку та правил перевезення товарів.

Але при умові дії цих правил зберігаються можливості виникнення ризиків, які формуються безпосередньо складовими зовнішньоекономічних угод, що варто враховувати в контролінговій діяльності таких компаній.

Для міжнародної компанії важливе значення має визначення альтернатив співпраці і обмеження безлічі альтернатив. Організації не вигідно досліджувати кожен альтернативу на предмет її переваг і недоліків. Щоб вирішити цю проблему, слід використовувати контролінг як ступеневий послідовний процес. Наявність ступенів контролю скорочує число альтернатив, призначених до вибору, за рахунок їх послідовного відбору. типи Питання, щодо яких буде працювати модель: стратегічні - проблеми, які мають для фірми центральне значення, і оперативні – конкретні події в рамках стратегічної проблеми. Механізм контролінгу в міжнародних компаніях має бути спрямований на забезпечення дієвості укладених контрактів та має носити комплексний характер з врахуванням його етапів: підготовчого, операційного, прикінцевого, які спрямовані на проектування міжнародної діяльності компанії (рис. 1).



Рис. 1. Вплив механізму контролінгу на стан міжнародної діяльності компанії

Попередній етап передбачає аналіз інструментів та об'єктів, аналіз організаційної структури управління ними, укладання міжнародних контрактів, вибір методів складання міжнародного контракту, моніторинг ключових параметрів компанії.

На операційному етапі відбувається забезпечення координації та організації виконання міжнародних контрактів, операційна та контрольна діяльність з виконання міжнародних контрактів, внесення змін до організаційної структури компанії з врахуванням даних аналізу та моніторингу.

Прикінцевий етап це стратегічний контроль міжнародної діяльності, формування виробничої стратегії міжнародної діяльності, фінансова стратегія міжнародної діяльності, здійснення подальшого контролю здійснення всіх встановлених процедур, що здійснюється як контролінговим підрозділом, так і іншими підрозділами компанії. Таким чином система контролінгу забезпечує сервісні функції для вищого керівництва в питаннях забезпечення стратегічних ініціатив, регулярне проведення оцінки ефективності прийнятих управлінських рішень.

ВИСНОВКИ

Виділені особливості міжнародних компаній дозволяють сформулювати визначення суті контролінгу міжнародної діяльності як сукупності специфічних методів і важелів, а також нормативно-правового та інформаційного забезпечення, за допомогою яких ефективно реалізується міжнародні контракти і договори, рух товарних і фінансових потоків.

Список використаних джерел

1. Егоров П.В., Смирнова Л.Д. Механизм гибкого контроллинга в управлении производственно-хозяйственными системами: Монография. – Донецк: ООО „Юго-Восток, Лтд”, 2007. – 166 с.
2. Івата В. В. Контролінг у системі управління підприємством [Електронний ресурс] / В.В. Івата. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_3/ivata_309.htm.
3. Петренко С.Н. Контроллинг: Учебное пособие. - К.: Ника-центр, Ольга, 2004.-328 с.
4. Терещенко О.А. Функциональный инструментари контроллинга и его роль в организации антикризисного финансового менеджмента // Экономика предприятия. – 2005. – № 2-3. – С. 46-58.

КЛАПКІВ

Юрій Михайлович
uklapkiv@gmail.com

УДК 368

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА
"СТРАХОВОГО ПРОДУКТУ" ТА
"СТРАХОВОЇ ПОСЛУГИ"

ТРИНЧУК

Віктор Вікторович
trinchuk@knteu.kiev.uaTHE ECONOMIC NATURE OF
"INSURANCE PRODUCTS" AND
"INSURANCE SERVICES"к.е.н., доцент, Тернопіль-
ський національний еконо-
мічний університетк.е.н., доцент, Київський торго-
во-економічний університет

У статті на основі теоретико-методичного аналізу наукового доробку вітчизняних та зарубіжних науковців та через з'ясування специфіки сутності страхової послуги. Зроблено ряд висновків щодо трактування основних понять термінологічного апарату страхування та визначено логічний взаємозв'язок між дефініціями «страхова послуга», «страховий продукт», «страховий товар». Через сутність та специфічні риси страхової послуги, виокремлено страхову послугу як товар – на етапі ціноутворення. Та страховий продукт, як більш конкретизовану страхову послугу.

В статье сделан ряд выводов относительно трактовки и логической взаимосвязи между дефинициями «страховая услуга», «страховой продукт», «страховой товар». Через сущность и специфические черты страховой услуги, выделено страховую услугу как товар – на этапе ценообразования. И страховой продукт, как более конкретизированную страховую услугу.

The article made the following conclusions regarding the interpretation and logical relationships between the definitions of "insurance services", "insurance product", "insurance commodity". Through the essence and specific features of the insurance services allocated insurance as a commodity – at the stage of pricing. And insurance product, as more specific insurance.

Ключові слова: страхова послуга, страховий продукт, страховий товар

Ключевые слова: страховая услуга, страховой продукт, страховой товар

Keywords: insurance services, insurance product, insurance commodity

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасний етап формування ринку страхових послуг в Україні характеризується певною багатополарністю в трактуванні фундаментальної складової, а саме, «страхової послуги» та «страхового продукту». Яскраво вираженим розрізненням страхової послуги від інших є часова диспропорція виробництва та споживання. На цій підставі ціла плеяда науковців визначають страхову послугу як специфічний товар.

Вивченню страхової послуги присвятили свої праці Т. Гварліані [3], Т. Артюх. [4], О. Гвозденко [5], В. Гомелля, Д. Туленти [7], О. Зубець [9], Р. Юлдашев [12], В. Базилевич [14], О. Кнейслер [15], Я. Шумелда [18], Т. Ротова, Л. Руденко [26], С. Єфімов [28], О. Гаманкова О. [31] та інші.

Західні вчені Я.Монкевич [17] та вітчизняні В.Нечепоренко, С.Осадець [11] зайняли позицію щодо ідентичності трактування понять «страховий товар» і «страхова послуга». Саме через таку неоднозначність, більш ґрунтовного вивчення потребують визначення основні понять страхування.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ
ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Різні погляди вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків обумовлені насамперед тим, що на сьогоднішній день не сформовано єдиного підходу

до визначення термінів «страховий продукт», «страхова послуга» у тому числі на законодавчому рівні, що й зумовило вибір теми дослідження.

МЕТА РОБОТИ

З'ясування теоретичного підґрунтя визначення економічної сутності дефініцій «страхова послуга», «страховий продукт».

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною основою роботи є сучасні наукові праці, монографії, матеріали періодичних видань, ресурси Internet. При проведенні наукового дослідження використано методи порівняння та узагальнення, структурно-логічного аналізу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ
ДОСЛІДЖЕННЯ

З метою визначення сутності понять «страхова послуга», «страховий продукт» необхідно розглянути різні наукові підходи до визначення даних понять. Так, послуга – це трудова цільовна діяльність, яка задовольняє будь-які потреби людини, результати якої мають корисний ефект [1, с.21].

Що ж стосується інших «непродуктивних працівників» К. Маркс та Ф. Енгельс зазначали, що працю їх кожен купує тільки добровільно, щоб користуватися їх послугами, тобто купує як предмет споживання [2, с.284].

У тих випадках, коли гроші безпосередньо обмінюються на таку працю, яка не виробляє капіталу, тобто є непродуктивною, ця праця купується як послуга. Цей вислів означає взагалі не що інше, як ту особливу споживчу вартість, яку доставляє ця праця, подібно будь-якому іншому товару; але особлива споживча вартість цієї праці отримала тут специфічну назву «послуги» тому, що праця надає послуги не в якості речі, а – діяльності [2, с.413]. Виходячи з цих визначень, робимо висновок, що послуги не існують як окремі економічні об'єкти, на які можуть бути поширені права власності і які можуть бути продані окремо від їх виробництва; послуги не проходять процес обігу, не накопичуються як продукти; їх виробництво збігається з часом споживання. Але страхова послуга дещо відрізняється від інших послуг саме тим, що її виробництво не збігається в часі зі споживанням. Тому багато авторів визначають страхову послугу як специфічний товар.

Купуючи страхову послугу, страхувальник отримує гарантію страховика надати визначену фінансову підтримку в майбутньому при настанні страхового випадку. Основною відмінністю процесу здійснення страхової послуги від аналогічного процесу в інших видах економічної діяльності є фінансовий механізм платежів, а саме в часі отримання оплати та здійсненні відповідних витрат на діяльність. Стандартний алгоритм передбачає фінансові вкладення в організацію виробництва товарів чи послуг, прийняття на себе ризику нереалізації продукції, та вже після передачі права власності чи надання послуги – отримання оплати від покупця.

Страховій справі притаманна зворотна компонента, на чому справедливо, на нашу думку, акцентує увагу Н. Феоктистова [1, с. 22], стверджуючи, що клієнт фактично авансує страховика, так як страховий внесок, що представляє для страхувальника плату за страхову послугу, сплачується зазвичай на початку строку дії договору страхування.

Зважаючи на цей факт та на результати дослідження грошових потоків на страховому ринку можна стверджувати, що специфічність фінансових відносин у страховій справі обумовлена саме особливостями організації грошового обороту. Важко

не погодитись з думкою Т. Гварліані: «Якщо будь-яке підприємство спочатку здійснює витрати, а потім реалізує продукцію, то страховик спочатку залучає грошові ресурси, а потім виконує зобов'язання перед страхувальниками» [3, с. 65].

Як зазначає Т. Артюх: «Страхова послуга – товар, що його пропонує страхова компанія страхувальнику за певну плату (страхову премію)» [4, с.15]. Аналогічної думки притримується О.Гвозденко [5, с.142].

Відзначимо протилежну точку зору К.Є.Турбіної [6, с.66], яка робить висновок про те, що в страхуванні, хоча й створюється додана вартість у вигляді витрат на проведення страхових операцій, проте основна частина страхової премії формується за рахунок перерозподілу частини необхідного продукту, а від так страхову послугу не можливо розглядати як товар.

В свою чергу В.Гомелля та Д.Туленти [7, с.21] вважають, що найбільш вдало й конкретно описує сучасний продукт і послугу в галузі страхування поняття «страховий товар». Адже в умовах існування страхового ринку послуга зі страхового захисту, пропонується за гроші покупцям, тобто набуває товарної форми, стає страховим товаром.

За висловлюванням І.Краснової, І.Казей та Д.Намсараєва [8, с.10], страховий товар – створена працею суспільна корисність, яка призначена для еквівалентного обміну на ринку на інший товар.

Ми вважаємо ці тези дискусійними і солідарні з науковцями Р. Юлдашевим та Д. Шаплико [12, с. 12], як доводять, що страхова послуга є специфічним товаром страхового ринку, який являє собою страховий захист майнових інтересів клієнта від збитків, які є наслідком страхових випадків. Купівля-продаж є сутністю ринкових відносин між страховиком та страхувальником, в результаті чого страхувальник отримує страхову послугу. В той же час як виробництво – споживання страхового продукту характеризує економічні відносини і укладання страхової угоди, яке фіксується підписанням страхового договору.

Структура відносин страхової компанії з клієнтами, на нашу думку, має наступний вигляд, див. рис.1. [13, с. 36], [32, с. 79].



Рис. 1. Структура відносин страхової компанії з клієнтом

За висловлюванням вітчизняного вченого В.Базилевича, саме поняття «страховий захист» є специфічним товаром, що купується та продається на страховому ринку і забезпечує стабільність ринкових відносин у цілому й фінансово-кредитних відносин зокрема [14, с. 42].

Зазначимо, що «страховий захист», як і будь-який інший товар, має споживчу та мінову вартість.

Споживча вартість – втілена в потенційній можливості для страхувальника отримати страхове покриття втрат від настання страхового випадку, зазначеного в договорі страхування. Страховий захист матеріалізується у формі страхового відшкодування, покриття збитків особи, яка постраждала, на умовах договору страхування або у формі страхового забезпечення при страхуванні життя.

Мінова вартість же відображає витрати страхової компанії на надання страхової послуги певного виду, виходячи з яких встановлюється ціна, що набуває форми страхового тарифу.

В ході дослідження виявлено особливості страхової послуги як товару: продаж здійснюється лише на певний строк, який обумовлений страховим договором; споживча вартість є імовірною, страхувальник чи застрахований може й не отримати страхового відшкодування; застрахований не має змоги передати право скористатися страховою послугою іншому суб'єкту, окрім випадків передбачених страховим договором; на відміну звичайного товару, покупець якого прагне в повному обсязі використати його споживчі властивості, власник страхового полісу (договору) не завжди в цьому зацікавлений.

Ми дійшли до висновку, що найхарактерніша особливість мінової вартості страхової послуги як товару полягає у тому, що у момент купівлі-продажу страховик не знає, скільки конкретно коштуватиме йому взятий на страхування ризик, й не усвідомлює, як і страхувальник, його реальної споживчої та мінової вартості, які можуть бути визначені лише після настання страхового випадку, зазначеного в договорі.

На певну специфіку мінової вартості слушно звертає увагу О.Кнейслер, щодо абстрактності обміну на інший товар [15, с. 106-109].

Слід зазначити, що особливість страхової послуги полягає в тому, що усвідомлення потреби в страховому захисті у споживача або не достатньо виражене або відсутнє (латентна потреба). В той же час страхова послуга володіє високим ступенем корисності для споживачів (усіх або окремо вибраних страховиком сегментів), так стверджує А.Хованов [16, с.27]. За його словами, диференційованими конкурентними перевагами страхового продукту є також імідж. Під іміджем страхового продукту він розуміє образ як засіб забезпечення економічної безпеки споживача, його спокою та впевненості. Якщо достатньо розвинути цю ідею, то можна істотно розширити сприйняття даного страхового продукту і тим самим просунути його на ринок.

Більшість європейських вчених розділяють страхову послугу і страховий продукт. У ході дослідження з'ясовано, що існують три наукові позиції щодо розуміння взаємозв'язку між страховою послугою та продуктом. Перша ґрунтується на їх синонімічності, друга на включенні послуги до продукту й третя – конкретизації продукту в послугі, до якої ми й схиляємося.

Так, Г. Піратовського переконує, що терміни «страхова послуга», «страховий продукт», які характеризують предметну царину діяльності страховика мають певну синонімічність, але не є повними синонімами [22, с.80]. Водночас, В. Нечепоренко притримується позиції єдності цих понять, «страховий продукт (послуга) – це комплекс цивільно правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством [11, с. 133]. Така дефініція повністю витікає з визначення страхування, яке наведено у Законі України «Про страхування» і в значній мірі повторює його.

Взаємозамінність понять «страхова послуга» і «страховий продукт» Я.Монкевіч пояснює на основі типології продуктів А. Паєна, згідно якої продуктом називають чисту послугу в якій домінують нематеріальні елементи, якою є і страхова послуга. Отже, продукт – це матеріальний чи нематеріальний результат, який має певну вартість для споживачів. За аналогією Я.Монкевіч визначає страховий продукт, як набір благ що надаються страхувальнику страховиком, а саме набір послуг що реалізуються страховою компанією [17, с. 21].

У ході проведеного дослідження встановлено, що страховий продукт конкретизується в послугі щодо страхового захисту – у «страховій послугі».

Страхова послуга не є товаром, якщо вона не продається і не купується на ринку; і відповідно стає товаром, якщо вона виробляється страховиками для продажу і цей продаж стає регулярним.

Нам ближча позиція Я. Шумелди, який вважає більш широким та загальним поняття страхова послуга, а страховий продукт конкретним та вузьким поняттям [18, с. 63].

На думку ж, Б. Новотарської-Романяк у загальному вигляді страховий продукт – це поєднання факторів виробництва, яке дозволяє страховикові надавати страхову послугу [19, с.30]; кінцевий результат розробки конкретного виду страхування, представлений набором документів [30, с. 685]; документально формалізований результат маркетингової, актуарної і внутрішньої аквізичної роботи страхової компанії, спрямованої на задоволення існуючої або прогнозованої потреби в певній страховій послугі і отримання прибутку [20, с.57].

Таким чином, С. Скибінський та Н. Балук [21, с. 162] узагальнюють, страхова послуга – це вид економічної діяльності, що створює цінність (корисний ефект) для споживача у вигляді страхового захисту та певні переваги (страхове відшкодування, додаткові послуги тощо) в результаті дій страховика

(або його посередників) матеріального і нематеріального характеру, спрямованих на повне та якісне задоволення потреб страхувальника.

Головна відмінність страхового продукту від матеріальних благ в тому, що він, по суті, являє собою юридично оформлену обіцянку, зазначає С. Тихонов [24]. Коли мову ведуть про страховий продукт, в першу чергу, звичайно, мають на увазі правила страхування, ліцензії, які має у своєму розпорядженні страховик. Сюди ж потрібно віднести і інші типи документів, без яких неможлива страхова діяльність. Все це зазвичай є додатками до правил: зразки заяв, описів, договорів і т.п. Дана частина продукту не сильно відрізняється у більшості вітчизняних страховиків.

Поняття «страхова послуга» необхідно розглядати як дію, процес, в результаті якого споживатиметься продукт, який ідентифікуємо з певними видами страхування. Цілком погоджуємось з С. Сухонос про те, що поняття «товар» з точки зору страхування слід ідентифікувати як предмет, що виробляє страховик і який він у вигляді страхової послуги може надати страхувальнику [25, с.570].

Реальна матеріалізація страхової послуги має місце лише для тих страхувальників, чиї застраховані інтереси постраждали від страхових випадків, записаних в полісі страхування та індивідуалізуються у формі страхового захисту через страхові виплати.

З позиції страхового маркетингу в науковому співтоваристві інкорпорується твердження, що страхувальник купує не сам продукт, а його властивість до задоволення конкретної потреби. Саме тому для страхової компанії має значення сприйняття та розповсюдження не самого продукту і його властивостей, а користі і вигоди від нього для страхувальників. Отже, саме вчасна страхова виплата при настанні визначеного договором страхового випадку є найкращою рекламою та концептуалізацією страхової послуги.

Набір властивостей страхової послуги є, на нашу думку, формою реалізації «концепції», а не її зміст. «Концепція», або спрямованість на вирішення певної суспільної проблеми чи задоволення виразної потреби, становить сутність будь-якого продукту, в тому числі і страхового. При цьому особливе значення має не просто набір споживчих властивостей і характеристик товару (страховий продукт), а концептуалізація того, як даний товар сприймається споживачем, яким чином ця страхова послуга може допомогти задовольнити певну потребу.

Ряд вчених таких як: А. Прядка [23], Т. Ротова і Л. Руденко [26, с.95], зауважують, що поняття «страховий продукт» є значно ширшим, ніж поняття «страхова послуга». Цю точку зору підтримує О.Зубець [9, с. 31], який стверджує що страховий продукт – це набір послуг з попередження і ліквідації наслідків конкретного переліку несприятливих подій, визначених у договорі страхування, що надається компанією клієнту. Головний зміст продукту – відшкодування збитку при настанні страхової події,

що виражається у визначеному наборі основних послуг.

Ми та інші вчені, зокрема С. Сухонос [25] не погоджуємось із даною концепцією, оскільки страховий продукт ми розглядаємо як предмет, який реалізує страховик, а страхову послугу як форму діяльності; з цією тезою не погоджуються також Л. Садикова і О. Коробейнікова [10, с.170], вважаючи страховий продукт не є набором послуг, а відносинами, які виникають між страхувальником і страховиком на страховому ринку. Лише при настанні страхового випадку, коли страхувальник скористається страховим продуктом він трансформується в страхову послугу. Продукт і послуга, за словами вчених – це дві сторони однієї медалі, якщо подивитися на ці відносини з точки зору страховика, то це продукт, а якщо з точки зору страхувальника – послуга. Остання може бути для страхувальника потенційною, в момент укладення договору, і реальною – при отриманні страхового відшкодування або забезпечення в результаті настання страхового випадку.

Підсумовуючи вище викладене, варто зазначити, що використання терміну «страховий продукт» не виключає поняття «страхова послуга», оскільки вони мають різне значення, але є взаємозв'язаними – страхувальник не отримує страхової послуги без наявності страхового продукту.

На наш погляд, у загальному вигляді слід визначити страховий продукт як таке сполучення факторів виробництва, що дозволяє страховику надавати страхову послугу. Тобто «виробничий» процес спрямований саме на надання страхової послуги. Страховий продукт в значній мірі прив'язаний не до клієнта, а до об'єкту страхування і являє собою комплексне страхове покриття, яке забезпечене сервісним обслуговуванням з урахуванням потреб конкретного клієнта. Зауважимо, що дану позицію підтримують також В. Перемолотов та Р. Хайкін характеризують страховий продукт як певну технологію страхування, яка поєднала в собі працю спеціалістів страхової компанії [27, с.36]. Як перелік видів договорів страхування, характеризує страхові послуги за якими працює даний страховик С. Єфімов [28, с.273], а М.Сухоруков, зазначає, що страховий продукт – це документальне зобов'язання страховика, згідно якого страхувальнику на заранні визначених умовах надається страхова послуга щодо відшкодування матеріального збитку, шкоди життю або здоров'ю у разі настання страхового випадку [29, с. 124].

У світлі вище сказаного, можна зробити висновок, що страховий продукт – це не тільки пропозиція страхового захисту і набір різних ризиків, а також ряд інших елементів, адресованих аудиторії.

Так як, страховий продукт має нематеріальний характер, все що отримує клієнт – це обов'язок виплати відшкодування або виплати надання у разі реалізації страхового випадку. Фінальна форма страхового продукту проявляється в момент закінчення строку дії договору страхування (що означає кінець захисту), або в момент виплати

компенсації. Матеріальним продуктом, що передаються застрахованому або вигодонабувачу є обіцянка надання страховиком виплати.

Характерною особливістю страхової послуги є нероздільність (цілісність). Цілісність ця двоїстого характеру: продукту зі страховиком або його представниками (агентами або брокерами), а також страховика і страхувальника (виробника і споживача) продукту, так як протягом всього часу виконання послуги надається захист. Безперервність відповідно поєднує страховика – страховий продукт – споживача.

Кожна страхова послуга індивідуально використовується працівниками або посередниками, з урахуванням специфіки прийнятого ризику, у контакті з конкретною фізичною або юридичною особою. Немає можливості зберігання страхових продуктів. Кожна взаємодія надавача страхової послуги з клієнтом має унікальний характер.

Водночас, у деяких страхових послуг є обмежений доступ. Ця обмежена доступність впливає з турботи про реальність страхування, страховиком що приймає на себе наслідки настання певних випадкових подій. Наприклад, деякі страхові продукти на можуть бути реалізовані для людей старше 65 років – через занадто високі ризики, тому послуга страхування життя для цієї категорії буде недоступна.

З економічної позиції завершеним є опрацювання О.Гаманкової, яка під страховою послугою розуміє фінансове зобов'язання з надання страхового захисту[31, с. 147]. Нам імponує її поділ на два етапи, так на першому здійснюється укладання договору та сплата страхової премії, на другому – здійснюється страхова виплата. Таким чином страхова послуга набуває матеріальної відчутності.

ВИСНОВКИ

Отже, все ж найбільш доречним поняттям для наукового використання, ми вважаємо страхову послугу, яку можна трактувати як товар при ціноутворенні. Проведене дослідження дозволило прийти до висновку про більш широке поняття страхової послуги, що включає в себе страховий продукт, більш конкретне та вузьке поняття. Так, в рамках послуги з автострахування клієнт має можливість укласти один договір страхування, який міститиме різні страхові продукти, а саме: страхування каско, страхування водіїв та пасажирів від нещасного випадку, додаткове страхування цивільно-правової відповідальності водія. Саме із страхових продуктів складається страхова послуга. Певна хаотичність умовиводів науковців засвідчує сучасний етап формування ринку страхових послуг, та в процесі його розвитку поняття «страхова послуга» та «страховий продукт» набудуть більш чіткого, визначеного змісту, власне виходячи із специфіки страхової справи.

Список використаних джерел

1. Феоктистова Н. Формирование системы методов диагностики региональный страховых рынков [Электронный ресурс]: Дис.канд. экон. наук : 08.00.10. - М.: РГБ, 2005

2. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения, т. 26, ч.1, гл 4 М.: Гос. изд. пол. л-ры, 1962 [Электронный ресурс] – Режим доступа //http://libelli.ru/marxism/me_ss2.htm

3. Гварлиани Т.Е. Денежные потоки в страховании/ Т.Е Гварлиани., В.Ю Балакирева.— М.: Финансы и статистика, 2004. - 336с.

4. Страхові послуги: Навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни /За загальною редакцією Т.М. Артюх. - К.: КНЕУ, 2000. - 124с.

5. Гвозденко А.А. Основы страхования. - М.: Финансы и статистика, 1998. - 304 с.

6. Турбина К.Е. Тенденции развития мирового рынка страхования. - М.: Анкил, 2000. - 320с.

7. Гомелля В.Б., Туленты Д.С. Страховой маркетинг (Актуальные вопросы методологии, теории и практики) Второе издание. - М.: Анкил, 2000.- 128 с.

8. Краснова И., Казей И., Намсараев Д. Некоторые аспекты страхового маркетинга // Страховое ревю. - 2002. - №2. - С. 8-16.

9. Зубец А.Н. Качество страхового продукта // Страховое ревю. - 2000. - №7. - С. 31-32.

10. Садыкова Л., Коробейникова Е.В. Критерии классификации страховых продуктов // Л. Садыкова, Е. Коробейникова / Вестник ОГУ. - 2014. - №8 (169). - С.169-174.

11. Страхування: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. С.С. Осадець, д.е.н., проф. - К.: КНЕУ, 1998. - 528 с.

12. Юлдашев Р. Клиентская база страховой компании: свойства и инструменты формирования /Юлдашев Р., Шаплыко Д. //Страховое дело. – 2000. - №2. – С. 12-18.

13. Страховий ринок України: стан та перспективи розвитку: [монографія за редакцією Мазаракі А.А.]. – К.: Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2007. – 460с (у співавторстві з Булгаковою С.О, Василенко Л.І., Тринчуком В.В та іншими)

14. Базилевич В.Д. Страхова послуга в системі економічних відносин ринкової економіки // Банківська справа. - 1999. - №3. - С. 42-46.

15. Кнейслер О. В.Ринок перестрахування України: теоретико-методологічні домінанти формування та пріоритети розвитку: монографія / О. В. Кнейслер; Терноп. нац. екон. ун-т. - К.: Центр учб. л-ри, 2012. - 414 с.

16. Хованов А. Продажа страховой услуги // Страховое ревю. - 2000.-№7.-С.25-30.

17. Podstawy ubezpieczeń. Tom II- produkty [red. J. Monkiewicz]. Poltext. - 2002. - s. 391.

18. Шумелда Я.П. Страхування : навч. посіб. вид 2, розшир. / Я.П. Шумелда. – К.: Міжнародна агенція «БІЗОН». - 2007. - 384с.

19. Nowotarska-Romaniak B. Zachowania klientów indywidualnych w procesie zakupu usługi ubezpieczeniowej / Beata Nowotarska-Romaniak. Wolters Kluwer Polska SA. Warszawa 2013. – 217.

20. Щербакова В.І. Від страхового продукту до страхової послуги: визначення об'єкта страхового ринку / В.І. Щербакова // Вісник Вінницького політехнічного інституту. - 2014. - № 3. - С. 50-58.

21. Скибінський С.В., Балук Н.Р. Поняття страхової послуги, її специфіка та характеристики / С.Б. Скибінський, Н. Р. Балук // Науковий вісник: зб.

наук. пр. / Національний лісотехнічний університет України. - 2007. - Вип. 17.8. - С. 156-165.

22. Піратовський Г.Л. Страхове підприємництво та його відмінні особливості // Вісник КНТЕУ. - 2004. - №1. - С. 76-88.

23. Прядка А. В. Загальне та відмінне «страхового продукту» та «страхової послуги» // Страхова справа. - 2007. - №1(25). [Електронний ресурс] / А.В. Прядка. - Режим доступу: <http://forinsurer.com/public/08/06/27/3521> (дата звернення 15.06.2016 р.)

24. Тихонов С. Отличительные признаки страхового продукта // Страховое ревю. - 2006. - №2(142). [Електронний ресурс] / С. Тихонов. - Режим доступу: <http://forinsurer.com/public/06/12/04/2724> (дата звернення 15.06.2016 р.)

25. Сухонос С.Л. Страхова послуга як економічна категорія // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. - 2011. - №1. - С. 568-576.

26. Ротова Т.А., Руденко Л.С. Страхування: Навч. посіб. - К.: КНТЕУ, 2001, -400 с.

27. Перемолотов В., Хайкин Р. С чем едят страховые продукты // Страховое дело. - 2000. - №5. - С. 35-38.

28. Ефимов С.Л. Деловая практика страхового агента и брокера. - М.: Страховой полис, ЮНИТИ, 1996. - 416 с.

29. Сухоруков М. К вопросу об определении понятия "услуга" // Маркетинг в России и за рубежом. - 2004. - №4. - С. 117-126.

30. Юлдашев Р.Т. Страховой бизнес: словарь-справочник / Р.Т. Юлдашев. - М.: «Анкил», 2005. - 832 с.

31. Гаманкова О.О. Маркетинг у страхуванні та його вплив на розвиток ринку страхових послуг / О.О.Гаманкова // Формування ринкової економіки / 36. наук.праць. - К.: КНЕУ, 2007.- Вип.17. - С.143-154.

32. Тринчук В. Страховий продукт в системі маркетингу: сутність та класифікація / В. Тринчук // Страхова справа. - 2002. - №3. - С.78-81

КОВТУНЕНКО

Юрій Володимирович
karat108@list.ru

УДК 330.112

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ
ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВАMETHODICAL BASES ANALYSIS OF FINANCIAL CONDITION OF
INDUSTRIAL ENTERPRISESк.е.н., доцент, Одеський
національний політех-
нічний університет

У статті розглядають методичні основи аналізу фінансового стану промислового підприємства у процесі відбору фінансових коефіцієнтів для оцінки діяльності підприємства.

В статье рассматриваются методические основы анализа финансового состояния промышленного предприятия в процессе отбора финансовых коэффициентов для оценки деятельности предприятия.

This article discusses the methodological framework for the analysis of financial condition of the industrial enterprise in the selection process for the evaluation of financial ratios of the enterprise.

Ключові слова: аналіз, фінансовий стан, підприємство

Ключевые слова: анализ, финансовое состояние, предприятие

Keywords: analysis, financial position, enterprise

ВСТУП

Проблема здійснення достовірних оцінок аналізу фінансового стану промислових підприємств актуальна для потенційних інвесторів, оскільки значна частина виробничих підприємств зазнає фінансових труднощів. У ринковій економіці діяльність промислових підприємств здійснюється самостійно. Тому благополуччя і подальший їх розвиток цілком залежать від уміння правильно оцінювати фінансовий стан і перспективи попиту на вироблені товари. Наукою і практикою накопичено значний досвід в галузі економічних і організаційних форм і методів управління промисловими підприємствами, здатних підвищити ефективність виробництва. Однак, проблем методики аналізу фінансового стану підприємства, оптимального управління ним з метою забезпечення сталого і надійного функціонування не приділялося належної уваги [1].

Теоретико-методичні та практичні аспекти аналізу фінансового стану промислових підприємств досить глибоко і повно відображені в роботах ряду вітчизняних авторів: М. Кизима, Г. Крамаренко, Л. Лахтіонової, Є. Мниха, В. Сопко, О. Терещенка; та зарубіжних фахівців: Е. Альтмана, В. Артеменка, І. Балабанова, Г. Савицької, Р. Таффлера, Е. Хелфферта, Д. Чессера, А. Шеремета та інших. Не дивлячись на широкий спектр питань, що розглядаються з аналізу науковій літературі вітчизняних і зарубіжних авторів проблеми аналізу фінансового стану промислових підприємств остаточно не вирішені.

МЕТА РОБОТИ

Мета роботи обумовлена невирішеністю ряду теоретико-методичних і прикладних питань аналізу фінансового стану промислового підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою статті є наукові роботи, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти та методи структурно-логічного аналізу.

РЕЗУЛЬТАТИ

У сучасних умовах економіки України велика кількість промислових підприємств відчувають різні фінансові труднощі, пов'язані з фінансовою нестійкістю і тимчасовою неплатоспроможністю. Це призводить до необхідності термінового пошуку «дорогих» позикових ресурсів або відволікання з обороту власних оборотних коштів. У деяких випадках промислові підприємства, не справляючись зі своєчасним погашенням кредиторської заборгованості доводять свою діяльність до стану банкрутства і згодом ліквідуються. Діагностика фінансового стану майбутніх фінансових результатів в цьому випадку виявляється головними фінансовими інструментами щодо усунення болючих точок. З метою посилення конкурентної боротьби і утримання існуючих ринків збуту готової продукції, а також розширення ніші господарської діяльності необхідно стимулювати інвестиції промислового підприємства і формувати сприятливий інвестиційний клімат, тому що значна частина вітчизняних промислових підприємств потребує додаткового фінансування. Аналітичній службі необхідно розробити основні заходи, спрямовані на поліпшення фінансового стану промислового підприємства, які згодом могли б підвищити рівень його фінансової привабливості та створити сприятливі умови для залучення інтересу до нових фінансових показників іноземних і вітчизняних інвесторів. Опинившись у важкій фінансовій ситуації, важливо активно шукати шляхи вирішення проблеми. Основне завдання, яке стоїть перед керівником

промислового підприємства – знайти найкращі можливості подолання фінансових труднощів і підвищити інвестиційну привабливість промислового підприємства (перш за все, у фінансовому її аспекті). Тому чим раніше будуть виявлені негативні відхилення показників фінансового стану від нормативних, тим швидше можна буде приступати до складання плану по оздоровленню промислового підприємства. Для підвищення ефективності заходів, спрямованих на поліпшення показників фінансового стану промислового підприємства необхідно мати тверду основу у вигляді спеціальних розрахунків фінансових коефіцієнтів за певний період часу (3-5 років). Ці розрахунки можуть бути виконані за пропонованою методикою аналізу фінансового стану промислового підприємства. У цій методиці аналіз фінансового стану промислових підприємств враховує галузеві особливості як з боку відбору самих фінансових показників, так і з боку розробки нормативних показників. В силу характерній рисі промислових підприємств особливу увагу в ході аналізу звертається на інноваційний розвиток, оцінку інтенсивності використання його необоротних активів, запасів і ефективності його поточної діяльності [1-2].

У процесі відбору фінансових коефіцієнтів для оцінки фінансового стану промислового підприємства можливо керуватися такими принципами:

1) фінансові коефіцієнти повинні мати суттєве значення для всебічної (комплексної) оцінки фінансового стану промислового підприємства з метою забезпечення ефективного його прогнозування;

2) максимум корисної інформації при мінімумі фінансових коефіцієнтів;

3) фінансові коефіцієнти повинні відображати галузеві особливості промислового підприємства;

4) фінансові коефіцієнти повинні складати з урахуванням балансових рівностей систему рівнянь.

При цьому найбільш доцільним є поділ фінансових коефіцієнтів на чотири основні групи:

– фінансові коефіцієнти, що характеризують майновий стан промислового підприємства;

– фінансові коефіцієнти, що характеризують фінансову незалежність промислового підприємства;

– фінансові коефіцієнти, що характеризують платоспроможність і ліквідність промислового підприємства;

– фінансові коефіцієнти, що характеризують ділову активність промислового підприємства.

Показники оцінки майнового стану: частка грошових коштів і дебіторської заборгованості в оборотних активах і частка оборотних коштів і реальних активів в майні – дозволяють встановити, наскільки раціонально сформована структура оборотних активів промислового підприємства.

Показники оцінки фінансової незалежності: коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт структури довгострокових зобов'язань і коефіцієнт структури короткострокових зобов'язань – дають можливості вивчити ступінь раціональності формування структури капіталу промислового підприємства в цілому і окремих її елементів.

Показники оцінки платоспроможності та ліквідності: коефіцієнт інвестування і коефіцієнти поточної, швидкої та абсолютної ліквідності – дозволяють визначити, в якій мірі промислове підприємство здатне погашати свої зобов'язання в цілому і короткострокові зобов'язання відповідно.

Показники оцінки ділової активності уможливають дослідження ступеня ефективності використання активів (рентабельність активів) і ступеня ефективності поточної діяльності промислового підприємства (рівень прибутку від продажів до валового прибутку і рівень валового прибутку у виручці (нетто) від продажів), а також ступеня інтенсивності використання її активів (коефіцієнт оборотності оборотних активів) і стійкості положення на ринку цінних паперів (коефіцієнт дивідендного виходу і рентабельність звичайної акції).

ВИСНОВКИ

Визначення рейтингу може базуватися на системі абсолютних і відносних показників, або на поєднанні тих і інших. Однак на практиці в більшості випадків застосовуються відносні показники (фінансові коефіцієнти).

При визначенні рейтингу принципове значення має його об'єктивність і

точність, які залежать від вибору системи показників, покладеної в основу розрахунку рейтингу, методики їх обчислення, якості інформаційної бази розрахунку і алгоритму визначення власне рейтингу як кількісної оцінки, що дозволяє ранжувати промислові підприємства. Сучасним промисловим підприємствам необхідні покрокові алгоритми для прийняття рішень, спрямованих на оздоровлення фінансового стану промислових підприємств.

Список використаних джерел

1. Решетникова О.Е. Развитие теоретико-методических основ анализа и прогнозирования финансового состояния промышленного предприятия: автореферат дис. канд. экон. наук: 08.00.12 / О.Е. Решетникова. – Екатеринбург, 2012. – 24 с.

2. Ковтуненко Ю.В. Основні підходи дослідження методик аналізу фінансових результатів діяльності підприємства / Ю.В. Ковтуненко, А. Усманова // Економіка. Фінанси. Право. – 2016. – №5/1. – С.31-33.

БОРОВІК

Любов Володимирівна
lyubovborovik2015@gmail.com

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту та фінансів, Херсон-ський державний аграрний університет

Тези на конференцію

"Ринок. Нерухомість та його правове регулювання"

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Аграрна галузь України має великі можливості для свого подальшого розвитку. Наявність чорноземів, зрошувальних систем, потужного наукового потенціалу робить сільське господарство привабливим для інвесторів. Вже сьогодні з експорту зерна пшениці, ячменю, кукурудзи, сої, соняшника країна посідає одне з провідних місць у світі. Разом з цим конкуренція на продовольчих ринках посилюється. Технічна й технологічна відсталість аграрного сектору, низький рівень кооперації на селі та низка інших негативних чинників змушують товаровиробників та науковців вести пошук нових форм і методів підвищення конкурентоспроможності суб'єктів аграрного виробництва.

Конкурентоспроможність аграрних господарств на вітчизняному ринку характеризується суперництвом за економічні ресурси та залежить від переваг над рівнем витрат, ціни та прибутків, а також залежить від рівня державної підтримки суб'єктів аграрного бізнесу. Втручання держави у розвиток аграрного ринку забезпечує сталість зростання рівня споживання продуктів харчування населення незалежно від регіонів країни, сприяє ефективному перерозподілу ресурсів між галузями АПК, вирішує проблеми розвитку сільських територій, впливає на ділову активізацію сільського населення. Здійснюючи адміністративне регулювання, держава дотримується принципу невтручання у господарську діяльність товаровиробників. Вплив держави на ціноутворення, оподаткування, кредитування, страхування позитивно діє на розвиток виробництва, створення умов для побудови нових форм взаємодії між товаровиробниками аграрної продукції, переробниками, збутовими структурами. Така взаємодія підприємств у рамках АПК стимулює рух інвестиційних потоків у розвиток сільського господарства, сприяє зміцненню конкурентних позицій товаровиробників. Поступове зростання кооперативного руху та інтеграційних процесів в АПК вимагає широкого застосування контрактної системи, на що вказують публікації багатьох вчених [1].

Особливої уваги заслуговують закупівельні, трансферні та маркетингові контракти, які знайшли широке застосування у сільському господарстві економічно розвинених зарубіжних країн. Контрактна система забезпечує ефективний контроль за якістю продукції, сприяє координації підприємницьких зв'язків у ланцюгах постачання сировини та готової до споживання продукції, зменшує ризики, пов'язані з коливаннями обсягів виробництва й постачання, зменшує коливання цін, що зміцнює ринкову силу аграрних формувань ат позитивно впливає на сталість їх економічного розвитку. Аграрні товаровиробники,

укладаючи контрактні угоди, отримують доступ до більш ємких ринків, мають можливість нарощувати виробництво, власної продукції, підвищувати її якісні показники.

Рівень розвитку конкурентоспроможності аграрних формувань залежить від впровадження ними технологічних новацій, застосування сучасної техніки та нових методів управління підприємством. Стимулювання державою розвитку інноваційного процесу у сільському господарстві створить умови для оптимального використання виробничих, природних та людських ресурсів й впровадження сучасних технологій, що призведе до зростання конкурентних переваг аграрного бізнесу [2].

Зміцнення рівня конкурентоспроможності аграрних господарств залежить також від розвитку системи інформаційного забезпечення з метою здійснення ефективного аналізу, управління та контролю. Інноваційні технології збору та обробки інформації необхідні для досягнення стратегічних цілей підприємств. Використовуючи інформацію органів державної статистики, газет, телебачення, радіо допомагає підприємцям орієнтуватись в ринковій кон'юктурі та приймати оперативні та стратегічні рішення. Цінові сигнали регулюють потоки товарів формують кон'юктуру продовольчих ринків, зменшують рівень невизначеності й дозволяють отримати запланований прибуток.

Незважаючи на те, що застосування сучасних інформаційних технологій є важливою умовою функціонування аграрних ринків, в Україні інформаційний ринок знаходиться на дуже низькому рівні свого розвитку. Недосконалість дорадчої служби, роздрібненість аграрних підприємств, низький рівень кооперування товаровиробників та багато інших чинників перешкоджають зміцненню конкурентних позицій аграрних господарств та виходу їх на світові ринки.

Виробництво конкурентоспроможної продукції, розширення сегменту ринку її збуту можливе за умови поєднання зусиль особистих селянських і фермерських господарств, сільськогосподарських та переробних підприємств. Поглиблення структурних, організаційно-технологічних зв'язків сприяє зростанню рівня конкурентоспроможності як сільськогосподарських так переробних підприємств [3]. Враховуючи, що інтегровані підприємства є більш пристосованими до ринкових умов господарювання, вектор державної інвестиційної політики повинен спрямовуватись на більш вагомий підтримку їх виробничої діяльності.

Список використаних джерел

1. Поляруш М.О. Агропромислова інтеграція - один із факторів системного розвитку АПК регіону / М.О. Поляруш, І.М. Поляруш, Н.А. Славіна // Зб. наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. - № 7. - 2007. - С. 187-189
2. Сіренко Н.М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектора економіки

України: [монографія] / Н.М. Сіренко. - Миколаїв, 2010. - 416 с.

3. Єрмаков О.Ю. Організаційно - економічні засади ефективного господарювання в аграрній сфері України в умовах вступу до СОТ / О.Ю. Єрмаков // Вісник агропромислової науки Причорномор'я. - № 4. - 2007. - С. 11-20.

Аудиторська фірма «Аналітик» пропонує аутсорсинг бухгалтерських послуг!

Аутсорсинг бухгалтерського обліку — це передача ведення бухгалтерського обліку сторонній фірмі.

Які ж переваги аутсорсингу бухгалтерських послуг?**1. Значна (!) економія коштів на ведення бухобліку:**

- економія за бухгалтерські послуги, за які **Ви нам платитимете принаймні на 1000 гривень менше, ніж штатному бухгалтеру;**
- економія на програмне забезпечення (1С, Медок, Ліга Закон тощо);
- економія на утримання офісу, комп'ютерної техніки.

2. Відтепер податкові та інші інспекції — це наші проблеми!

Ми беремо на себе повну матеріальну відповідальність за якість наданих бухгалтерських послуг, включаючи можливі санкції.

3. З нами Ви можете забути про головний біль з постійними пошуками бухгалтера, який у будь-який час може піти від Вас на іншу роботу.**4. Ми не йдемо у відпустку та не беремо лікарняний. Наша фірма справді гарантує безперервне та якісне ведення бухгалтерського обліку.**

І нарешті — з нами Ви не тільки отримаєте якісні бухгалтерські послуги. За додатковою домовленістю ми забезпечимо Вас необхідними податковими, юридичними консультаціями, аудиторськими послугами різного характеру.

Все що Вам потрібно — це:

- періодично передавати нам первинну бухгалтерську документацію;
- щомісячно отримувати від нас інформацію про податки та інші обов'язкові платежі;
- укласти із нами договір.

Зробіть вибір, вигідний для Вас!

(044)278-05-88

(097)178-90-89

(066)178-20-42

www.af-analitik.com.ua