

Ключевые слова: класс последствий (ответственности); объект строительства; возможная опасность; незначительные последствия; средние последствия; значительные последствия; стадии проектирования; разрешительная система; экспертиза проектов; лицензирование; градостроительная деятельность.

Golterova T.A., Obukhova N.V., Mass O.M. THE ROLE OF THE CONCEPT CLASS (RESPONSIBILITY) IN THE FIELD OF CITY-BUILDING ACTIVITIES. Implementation in the construction

industry of European principles of technical regulation has led to the introduction of the concept of "class of consequences (liability) of construction projects." The article deals with the issues of legislative regulation in the field of urban development related to assigning construction objects to a certain class of consequences.

Keywords: class of consequences (responsibility); object of construction; possible danger; insignificant effects; average effects; significant consequences; design stage; permit system; project expertise; licensing; town-planning activity.

УДК 368.1:69.057

Новобранов В.М., Жиликова Г.С., Братішко С.М.

*Харківський національний університет будівництва та архітектури
(вул. Сумська, 40, Харків, 61002, Україна; e-mail: golterova@ukr.net)*

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВИБОРУ ДІЛОВОГО ПАРТНЕРА ПРИ ОРІЄНТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

Розглядаються основні напрямки вибору ділового партнера та потенціального співробітництва з підприємствами держав Євросоюзу, створення спільних підприємств, взаємодії з партнерами, практичні аспекти передачі окремих ланок загального логістичного ланцюгу. Аналізуються можливості пристосування існуючих можливостей логістичного ланцюгу для досягнення мети дослідження. Виділяються питання: вибору критеріїв, узгодження цілей, аналізу партнерів, форм ділового співробітництва та інші.

Ключові слова: партнерство, співробітництво, маркетинг, дистрибуторська угода, ліцензія, ділова репутація.

Критерії вибору. Вибір партнерів для різних видів діяльності має свої особливості, але все-таки існують загальні принципи, що застосовних до більшості ситуацій.

Насамперед дуже важливо, щоб обрана фірма мала досвідчений персонал, що знає особливості роботи на своєму ринку.

Передбачуваний партнер повинен мати можливість виконати дослідження місцевого ринку, знати особливості роботи з місцевими банками, фірмами і консультантами. Можливий моментом є гарний зв'язок з партнером і можливість одержання регулярних звітів.

Очевидно, що партнер повинний мати ресурси (штат співробітників, устаткування, кваліфікований управлінський персонал і т.д.), достатні для того, щоб співробітничати з вами в рішенні спільних задач.

Важливим критерієм вибору є передісторія фірми (досягнуті успіхи, ділова репутація).

Ідеальні партнери повинні доповнювати один одного. Партнер, один представляє винаходу, іншої фінансує виробництва, третій проводить маркетинг і просування товару на ринку.

Алгоритм пошуку й узгодження цілей. Західні банки, торговельні палати й асоціації можуть надати істотну допомогу в пошуках ділового партнера в Західній Європі. Крім того підприємства може допомогти Європейська комісія з ділового співробітництва. (European Community's' Business Cooperation Network).

Для того, щоб ввійти в контакт із консультантом, що співробітничас з Європейською комісією, необхідно направити запит у Брюссельську штаб-квартиру. Вам повідомлять адреса найближчого до вас представника Єврокомісії. Цей представник допоможе вам оформити стандартні документи на пошук партнера в якій-небудь області дії й у конкретній країні. Після одержання цих документів у базі даних Єврокомісії виконуються пошук припущень, що задовольняють вашому запиту.

Узгодження цілей. Одна з основних проблем, що виникає при підготовці угод про створення спільного підприємства, стосується того, хто буде здійснювати керівництво і координувати його діяльність.

Для рішення цього питання з малого початку повинні бути чітко визначені основні цілі підприємства, проведене розмежування відповідальності партнерів, досягнута домовленість про те, кому доручено приймати конкретні управлінські рішення.

Кожна сторона повинна знати перелік проблем, що підлягають рішенню:

- 1) розклад рішення спільних задач;
- 2) розмежування відповідальності партнерів по конкретних питаннях спільної діяльності;
- 3) перелік ресурсів;
- 4) обсяг ресурсів необхідний для успішної спільної діяльності;
- 5) календарний план надання цих ресурсів;

Крім того, необхідно детально обговорити:

- 1) тип і обсяг інформації для реалізації проекту;
- 2) пріоритетні області спільної діяльності;
- 3) процедуру улагоджування розбіжностей.

Аналіз партнера. При рішенні питання при спільній діяльності фірми завжди перевіряють платоспроможність і вивчають передісторію будь-якого партнера, з яким збираються працювати.

При цьому аналізуються наступні моменти.

Кредитоспроможність. Оцінка кредитоспроможності потенційного партнера може бути виконана спеціальними організаціями. Наприклад фірма Дана і Бредстріт є однією із самих великих організацій такого роду. Вона може зібрати зведення про будь-яку Європейську фірму.

Аудиторські перевірки. Їх можуть провести незалежні експерти (аудитори), що оцінять пасиви й активи фірми.

Оцінка технічної й управлінської компетентності. Цю оцінку бажано проводити особисто з залученням експертів при цьому доцільно зв'язатися з фірмами, з якими вже працював ваш партнер і навести про нього довідки.

Короткий список питань для переговорів.

Після того, як вам вдасться вибрати кілька потенційних партнерів, звернеться до них з листом, у якому докладно опишіть своє пропозиції про їхню діяльність.

Одержати відповідь з цікавлячої вас інформацією і провівши її попередній аналіз, необхідно особисто зустрінетися з представниками цих фірм. При зустрічі обговорюється основні цілі, фінансові і тимчасові обмеження, потім відповіді аналізуються і порівнюються.

Критеріями для остаточного вибору звичайно є:

1. Сильна зацікавленість партнера в спільній діяльності з вашою фірмою.
2. Здатність партнера зрозуміти ваші мети і проблеми.
3. Впевненість у тім, що співробітництво з вашою фірмою не перевантажить співробітників компанії партнера.
4. Можливість оперативного спілкування й обміну інформацією.
5. Відповідність рівня й обсягу можливого співробітництва вашим запитам і побажанням.
6. Порівнянність мотивації для співробітництва.

Комісією Європейського співтовариства організований Європейський центр по діловому співробітництву (ЕЦДС). Він робить

допомогу в пошуку закордонних партнерів малим і середнім підприємствам (МСП) з метою сприяння економічному росту.

Пошук партнера містить у собі наступні кроки:

1. Пропозиція про співробітництво. Для цього МСП заповнюють форму, що містить: загальну інформацію про фірму; опис комерційної, технічної чи фінансової пропозиції (близько 100 слів); список кодів країн, у яких МСП хоче знайти партнерів для бізнесу.

2. Реклама. Пропозиція, що надійшла, записується в базу даних і готується реклама, яку циркулюють потім у мережі регіональних представників ЕЦДС.

3. Поширення реклами.

4. Детальна інформація про фірму. Інформація висилається представникам ЕЦДС зацікавленим особам.

Життєвий цикл пропозиції обмежений шістьма місяцями.

Потім зважується питання про продовження чи терміну припинення пропозиції.

Форми ділового співробітництва

Контракти і договори. Зовні торгова угода, як і будь-яка інша, оформляється комерційним документом - контрактом.

Основними видами комерційних контрактів є:

1. Контракт купівлі-продажу товарів;
2. Контракт купівлі-продажу послуг, наприклад – покриття технічного сприяння (інжиніринг), виконання будівельних чи інших робіт і т.п.;
3. Контракт по обслуговуванню товарообігу, у тому числі:
 - послуги по перевезенню товарів;
 - послуги по транспортно-експедиційному обслуговуванню;
 - страхування товару;
 - послуга по банківсько-розрахункових операціях;
 - організація зовнішньоторговельної реклами;
 - організація виставок і участі в ярмарках.
4. Контракти по купівлі-продажу результатів творчої діяльності:

- ліцензійна торгівля;
- угоди по продажі й обміну результатами науково-дослідних робіт;
- угоди по торгівлі об'єктами авторського права;
- угоди по здійсненню спільної діяльності в області культури.

5. Товарообмінний (бартерний) контракт,
6. Контракт по спільній виробничій діяльності.

Контракт полягає учасниками господарської (економічної) діяльності без посередників.

Договір на єдинократову купівлю-продаж. Це правовий документ, по якому виконується разова угода купівлі-продажу товарів.

Основними розділами такого контракту є:

- зведення про договірні сторони;
- опис чи товарів послуг;
- ціна чи товарів послуг, терміни і спосіб виконання оплати;
- умови виконання контракту;
- законодавство, по якому буде виробляється врегулювання можливих розбіжностей і арбітражне застереження.

Умови договору звичайно приводиться на зворотній стороні рахунка продавця чи бланку замовлення.

Торгове агентство. Проникаючи на ринку Східної і центральної Європи, західні компанії часто прибігають до послуг торгових агентств, що обслуговують визначений регіон.

Якщо вашій фірмі запропоновано стати торговим агентом, то слід уточнити, чи буде вашому агентству надане виключне право» поширення товару. За агентською згодою ви будете уповноважені проводити попередні переговори з потенційними покупцями. Часто це скоріше контракт на маркетингові послуги.

Агентська угода визначає наступні умови:

- чи представлено агенту виключне право роботи на визначеній чи території ні;

- чи товари послуги, що пропонуються для поширення;
- регіон дії агента;
- рівень повноваження агента;
- термін сплати комісійних і їхній розмір;
- термін дії угоди;
- підстави для дострокового розірвання договору;
- рівень відповідальності агента;
- обмеження діяльності.

Якщо ви дієте в якості принципіала (замовника) і укладаєте угоду на продаж ваших товарів у Західній Європі, то вам належить переконатися в тім, що проект угоди відповідає законодавству країни перебування агента і вашої країни.

Дистриб'юторська угода і ліцензії. За дистриб'юторською згодою ви будете виступати на ринку не як агент свого партнера, але як принципал, тобто від свого власного імені.

Дистриб'ютор з початку закупає товари свого партнера, і потім продає їх кінцевим користувачам. Він має право на продаж у визначеному регіоні. На відміну від агента, що одержує комісійні від продажів, дистриб'ютор витягає прибуток за рахунок різниці в ціні закупівлі товарів і його продажу.

Дистриб'юторська угода містить спеціальні розділи, що обмовляють наступні питання:

- чи надане право продажу товару на визначеній території чи ні;
- опис товарів і послуг;
- регіон продажу;
- ціна й умови постачання;
- відповідальність постачальника за якість товару, термін дії й умови розірвання договору;
- запобігання конкуренції дистриб'ютора і постачальника товарів;
- законодавство для дозволу продажу й арбітражне застереження.

Повинна бути також передбачена відповідальність постачальника перед третіми сторонами за товар, проданий дистриб'ютором.

Передача ліцензії на виробництво товару. Порівняно низький рівень оплати кваліфікованої найманої праці на ринках робочої сили центральної і східної Європи привабливий для західних підприємців. Тому великі фірми зацікавлені в створенні виробництв за власною технологією на нових територіях.

Способів організації такого виробництва два: будівництво нового чи використання вже існуючого підприємства.

При цьому йому передаються ліцензії, технології, ноу-хау і права на використання інтелектуальної власності.

При передачі ліцензії на виробництво ліцензіат (сторона, що передає ліцензію) звичайно закріплює за собою права організатора й інспектора виробництва, домовляється про умови продажу, можливість використання торгової марки і т.п.

Ліцензіат (сторона, що передає ліцензію) одержує органічне право на використання технології і виплачує ліцензіарові винагорода, звичайно у вигляді відсотка від прибутку.

Існують три основних види ліцензійних угод: договір простої ліцензії, договір виняткової ліцензії і договір повної ліцензії.

За договором простої ліцензії чи винахід секрет виробництва передається на визначених умовах одному чи декільком ліцензіям.

За договором виняткової ліцензії ліцензіатові надається право виняткового (ексклюзивного) використання нововведення).

При договорі повного ліцензування ліцензіатор уступає ліцензіатові усі права на використанні винаходу протягом усього терміну дії договору, сам позбавляючи цих прав.

Контракт по ліцензії на виробництво містить наступні дані:

- право ліцензіата;
- тип товару;
- область для виробництва і поширення;
- обсяг технічної і технологічної підтримки;
- навчання персоналу;

- термін дії і підстави для розірвання договору;
- право ліцензіата на передачу технології його дочірнім підприємствам;
- обмеження на продаж, що виключають конкуренцію між ліцензіаром і ліцензіатом на визначених ринках;
- розмір винагороди;
- захист інтелектуальної власності;
- законодавство.

Спільне підприємство. Спільне підприємство, найчастіше, створюється в одній з наступних форм:

- 1) партнерство;
- 2) угода про співробітництво;
- 3) спільне підприємство.

Партнерство – одна із самих гнучких форм співробітництва, тому що воно необмежено законодавством про компанії, у договорі про партнерство можна зафіксувати будь-які умови.

Угода про співробітництво являє собою звичайний контракт про спільну діяльність, без створення нової юридичної особи; воно полягає на короткий термін і зв'язано, як правило, з чи передачею обміном ноу-хау, провидінням спільних чи досліджень іншої діяльності.

Найбільш розповсюдженою формою спільної діяльності є **спільне** підприємство, його структура визначається статутом і законодавством держави в який його зареєстроване.

Перевагами створення такого підприємства є:

- обмеження ризику який розподіляється між партнерами;
- об'єднання взаємодоповнюючих ресурсів і ноу-хау;
- поділ витрат між партнерами;
- доступ до якості роботи на місцевому ринку.

До недоліків спільного підприємства можна віднести:

Зменшення мотивації до роботи (у зв'язку з необхідністю поділяти прибуток);

Утрата повного контролю над керуванням фірми;

Складність справедливого розподілу прибутку і небезпека виникнення клінчу (блокування) бізнесу при виникненні протиріч.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дойл Д. Как создать предприятие. Руководство для менеджеров, вкладчиков, экономических служб. - Таллин, 1991. - 101с.
2. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. - М.: Прогресс, 1992 - 253с.
3. Розенберг М.Г. Международная купля-продажа товаров. - М.: Юридическая литература, 1995 - 287с.
4. Как добиться успеха: Практ. советы деловым людям. Под общей ред. В.Е. Хруцкого. - М.; Республика, 1992 - 510с.
5. Савенков В.А., Федорова Е.А., Белоцерковский В.Н. Организация внешнеэкономической деятельности на предприятии. - Тула: Аналитический инглиринг центр, 1997 - 494с.
6. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. - М.: Финансы и статистика, 1996 - 128с.
7. Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж Ламбен., Р. Чумпитас, И. Шулинг. – СПб.: Питер, 2010. – 720 с.
8. Дубинець Ю. Теоретичні аспекти ризику зовнішньоекономічної діяльності будівельного підприємства. [Електронний ресурс] / Ю. Дубинець – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>.
9. Карпенко М. О. Захарченко О. В. Удосконалення організації зовнішньоекономічної діяльності на будівельному підприємстві. [Електронний ресурс] / М. О. Карпенко, О. В. Захарченко – Режим доступу: <http://www.finance-library.com.ua/>
10. Кахович Ю.О., Доценко Н.В., Саксаганська О.Р. Вибір зовнішньо- економічних партнерів – основа успішного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/>.
11. Струк Н. Аналіз і оцінка ділового партнерства підприємств в умовах ринку. / Н. Струк. - Львів: ІРДНАН України, 1997. - 93с.

12. Шавлюк А.О. Особливості аудиту ефективності ділового партнерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index>
13. Henningsson E., Rudén E. How to find an international business partner? Master's thesis within Business Administration, 2007, с.77.
14. Peek D. Evaluating and selecting a strategic partner [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bit.ly/>
15. Кахович Ю.А. Вибір зовнішньоекономічних партнерів – основа успішного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

Новобранов В.М., Жиликова Г.С., Братишко С.М. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВЫБОРА ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРА ПРИ ОРИЕНТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ НА ЕВРОПЕЙСКИЙ РЫНОК. Рассматриваются основные направления выбора делового партнера и потенциального сотрудничества с предприятиями государств еврозоны, создание совместных предприятий, взаимодействия с партнерами, практические аспекты передачи отдельных звеньев общей логистической

цепи. Анализируются возможности приспособления существующих возможностей логистической цепи для достижения цели исследования. Выделяются вопросы: критериев, согласования целей, анализа партнеров, форм делового сотрудничества и другие.

Ключевые слова: партнерство, сотрудничество, маркетинг, дистрибьюторское соглашение, лицензия, деловая репутация.

Novobranov VM, Gilyakova G.S., Bratishko S.M. BASIC SECTORS FOR CHOICE OF A BUSINESS PARTNER UNDER THE ORIENTATION OF BUILD INDUSTRY ENTERPRISES IN THE EUROPEAN MARKET. The main directions of choosing a business partner and potential cooperation with enterprises of the euro area states, establishment of joint ventures, interaction with partners and practical aspects of the transfer of individual links of the common logistics chain are considered. The possibilities of adapting the existing capabilities of the logistics chain to achieve the research goal are analyzed. The following issues are singled out: criteria, goal coordination, analysis of partners, forms of business cooperation, and others.

Keywords: partnership, cooperation, marketing, distribution agreement, license, business reputation.

УДК 666.97.033.16

Ємельяненко М.Г., Саєнко Л.В.

Харківський національний університет будівництва та архітектури

МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ ТА УТОЧНЕННЯ МЕТОДИКИ РОЗРАХУНКУ ДВОЧАСТОТНОГО ПРЕСУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ БЕТОННИХ ЕЛЕМЕНТІВ

У статті приведено результати моделювання динаміки двочастотного вібропреса для формування дрібноштучних бетонних виробів. Запропонований спосіб визначення статичних моментів дебалансних мас двочастотних збуджувачів вібрації, який враховує допустимі амплітуди складових коливань низької і високої частот, а також характеристики бетонної суміші і значення статичног пресового тиску.

Ключові слова: Формування бетонних елементів, двочастотний вібропрес, моделювання режимів роботи.

Вступ. В сучасний стан розвитку будівництва в Україні набули широкого застосування малогабаритні вироби мощення (тротуарні плитки, бетонна цегла, фігурні елементи тощо). Експлуатація тротуарних елементів в Києві, Харкові, Полтаві та інших містах підтверджує їх недостатню якість. Рішення

проблеми формування міцних та морозостійких елементів мощення можливе завдяки застосуванню ефективного вібропресового обладнання, яке спроектовано на основі науково обґрунтованих методів розрахунку та визначення раціональних параметрів. При цьому актуальним є використання нових ме-