МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
СЬОМОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

ОДЕСА-2018

УДК 334.716 (043.2)
ББК 65.29

Економіка підприємства : сучасні проблеми теорії та практики : Матеріали сьомої міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 вересня 2018 р. – Одеса, Атлант, 2018. – 248 с.

Для студентів економічних спеціальностей, викладачів, аспірантів і докторантів вищих навчальних закладів, підприємців і працівників управлінської діяльності підприємств та організацій

Укладач: доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності Одеського національного економічного університету Янковий О.Г.

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції з незначною загальною правкою укладача

ISBN 978-966-2361-93-3
© Одеський національний економічний університет. 2018

ЗМІСТ

1. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Гонтарева І.В. Хосин Канрі як метод підвищення якості продукції та послуг на підприємстві 9
Князєва Т.В. Розвиток сегменту екологічно орієнтованих споживачів в Україні 11
Бабець І.Г., Руда О.І., Логін Х.В. Конкурентоспроможність та економічна безпека підприємства: сутність і взаємозв'язок понять 13
Кошельок Г.В., Жамбей Т.В. Сучасні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства 15
Кунділовська Т.А., Неруца Л.В. Сертифікація органічної сільськогосподарської продукції як чинник конкурентоспроможності виробників 17
Сисоліна Н.П., Шагіна А.В. Чинники підвищення якості продукції та конкурентоспроможності машинобудівних підприємств 19
Соломаха І.В. Збереження якості зрізаних троянд за рахунок ефективної логістики 21
Траченко Л.А. Методологічні аспекти формування систем управління якістю на підприємствах сфери інжинірингу 23
Степанова Д.С., Степанова І.В. Реструктуризація як ефективний спосіб оздоровлення підприємства 25
Трушкіна Н.В. Клієнтоорієнтованість як стратегічна конкурентна перевага підприємства 27
Ярмоленко Ю.О. Якість аграрної продукції у контексті сталого розвитку 29
Бабій О.М., Тимченко К.С. Конкурентоспроможність у системі економічного потенціалу виноробного підприємства 31
Демченко К.В. Екологічна модернізація виробництва як фактор підвищення конкурентоспроможності виробників цементу 33

2. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Баранник Л.Б. Податки та їх роль в активізації інвестиційно-інноваційної діяльності підприємства 35
Карпенко Л.М. Інструментальна база стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства 37
Квасницька Р.С. Фактори впливу на інвестиційний потенціал підприємства 39
Рєпіна І.М. Аналіз інноваційної активності підприємств України 41
Борейко В.І. Інноваційно-інвестиційне забезпечення розвитку промислового комплексу України 43

Семенова В.Г. Підприємства платформи Industry 4.0 як перспективний напрямок інноваційного розвитку 45
Довбня С.Б., Думбрава Т.Л. Комплексний підхід до визначення інвестиційної привабливості підприємства 47
Жадько К.С., Носова Т.І. Інноваційні підходи формування звітності підприємницької діяльності: проблеми і переваги 49
Швиданенко Г.О., Теплюк М.А., **Будяєв М.О.** Активізація інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання 51
Швиданенко Г.О., Кирилюк О.В. Асиметрія розвитку підприємства в контексті інноваційних технологічних змін 53
Чуркіна І.Є. Інноваційно-інвестиційний розвиток вітчизняних підприємств **55**
Бабій О.М., Колодинський С.Б. Системна трансформація інноваційного підприємництва в Україні 57
Воронжак П.В., Карпенко Л.М. Організаційні засади інвестиційного контролінгу у міжнародному бізнесі: перспективи розвитку 59
Бойченко К.С. Підвищення ефективності управління інноваційним розвитком підприємства 61
Гура О.Л., Гнатенко Д.О. Вплив інноваційного інвестування на розвиток економіки України 63
Долгова Л.І. Інноваційні методи мотивації персоналу 65
Коваленко С.И. Трансграничные кластеры как фактор инновационного развития предприятий морской отрясли 67
Михайленко Н.О. Особливості оцінки інноваційно-інвестиційних проектів 69
Отливанська Г.А. Економічна цінність інвестиційної діяльності підприємства 71
Суліма Н.М. Інноваційна діяльність аграрних підприємств як чинник забезпечення конкурентоспроможності 73
Павлова Т.В., Котова І.М. Забезпечення інвестиційної привабливості підприємств на основі їх реструктуризації 75
Конакова К.М. Пріоритети державного регулювання інвестиційної привабливості України 77

3. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Школьний О.О. Формування стратегії управління інтелектуальною власністю в контексті сприяння розвитку інноваційно-інтелектуальних технологій 79
Ушачев И.Г. Приоритетные направления устойчивого социально-экономического развития АПК России 81
Коваленко О.В., Тюхтій М.П., Шилкіна Г.С. Виробничий потенціал підприємства: структурні елементи та фактори впливу 83

Довбня С.Б., Дрофа Є.А. Людський капітал як ключова складова системи збалансованих показників 85
Карпенко Л.М., Пляцек І.Р. Особливості застосування стратегічного конкурентного та маркетингового аналізу 87
Слободянюк О.В., Ротарь О.М. Стратегія розвитку НАСК «Оранта» в сучасних умовах 89
Кизенко О.О. Бізнес екосистема платформ як стратегічний вибір компанії 91
Головко О.Г., Ткаченко А.В., Жеваго Д.М. Стратегія управління прибутковістю підприємства 93
Кичук О.С. Тренинги как современные направления развития трудового потенциала работников предприятия 95
Літвінов О.С. Складові інтелектуального капіталу підприємства 97
Передало Х.С., Процик І.С. Підходи до формування етичної поведінки у бізнесі 99
Сабадирьова А.Л. Портфель стратегій капіталізації потенціалу підприємства 101
Smachylo V.V. Formation of the strategy of management of personnel potential on the basis of clustering 103
Танасюк І.М. Стратегія якості як основа створення конкурентних переваг підприємства 105
Федосєєва Г.С. Окремі питання вибору конкурентних стратегій виробниками сільськогосподарської продукції в умовах їх функціонування на світовому ринку 107
Янковець Т.М., Ковальова К.Л. Економічна сутність та структуризація людського капіталу підприємства 109
Янковець Т.М., Палічева М.Р. Перспективи українських виробників на європейському ринку одягу 111
Коренман Є.М. Сучасні напрямки розробки стратегії підприємства на прикладі ПрАТ «Одесавинпром» 113
Малікова І.П., Терещенко О.М. Власний капітал – основа самостійності та незалежності підприємства 115
Парфентьєва О.Г. Стратегічний розвиток автотранспортних підприємств 117
Партола А.І. Перспективи розвитку підприємств річкового транспорту в Україні 119
Салавеліс Д.Є. Консалтинговий супровід бенчмаркінгу потенціалу підприємства 121
Яворський С.В. Стратегічні напрямки вдосконалення управління фінансами підприємств енергетичної галузі 123

4. ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Пантелеєв В.П. Контрольна складова об’єднання компаній за прикладом країн ЄС 125

Шалімова Н.С. Розгляд суб'єктом аудиторської діяльності скарг та звинувачень: політика та процедури як складова внутрішньої системи контролю якості 127
Єгупов Ю.А. Розвиток підходів до здійснення балансових розрахунків виробничої потужності підприємства 129
Єгупов Ю.А., Єгупова І.М. Щодо доцільності об'єднання плану продажів із виробничою програмою підприємства 131
Чернова В.В., Комарніцька К.В. Організація контролінгу на підприємстві 133
Іcаншина Г.Ю. Модернізація системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі України 135
Іванова А.Г. Проблеми впровадження стратегічного планування на вітчизняних промислових підприємствах 137

5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Янковий О.Г., Грінченко Р.В. Теоретичні засади формування бізнес-моделей підприємств 139
Коротаев С.Л., Немеровец А.В. Аутсорсинг бухгалтерских услуг в Беларуси: преимущества и риски 141
Grzybowska-Brzezińska M., Горлова О.П. Теоретические подходы к моделированию интегрированной системы менеджмента предприятием 143
Майорова І.М., Андрюсенко Г.М. Інтегроване управління логістичними витратами промислового підприємства 145
Волот О.І. Віртуальні підприємства в умовах застосування сучасних інформаційних технологій 147
Voloshyna V. Self-leadership, dark-triad and leader motive profile theory: the mediation effect of power, achievement and affiliation 149
Іванов А.М. Нестандартні маркетингові пропозиції як індивідуальність готелю 150
Карташов С.В. Застосування Інтернет-маркетингу в практиці українських підприємств 153
Кузьменко Г.І. Підходи до визначення та забезпечення ефективності податкової облікової політики як інструменту оптимізації оподаткування 155
Дробишева О.О., Бучакчійська Ю.М. Особливості управління прибутком на вітчизняних підприємствах в умовах кризи 157
Дутова Н.В., Коваль Х.О. Електронне документування облікової інформації 159
Кірнос І.О. Готовність до праці у пенсійному віці: опитування персоналу 161
Кошельок Г.В. Ефективне управління грошовими потоками підприємства 163
Ланченко Є.О. Соціально-трудові відносини в державних сільськогосподарських підприємствах 165
Ліхоносова Г.С. Простір регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємстві 167
Скіцько В.І. Вплив цифрових технологій на життєздатність логістичних систем цифрової економіки 169

Пудичева Г.О., Малишко В.С. Основні фактори використання реверсивної логістики 171
Капталан С.М. Статичні економічні складові організаційно-економічного забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю агропромислових формувань 173
Баран О.Р. Оптимізація виробництва сільськогосподарських підприємств на агроландшафтній основі 175
Горобец Т.А. Управление эффективностью деятельности предприятий малого и среднего бизнеса 177
Назарук О.М. Еволюція становлення державної регуляторної політики в АПК України 179

6. МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Янковий О.Г., Мельник Н.В. Небезпека використання внутрішньої норми прибутку в якості критерію прийнятності інвестиційних проектів 181
Гут Л.В. Моделювання ціни закупівлі товару та ефективності комерційних угод підприємствами торгівлі 184
Мацкул В.М., Мацкул М.В. Оцінювання нерухомості за допомогою кваліметричного моделювання 186
Милашко О.Г. Динаміка попиту та пропозиції закладів оздоровлення та відпочинку Одеської області 188
Семенова К.Д. Аналіз тенденцій заробітної плати і продуктивності праці в Україні 190
Ткач О.В. Аналіз ефективності інвестування для збереження родючості ґрунтів за рахунок протиерозійної меліорації 192
Янковий В.О. Фондоозброєність підприємства і виробничі функції 194
Rudzewicz A. Impact of trust on consumer loyalty 196
Орленко О.М. Виявлення впливу факторів на продуктивність праці за допомогою математико-статистичного моделювання 197
Буздиган М.О. Методика оцінки виробничої складової ділової активності підприємств 199

7. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГЕТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Дегтярьова О.О. Щодо порівняльної оцінки рівня енергоефективності 201
Купінець Л.Є. Складові комерціалізації використання відновлюваної енергії на підприємствах агропродовольчого комплексу 203
Дубровська В.В., Шкляр В.І., Пєлєвін А.С. Техніко-економічна оцінка використання міні ГЕС з різними типами гідротурбін 205
Загарій В.К. Відновлювана енергетика України: сучасний стан та перспективи 207

Шкляр В.І., Дубровська В.В., Рожок Р.В. Визначення економічної доцільності використання геліосистеми та теплового насосу для теплопостачання будівлі 209
Тащеєв Ю.В. Оцінка частки відновлюваної енергії в заходах з енергозбереження 211
Кирильчук І.Г., Тащеєв Ю.В. Потенціал енергозбереження первинних викопних ресурсів підприємств за рахунок сонячної енергетики 213

8. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОГО ОТОЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Яковлєв А.І. Визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності в умовах глобальної економіки 215
Grzybowska-Brzezińska M., Kuberska D. Generation "Z" on the labor market challenges for human resource managers 217
Goncharuk A.G. What they really need: a study of the motivation of medical staff 218
Мельник О.Г., Тодощук А.В., Адамів М.Є. Ключові проблеми митного середовища функціонування підприємств 220
Пунько Б.М. Міжнародний бізнес ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» 222
Степанов В.Н. О внешней подсистеме экономической системы в контексте теории нелинейности 224
Grzybowska-Brzezińska M., Kuberska D. Dimensions of percepting of ecological attributes of food products in consumer elections 226
Король С.Я. Зацікавлені і заінтересовані сторони як учасники економічних процесів 227
Шандова Н.В. Використання сценарного підходу в дослідженні бізнес-середовища промислових підприємств 230
Погорєлова Т.В. Ефективність розвитку агробізнесу в Україні 232
Куклінова Т.В., Левченко С.П. Перспективи розвитку Інтернет-торгівлі в Україні 234
Бошота Н.В. Економічна безпека туристичних підприємств 236
Прунцева Г.О. Концепція сталого розвитку як інструмент реалізації основ фізичної економії 238
Чухраєва Н.М. Сучасні технології для формування споживчої піраміди 240
Паливода Т.В. Стратегія фінансового менеджменту елементів нематеріальної культурної спадщини України 242
Петрушенко Н.В. Фактори впливу нестабільного зовнішнього середовища на розвиток туристичної галузі в Україні 243
Поддубная В.Г. Аспекты развития розничного банка в условиях технологий Big Data 245
Фролова Н.Л. Деструктивні фактори макрооточення суб'єктів малого та середнього підприємництва в Україні 247

1. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Гонтарева І.В.
д.е.н., професор
Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця
(Україна)

ХОСИН КАНРІ ЯК МЕТОД ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Топ менеджери несуть відповідальність за встановлення ефективної політики, що відноситься до якості продукції та послуг, які їх підприємство надає споживачам, а також за формулювання середньострокових та довгострокових планів контролю якості для досягнення цієї мети. Вони також повинні перевіряти рівень організації контролю якості у відповідності до плану і ступінь досягнення запланованої якості, а також проводити корекційні дії. Така діяльність виявляє конкретні напрями контролю, що заслуговують уваги менеджерів всіх рівнів, і дозволяє стежити за досягнутими результатами, а також допомагає виявляти проблеми якості на підприємстві.

Проблеми оцінки, організації та контроля якості розглянуто у роботах Е. Демінга, Дж. Джурана та Ф. Кросбі [1], а також В.В. Биби та Н.Б. Теницької [2] та ін. Однак при використанні цих наробок у діяльності конкретних підприємств виникають труднощі, коли керівники підприємств потрапляють у тиски стереотипного мислення і не можуть ефективно реалізувати інноваційні підходи. Метою роботи є виділення сучасного метода з підвищення якості продукції та послуг на вітчизняних підприємствах.

Сучасним методом у світі є Хосин Канрі (Hoshin Kanri) – японський підхід до розробки стратегії та політики вищого керівництва, при якому ресурси спрямовуються на цілі, які критичні для якості бізнесу [3]. В процесі практичної реалізації цього методу встановлюються напрямки діяльності підприємства, цілі та інструменти, що використовуються для їх досягнення, і сприяють залученню керівників та персоналу для формуванні загального бачення та плану дій з його досягнення у вигляді матриці. Хосин Канрі має позитивні результати застосування спочатку в японських компаніях (наприклад, Bridgstone, Toyota і Komatsu,), а його розповсюдження на Заході пов'язане з використанням Total Quality Management на провідних підприємствах світу (наприклад, HewlettPackard, Florida Power & Light, Procter & Gamble, Exxon, Texas Instruments, Xerox; Intel) [4]. В деяких дослідженнях Хосин Канрі розглядається як процес розгортання політики (Policy Deployment) або управління політикою.

В основу методу Хосин Канрі покладено [5]: 1) систему загального управління якістю (TQM – Total Quality Management); 2) цикл Демінга або PDCA (Plan Do Check Act, Плануй Роби Перевіряй Виконуй); 3) метод шести сигм; 4) основні принципи ощадливого виробництва; 5) концепцію управління за цілями (MBO); 6) систему Kaizen.

Головна перевага методу Хосин Канрі полягає в тому, щоб зосередити увагу на ключових питаннях необхідних для успіху підприємства, а управління якістю на підприємстві з використанням цього методу має взаємопов'язані завдання, що спрямовані на: 1. Об'єднання всього персоналу, що працює на підприємстві, у прагненні до досягнення його основних цілей. При цьому використовується така система мотивації, що створює атмосферу зацікавленості у ефективній діяльності підприємства. 2. Взаємозв'язок всіх видів планових завдань, як зі звичайної щоденної роботи, так і роботи з розвитку, цілеспрямовані на досягнення позитивних результатів діяльності підприємства. 3. Об'єднання та координацію зусиль персоналу та ресурсів для підвищення якості продукції та послуг підприємства. 4. Швидке та ефективне управління цілями та діяльністю підприємства у відповідності зі швидкими громадськими та іншими змінами у зовнішньому середовищі.

Підвищення якості згідно з Хосин Канрі досягається шляхом створення методів, що дозволяють знизити витрати та підвищити продуктивність персоналу. Розробка нових продуктів, що мають високий рівень якості, тобто відповідають реальним потребам споживачів у певний час, створює нові та розширює ніші на існуючих ринках, а також підвищує ефективність діяльності підприємства. Застосування такого способу підвищення якості через вдосконалення та розробку абсолютно нових продуктів і послуг – це складна робота, що передбачає втілення інноваційних ідей у практичній діяльності та досягнення позитивних кінцевих результатів.

Таким чином, застосування методу Хосин Канрі дозволило підвищити якість та рівень управління на провідних підприємствах світу. Напрямом подальших досліджень є його адаптація до діяльності українських підприємств.

Література

1. Суарез Дж. Геральд. Три Эксперта в области управления качеством: Филипп Кросби, Эдвардс Деминг, Джозеф Джуран / Дж. Геральд Суарез // TQLO. – 1992. – № 92.
2. Биба В.В. Якість продукції як чинник конкурентоспроможності підприємства / В.В. Биба, Н.Б. Теницька // ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО. – 2017. – Випуск № 12 / 2017. – С. 171-176.
3. Witcher B. Hoshin Kanri at Hewlett-Packard / B. Witcher, R. Butterworth // Journal of General Management, 2000. – Vol. 25 № 4. – P. 70-85.
4. Mohamed Z. Excellence is Born out of Effective Strategic Deployment: The Impact of Hoshin Planning / M. Zairi, A. Erskine // International Journal of Applied Strategic Management, 2017. – Volume 2 Issue 2 Special Edition. – P. 1-28. Access mode: http://www.managementjournals.com/journals/strategic/vol2/12-2-2-2.pdf
5. Джексон Т. Хосин канри : как заставить стратегию работать / Т. Джексон; пер. с англ. – М. : Институт комплексных стратегических исследований, 2008. – 248 с.

Князєва Т.В.
д.е.н., доцент
Національний авіаційний університет (Україна)

РОЗВИТОК СЕГМЕНТУ ЕКОЛОГІЧНО ОРІЄНТОВАНИХ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ

В системі світового господарства інтенсивно скорочуються енергетичні ресурси внаслідок зростання урбанізації населення, зменшуються площі якісних сільськогосподарських угідь в результаті використання інтенсивного типу господарювання. Ще одним фактором формування екологічно-орієнтованих стратегій є все більш масштабне поширення інформаційної пропаганди про стан екологічної ситуації, що погіршується, агресивної і все більш небезпечної з боку засобів масової інформації.

Вище названі тенденції стимулюють споживачів віддавати перевагу якісним продуктам, а підприємства і представників науки мотивують розробляти нові способи виробництва і просування продуктів.

Проблеми захисту навколишнього середовища стали серйозним імпульсом до зміни системи цінностей суспільства в глобальному масштабі. Як з'ясували соціологічні опитування, проведені в 2000 р. в 16 країнах (4600 інтерв'ю), більше 80% всіх респондентів погодилися з твердженням: «Я дуже сильно стурбований станом навколишнього середовища» [4].

Українці серед основних проблем для країни в опитуванні, яке проведено по всій країні в рамках реалізації проекту Програми розвитку ООН «Інтеграція положень Конвенцій Ріо у національну політику України» в лютому-березні 2017 року, екологічні проблеми теж виділяють – забруднення навколишнього середовища 13,4% всіх респондентів, вичерпання природних ресурсів 5,8% [1; 3].

Ринок екологічних товарів і послуг демонструє значне зростання в останні 17 років, з 2000 р. ринок виріс більш ніж в 40 разів. Сьогодні ключовими споживачами екологічних товарів і послуг є шість держав: США, Китай, Японія, Нідерланди, Німеччина, Великобританія [4]. На них припадає більше третини попиту. Ці ж держави є лідерами в галузі інвестування в екологічно безпечні технології та відновлювальні джерела енергії.

В країнах Європейського союзу має чинність Директива Європейського парламенту та Ради 2008/98/ЄС від 19 листопада 2008 р. про відходи. Україна, Згідно з Угодою про асоціацію з ЄС, має імплементувати європейські стандарти поводження з відходами. Даною директивою передбачається запровадження чіткої ієрархію пріоритетів поводження з відходами, приблизно так, як це реалізовано в країнах ЄС: 1) запобігання; 2) підготовка до повторного використання; 3) переробка; 4) інший тип утилізації, наприклад для відновлення енергії; 5) ліквідація (видалення на звалища) [2]. Практика сьогодення для нашої країни – зворотна ієрархія. Така чітка структуризація – головна новація, якої в майбутньому повинна буде дотримуватися Україна.

На рис. відображений ланцюжок цілей і завдань, спрямованих на розвиток ринку екологічних продуктів і формування екологічно орієнтованої поведінки економічних суб'єктів.

Рис. – Формування еколого-орієнтованої поведінки економічних суб'єктів
(розвинуто автором)

З рис. видно, що через розробку інструментарію еколого-відповідального маркетингу і його поетапне впровадження на підприємствах можна розвинути ринок екологічних продуктів за допомогою реалізації різної ініціативної екологічної діяльності та задоволення споживчого попиту в окремих споживачів. Через розвиток ринку екологічних товарів будуть вирішуватися екологічні проблеми, збільшуватися прибуток підприємств, підвищуватися матеріальний добробут суспільства і з'явиться усвідомлена необхідність розробки нових програм сертифікації продукції.

Література

1. Доклад о Целях в области устойчивого развития, 2017 // https://unstats.un.org/sdgs/files/report/2017/TheSustainableDevelopmentGoalsReport2017_Russian.pdf.

2. Смітити по-європейськи : що має змінити Україна. – Європейська правда, 2015 // http: www.eurointegration.com.ua/experts/2015/11/16/7040585/и

3. Уявлення населення України про сталий розвиток : аналітичний звіт, 2017/http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/library/democratic_governance/report_population_perception_sustainable_development.html

4. Mahmoud, M. A.; Blankson, Ch.; Hinson, R. E. (2017). Market orientation and corporate social responsibility: towards an integrated conceptual framework. – International Journal of Corporate Social Responsibility.
https://doi.org/10.1186/s40991-017-0020-1

Бабець І.Г.
д.е.н., доцент
Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій (Україна),
Руда О.І.
к.е.н., доцент,
Логін Х.В.
магістрант
Львівський державний університет внутрішніх справ (Україна)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ І ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ПОНЯТЬ

Становлення ринкового середовища в Україні супроводжується посиленням конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання, які виробляють аналогічні товари або надають послуги. Здатність підприємства зберігати чи зміцнювати свої ринкові позиції характеризує його конкурентоспроможність. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності нерозривно пов'язані зі станом економічної безпеки підприємства, оскільки міцні конкурентні позиції підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках сприяють стабільній його прибутковості та забезпечують відповідність основних фінансових показників критеріям безпеки.

Згідно визначення М. Портера, конкурентоспроможність підприємства - це порівняльна перевага по відношенню до інших фірм, здатність суб'єкта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкуруючими суб'єктами [1, с. 76]. При цьому зауважимо, що конкурентоспроможність також може характеризувати підприємство, яке є лідером на ринку продукції, тобто – краще за конкурентів. Відповідно, важливою ознакою конкурентоспроможності стає здатність підприємства за рахунок своїх конкурентних переваг отримувати прибуток, більший ніж у конкурента.

Категорія «конкурентоспроможність підприємства» має забезпечуватися показниками високої виробничої ефективності, яка досягається завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованому персоналу та здатності завоювати й тривалий час утримувати власну ринкову нішу, що реалізується за рахунок ефективного використання принципів маркетингового управління [2, с. 278]. Конкурентні переваги підприємства визначаються ефективністю використання його потенціалу конкурентоспроможності. Своєю чергою, фінансово-економічні показники взаємопов'язані з такими складовими потенціалу конкурентоспроможності підприємства, як: маркетингова (ринкова частка підприємства, обсяги та динаміка товарообороту, його структуру, ефективність функціонування та позиціонування в межах цільового ринкового сегмента, чисельність лояльних покупців); фінансово-інвестиційна (залучені фінансові та інвестиційні ресурси, ефективність їх використання, раціональна структура капіталу); матеріально-технічна (можливості підприємства щодо залучення та ефективного використання необоротних та оборотних активів); інтелектуально-кадрова (кадрові та інтелектуальні ресурси, ефективність їх

використання); інноваційна (можливості підприємства до розробки (залучення), впровадження та ефективного використання нововведень) [3, с. 108-109].

Економічна безпека підприємства визначається як стан ефективного використання ресурсів підприємства та наявних ринкових можливостей, що дозволяє попереджати зовнішні та внутрішні загрози, забезпечує життєздатність і стабільний розвиток на ринку відповідно до вибраної місії [4]. Згідно ресурсного підходу, сутністю економічної безпеки є достатність та ефективне використання корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, інформації, технології, техніки), що становить основу ідентифікації негативних чинників впливу для кожної групи засобів з метою формування системи заходів протидії цим загрозам. Для оцінки стану економічної безпеки підприємства формується система індикаторів, яка включає показники платоспроможності, ділової активності, фінансової стійкості і прибутковості (розраховані за даними фінансової звітності). Такий підхід дозволяє окреслити взаємозв'язок економічної безпеки з потенціалом конкурентоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства, хоча й оцінюється в певний момент часу, є характеристикою динамічною, оскільки змінюється залежно від здатності керівництва використовувати ресурсний потенціал і зберігати або покращувати ринкові позиції фірми. Підприємство з низьким початковим рівнем конкурентоспроможності, яке впровадило нову технологію або вийшло на ринок з інноваційною продукцією, через деякий час може стати лідером в галузі. Відповідно, згідно процесного підходу, зростання прибутку і покращення фінансових показників діяльності підприємства, свідчить про зміцнення його економічної безпеки.

Таким чином, система економічної безпеки підприємства, охоплює статичний та динамічний складники. Статичний – відображає стан безпеки підприємства в певний момент часу, а динамічний – темпи зміни рівня економічної безпеки, визначені на основі зміни показників економічного розвитку підприємства відносно критеріїв безпеки. Отже, економічна безпека підприємства також є категорією динамічною і визначається послідовними змінами стану системи, які характеризують його здатність протидіяти впливу дестабілізуючих внутрішніх і зовнішніх чинників та максимізувати прибуток.

Література

1. Porter M. E. Competitive Advantage of Nations / M. E. Porter. – New York : Free Press, 1990. – 426 p.
2. Мануйлович Ю. М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013, № 4. – С. 274-282.
3. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.
4. Ильяшенко С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке / С. Н. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 3 (21). – С. 11-20.

Кошельок Г.В.
к.е.н, доцент,
Жамбей Т.В.
магістр
Одеський національний економічний університет (Україна)

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка конкурентоспроможності підприємства представляє собою складне багатофакторне завдання, яке зводиться до інтерпретації та оцінки комплексу показників, що характеризують різні сторони діяльності підприємства, що формують його конкурентоспроможність [1, с. 183]. Така оцінка дає можливість визначити сильні та слабкі сторони підприємства, виявляти його приховані потенційні можливості і, відповідно до цього, максимально удосконалити його стратегію функціонування, розробляти заходи щодо розвитку конкурентних переваг та адаптувати підприємство в мінливих умовах господарювання, що дає можливість перемагати в конкурентній боротьбі [2, с. 11].

Найбільш розповсюдженим методом визначення конкуренто-спроможності підприємств є методика, заснована на теорії ефективної конкуренції. Згідно з цією теорією найбільш конкурентоспроможними є підприємства, де найкращим чином організована робота всіх підрозділів та служб як системи. На ефективність діяльності кожної служби впливає багато факторів [3, с. 245].

Оцінка конкурентоспроможності підприємства методом переваг передбачає порівняння його характеристик, властивостей і марок товарів, що порівнюються з аналогічними показниками пріоритетних конкурентів (такими, які займають найкращі позиції на ринку) з метою визначення тих, які створюють переваги підприємства над конкурентами в будь-якій галузі діяльності.

Метод таксономії або таксономічний аналіз являє собою досить ефективний інструмент оцінки латентних ознак в економіці. Головна ідея даного методу полягає в тому, що кількісна величина функції схожості кожного об’єкта з еталоном може розглядатися як деяка інтегральна оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства, тобто латентного показника [1, с. 56]. Матричні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства базуються на використанні матриці – таблиці впорядкованих за рядками та стовпцями елементів.

У матриці БКГ, одній із найвідоміших і найпростіших, розробленій в 60-х роках ХХ ст. Бостонською консалтинговою групою, розглядаються лише дві змінні: відносна частка ринку і темп росту ринку. Дана матриця має чимало переваг, але є і певні недоліки. Серед переваг можна виділити простоту, доступність, наочність, використання об’єктивних критеріїв привабливості та конкурентоспроможності, зменшення рівня суб’єктивізму. До недоліків

належать надмірна спрощеність, труднощі з оцінкою і визначенням масштабів ринку, ринкової частки підприємства і темпів зростання ринку.

На відміну від двохфакторної матриці БКГ, матриця McKinsey є багатофакторною. Вона складається уже не з чотирьох, а з дев'яти квадрантів і характеризує довгострокову привабливість галузі (ринку) та конкурентну позицію підприємства в ній [4, с. 35]. До переваг матриці McKinsey, відносять глибину (не призводить до спрощених висновків), гнучкість (згадані чинники вибираються відповідно до конкретної ситуації, що склалася на ринку), широту застосування. Незважаючи на переваги, дана матриця має і «вузькі місця», а саме: труднощі і суб'єктивізм при визначенні ваги певного чинника, рекомендації мають загальний характер і потребують уточнень.

Графічний метод оцінки конкурентоспроможності базується на побудові так званої «Радіальної діаграми конкурентоспроможності» або «Багатокутника конкурентоспроможності». Коло ділять радіальними оціночними шкалами на рівні сектори, кількість яких дорівнює кількості обраних критеріїв, шкали на радіальних прямих градуюють так, щоб всі значення критеріїв знаходилися всередині оціночного кола, значення критеріїв збільшувалися по мірі віддалення від центра кола. На кожній вісі з використанням відповідного масштабу вимірювання позначаються точки, що відповідають значенням критеріїв. По точках відповідно для кожного з підприємств необхідно провести ламану лінію, яка б і сформувала багатокутник [5, с. 388].

Для оцінки конкурентоспроможності найбільш ефективним буде одночасне застосування різних методик, результати яких доповнюють одна одну та дозволяють отримати найбільш повне уявлення про її рівень.

Література

1. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : монографія [Текст] / О. Г. Янковий. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.
2. Брижань І. А. Порівняння методів оцінювання конкуренто-спроможності підприємства [Текст] / І. А. Брижань, В. Я. Чевганова // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 4/5 (24). – С. 10-15.
3. Кошельок Г. В Сучасні підходи щодо оцінювання конкуренто-спроможності підприємств / Г. В. Кошельок / Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : [монографія] / за заг. редакцією проф. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2017. – С. 236-247.
4. Вертелєва О. С. Фактори міжнародної конкурентоспроможності України [Текст] / О. С. Вертелєва // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – № 3. – С. 33-48.
5. Сахно І. В. Аналіз основних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств / І. В. Сахно // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 2, Ч. 2. – С. 385-390.

Кунділовська Т.А.
к.т.н., доцент,
Неруца Л.В.
аспірант
Одеський національний економічний університет (Україна)

СЕРТИФІКАЦІЯ ОРГАНІЧНОЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИКІВ

Україна стала невід'ємною складовою глобального ринку органічної продукції, що забезпечує попит різних країн світу, та входить до числа 20-ти країн – найбільших світових експортерів. Вітчизняні аграрії стрімко займають органічну нішу. За інформацією FiBL та IFOAM, у 2016 р. в Україні нараховувалось 294 господарства, що отримало статус «органічного», а загальна площа сільськогосподарських земель, обробіток яких здійснювався з дотриманням принципів органічного виробництва, склала 381,2 тис. га (0,9% від загальної площі земель сільськогосподарського призначення України), з яких 91,6 тис. га перебували у перехідному періоді. Серед європейських країн Україна займає 11 місце за цим показником [1]. Лідерами за площею органічних земель є Одеська обл. – 88,9 тис. га, Херсонська обл. – 46, 1 тис. га, Дніпропетровська обл. – 37,8 тис. га. Під вирощуванням зернових культур зайняті 45,4% сільськогосподарських площ, 18% займають олійні, 5,3% – бобові, овочі – 1,6%, фрукти – 0,7% [2].

За оцінкою аналітиків ІА «АПК-Інформ», експорт органічних зернових, олійних культур та продуктів їх переробки в сумі за 2017 рік зріс на 10% в натуральному і на 7% у вартісному вираженні – до 207 тис. тонн або 42 млн. євро порівняно з 2016 р. При порівнянні з 2015 р. цей приріст склав 80% та 59% відповідно [3].

Проте у сфері вирощування органічної продукції ризики є значно вищими, ніж для традиційного господарства. За останній рік відбувається часткова десертифікація площ та культур, зміна аграріями сертифікаційних органів та стандартів, відмова фермерів вирощувати органіку внаслідок низької культури співробітників органічних підприємств, складностей планування, фінансових проблем, збільшення витрат на паливо та заробітну плату, труднощів у виборі засобів захисту рослин тощо. Деякі фахівці ринку органічної продукції стверджують, що є певна частка «умовно органічної продукції», при вирощуванні якої частково застосовуються і мінеральні добрива, і хімічні засоби захисту рослин, проте вони мають сертифікаційні органічні посвідчення [4].

Ускладнює ситуацію відсутність вітчизняних стандартів органічного виробництва, не затвердження правил сертифікації продукції та акредитації сертифікаційних органів. Українські виробники проходять сертифікацію згідно нормативних актів інших країн. Велика кількість органічних стандартів ускладнює вибір найбільш придатного стандарту для сертифікації, що в першу

чергу залежить від кінцевого споживача продукції. У таких умовах, лише підприємства, що сертифікують продукцію за європейськими стандартами, мають можливість імпортувати товари до європейських країн та бути конкурентоспроможними. Така сертифікація проводиться відповідно до стандарту Міжнародних акредитованих органів сертифікації з органічного виробництва і переробки, еквівалентного Постановам Ради (ЄС) № 834/2007 та 889/2008 «Стосовно органічного виробництва і маркування органічних продуктів» за допомогою приватних організацій з сертифікації «Органік Стандарт», «Інтерсерт Україна», «Bureua veritas», «SGS» та ін. [5].

В даний час процес реформування законодавства у сфері сільського господарства розпочався. 10 липня 2018 р. Верховна Рада України прийняла Закон України № 5448-д «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», який встановлює загальні засади правового регулювання у сфері органічного виробництва агропродукції. Зазначеним Законом запроваджується чітка та прозора система реєстрації органів сертифікації, операторів ринку органічної продукції, визначається механізм державного контролю за діяльністю суб'єктів ринку органічної продукції та встановлює їх відповідальність за порушення законодавства у цій сфері. Разом з цим регламентуються процедури сертифікації органічного виробництва й обігу органічної продукції, встановлюються вимоги до органів сертифікації та їх функції [6].

Імплементація положень даного Закону гарантуватиме всім споживачам впевненість у відповідності продукції, яка маркується як органічна, сприятиме захисту операторів ринку від недобросовісної конкуренції, забезпечить прозорі умови ведення бізнесу у сфері виробництва та обігу органічної продукції.

Література

1. Швейцарсько-український проект «Розвиток органічного ринку в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukraine.fibl.org.
2. Другий міжнародний конгрес «Органічна Україна 2018» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euroagrochem.com/organic-ukraine-2018
3. За 2 роки експорт органічної продукції з України зріс на 80% [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. https//agronews/ua/node/90146
4. Лукьяненко Г. В Украине процветает рынок «недоорганики» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://latifundist.cominterview/414-gleb-lukyanenko-v-ukraine-protsvetaet-rynok-nedoorganiki
5. ТОВ «Органік стандарт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.organicstandard.com.ua/ua.
6. Прийнято Закон про основні принципи та вимоги до органічного виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minagro.gov.ua/node/26015.

Сисоліна Н.П.
к.е.н., доцент,
Шагіна А.В.
магістр
Центральноукраїнський національний технічний університет (Україна)

ЧИННИКИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проблеми підвищення конкурентоспроможності та прибутковості діяльності підприємств, а також пошуку шляхів їх вирішення є актуальними та в той же час складними питаннями сучасної економіки підприємства, їх рішення дозволяє кожному конкретному підприємству вижити в умовах жорсткої ринкової конкуренції. Одним з основних джерел підвищення конкурентоспроможності та прибутковості діяльності підприємств, зокрема машинобудівних, є впровадження нових технологій та ефективної системи якості.

Ефективна система якості має важливий вплив не тільки на конкурентоспроможність продукції, а також на рентабельність підприємства, оптимізуючи витрати на виготовлення продукції і пов'язаних із експлуатацією обладнання.

Останнім часом ринкова економіка висуває принципово інші вимоги до якості продукції, що випускається. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі виживання будь-якої фірми є її стійке положення на ринку товарів і послуг визначаються рівнем конкурентоспроможності. У свою чергу, конкурентоспроможність пов'язана з різними чинниками, такими як рівнем ціни, рівнем якості продукції, обсягом продаж, економією всіх видів ресурсів, рентабельністю, продуктивністю праці та ін.

Тим самим, конкуруючий ринок диктує свої умови з точки зору якості. Впровадження нової та екологічно безпечної технології може дозволити випуск продукції, конкурентоспроможної на внутрішньому і зовнішньому ринках. Більш повне використання сировини, зменшення обсягів отримання виробничих відходів, оновлення, розширення і оптимізацію асортименту виробленої продукції машинобудівних підприємств.

Так, ПАТ «Гідросила», що виробляє широку номенклатуру шестеренних та масляних насосів для тракторів, автомобілів, сільськогосподарських та інших машин, звертає більшу увагу на якість продукції, як одного з важливих чинників підвищення конкурентоспроможності.

На глобальному рівні ПАТ «Гідросила» конкурує з такими виробниками як Casappa (найбільший постачальник з 50% часткою ринку), Rexroth, Parker, Concentric, Turolla, Shimadzu, ТОВ «ВАЗ» та ін., що працюють в основному на первинному ринку. Інші виробники мають або обмежений асортиментний ряд або конкурують на регіональних ринках.

Відзначимо, що вторинний ринок насосів шестеренних перенасичений. Виробництво шестеренних насосів в алюмінієвому прокаті фрагментовано між численними виробниками. Ринок Європейського регіону становить близько 220 тис. вузлів.

Для того, щоб конкурувати з фірмами лідерами підприємство удосконалює виробництво, вкладаючи інвестиції в нові технології. Основним напрямком капітальних інвестицій підприємства стала закупівля сучасного технологічного обладнання.

Наприклад, впровадження нової технології виготовлення відливок на автоматизованому ливарному комплексі TST630 і машині для лиття під тиском TST250 фірми «TEBOWA-MGP» (Придністровська Молдавська Республіка) відливок блоків втулок і кришок насосів, кришок та корпусів гідро розподільників, що дозволило провести зміну конструкції насосів, понизити собівартість за рахунок зниження металоємності і витрат на механічну обробку (зменшення припусків на механічну обробку) на ПАТ «Гідросила».

Підприємство проводить заходи по покращенню експлуатаційних показників насосів шестеренних таких як енергозбереження, забезпечення екологічної безпеки, підвищення надійності, спрощення ремонтно-відновлювальних робіт, всеосяжна уніфікація параметрів і розмірів (стандарти ISO), підвищення якості на основі сертифікації виробництва по ISO 9000 та стандартизації методів випробувань, широке використання комп'ютерного проектування і випробувань добре ідентифікованих комп'ютерних моделей, що дає можливість конкурувати зі світовими лідерами продажів насосів шестеренних.

В результаті проведених заходів відбувається поступове зростання продажу продукції. Так, у 2015 р. підприємством реалізовано готової продукції 612 тис. шт., у 2016 р. – 646 тис. шт., у 2017 р. – 654 тис. шт.

Таким чином, під час дослідження чинників підвищення якості продукції та конкурентоспроможності машинобудівних підприємств відзначено, що необхідно проводити осучаснення виробничих процесів, а також більше уваги приділяти взаємозв’язку підвищення якості та конкурентоспроможності. Для того, щоб збудувати міцну позицію на ринку, стати конкурентоспроможним підприємством необхідно вкладати інвестиції в нові технології, які підвищують якість продукції підприємства, за рахунок чого в подальшому можна знизити витрати на виробництво.

Соломаха І.В.
к.е.н., доцент
Чернігівський національний технологічний університет (Україна)

ЗБЕРЕЖЕННЯ ЯКОСТІ ЗРІЗАНИХ ТРОЯНД ЗА РАХУНОК ЕФЕКТИВНОЇ ЛОГІСТИКИ

Зрізані квіти – це особливий вид продукції, для збереження якої не завжди придатні традиційні способи, які використовують у сільськогосподарській практиці. За своєю природою зрізані квіти, на відміну від іншої сільськогосподарської продукції, не мають періоду спокою, що в значній мірі впливає на терміни їх зберігання. А в таких умовах важливо організувати в кожному квітковому господарстві чітку логістику: господарство → торгова мережа → споживач. Особливої уваги набуває так звана Fresh Logistics – "свіжа" логістика, яка займається товарорухом саме швидкопсувних товарів, які характеризуються короткими термінами зберігання, різною якістю продукції, значними коливаннями попиту та пропозиції.

Повна схема товароруху квітів має наступний вигляд: виробник → аукціон → оптовик → роздрібний продавець → споживач.

На конкурентоспроможність та термін гарного стану зрізаних троянд впливають наступні фактори:

*1) генетичний потенціал сорту троянди(*гени визначають максимальний період, що зрізана квітка здатна простояти в гарному стані);

*2) умови вирощування квітки (*вологість, світло, температура в процесі вирощування квітки, добрива, захист квітів);

3) умови зрізання троянд;

4) умови утримання квітів після зрізу.

Необхідно організувати рух зрізаних троянд, їх продаж споживачам і відповідні механізми контролю так, щоб забезпечити незмінно високу якість логістичного обслуговування при оптимальних витратах. До ефективних належать вибір раціонального виду транспорту, що забезпечує оптимальні умови під час транспортування, швидке проходження митних процедур, дотримання оптимальних режимів зберігання, використання сучасних ІТ-технологій тощо. При цьому необхідно мати холодильні камери з автоматичним регулюванням температури і вологості повітря, хімічні поживні суміші, спеціальну тару, пакувальний матеріал. Сьогодні в квітковому бізнесі ефективно використовуються такі консерванти: Aluminium Sulphate ($AlSO_4$), T.S. (Silver Thio Sulphate) Solution, Chlorine, RVB Chrysal, Florissant та інші.

Процес логістики троянд складається з таких етапів: збір врожаю, попереднє охолодження в камері, делефінірування, сортування і групування, охолодження, пакування, транспортування до продавця. Особливості кожного етапу представлені на рис. Все це необхідно розглядати як ланки єдиного логістичного ланцюга поставок, в якому головним завданням є високоякісна доставка квіткової продукції споживачам.

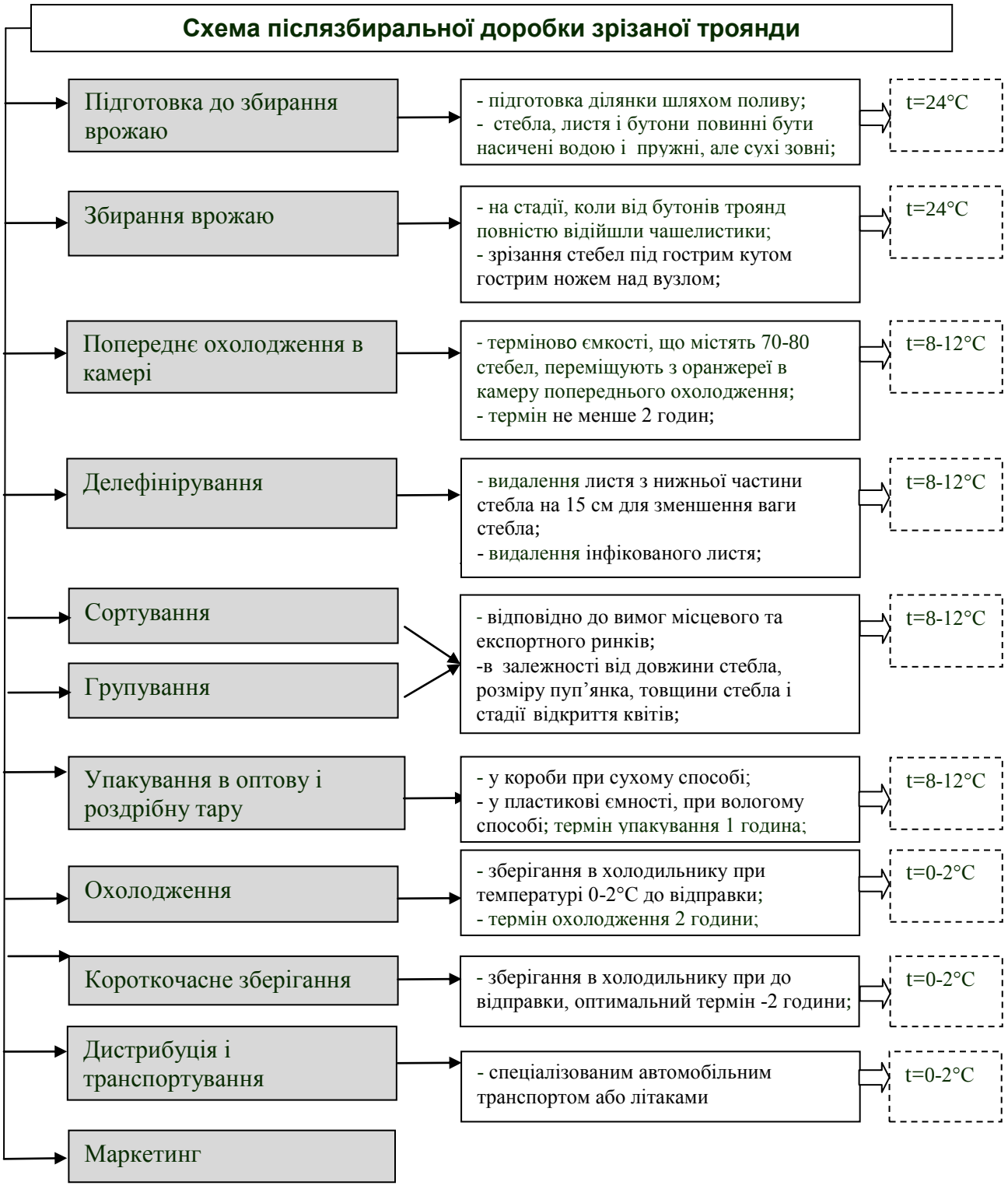


Рис. – Процес логістики зрізаних троянд

Найважливішими цілями післязбиральної обробки є збереження троянд в холодному стані (t = 0-2°С), запобігання втрати вологи і уповільнення небажаних хімічних змін та запобігання фізичних ушкоджень. Коливання температури більше ніж ±1°С призводить до дострокового відкриття бутону, необхідності зниження роздрібної ціни та скорочення строків реалізації зрізаних квітів, що суттєво впливає на ефективність роботи підприємств квіткового бізнесу.

Траченко Л.А.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ІНЖИНІРИНГУ

Інтеграція України в європейську та світову економічну спільноту вимагає від підприємств, науковців, урядовців всіх рівнів наполегливої і цілеспрямованої роботи щодо забезпечення високої якості та конкурентоспроможності вітчизняних товарів, виконаних робіт і послуг. Без відповідної державної політики, спрямованої на всебічну підтримку вітчизняного бізнесу, у тому числі, шляхом розробки та впровадження різноманітних інструментів управління якістю сьогодні вкрай важко досягти успіху. Конкуренція змушує керівників підприємств, зокрема сфери інжинірингу, шукати нові, більш перспективні підходи до виконання робіт (послуг) вищої якості, яка б забезпечувала задоволеність потреб споживачів, дозволяла відстояти свої позиції не тільки на вітчизняному ринку, але й забезпечувала конкурентоспроможність на міжнародному та світовому ринках. Багаторічний досвід провідних компаній розвинених країн світу свідчить про те, що дієвим механізмом забезпечення успіху та конкурентних переваг підприємствам на ринках є застосування ними міжнародних стандартів ISO серії 9000. На сьогодні в Україні формування та впровадження систем управління якістю (СУЯ) в контексті вимог стандарту ISO 9001:2015 є пріоритетним напрямком діяльності підприємств, засобом досягнення ключових цілей бізнесу. Формування ефективних систем управління якістю підприємств сфери інжинірингу потребує розробки методологічних аспектів, науково-обґрунтованого та практично-орієнтованого інструментарію.

При вирішенні методологічних завдань, необхідних для формування СУЯ підприємства, доцільно, перш за все, акцентувати увагу на визначенні та застосуванні раціонального алгоритму її створення. Він передбачає виконання кількох ключових етапів, які визначають функціональну спроможність майбутньої СУЯ. Умови виконання кожного з етапів та їхня послідовність відіграють важливу роль у формуванні СУЯ. Безпосередньо створення СУЯ складається з трьох основних етапів (розробка системи, її впровадження та сертифікація), кожен з яких містить низку послідовних або паралельних завдань для виконання [1, с. 41].

Відсутність нормативних документів ISO щодо методології визначення процесів СУЯ, послідовності та чіткої взаємодії їх з бізнес-процесами інжинірингового підприємства створює проблеми при формуванні СУЯ. Сьогодні викликають полеміку серед вчених та спеціалістів-практиків у сфері інжинірингу підходи до визначення процесів СУЯ в межах загального менеджменту підприємства. На нашу думку, для вирішення цієї проблеми першочерговим завданням є визначення сутності процесу СУЯ. Дослідження наукових праць учених у цій сфері дало змогу виявити три погляди на

трактування процесу СУЯ [2]: з одного боку, процес – це сукупність видів діяльності (а, отже, сукупність операцій, дій, робіт), необхідних для перетворення входів на виходи і згрупованих за певними ознаками для ефективного управління. З іншого – це власне саме перетворення матерії чи інформації з якогось початкового стану – в інший. І з третього боку – це опис алгоритмів виконання робіт з перетворення, тобто сукупність інформації регламентуючого характеру. Ми погоджуємося з авторами [2], що найбільш ефективним підходом до визначення сутності процесу є другий. Розробляючи схему процесів СУЯ інжинірингового підприємства, необхідно враховувати цикл Демінга (PDCA) з метою її постійного поліпшення та інтеграції мислення на основі управління ризиками.

Враховуючи специфіку діяльності інжинірингового підприємства, складність процесів та технічний характер виконуваних робіт, вважаємо за доцільне застосувати моделювання системи процесів як одного з ключових етапів формування СУЯ. Однією з найбільш поширених методологій для створення функціональних моделей (описів) складних систем і процесів є методологія IDEF0 (Integrated Definition Function Modeling). Методологія IDEF0 широко застосовується для моделювання СУЯ на багатьох зарубіжних і деяких вітчизняних підприємствах.

Особливої уваги потребує розробка процесу проведення внутрішніх аудитів СУЯ як одного з основних засобів контролю, моніторингу функціонування СУЯ підприємства, спрямований на постійне її поліпшення. На жаль, формальний підхід до регламентування та реалізації цього процесу не забезпечує підприємству досягнення ключових цілей як у сфері якості так і щодо ведення бізнесу. Практичний досвід проведення аудитів СУЯ з боку незалежного органу з сертифікації доводить, що методологія підготовки внутрішніх аудиторів має бути не лише теоретичною в межах аудиторії, а й включати практичні заняття безпосередньо на підприємствах тієї сфери діяльності, де навчений фахівець буде здійснювати аудиторську діяльність. Невідповідності вимогам стандарту ISO 9001:2015, виявлені в процесі аудиту мають бути детально проаналізовані, чітко встановлені їхні причини та визначені коригувальні дії. Часто формулювання причин має поверхневу сутність, акцентується увагу на наслідках проблем, що призводить до повторюваності виникнення невідповідностей. Для компетентного підходу до вирішення цього завдання пропонуємо застосовувати причинно-наслідкову діаграму Ісікави.

Література

1. Траченко Л. А. Інжинірингові послуги як об’єкт товарознавства : експертне оцінювання якості : Монографія / Л. А. Траченко. – Одеса : Атлант, 2014. – 212 с.

2. Лебединець В. О. Розробка процесної моделі системи управління якістю фармацевтичного підприємства / В. О. Лебединець, С. М. Коваленко // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2010. – № 6(14). – С. – 28-35.

Степанова Д.С.
к.е.н., викладач,
Степанова І.В.
старший викладач
Одеський торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна)

РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ОЗДОРОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний етап розвитку України характеризується нестабільним економічним і політичним станом. У зв'язку з цим суб'єктам господарювання необхідно постійно аналізувати конкурентоспроможність ринку, своєчасно планувати, нарощувати свій виробничий, фінансовий та кадровий потенціал.

Одним із найважливіших завдань розвитку виробничого потенціалу є його структурна перебудова, яку можна здійснювати за допомогою ефективної політики реструктуризації та санації потенційно конкурентоспроможних підприємств, а, по-друге, через ліквідацію або повне перепрофілювання збиткових і збанкрутілих підприємств [1, с. 66].

Розгляд сутності реструктуризації підприємства слід починати з її місця як в системі взаємообумовлюючих процесів, так і в контексті рушійної сили задоволення його потреб. Реформування є більш ширшим поняттям, ніж трансформування та реструктуризація підприємства і передбачає довгострокові структурні зміни в економічному середовищі функціонування підприємства. Реструктуризація є похідним поняттям від трансформації і передбачає деталізований комплекс заходів короткострокового характеру щодо забезпечення виходу підприємства з кризового стану. Спільним у всіх вищевказаних визначеннях є їх цільова спрямованість. Детально зупинимося на вивченні сутності та економічних характеристик реструктуризації підприємства [2, с. 130].

Групування та систематизація визначень поняття "реструктуризація" дозволяє зробити певні узагальнення та виокремити ряд сутнісних її аспектів:

– по-перше, реструктуризація – це засіб, який дозволяє забезпечити ефективне функціонування підприємства не лише в ринкових умовах;

– по-друге, суттєвим аспектом реструктуризації є формування у підприємства потенціалу до превентивного реагування на зміни зовнішнього середовища;

– по-третє, напрями структурної перебудови підприємства повинні бути погоджені зі стратегією його розвитку;

– по-четверте, реструктуризація підприємства - це комплекс структурних перетворень, що здійснюються на системній основі заходами організаційно-економічного, правового і фінансового характеру;

– по-п'яте, довгостроковою ціллю кожного підприємства є збільшення вартості бізнесу, яке забезпечується зростанням ефективності виробництва, підвищенням конкурентоздатності, зміцненням фінансової стійкості, підвищенням інвестиційної привабливості [3].

Реструктуризація підприємства представляє собою складний процес з комплексним підходом, який враховує специфіку діяльності конкретного суб'єкта господарювання і може охоплювати всі елементи бізнес-системи, або окремі її складові. Відповідно до цього залежно від масштабу дій виокремлюють комплексну або часткову реструктуризацію окремих його підрозділів. На створення програми реструктуризаційних заходів впливає розмір підприємства, загальний фінансово-економічний стан, його конкурентоспроможність на ринку, а також економічний і політичний стан країни в цілому. Особливої уваги заслуговують цілі та мета проведення реструктуризації, які повинні випливати із цілей функціонування підприємства та стратегій його розвитку.

Розробка цілей має ґрунтуватися на чітко визначеній і сформульованій меті реструктуризації підприємства і включати такі питання: аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на господарську діяльність підприємства; вибір варіанту (виду) реструктуризації підприємства; обґрунтування стратегічного розвитку підприємства; оцінка можливості подолання труднощів у період реструктуризації; розробка бізнес-плану реструктуризованого підприємства. Вибір варіанту або виду реструктуризації підприємства полягає у виборі варіанту, який повністю відповідатиме вимогам і пріоритетам розвитку підприємства, високій технологічності виробництва та конкуренто-спроможності продукції [4, с. 156]

Отже, розглядаючи процес реструктуризації, можна дійти висновку, що єдиного шляху не існує і на різних підприємствах, залежно від різних обставин цей процес відбувається по різному. Саме тому тільки комплексний, системний підхід до проведення процесу реструктуризації дає змогу прискорити та підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Цвайг Х. І. Реструктуризація підприємств як фактор підвищення ефективності їх роботи в умовах кризи. 2013. URL : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nvb_2016_3_67.pdf

2. Ареф′єв С. О. Реструктуризація підприємства: підходи, сутність, складові. 2014. URL : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nzhm_2014_2_25.pdf

3. Крисько Ж. Л. Сутність та види реструктуризації підприємств. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2009. – № 28(II). – С. 71-76.

4. Зікій Н. Л. Концептуальні основи дефініції «Реструктуризація підприємства» //. Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2016. – № 1(5). – С. 154-159.

Трушкіна Н.В.
к.е.н.
Інститут економіки промисловості НАНУ (Україна)

КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНА КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВА

На даний час у зростаючих умовах конкуренції підприємства мають застосовувати у своїй практичній діяльності клієнтоорієнтований підхід, який передбачає знання звичок і мотивів придбання товарів споживачами. Це дозволить одержувати конкурентні переваги, лояльних споживачів і додатковий прибуток. Тому при розробці стратегічних програм і планів дій підприємствам доцільно приділяти значну увагу клієнтоорієнтованості як чиннику підвищення рівня лояльності, задоволеності споживачів і логістичного сервісу.

Аналіз спеціальної економічної літератури свідчить, що не існує єдиного наукового підходу до визначення клієнтоорієнтованості. Вчені використовують різні терміни для визначення суті та змісту клієнтоорієнтованості, а саме: клієнтоцентрічність, клієнтоорієнтований підхід, орієнтація на клієнта, ринкова орієнтація, лояльність клієнта відносно підприємства, управління взаємовідносинами зі споживачами, задоволеність споживачів.

При цьому задоволення споживача передбачає, що «фирма прилагает усилия к изучению потребностей потребителей, созданию ценности для них и развитию навыков предугадывать новые покупательские проблемы» [1, с. 97].

Клієнтоорієнтованість трактується науковцями як: цілеспрямовані та системні дії компанії, мета яких полягає в задоволенні очікувань клієнтів [2]; сучасна концепція управління підприємством, основу якої становлять знання про клієнтів та їх потреби [3]; орієнтація на клієнта з метою краще зрозуміти та задовольнити його потреби [4]; здатність підприємства створювати додатковий потік споживачів і додатковий прибуток за рахунок глибокого розуміння й задоволення потреб клієнтів [5]; стратегія підприємства, спрямована на облік і задоволення потреб клієнта та формування максимально сприятливих взаємовідносин із ним [6]; концепція бізнесу, яка включає комплекс заходів, спрямованих на задоволення й формування потреб клієнтів, і орієнтована на інноваційний (проактивний) розвиток з метою досягнення стійкої конкурентної переваги [7]; ключова компетенція підприємства, суть якої полягає у прагненні до встановлення і розвитку партнерських відносин зі споживачами [8]; рівень відповідності вимогам споживачів [9]; стратегічний підхід до розвитку підприємства, що забезпечує підвищення його конкурентоспроможності й зростання доходності [10].

Отже, у результаті дослідження узагальнено різні наукові підходи до трактування суті й змісту поняття «клієнтоорієнтованість». Як правило, вчені під цим терміном розуміють: стратегію бізнесу; концепцію маркетингу взаємовідносин; інструмент підвищення якості обслуговування та рівня лояльності клієнтів; здатність (або спосіб) організації отримувати додатковий прибуток за рахунок ефективного задоволення потреб клієнтів; філософію

бізнесу, що пронизує всі бізнес-процеси організації та спрямована на задоволення потреб клієнтів; інструмент партнерської взаємодії організації та клієнта з метою задоволення його потреб; орієнтацію підприємства на максимальне задоволення; інструмент управління взаємовідносинами з клієнтами; процес, спрямований на збільшення життєвого циклу взаємодії компанії зі споживачем; частину корпоративної культури, набір переконань, що ставить інтереси клієнтів на перше місце; розуміння потреб цільових покупців; концепцію бізнесу; стратегію максимізації прибутку компанії; набір інструментів якісного обслуговування клієнтів; стратегію підприємства, спрямовану на задоволення потреб клієнта; зусилля компанії з вивчення потреб клієнтів, створення цінностей для них; характеристику бізнесу тощо.

Виходячи з вищевикладеного, клієнтоорієнтованість пропонується розглядати як інструмент формування та розвитку системи партнерських відносин підприємства зі споживачами в контексті концепції маркетингу взаємовідносин. Це сприятиме підвищенню якості та рівня логістичного сервісу, підтримці постійних і залученню нових споживачів за рахунок реалізації програм лояльності, скороченню витрат на організацію логістичної діяльності.

Література

1. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Жан-Жак Ламбен; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2007. – 800 с.
2. Зинкевич А. Секреты клиентоориентированности: руководство по приобретению преданных клиентов / А. Зинкевич. – Режим доступа : http://www.phantastike.com/ wealth/secret_client/zip/.
3. Папенко Л. М. Підходи до визначення поняття «клієнтоорієнтованість» у контексті управління сервісним підприємством / Л. М. Папенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Вип. 15. – Ч. 3. – С. 67-70.
4. Семерникова Е. А. Клиентоориентированность : понятие, критерии / Е.А. Семерникова // Концепт. – 2014. – Спецвып. 17. – Режим доступа : http://e-koncept.ru/2014/14722.html.
5. Лучков В. Е. Что такое клиентоориентированность / В. Е. Лучков // Бизнес-журнал. – 2010. – № 19. – С. 27-30.
6. Смирнов Ю. И. Клиентоориентированность как способ получения дополнительной прибыли / Ю. И. Смирнов. – М. : Флинта, 2013. – 176 с.
7. Резник Г. А. Клиентоориентированность корпорации как вызов времени / Г. А. Резник, О. В. Яшина // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 2 (46). – С. 171-175.
8. Рябоконь Н. П. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії / Н. П. Рябоконь // Ефективна економіка. – 2015. – № 11. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4522.
9. Рувенный И. Я. Клиентоориентированный подход к развитию организации / И. Я. Рувенный // Альманах современной науки и образования. – 2015. – № 6 (96). – С. 132-135. – Режим доступу : http:// www.gramota.net/materials/1/2015/6/34.html.
10. Кареева Ю. Б. Клиентоориентирование : теория и практика / Ю. Б. Кареева // Методы менеджмента качества. – 2007. – № 11. – С. 29-33.

Ярмоленко Ю.О.
к.е.н., доцент
Академія праці, соціальних відносин і туризму (Україна)

ЯКІСТЬ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сталий розвиток аграрної сфери – це оптимізація рівня аграрного виробництва шляхом збереження та відновлення якісних параметрів аграрного навколишнього середовища та покращення рівня життя сільського населення за умов зміцнення продовольчої та екологічної безпеки держави. Головним завданням Програми сталого сільського господарства та сільського розвитку, як визначено у матеріалах сесії Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (ФАО) в Римі в 1996 р., є підвищення рівня виробництва продуктів харчування та забезпечення продовольчої безпеки. Вирішити це завдання можливо лише за рахунок підтримки освітніх ініціатив, стимулювання використання економічних інновацій і сприяння розвитку нових технологій, що саме й дозволить забезпечити стабільний доступ населення до якісних продуктів харчування. Особливого значення питання якості української аграрної продукції набуває в умовах асоціації нашої країни з ЄС, який став на шлях активного сталого розвитку вже більше ніж 10 років тому.

Незважаючи на відсталість України від ЄС в цьому питанні, ми повинні рухатись паралельно з нашими партнерами. В ЄС рух вперед на шляху сталого розвитку пришвидшився, коли там відійшли від орієнтації на отримання прибутку. В Україні бізнес поки що орієнтований лише на збагачення, тому сьогодні ми розвиваємося поки що повільно. У нас не відбувається якісного ривка саме через те, що три фактори: держава, бізнес, суспільство – не збалансовані. В той же час основні країни-експортери аграрної продукції планують зробити великий ривок у найближчій перспективі. Так, Нова Зеландія до 2025 р. має намір подвоїти аграрний експорт, а Бразилія – валове виробництво [1].

Дослідження свідчать, що це можливе тільки завдяки тому, що вони інтегрують саме дії трьох складових: бізнес, владу і суспільство. На жаль, поступ України вперед поки що дуже повільний. Щорічний ріст українського аграрного виробництва складає від +0,3% до 2-3% при 5-7% в інших країнах [1].

Одним з напрямів підвищення якості аграрної продукції в контексті сталого розвитку є перехід аграрного виробництва на ведення альтернативного землеробства, яким є органічне сільське господарство. Це таке господарство, яке не використовує синтетичних хімікатів (добрив, пестицидів, антибіотиків, тощо); здійснює мінімальну оранку ґрунту; не застосовує генетично модифікованих організмів; охоплює різні сфери – рослинництво, тваринництво, птахівництво, садівництво і т.д. Практичні аспекти альтернативного землеробства турбували вчених ще у першій половині ХХ ст.

Р. Штайнером була запропонована концепція біодинамічного землеробства як метод ведення сільськогосподарського виробництва, де ферма розглядалась як жива система, яка у взаємодії з навколишнім природним середовищем покликана сприяти оздоровленню ґрунтів і виробництву продовольства [2].

М. Окада (японський духовний подвижник, філософ і громадський діяч) щоб допомогти людям позбутися хвороб, розробив Джорей – мистецтво довголіття – сільськогосподарське мистецтво – мистецтво краси, яке включає природне сільське господарство, що виробляє органічно чисті продукти. Засновник ідеології нових форм ведення сільського господарства вважав, що «...екологічна агротехніка повинна вирішувати наступні завдання: виробляти продукти харчування, які не тільки підтримують життєдіяльність, але і поліпшують здоров'я людей; стабілізувати біологічну рівновагу в природі і бути екологічно безпечною» [3; 4]. Згідно його концепції, «природне сільське господарство має бути економічно вигідним для виробника і споживача; виробляти продукти в кількості, достатній для задоволення потреб зростаючого народонаселення; використовувати досить прості, стабільні і доступні методи та засоби ведення господарства» [5].

Під органічне сільське господарство в світі використовують великі площі земель. Так в Австралії використовують більш, ніж 10,6 млн. га, в Європі – 5,1 млн. га, в Латинській Америці – 4,7 млн. га. в Північній Америці – 1,5 млн. га. Ці площі систематично зростають. Зростають і обсяги продукції. Україна має значний потенціал для розширення виробництва органічної сільськогосподарської продукції й для її постачання як на внутрішній, так і зовнішній ринки.

Література

1. Висоцький Т. Сталий розвиток : чи потрібен він Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/blog/visotskiy_taras_mikolayovich/staliy_rozvitok_chi_potriben_vin_ukrain.

2. Штайнер Рудольф. Духовно-научные основы успешного развития сельского хозяйства / Рудольф Штайнер // Сельскохозяйственный курс. – Калуга, изд. «Духовное познание», 1997. – 172 с.

3. Mokichi Okada [Electronic resource]. – Access mode : https://en.wikipedia.org/wiki/Mokichi_Okada.

4. Johrei (искусство долговечности); Сельское хозяйство Природы и натуральные продукты (сельскохозяйственное искусство); Искусство и творчество (искусство красоты) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://yspex.do.am/forum/35-54-1.

5. Sustainable Agriculture : Definition and Terms. Special Reference Briefs Series no. SRB 99-02, September 1999. Compiled by : Mary V. Gold, Alternative Farming Systems Information Center, U.S. Department of Agriculture.

Бабій О.М.
к.е.н, доцент,
Тимченко К.С.
магістрант
Одеський національний економічний університет (Україна)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИНОРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка економічного потенціалу виноробного підприємства передбачає визначення обсягу економічних ресурсів, якими воно володіє, та кількості продукції, яку може бути ним реалізовані за умови найповнішого та найефективнішого використання зазначених ресурсів. Економічна інформація в поєднанні з оцінкою конкурентоспроможності дозволяє визначити можливості нарощування обсягів виробництва і реалізації виноробної продукції та підвищення конкурентоспроможності в умовах реформування економіки. Проблеми управління конкурентоспроможністю виноробних підприємств привертають дедалі більшу увагу керівництва, оскільки від неї значною мірою залежать обсяги реалізації алкогольної продукції. Для того, щоб зберегти і зміцнити свої позиції на ринку, підприємству необхідно не лише підтримувати високі конкурентні переваги, але й постійно розробляти заходи щодо їх формування та підвищення. Важливими критеріями конкурентоспроможності є обсяг продажу та стабільне місце виноробного підприємства на ринку в мінливих умовах.

Поняття конкурентоспроможності виноробного підприємства розглядається як здатність системи змінювати параметри внутрішнього середовища залежно від потреб ринку алкогольної продукції, а також ефективно взаємодіяти із зовнішнім середовищем, створюючи більш зручні для власної діяльності умови співпраці і з постачальниками сировинних ресурсів, і зі споживачами власної виноробної продукції; як система взаємодіючих факторів, що надає можливість підприємствам підтримувати на належному рівні вже існуючі конкурентні переваги та створює умови для формування нових; системна категорія, що відображає конкурентоспроможність не тільки як результат, а як процес діяльності виноробного підприємства з позицій досягнення його стратегічних цілей [1, с. 107].

Оцінка конкурентоспроможності – це складне багатоаспектне завдання, вирішення якого пов’язане з визначенням системи показників конкурентоспроможності підприємства та їх інтегруванням [2]. Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності виноробного підприємства представлено на рис.

Оцінка конкурентоспроможності виноробного підприємства показує відмінності цього підприємства від його конкурентів за ступенем задоволення алкогольною продукцією потреб покупців, а також за ефективністю виробничо-господарської діяльності.

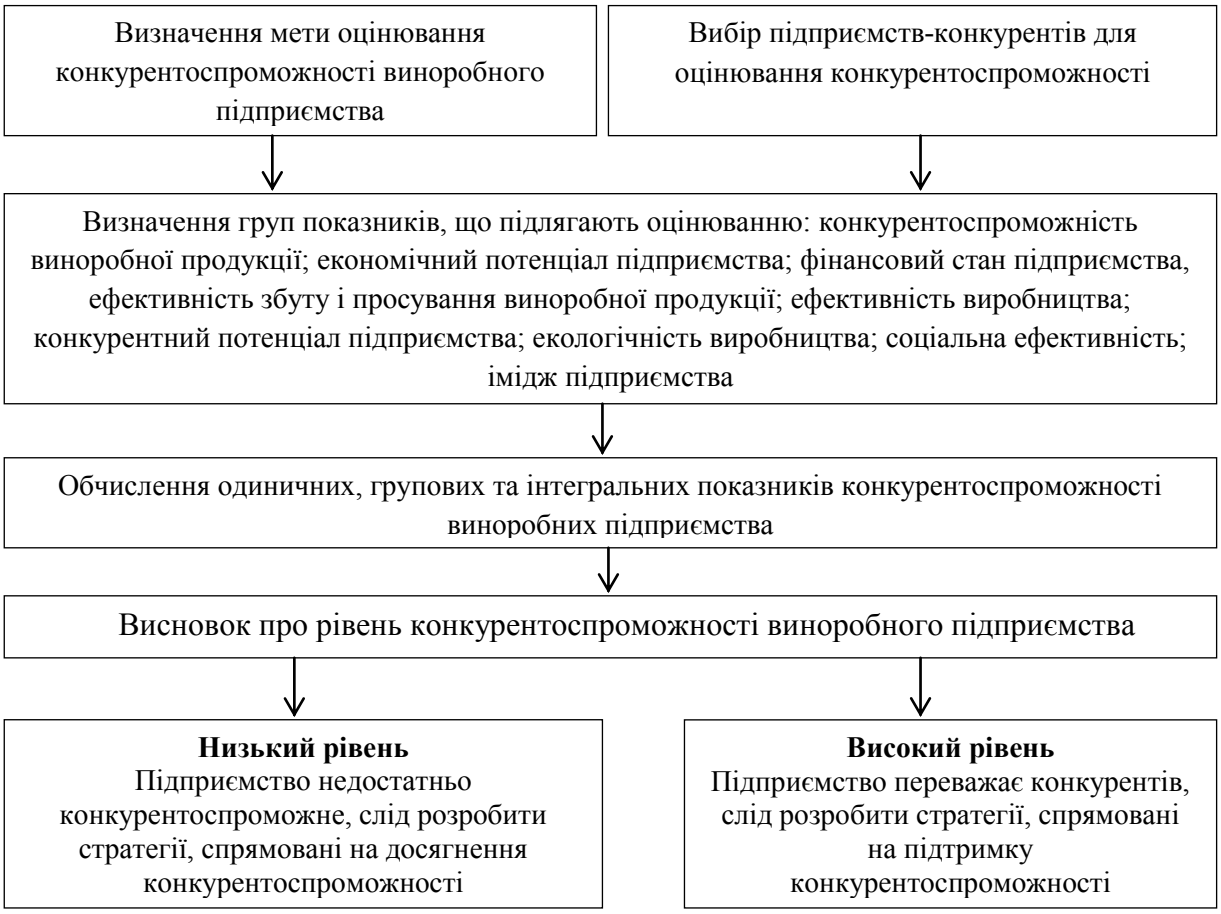


Рис. – Алгоритм оцінювання конкурентоспроможності виноробного підприємства

Джерело: складено авторами на основі [2]

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності виноробного підприємства є важливою інформаційною базою для оцінки економічного потенціалу і дає можливість зробити висновки щодо ефективності використання матеріально-технічних, трудових та фінансових ресурсів. Тому оцінка конкурентоспроможності є узагальнюючим підсумковим показником стійкої роботи підприємства та визначення його здатності адаптуватися до впливу зовнішнього середовища з метою збереження, трансформації або створення нових конкурентних переваг.

Література

1. Сидоренко О. Економіка виноградно-виноробного господарства в ринкових умовах України / О. Сидоренко, І. Матчина, А. Бузні. – Миколаїв : Видавництво МДАУ, 2014. – 312 с.

2. Новікова Н. Конкурентоспроможність у системі економічного потенціалу підприємства / Н. Новікова, Т. Зубко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2017. – № 3. – С. 64-81.

Демченко К.В.
аспірант
Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (Україна)

ЕКОЛОГІЧНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИКІВ ЦЕМЕНТУ

Дослідження інноваційних факторів впливу на конкурентні позиції виробників цементної промисловості є надзвичайно важливим і актуальним питанням в сучасних умовах, що зумовлено як роллю даної традиційної галузі для економіки країни, так і її конкурентним положенням у міжнародному порівнянні. Цементна галузь складає основу будівельного комплексу країни, проте має суттєві проблеми, такі як висока собівартість і енергоємність, а також технологічна відсталість виробничого процесу і системи контролю за якістю. Окрім цього, виготовлення цементу зумовлює значних негативний вплив на навколишнє середовище, погіршуючи таким чином, загальний рівень благополуччя життя в країні.

Вивченню питанню розвитку цементної промисловості і стану будівельного комплексу присвятили свої роботи такі вітчизняні науковці, як Топольницька Т.Б., Лопатьев Т.С., Проданова Л.В., Панкова Л.І. Дослідженням перспективних напрямів модернізації цементного виробництва займались Миколюк О.А., Ковальчук І.М., Санницький М.А. та ін. Характерним для наукових досліджень цементної промисловості є недостатнє застосування економічного аналізу при оцінці нових технологічних рішень, а також відсутність вивчення взаємозв’язку між конкурентною позицією виробників і рівнем їхнього технологічного оновлення.

Екологічна модернізація виробництва – комплекс заходів щодо перетворення виробництва на більш ефективне з точки зору екології та економіки за рахунок впровадження досягнень НТП, оцінених з позиції довгострокових наслідків, а також застосування принципів ощадливого господарювання у процесі управління виробництвом з метою зниження негативного антропогенного впливу на екосистему і досягнення максимально допустимої економічної вигоди в сформованих екологічних умовах.

Для підприємств цементної промисловості характерна нерівномірність у масштабності проведення екологічної модернізації виробництва. Кардинальну зміну технології виробництва продемонстрували ПАТ «Подільський цемент» і ПрАТ «Івано-Франківськцемент», ПАТ «Волинь-Цемент», ПрАТ «ХайдельбергЦемент» здійснили часткову модернізацію виробничого процесу виражену у заміні очисного обладнання і посиленні природоохоронних заходів, також одна з двох філій ПАТ «ХайдельбергЦемент» з 1982 р. виготовляє продукцію за сухою технологією. Найнижчий рівень проведеної екологічної модернізації продемонстровано підприємством ПрАТ «ЄвроЦемент Україна»і ПАТ «Миколаївцемент».

Окрім аналізу стану проведеної екологічної модернізації, нами було досліджено конкурентні позиції виробників цементу. Для цього було використано методику конкурентних переваг, яка дозволяє всебічно оцінити конкурентну позиції суб'єкта підприємництва. На рис. показані результати оцінювання 4 аспектів життєдіяльності виробників цементу за обраною методикою: виробничої діяльності, фінансового стану, організації збуту і просування товару, а також конкурентоспроможності товару

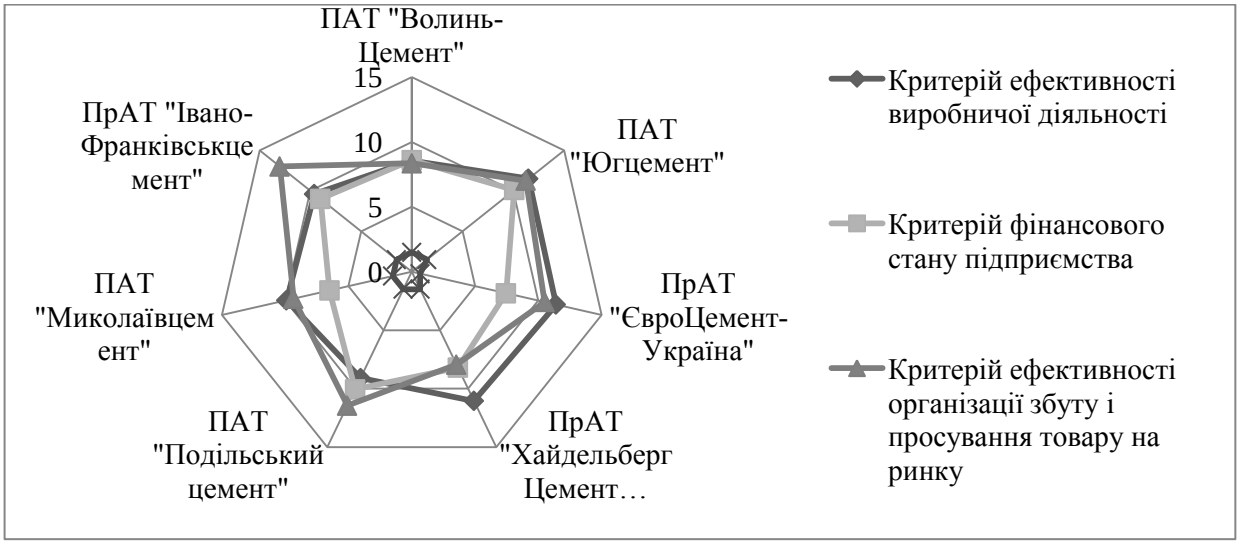


Рис. Діаграма значень базових критеріїв методології конкурентних переваг для виробників цементу

Джерело: складено автором на основі [1]

Розрахований рейтинговий коефіцієнт конкурентоспроможності для підприємств становить: ПАТ «ЮгЦемент» – 7,4 бали; ПрАТ «Івано-Франківськцемент» – 7,54 бали; ПАТ «Подільський цемент» – 7,41 бали; ПрАТ «ЄвроЦемент Україна» – 6,51 бали; ПрАТ «ХайдельбергЦемент» – 6,36 бали, ПАТ «Волинь-Цемент» – 6,19 бали; ПАТ «Миколаївцемент» – 6,02 бали.

Загалом, результати рейтингового оцінювання відповідають гіпотезі про наявність впливу екологічної модернізації виробництва на конкурентну позиції виробників цементу. Комплексна оцінка, що включає в себе аналіз виробничої діяльності, фінансове забезпечення підприємства, ефективність збуту і позицію товару по відношенню до конкурентів за якісно-ціновими показниками, демонструє лідерство у галузі тих виробників, які мають вищий рівень технічної і технологічної модернізації виробництва. Лінійний коефіцієнт кореляції Пірсона між кількістю освоєних і спрямованих на екологічну модернізацію виробництва інвестицій і рангом підприємств складає 0,63 і вказує на наявність стійкої залежності між показниками.

Література

1. Інформаційний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://smida.gov.ua/

2. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Баранник Л.Б.
д.е.н., професор
Університет митної справи та фінансів (Україна)

ПОДАТКИ ТА ЇХ РОЛЬ В АКТИВІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Кожен суб'єкт господарювання прагне до нарощування економічного потенціалу і тому завжди наштовхується на необхідність розв'язання інноваційних завдань. «Геополітична ситуація навколо України та необхідність технологічного прориву конче вимагають нових підходів до державного регулювання, зокрема в сфері підтримки й стимулювання підприємств щодо нововведень в усіх секторах економіки. Україна суттєво відстає в науково-технічному плані навіть від тих держав, які наприкінці 90-х років були далеко позаду неї. Якщо глобальний інноваційний індекс (Global Innovation Index), згідно агентству Bloomberg, у 2017 р. дорівнює 37,6 (Україна посідає 50 місце серед 127 країн світу, піднявшись з 56 місця), то індекс інвестиційної привабливості 43,15, згідно Гамбурзького інституту світової економіки, Україна посідає 130 місце серед 174 країн, втративши за рік 41 пункт» [1, с. 30]. Отже, у найближчій і довгостроковій перспективі максимізація саме інноваційного фактора стане вирішальною умовою стійкого розвитку економіки України.

Стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності в розвинених країнах здійснюється прямим і непрямим методами державного регулювання. Також у світовій практиці використовуються інші податкові стимули, зокрема податкові канікули впродовж кількох років на прибуток від реалізації інноваційних проектів; використання податкових зон з особливим пільговим оподаткуванням в межах технопарків, науково- промислових зон тощо [2].

Проблема діючої системи оподаткування України полягає у великому податковому навантаженні на платників податків, особливо це стосується малих підприємств. Досвід розвинених країн у проведенні збалансованої податкової політики доводить, що вона може як гальмувати розвиток підприємництва в державі, так і навпаки – бути важливим стимулом детінізації економіки.

У країнах Західної Європи досить широко використовуються інноваційно-інвестиційний кредит. Наприклад, у Франції інвестиційний податковий кредит надається на рівні 25% приросту витрат компаній на інвестиції порівняно із попереднім роком, а в Німеччині поширена прискорена амортизація, що вже у першій рік дозволяє амортизувати 50% вартості майна, а за перші три роки величина амортизованого майна може сягати 80%. У США величина інвестиційного податкового кредиту коливається у межах 6-10 % обсягу інвестицій в устаткування [3]. В Японії, де передбачено право підприємств відраховувати з податку на прибуток 7% обсягу капіталовкладень в обладнання, яке використовується для проведення наукових досліджень зі створення нових

матеріалів та електронної техніки. У Великобританії використовуються 50% податкові знижки на інвестиції, у Канаді податкові знижки на інвестиції передбачені в розмірі від 10% до 50% в залежно від територіального розташування.

Оцінка залежності доходів державного бюджету від ставок податку на прибуток і ПДВ доводить, що зниження ставок зазначених податків на 2-3% не призводить до зменшення надходжень до державного бюджету. При цьому, значно вищим потенціалом збільшення податкових надходжень володіє ПДВ. Позитивний ефект підсилюється спрощенням системи звітності юридичних осіб та мінімізацією витрат на облік (об'єднання податкового і бухгалтерського обліку); детінізацією як діяльності суб'єктів підприємництва, так і частини їх доходів.

Важливим завданням податкового стимулювання економічної активності є поліпшення інвестиційно-інноваційного клімату та активізація процесу акумуляції фінансових ресурсів за рахунок різних джерел. Податкові пільги доцільно надавати підприємствам, які виконують державні умови щодо пріоритетного розвитку промисловості, а саме: реалізують продукцію на експорт, впроваджують інновації, демонструють кращі показники ефективності господарювання, забезпечують високу якість виготовленої продукції тощо.

Принципами функціонального підходу до податкового регулювання є: 1) звільнення від оподаткування частини прибутку, яка йде на фінансування науково-практичних досліджень, інноваційних проектів, купівлю патентів; 2) звільнення від оподаткування прибутку, витраченого на отримання інформаційно-консалтингових послуг, підвищення кваліфікації, на соціальне забезпечення, а також інвестицій, здійснених у відкриття власної справи; 3) надання податкових пільг підприємствам, які здійснюють експортне та імпортозаміщуюче виробництво, діють у праценадлишкових чи депресивних регіонах [4].

Отже, маневруючи податковими ставками, пільгами, змінюючи порядок оподаткування, надаючи податкові кредити та канікули держава створює певні передумови для прискореного розвитку пріоритетних галузей та виробництв, сприяє вирішенню актуальних для суспільства проблем.

Література

1. Баранник Л. Б. Фіскальні інструменти стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств / Л. Б. Баранник, В. В. Даценко // Науковий погляд : економіка та управління. – 2017. – № 1 (57). – С. 29-39.

2. Пріоритети податкових стимулів : світовий досвід / Матеріали аналітичного центру «академія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.academia.org.ua.

3. Податок на прибуток або непрямі податки: як держави, компанії та фізичні особи реагують на зміни, що відбуваються в світі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kpmg.com/UA/uk/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Press Releases/Pages/KPMGtaxrates.aspx

4. Загреба І. Л. Податкове стимулювання розвитку підприємств / І. Л. Загреба // Кіровоградський національний технічний ун-т [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/726/ 1/38.pdf.

Карпенко Л.М.
д.е.н., професор
Одеський національний політехнічний університет (Україна)

ІНСТРУМЕНТАЛЬНА БАЗА СТРАТЕГУВАННЯ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Високий рівень економічного розвитку, як показує досвід промислово розвинених країн світу, забезпечується низкою умов, головними з яких є накопичений науково-технічний, індустріальний, інвестиційний потенціал, інституційні чинники технологічного прогресу і державна підтримка інноваційних перетворень. Істотний вплив на інноваційно-інвестиційну діяльність, забезпечення лідируючих позицій, конкурентоспроможність у промисловості має потужність його інноваційного потенціалу. За таких умов особливого значення набуває обґрунтування теоретичних засад і практичних заходів щодо розвитку вітчизняного виробництва за рахунок формування та реалізації його інноваційного потенціалу на компетентнісних засадах.

Метою роботи є систематизація інструментальної бази стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства на функціонально-компетентністних засадах.

Процес стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства застосовує всі основні функції управління, зокрема планування, прогнозування, організація, мотивація, контроль, за певними адміністративними процедурами.

Проте, основний процес як об'єкт стратегування – це *активізація інноваційно-інвестиційного розвитку,* яка полягає в прискореній організації інноваційно-інвестиційної діяльності на відстань і в часі, що вимагає:

– по-перше, формування ефективного організаційного механізму, що визначає взаємозв'язок завдань стратегування та засобів їх вирішення для управлінського персоналу підприємства в процесі інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства на тривалий час – горизонт, визначений у його стратегії;

– по-друге, закладання стимулюючого (економічного) та компетентнісного (знаннєвого) підґрунтя як стратегування, так і активізації інноваційно-інвестиційного розвитку в цілому [1, с. 118];

– по-третє, застосування адміністративного підходу, поєднання процесу адміністрування та комплаєнс-контролю, оскільки стратегування пов'язано з обов'язковістю формалізації його процедур, які є новими для управлінського персоналу.

Формування організаційного механізму, що визначає взаємозв'язок завдань стратегування та засобів їх вирішення для управлінського персоналу підприємства в процесі інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства на тривалий час, на наш погляд, доцільно здійснювати шляхом організації стратегічного управління інноваційною діяльністю на основі збалансованої системи показників (ЗСП) і результатів прикладного стратегічного аналізу. По

суті, йдеться про формування *інноваційної складової збалансованої системи показників та аналізі показників, що входять до неї*. Активізація інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства відбуватиметься за умов прискорення інноваційного процесу. Тому останній також підлягає стратегуванню за рекомендованими етапами:

– перший: визначення стратегічних цілей інноваційного процесу;
– другий: побудова стратегічної карти інноваційного процесу;
– третій: вибір показників інноваційного процесу;
– четвертий: визначення цільових (еталонних, запланованих) значень показників інноваційного процесу;
– п’ятий: розробка стратегічних інноваційних заходів [2, с. 109-118].

Стимулююче (економічне) та компетентнісне (знаннєве) підґрунтя стратегування і активізації інноваційно-інвестиційного розвитку в цілому мають різну природу. Економічне підґрунтя утворює економічна ефективність інноваційно-інвестиційного розвитку, що вимірюється відповідними показниками, а компетентністне підґрунтя має знаннєво-освітню, тобто інтелектуальну природу. Спільним в них є: по-перше, процес адміністрування, по-друге, загальний результат – забезпечення прискорення інноваційного процесу та, у підсумку, інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства.

Застосування адміністративного підходу передбачає поєднання процесу адміністрування з комплаєнс-контролем, оскільки стратегування потребує обов’язкової формалізації його процедур. Застосування адміністративного підходу та адміністрування в якості управлінського інструментарію стратегування активізації інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства доцільно, оскільки безпосередня та опосередкована участь у впливі на процес активізації ґрунтується на адекватному розумінні єдиного уявлення, сприйняття і використання його побудови [3, с. 1-10].

У цілому, проведений аналіз за обраною проблематикою дослідження забезпечує аналітичною базою здійснення інтегрованого управлінського аналізу розвитку вітчизняних підприємств промисловості у конкурентному середовищі, дозволяє оцінити інноваційний потенціал підприємств промисловості.

Література

1. Individual Competence Baseline for Project, Programme & Portfolio International Project– 4th edition. – Management [Text] – Management Association, 2015. – 415 p.

2. Karpenko L. N. Modernization in the administration management decisions of innovative development of industry enterprises / L.N. Karpenko // Economy and management: collection of scientific works. - Vinnitsa, 2016. – V. 1 (21). – P.109-118.

3. Tetiana, H., Karpenko, M.L., Olesia, F.V., Yu, S.I. & Svetlana, D. (2018). Innovative methods of performance evaluation of energy efficiency project. Academy of Strategic Management Journal, 17(2), 1-10.

Квасницька Р.С.
д.е.н., професор
Хмельницький національний університет (Україна)

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим моментом при оцінюванні інвестиційного потенціалу підприємства виступає дослідження сукупності факторів, вплив яких може підвищувати або зменшувати рівень самого інвестиційного потенціалу. Так, дослідження уявлень вчених-економістів про сутність інвестиційного потенціалу підтвердило, що не існує єдиного всебічного переліку факторів, які характеризують певний вплив на його формування та використання. Сьогодні, науковцями висувається декілька основних аспектів ранжування факторів, від яких залежить рівень потенціалу підприємства загалом: 1) за джерелами виникнення (зовнішні (екзогенні) та внутрішні (ендогенні) фактори; фактори мікросередовища (внутрішні складові) та макросередовища (зовнішні складові)); 2) за якісними характеристиками їх впливу (фактори-стимулятори та дестимулятори).

Отже, першочергово, на рівень інвестиційного потенціалу здійснюють фактори зовнішнього та внутрішнього середовищ функціонування того чи іншого підприємства. Під зовнішнім середовищем прийнято розуміти сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, які діють у глобальному оточенні, що впливають або можуть вплинути на функціонування носія інвестиційного потенціалу [1, с. 67]. Внутрішнє ж середовище охоплює фактори, що є контрольованими з боку носія інвестиційного потенціалу (підприємства). Отже, фактори зовнішнього середовища виникають за межами підприємства та є незалежними від його функціональних особливостей. Зовнішні фактори залежать від державної політики в тій чи іншій сфері, від кон'юнктури фінансового ринку, стану економіки країни, галузі, до якої належить підприємство тощо.

За результатами проведених нами досліджень, вважаємо, що множину факторів впливу на інвестиційний потенціал підприємства доцільно розмежовувати в такий ж спосіб:

- фактори зовнішнього середовища (зовнішні фактори) впливу на інвестиційний потенціал, які підприємство не може передбачити та не може на них впливати: 1) фактори макрорівня, що відображають вплив умов функціонування міжнародної та національної економік; 2) фактори мезорівня, які відображають вплив умов розвитку регіону та/або галузі, в яких функціонує той чи інший носій інвестиційного потенціалу – підприємство;
- внутрішні фактори впливу на інвестиційний потенціал – фактори мікрорівня, які підприємство безпосередньо може контролювати, а отже може, в той чи інший спосіб, впливати на їх дію.

На основі наявних напрацювань вчених-економістів щодо виокремлення факторів впливу на інвестиційний потенціал та власного бачення їх групування, до основних зовнішніх факторів макрорівня віднесемо: 1) політичні фактори (стабільність політичної ситуації в державі; сприяння міжнародної спільноти та держави створенню сприятливого інвестиційного середовища (клімату) тощо; 2) правові фактори (законодавча база, що регламентує інвестиційні процеси в державі; її стабільність, прозорість та відповідність міжнародним нормам права тощо); 3) економічні фактори (тенденції економічного розвитку держави; інвестиційний клімат у державі; податкова політика держави; рівень інфляції тощо); 4) соціально-культурні фактори (рівень соціального напруження в державі; диференціація доходів населення; середній рівень заробітної плати в державі; рівень безробіття тощо).

До зовнішніх факторів, що відображають вплив умов розвитку регіону чи галузі, тобто факторів мезорівня, доцільно віднести: 1) економічні фактори (тенденції економічного розвитку регіону та/або галузі; місцева податкова політика; фінансовий стан конкурентів тощо); 2) соціальні фактори (кількість населення регіону; середня заробітна плата в регіоні (галузі); рівень безробіття в регіоні, культурні традиції в регіоні тощо).

Серед факторів мікрорівня, тобто внутрішніх факторів впливу на інвестиційний потенціал підприємства варто виокремити такі, як: сформований обсяг інвестиційних ресурсів; обсяг та структуру фінансових ресурсів, що потенційно можуть формувати інвестиційні ресурси підприємства; характер і значимість стратегічних цілей, які зумовлюють характер внутрішньої інвестиційної політики підприємства; забезпеченість підприємства трудовими ресурсами та їх якість тощо. Аналізуючи фактори, необхідно враховувати, що фактори, не залежно від рівня їх виникнення та розвитку, можуть впливати на інвестиційний потенціал як позитивно, так і негативно залежно від різноманітних умов зовнішнього та внутрішнього середовищ. Тому, усі фактори, які впливають на інвестиційний потенціал поділяють на фактори-стимулятори (фактори позитивного впливу) та фактори-дестимулятори (фактори негативного впливу).

Так, до факторів-стимуляторів належать фактори, високі значення яких свідчать про сприятливі умови щодо формування та використання інвестиційного потенціалу підприємства. Відповідно, фактори впливу на інвестиційний потенціал з протилежними якостями, виступають факторами-дестимуляторами. Аналізуючи вплив факторів на інвестиційний потенціал, необхідно мати на увазі, що ступінь впливу різних факторів на економічний потенціал не однаковий, оскільки самі фактори не однозначні; усі фактори перебувають у стані сильної взаємодії, і будь-яка зміна одного з факторів приводить до того, що відбуваються зміни в усій системі.

Література

1. Чумак Л. Ф. Фактори впливу на формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л. Ф. Чумак // Экономика и управление. – 2013. – № 1. – С. 62-69.

Рєпіна І.М.
д.е.н., професор
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Дослідження інноваційних процесів тривалий час залишається надзвичайно актуальним науковим і прикладним завданням з огляду на зміни, викликані підвищенням нестабільності бізнес-середовища, глобальними соціальними й технологічними викликами, що мають домінантний вплив на інноваційну активність підприємств. Інноваційно-активним слід вважати підприємство, що систематично займається комерціалізацію результатів наукових досліджень і виготовляє нові конкурентоздатні товари для ринку.

Аналізуючи інноваційну активність підприємств України у 2007-2017 роках, слід відзначити поступове збільшення питомої ваги підприємств, що займаються інноваціями (рис.).

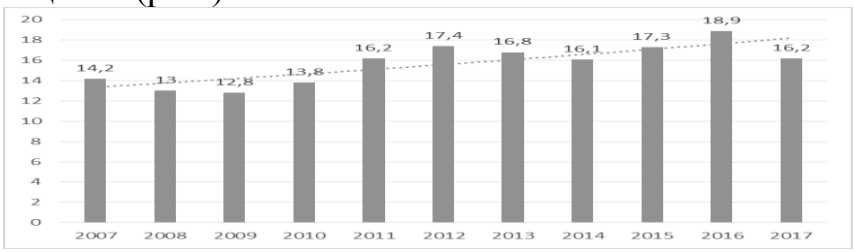


Рис. – Питома вага підприємств України, що займалися інноваціями у 2007-2017 рр. [1]

Так, у 2016 р. спостерігався найвищій рівень даного індикатора за останні одинадцять років – 18,9%. Це відбулося переважно за рахунок збільшення їх загальної кількості внаслідок покращення нормативно-правового поля ведення інноваційної діяльності в країні. Проте порівнюючи даний показник з аналогічним для країн інноваційного анклаву (США, Японія, Німеччина, Фінляндія та ін.), який коливається в діапазоні 60-70%, інноваційна активність вітчизняних підприємств є занадто низькою.

У 2017 р. вітчизняні підприємства витратили на інновації 9,1 млрд. грн. Структура витрат була такою: 64,7%, на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, 23,8% на науково-дослідні розробки, 0,2% на придбання інших зовнішніх знань. Інноваційні витрати було профінансовано переважно за рахунок власних коштів підприємств (85,6%). Частка покриття інноваційних витрат з державного і місцевих бюджетів склала лише 3,6 %. Серед найбільших венчурних фондів та компаній, які працюють в Україні, можна назвати такі: Western NIS Enterprise Fund капітал якого 150 млн. дол., виділений урядом США для інвестицій у економіку України за десять останніх років профінансував 31 інноваційне підприємство; Ukrainian Growht Funds (UGF) інвестував близько 55 млн. дол. у 75 українських компаній; Фонд прямих інвестицій «Україна» надав фінансову допомогу також 31 підприємству на суму понад 22,5 млн. дол. [2, с. 192-193].

За даними Держкомстату серед регіонів України вищою за середню була частка інноваційно активних підприємств в Харківській, Тернопільській, Миколаївській, Черкаській областях та м. Києві. Показники інноваційної активності підприємств України у 2007-2017 роках наведені в табл.

Таблиця

Інноваційна активність підприємств України у 2007-2017 рр. [1]

Показник	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Впроваджено нових технологічних процесів	1419	1647	1893	2043	2510	2188	1576	1743	1217	3489	1831
у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	634	680	753	479	517	554	502	447	458	748	611
Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	2526	2446	2685	2408	3238	3403	3138	3661	3136	4139	2387
з них нові види техніки	881	758	641	663	897	942	809	1314	966	1305	751
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	6,7	5,9	4,8	3,8	3,8	3,3	3,3	2,5	1,4	2,3	0,7

У 2017 р. в Україні впроваджено 1831 нових технологічних процесів, що на 29% більше ніж у 2007 р., проте на 27% менше за найбільше значення даного показника у 2011 р. Найбільше впровадили нових технологічних процесів підприємства м. Києва (30,0%), Харківської (12,6%), Сумської (12,3%) областей. Із загальної кількості впроваджених нових технологічних процесів у 2017 р. 611 є маловідходними, ресурсозберігаючими. У 2017 р. вітчизняні підприємства впровадили 2387 інноваційних видів продукції. Це на 5,5% менше ніж у 2007 р. Рекордним даний показник виявився у 2016 р. – 4139 найменувань. Із загальної кількості впровадженої продукції 751 – це нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо. Найбільшу кількість інноваційних видів продукції впроваджено на підприємствах Харківської (16,6%), Запорізької (13,4%), Львівської (10,3%), Сумської (9,1%) областей та м. Києва (8,3%). Проте, незважаючи на досить високі абсолютні показники інноваційної активності підприємств України впродовж 2007-2017 рр., питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової зменшилася більш ніж в 9 разів і склала лише 0,7%.

Вирішення проблеми підвищення інноваційної активності підприємств в Україні потребує розробки дієвих національних програм підтримки та стимулювання інноваційного розвитку, формування інноваційної культури та покращення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання.

Література

1. Інноваційна діяльність промислових підприємств України. Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/

2. Development of small and medium enterprises: the EU and East-partnership countries experience: monograph / [Britchenko I., Polishchuk Ye. And all] / Edited by Igor Britchenko and Yevheniia Polishchuk : Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowejim. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu, 2018. – P. 192-193.

Борейко В.І.
д.е.н., доцент
Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. С. Дем'янчука (Україна)

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Сучасний період у розвитку економік провідних країн світу отримав назву постіндустріального, або інформаційного. В контексті зазначеного ці країни розвивають сфери послуг та інформаційно-комп'ютерні технології. Однак, реалізація сучасної економічної політики цих країн спирається, як правило, на уже сформовану промислову базу, а лідери світової економіки (США, Німеччина, Японія, Велика Британія, Франція, Італія, Китай та ін.) продовжують нарощувати свої промислові потужності.

Зовсім інша ситуація спостерігається в Україні, яка за двадцять сім років незалежності втратила більшу частину потужностей свого промислового комплексу. Тому, її орієнтація виключно на розвиток сфери послуг та впровадження сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій неможлива, оскільки, ці технології не буде де застосовувати.

На наше переконання, якщо Україні не вдасться відновити потужності літако- судно- та машинобудівельного комплексів, верстатобудування, а також інших високотехнологічних галузей їй загрожує тривале відставання від промислово-розвинутих країн світу. Цю ж думку поділяють провідні вітчизняні економісти. Так, наприклад, О. Амоша, А. Землянкін та І. Підоричева наголошують: «Завдання є об'єктивним реалізації структурних трансформацій в українській економіці є об'єктивним та невідкладним і продиктоване сучасними реаліями, в яких опинилася наша держава [1, с. 50].

На думку академіка НАН України В. Гейця: «Те, що склалося в структурі промислового виробництва України, можна визначити як подальше загострення структурної деформації, до того ж фактори, які це зумовили, не вичерпали свого негативного впливу і зараз» [2, с. 58].

Перестороги відомого вченого зумовлені тим, що структура національної економіки та структура промислового виробництва у дев'яності роки XX століття та на початку третього тисячоліття зазнали значних змін. Так, наприклад у 1990 р. на промисловість припадало 36,0 % валової доданої вартості в загальному обсязі валової доданої вартості національної економіки, тоді як у 2012 р. цей показник знизився до 26,6 %, або майже на третину [3].

До того ж, якщо у 1990 р. на машинобудування та металообробку припадало 31,3 % промислової продукції, то вже у 2000 р. цей показник знизився до 13,4 %, або більш, ніж вдвічі. Натомість за цей час частка чорної металургії зросла із 11,2 до 27,4 %, паливної промисловості – із 5,8 до 10,1 %, енергетики із 30,0 до 12,1 % [2, с. 58]. Таким чином, частка низько-технологічних галузей в промисловості за десять років зросла із 20,0 до 49,6 %. Це надало підстави В. Онищенку стверджувати що: «Індустріалізація країни на новій технологічній основі – зміст нашого економічного розвитку» [4, с. 10].

Проте, для того щоб відновити втрачені можливості національного промислового комплексу, до того ж, на значно вищому індустріальному рівні, з використанням новітніх технологій, потрібні значні фінансові ресурси. Іншими словами, Україні потрібно створити умови, які б збільшили інвестиції у високотехнологічні галузі та направити їх на інноваційне оновлення продукції.

Однак, для цього виключно державних можливостей недостатньо, оскільки, в Зведеному бюджеті України для цього недостатньо коштів. Тому, кількість українських підприємств, які реалізовували інноваційну продукцію зменшилася із 1352 у 2000 р. до 570 у 2015 р., або за п'ятнадцять років цей показник знизився у 2,4 рази [3]. При чому, частка держави у фінансуванні інноваційних проектів впроваджуваних промисловими підприємствами у загальному обсязі фінансування інноваційної діяльності у промисловості протягом досліджуваного періоду знизила ся із 9,5 % у 2000 р. до 1–2 % у 2010–2012 рр. [3].

Оскільки, іноземні та вітчизняні інвестори також не спішать направляти свої інвестиції у освоєння новітньої продукції українським промисловим комплексом, переважну частину витрат на інноваційну діяльність (більше 50 %) промислові підприємства України вимушені були фінансувати за рахунок власних коштів, і це при тому, що, наприклад, у 2014 р. збитки вітчизняних підприємств перевищили 500 млрд. грн. [3].

За таких умов єдиним шляхом, який може забезпечити інноваційне оновлення промислової продукції, як локомотива у розвитку національної економіки, бачиться створення державою сприятливого податково-правового середовища для залучення іноземних інвестицій та направлення їх на освоєння новітньої продукції. Водночас, податкові пільги потрібно надати і вітчизняним підприємства, які направлятимуть власні кошти на фінансування інновацій.

Для цього, на нашу думку, реалізацію інноваційної продукції варто прирівняти за оподаткуванням до експортної діяльності, тобто оподатковувати доходи підприємства від реалізації такої продукції за нульовою ставкою ПДВ, при тому, що покупці такої продукції повинні отримувати повноцінний податковий кредит за ставкою 20 % ПДВ. До того ж, така норма повинна мати не тимчасовий, а постійних характер, що буде гарним стимулом для інвесторів.

Література

1. Амоша О. І. Удосконалення системи управління інноваціями як умова прискорення структурних реформ в Україні / О. І. Амоша, А. І. Землянкін, І. Ю. Підоричева // Економіка України. – 2015. – № 9. – С. 49-65.

2. Геец В. М. Проблемность структурных трансформаций экономики стран с развивающимися рынками / В. М. Геец // Економіка і прогнозування. – 2000. – № 1. – С. 54-69.

3. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstst.gov.ua.

4. Онищенко В. П. Реалії та можливості економічної стабілізації та розвитку України / В. П. Онищенко // Економіка України. – 2015. – № 7. – С. 4-17.

Семенова В.Г.
д.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ПІДПРИЄМСТВА ПЛАТФОРМИ INDUSTRY 4.0 ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Сучасний розвиток світового господарства базується на інтенсивному впровадженні результатів інтелектуальної діяльності у власне виробництво і на активному обміні результатами інтелектуальної праці на ринку та реалізації об'єктів інтелектуальної власності.

Науковці виділяють основні характеристики інноваційно-технологічного розвитку світової економіки:

системність та динамічність розвитку;

глобальна масштабність та системний інноваційно-креативний формат;

посилення інтелектуалізації, соціалізації, гуманізації та екологізації технологічних продуктів;

зростання рівня гнучкості та адаптивності технологічних та організаційних моделей;

створення нових форм інноваційно-технологічної інфраструктури;

формування інформаційно-мережевого виміру інтегрованості всіх учасників технологічного ринку [1, с. 1476].

Наші дослідження процесів створення інтелектуальних продуктів на підприємствах в Україні дозволили зробити наступні висновки:

1) Спостерігається чітка тенденція до скорочення кількості винаходів та корисних моделей.

2) Вітчизняні підприємства орієнтовані не на винахідницьку діяльність, а в основному на забезпечення своєї продукції відповідними знаками для товарів та послуг.

3) Інтелектуальна власність вітчизняних підприємств, на жаль, не виступає сьогодні важливим інструментом впливу на ринок.

4) Незначна кількість надходжень заявок на реєстрацію та кількість зареєстрованих об’єктів інтелектуальної власності свідчить про те, що більшість вітчизняних підприємств не приймають активної участі у процесах створення об’єктів інтелектуальної власності [2, с. 193].

Проголошена на державному рівні стратегічна мета розвитку України на основі інноваційно-інвестиційної моделі потребує реальних кроків, з врахуванням сучасних тенденцій в технологічно розвинених країнах. Важливого значення, зокрема, набуває сьогодні концепція четвертої промислової революції, виробництво в рамках Індустрії 4.0, що передбачає гнучкість, високу ефективність і продуктивність, створення та застосування технологій, які породжують зміни в усіх сферах життєдіяльності та ведуть до нового етапу розвитку суспільства.

Вважаємо, що в епоху сучасних інформаційно-комунікаційних технологій прискорення технологічного розвитку України напряму залежить від активізації інноваційної діяльності підприємств платформи Industry 4.0.

Платформа Industry 4.0 об'єднує підприємства, орієнтовані на активізацію наукових досліджень, впровадження інновацій у сфері виробничих технологій, створення нових кіберфізичних-систем і штучного інтелекту та зміну способів ведення бізнесу.

Л. Федулова зазначає, що створення кіберфізичних систем передбачає їх здатність «… об'єднуватися в одну мережу, зв'язуватися одна з одною в режимі реального часу, самоналаштовуватися й обирати нові моделі поведінки. Зокрема, такі мережі зможуть вибудовувати виробництво з меншою кількістю помилок, впливати на характеристики (властивості) товарів, що виробляються, і при необхідності адаптуватися під нові потреби споживачів. Наприклад, виріб у процесі випуску зможе сам визначити устаткування, здатне виробити його. І все це в повністю автономному режимі без участі людини. Загалом, четверта промислова революція є інтеграцією високотехнологічного устаткування (апаратного комплексу), програмного забезпечення, а також людського знання і досвіду, що зумовлює радикальні зміни в галузі виробничих технологій, управлінні виробництвом і трудовими ресурсами» [3, с. 7].

Погоджуємось з думкою В.І. Скіцько, що «…Україна має достатній потенціал, щоби зайняти одне із провідних місць серед країн-лідерів цієї нової концепції розвитку економіки. Проте для цього необхідна постійна взаємодія органів державної влади; промислових підприємств; підприємств, які є лідерами у своїй галузі; ІТ-компаній; університетів; наукових інноваційних центрів (технопарків), науково-дослідних центрів тощо» [4, с. 36].

Таким чином, можна зробити висновок, що надзвичайно актуальним для активізації інноваційного розвитку вітчизняної економіки є застосовування досвіду провідних країн технологічних-лідерів, зокрема у напрямку створення та розвитку підприємств платформи Industry 4.0.

Література

Галахова Т. О., Галахов Є. М. Компаративний аналіз глобального інноваційно-технологічного розвитку у вимірі підходів вітчизняних та зарубіжних дослідників / Т. О. Галахова, Є. М. Галахов // Економіка і суспільство. – 2017. – Випуск 13. – С. 1475-1482.

Semenova V. Financial support for formation of intellectual capital of enterprises / V. Semenova // Фінансово-кредитна діяльність : проблеми теорії та практики. – 2018. – Том 1 (24). – С. 190-195.

Федулова Л. Вплив світових технологічних трендів на формування «розумного» рітейлу / Л. Федулова // Зовнішня торгівля : економіка, фінанси, право. – 2018. – № 1. – С. 5-21.

Скіцько В. І. Індустрія 4.0 як промислове виробництво майбутнього / В. І. Скіцько // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 5. – С. 33-40.

Довбня С.Б.
д.е.н., професор,
Думбрава Т.Л.
аспірант
Національна металургійна академія (Україна)

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах ведення бізнесу більшість підприємств в силу нестачі власних коштів зацікавлені в залученні додаткового капіталу інвесторів. На цьому етапі вирішальну роль відіграє рівень інвестиційної привабливості підприємства (ІПП). В літературних джерелах представлені різні методичні підходи до проведення оцінки ІПП. Даною проблематикою займалися як вітчизняні так і зарубіжні науковці, зокрема У. Шарп, В. Беренс, Л. Гітман, І. Бланк, А. Пересада, В. Шевчук, А. Гойко, М. Крейніна та ін.

Незважаючи на значні досягнення в цьому питанні, на наш погляд, є деякі аспекти, які потребують певних удосконалень. Зокрема, це стосується цільових напрямків дослідження з відповідною системою оціночних індикаторів, які визначають інвестиційну привабливість компанії. Крім того, на нашу думку методика оцінки повинна базуватись на комплексному підході, тобто виконувати діагностику стану підприємства з різних сторін його діяльності, приймати до уваги не лише внутрішнє середовище компанії, але й зовнішні чинники, які також суттєво впливають на привабливість об'єкту інвестування.

У зв'язку з цим нами розроблено комплексний підхід до проведення оцінки ІПП. Ключовим моментом цього підходу є етап ідентифікації інвестора. Він передбачає визначення типу інвестора в залежності від його інтересів, вимог, періоду та цілей інвестування. Це дозволить при формуванні векторів дослідження та системи оціночних показників уникнути непотрібного нагромадження коефіцієнтів, визначити необхідну глибину проведення діагностики стану підприємства, в більш повній мірі врахувати потреби інвесторів та представити ключові показники, які є вирішальними для них.

На інвестиційному ринку існують різні види інвесторів, які при виборі об'єкту інвестування зосереджують увагу на певних аспектах діяльності підприємства та його стану. Для кожного типу інвестора ІПП має свій зміст та включає свої показники, які дозволяють оцінити рівень привабливості підприємства. Виходячи з цього, система оціночних індикаторів повинна враховувати інтереси різних груп інвесторів й надавати потрібну інформацію стосовно стану компанії.

На рис. представлено загальну схему оцінки ІПП, проте акцентуємо увагу, що методичній підхід до визначення рівня привабливості підприємства має декілька сценаріїв та модифікацій в залежності від результатів першого етапу. В наведеному алгоритмі деякі складові, а саме 6 та 8 етап особливо позначені. Це обумовлено тим, що ці етапи можуть бути вилучені або

використані при наявності особливих умов. Розроблений методичний підхід має певні модифікації в залежності від типу інвестора. Для кожного сценарію обґрунтовано вектори дослідження і відповідні карти індикаторів, метод розрахунку інтегрального показника та алгоритм дій в залежності від результатів оцінки. При аналізі ІПП враховуються чинники зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, приймається до уваги галузева належність об'єкта.

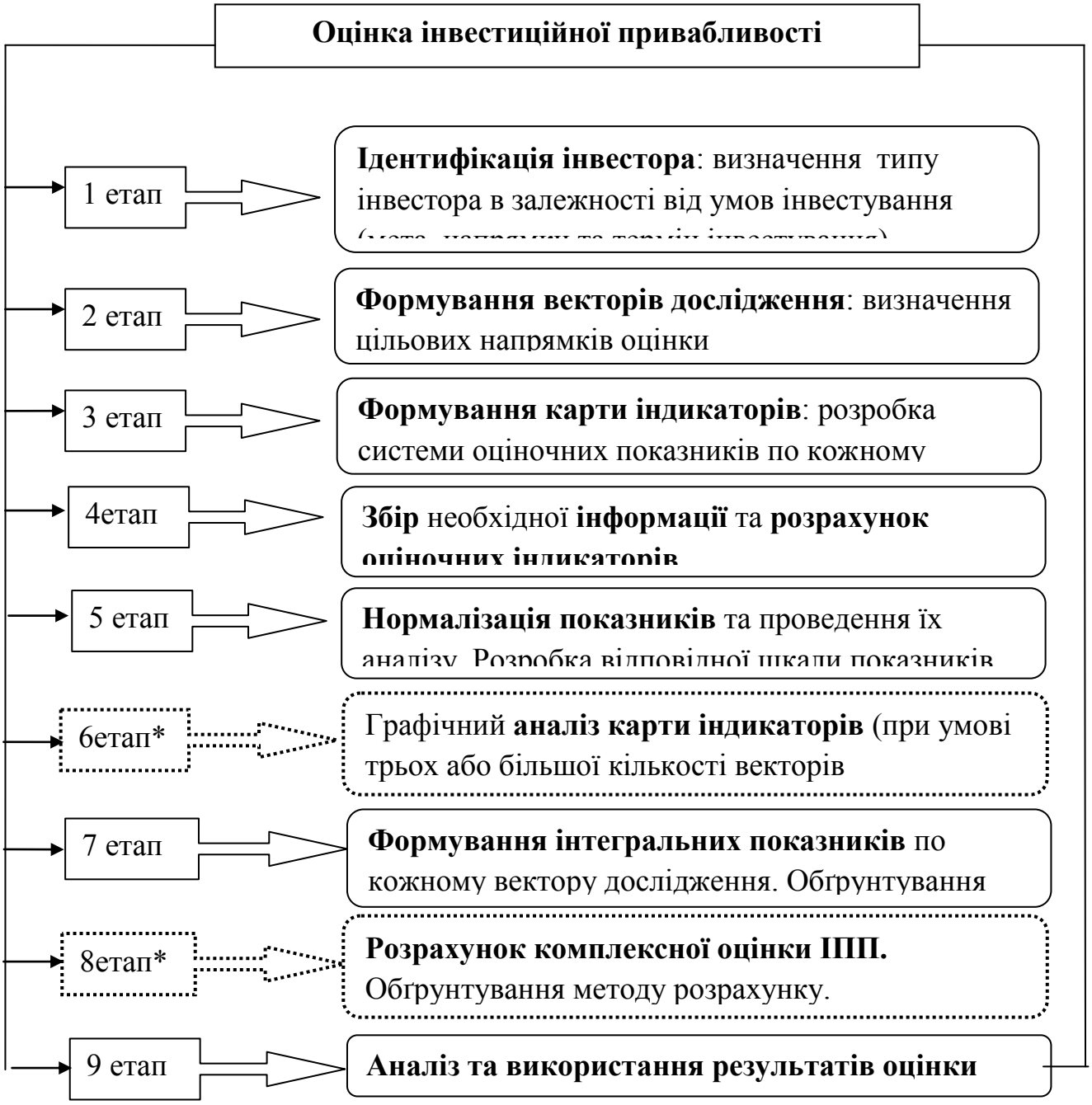


Рис. – Загальний алгоритм оцінки інвестиційної привабливості підприємства

Запропонована методика дає можливість підвищити рівень обґрунтованості рішень при виборі об'єкту інвестування, що в свою чергу буде сприяти ефективному управлінню інвестиційною діяльністю підприємства.

Жадько К.С.
д.е.н., професор
Університет митної справи та фінансів (Україна),
Носова Т.І.
к.е.н., доцент
Одеський національний політехнічний університет (Україна)

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРЕВАГИ

На сьогоднішній день слід звернути увагу на те, що формування звітності бухгалтерської, податкової, управлінської при повністю автоматизованих процесах обліку і контролю підприємницької діяльності займає до 5 хвилин. Однак, при неправильному функціонуванні комп'ютерної техніки, програмного забезпечення та помилках користувачів системі можуть виникати збої, тобто окремі дані можуть бути збережені тільки в комп'ютерних файлах і не роздруковані на паперовий носій. У системі електронної обробки даних операції господарської діяльності можуть бути подані частково і більш того, операція може існувати тільки протягом обмеженого періоду. Наприклад, при неправильних діях користувача, може спрацьовувати "людський фактор", коли система підпорядкована волі не досить компетентної людини. Внаслідок цього надруковані звіти не завжди забезпечують повноту інформації, що дійсно є у файлах і частина її може бути прочитана тільки комп'ютером, такі системи малоефективні. Натомість висококваліфікованому користувачу допомагає повнота доступу до облікових даних і комп'ютерних програм [1].

Розвиток інформаційного забезпечення управління підприємством з використанням автоматизації управлінських процесів можуть бути доступними і інтегровані в процесі роботи з комп'ютером, або шляхом використання комп'ютерного устаткування, розташованого іноді на значних відстанях від користувача. В сучасних умовах активно використовуються і розвиваються та підтримуються спеціалізовані методики в таких інформаційних системах управління (ІСУ): обмін первинними документами між суб'єктами господарювання і здача електронної звітності до контролюючих органів, реєстрація податкових накладних та розрахунків коригувань ПДВ в Єдиний електронний реєстр податкових накладних (ЄРПН), електронне адміністрування ПДВ, обмін будь-якими електронними документами між контрагентами, разом з тим такі системи інтегровані з обліковими та іншими системами, систематизація даних в таких системах представлена схематично на рис.

З іншого боку значна роль в таких системах програмного забезпечення залежить від того чи формує ІСУ необхідну кількість регламентованих і управлінських звітів. А саме: податкова й бухгалтерська звітність; звітність для органів Фонду соціального страхування; звітність для служби статистики; звітність для органів Пенсійного фонду України, звіти по менеджерах, дебіторській, кредиторській заборгованостях тощо. Всі необхідні операції по підготовці звітності повинні виконуватися з робочого столу користувача, що

відкривається при запуску програми, мати зручний, наочний і інтуїтивно зрозумілий інтерфейс та розвинену система підказок.

Заповнені звіти можна надрукувати на принтері, а також вивантажити в електронному форматі. При друкуванні сторінки звіту нумеруються автоматично, загальна кількість сторінок указується на титульному аркуші. Підтримується печатка форм податкових декларацій і бухгалтерської звітності з нанесенням на аркуші двовимірного штрихкоду.

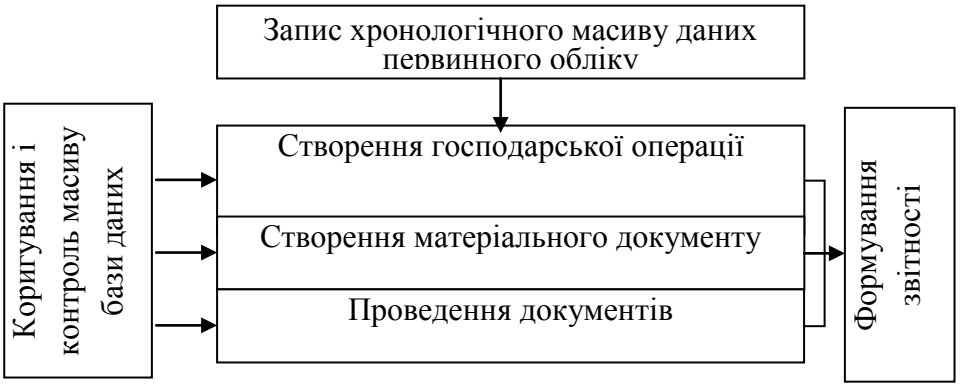


Рис. – Систематизація даних в інформаційних системах обліку і контролю

Якщо розглядати переваги сучасної електронної звітності:

1. Залежно від обраного періоду звіту прикладне рішення автоматично підбере відповідну редакцію форми.

2. Один раз заповнені звіти тепер можуть зберігатися безпосередньо в інформаційній базі. Збережені звіти можна змінювати, повторно роздруковувати або вивантажувати в електронному виді.

3. Працювати з багатосторінковими розділами звітів стало значно зручніше. При необхідності можна додавати рядки й цілі сторінки. Передбачено зручний і гнучкий механізм керування печаткою. При підготовці до печатки система автоматично розбиває звіт на сторінки й нумерує їх.

4. Користувач може управляти складом списку звітів і формою його подання. У список можна включати нові звіти, реалізовані у вигляді файлів зовнішніх обробок.

5. З підготовленими регламентованими звітами можна працювати в груповому режимі, не відкриваючи форм самих звітів.

Отже, узагальнюючи результати досліджень про переваги і недоліки формування звітності сучасного інформаційного забезпечення управління підприємствами, необхідно виділити відкритість структури інформаційних систем управління і систем внутрішнього та зовнішнього контролю, що надає їм більш повну функціональність за умови наявності мережі Інтернет і відповідної кваліфікації користувачів.

Література

1. Когаловский М. Р. Перспективные технологии информационных систем. – М. : ДМК Пресс. – Компания АйТи, 2003.

Швиданенко Г.О.
к.е.н., професор,
Теплюк М.А.
викладач,
Будяєв М.О.
викладач
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Активізація інноваційно-інвестиційних процесів у сучасних умовах функціонування підприємства пов'язана з ідентифікацію ключових тенденцій розвитку інвестиційного ринку. Зазначимо, що збільшення обсягів залучення інвестиційних ресурсів дозволяє не лише стабілізувати фінансово-економічний стан підприємства, а також сприяє економічному зростанню, стимулює впровадження інновацій, підвищує продуктивність праці та інше. Безперечно, процес активізації інноваційно-інвестиційних процесів на підприємствах пов'язане з інвестиційним кліматом та інвестиційним іміджем. Проте, з врахуванням сучасних, кардинальних змін у бізнес-середовища функціонування суб'єктів господарювання, доцільним є розподіл факторів інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства на *суб'єктивні* (відповідність суб'єкта, що інвестується, його продукції та виробництва, етичним, світоглядним та іншим вимогам інвестора) та *об'єктивні* (показники фінансово-економічного стану підприємства та виду економічної діяльності).

В науковій літературі більшість публікацій присвячена діагностиці впливу об'єктивних факторів на забезпечення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності та методики їх розрахунку. Прикладом є розрахунки різних груп коефіцієнтів, а саме: *майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності активів, ділової активності, ринкової активності* та *інших.* Проте всі вищезазначені підходи не враховують рівень впливу суб'єктивних чинників, які створюють значні бар'єри інноваційно-управлінським змінам і диджитал процесів, загалом. Досліджуючи дану проблематику, зазначимо, що все більшої популярності в науковому товаристві, набувають саме суб'єктивні фактори, які популяризують активізацію інноваційно-інвестиційних процесів, які в свою чергу, пі забезпечують вплив репутацію підприємства як надійного партнера (див. рис.).

В європейських країнах державна політика спрямована на формування інноваційно-інвестиційної моделі розвитку бізнесу. В сучасних реаліях, коли підвищення ефективності господарської діяльності досягається за рахунок науково-технічного прогресу, інноваційна та інвестиційна діяльність є органічно взаємозалежною. Цікавим є той факт, що в провідних країнах світу, на законодавчому рівні розглядають інноваційний розвиток як одну із ключових форм інвестиційної діяльності, що здійснюється з метою

імплементації диджиталізації виробництва та соціальну сферу. В даному випадку, інвестиції розглядаються як ключовий драйвер інновацій.

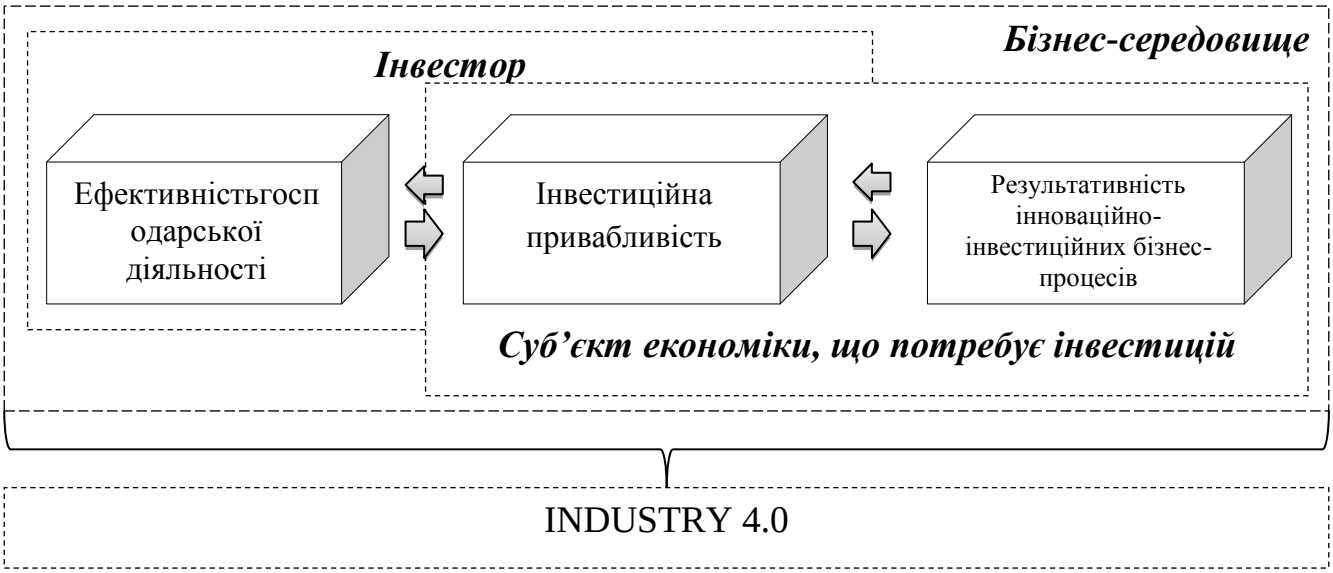


Рис. – Активізація інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання

Джерело: розроблено авторами

Досліджуючи економічно-національні тренди, даний підхід знаходиться на дискусійній стадії, а неузгодженість законодавства в інноваційно-інвестиційній сфері зумовлює низку негативних наслідків, а саме:

- ✓ зниження рівня інноваційної активності підприємств;
- ✓ неефективність механізмів захисту інтелектуальної власності;
- ✓ відсутність інструментів сучасного проектування інноваційного розвитку;
- ✓ поширення практики ігнорування законодавства або призупинення дії статей законів, які стосуються заохочення розвитку інноваційної діяльності.

Відповідні тенденції не є сталими та в залежності від країни можуть мати різні види проявів. Безперечним є той факт, що держава є основним суб'єктом активізації інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств в сучасній економіки знань. Першочерговим у розвитку підприємницької діяльності є визначення ключових аспектів і характеристик ринкового середовища, що здійснює прямий або опосередкований вплив на результати інноваційно-інвестиційних процесів суб'єктів господарювання. Разом з тим, експерти зазначають, що для активізації інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання необхідно розвивати ідеї етично-екологічного інвестування.

Література

1. Швиданенко Г. О., Теплюк М. А., Бесараб С. О. Розвиток інноваційного бізнесу в умовах становлення економіки знань // Інвестиції : практика та досвід. – 2018. – № 11. – С. 43-48.

Швиданенко Г.О.
к.е.н., професор,
Кирилюк О.В.
аспірант
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»
(Україна)

АСИМЕТРІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗМІН

Будь-яка економічна система розвивається нерівномірно. Дефініція «нерівномірність» в працях таких науковців, як Й. Шумпетер, А. Еммануель, А. Хіршман, Л. Тейлор, Х. Ченері, Д. Фей, Т. Шульц, Дж. Фрідман та інших висвітлюється поняттями асинхронності, незбалансованості, дивергенції, диспропорції, диференціації, нерівноваги. Детальний аналіз споріднених термінів дав змогу простежити сутнісний взаємозв'язок між ними, що підсилюється їх внутрішніми характеристиками [1]. Тому дані поняття є категоріальним формами вираження єдиної сутності, а саме змістовного наповнення процесу асиметричного розвитку економічної системи.

Категорія «асиметрія» в загальному розумінні – це відсутність або порушення симетрії. Її розглядають як специфічну властивість об’єкта відтворювати себе при певних змінах, перетвореннях чи трансформаціях. Ми розглядаємо економічну асиметрію розвитку як багатогранне поняття, що є процесом формоутворення унікальних ресурсних композицій на підприємстві з метою забезпечення конкурентних переваг. Асиметрія є запорукою як економічного розвитку, так і економічного зростання, що свідчить про актуальність даної проблематики.

Навіть володіючи однаковим набором ресурсів компанії здатні по різному їх поєднувати. Даний процес комбінування забезпечує унікальні ресурсні композиції, що в процесі здійснення бізнесової діяльності зумовлюють для підприємства мають додаткову вигоду у порівнянні з конкурентами. Слід відзначити, що процеси асиметрії розвитку підприємств підсилюються впливом інноваційних технологічних змін, що притаманні сучасним реаліям економіки знань, та опосередковують процес інтеграції суб’єктів ринкових відносин в глобальному просторі.

Результати наукових пошуків свідчать, що сучасні суб’єкти ринкових відносин мають притаманні часу особливості. Зникає одна з головних причин нерівномірності розвитку компаній – циклічність. В умовах переходу до цифрової економіки зміщуються акценти в діяльності підприємств. Якщо під час третьої індустріальної революції інноваційні технології були на етапі входження в господарську діяльність підприємств, а впровадження їх в бізнесовий процес в короткий термін сприяло досягненню компаніями прогнозованої рентабельності, то за умови системно-синергетичних технологічних змін четвертої індустріальної революції інноваційні технології забезпечують успішну діяльність підприємства лише за умови ефективного їх

поєднання та постійного вдосконалення. Широкі можливості масштабних технологічних досягнень цифрової економіки спричиняють пришвидшений розвиток компаній за нетиповим для минулих років напрямом.

На практиці реалізація інноваційних технологічних змін проявляється такими явищами, як швидкість накопичення капіталу, наприклад, Facebook для досягнення річної виручки в розмірі мільярда доларів знадобилося лише шість років, що є рекордним терміном для підприємств, що діяли в умовах другої чи третьої індустріальної революції; зменшенням термінів існування корпорацій в рейтингу S&P 500 з 60 до 18 років [2, с. 43]; скороченням термінів і зменшенням бар'єрів для входження на ринок нових гравців; гнучкістю змін форм та організацій бізнесової діяльності тощо. Все це надає широкі можливості для розширення масштабів і темпів розвитку бізнесу.

Переваги цифрової революції широко використовуються підприємствами високорозвинених країн світу, а також країн, що прагнуть до динамічного розвитку. Прикладом є успішний досвід Естонії, Ірландії, Швеції та Ізраїлю, де безпосередній ефект від комплексного розвитку цифрової економіки склав 20% ВВП впродовж п'яти років, а ROI в цифрову трансформацію становив 500%. [3] В Україні частково використовуються цифрові технології підприємствами в сфері машинобудування, гірничодобувної промисловості, медицини, освіти. Одним із яскравих прикладів є агропромислова сфера, де запровадження цифрових технологій передовими компаніями зумовило зростання ROI від 30% до 90% [3]. Основними завданнями технологічного менеджера сучасності є гарантування компанії спрощення діяльності та зменшення витрат за допомогою впровадження нових технологій, швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища, не адаптація, а лідирування в галузі внаслідок індивідуальних технологічних пошуків, постійне вдосконалення компетенцій персоналу, відкриття простору для неординарних рішень щоденних задач, перетворення технології на звичний механізм діяльності у свідомості працівників тощо [4].

Література

1. Федорищев Д. В. Асимметрия развития экономической системы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://dlib.rsl.ru/viewer/01003241248#?page=27

2. Шваб К. Четвертая промышленная революция [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/workgroup/materials/Pages/F_2016.pdf

3. Риженко О. Як цифрова економіка змінить Україну [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.epravda.com.ua/columns/2018/01/16/633057/

4. Захарчин Р. М. Особливості та стратегічні завдання сучасного менеджменту організацій / Р. М. Захарчин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_14/58.pdf

Чуркіна І.Є.
д.е.н., доцент
Одеський торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна)

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Підвищення активності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств є однією з головних передумов стабільності та сталого розвитку економіки. Але, водночас, суб'єкти господарювання в умовах невизначеності стикаються з такою серйозною перешкодою як хронічний дефіцит інвестиційних ресурсів. Вивчення світового та вітчизняного досвіду переконливо свідчить, що вирішення проблем інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств полягає у першу чергу в обґрунтуванні теоретико-методичних підходів для збільшення обсягів притоку інвестицій. За умов збільшення обсягів ресурсів та їх ефективного використання інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства повинне стати двигуном підвищення конкурентних позицій вітчизняних суб'єктів господарювання та розвитку національної економіки в цілому.

Аналіз діяльності підприємств національної економіки показує, що з метою укріплення конкурентних позицій на ринку, одержання прибутку, стійкого розвитку підприємства та мотивації діяльності необхідним є налагодження механізму інвестування, що дозволить забезпечити залучення інвестиційних ресурсів для реалізації існуючих (потенційних) ринкових можливостей та їх інноваційного розвитку.

Горлачук В.В. окреслив такі групи механізмів фінансування інноваційної діяльності, як механізми мобілізації власних коштів підприємства, механізми мобілізації позикових коштів та механізми мобілізації залучених коштів [1, с. 58].

Наявність власних коштів для фінансування інновацій значною мірою визначає інвестиційну і інноваційну активність суб'єктів господарювання (підприємств та установ), оскільки відсутність власних коштів знижує їхню привабливість для інших інвесторів. Існує два основних джерела власних інвестиційних ресурсів: прибуток, який залишається в розпорядженні підприємства (нерозподілений прибуток) та амортизаційні відрахування. В Україні цей механізм фінансування інноваційної діяльності є основним. За кордоном підприємницькі структури, природно, за певних економічних умов і сприятливого інвестиційного клімату, інвестують значну частину прибутку у власний розвиток.

Довгострокові позики та кредити у світовій практиці є основними серед позикових джерел фінансування інвестицій. В умовах України це джерело відіграє незначну роль. Сучасна економічна ситуація характеризується високим ступенем нестабільності, що стримує використання кредитування як джерела фінансування інновацій. Умови кредитування в багатьох випадках є

неприйнятними внаслідок коштовності кредитних ресурсів та високих вимог до позичальників. У практиці закордонного бізнесу все більше місця займає венчурний капітал, за допомогою якого фінансується багато інноваційних проектів як у країнах із розвиненою економікою, так і в країнах, які проводять економічні реформи [2, с. 158].

Залучення коштів від емісії цінних паперів використовується акціонерними підприємствами (товариствами, компаніями). Залучення інвестиційних ресурсів здійснюється, як правило, шляхом емісії акцій і реалізації їх серед інвесторів. Інвестори можуть бути як вітчизняні, так і зарубіжні. Деякі вітчизняні акціонерні підприємства залучають кошти іноземних партнерів шляхом продажу їм великих пакетів акцій. Слід зазначити, що багато акціонерних підприємств, намагаючись залучити великих інвесторів, практично не приділяють уваги дрібним. В даному випадку резерви є суттєвими. Залучення коштів від емісії цінних паперів надає можливість шляхом диверсифікації джерел інвестування швидко накопичувати кошти, необхідні для інвестування різноманітних видів інноваційної діяльності акціонерних підприємств.

У сучасних умовах ситуація у фінансовому секторі України характеризується дефіцитом власних джерел інвестиційних ресурсів, неефективною амортизаційною політикою, нерозвиненістю ринку капіталів, і, як наслідок, обмеженням можливостей підприємства щодо використання якомога більшого числа джерел інвестування. Наведені недоліки зменшують потенційні можливості впровадження інноваційних проектів та гальмують здійснення інноваційної діяльності підприємства в цілому, незалежно від форми власності та організаційно-правової форми господарювання.

Проведений аналіз дозволив виявити найдоступніші джерела фінансування інноваційної діяльності: власні кошти (прибуток і амортизаційні відрахування); залучені кошти (емісійне фінансування); позичені кошти (кредит та венчурне фінансування); комбіноване фінансування. Особливу увагу пропонується приділити фінансуванню інноваційної діяльності шляхом емісії цінних паперів як одному з альтернативних джерел інвестування.

Література

1. Горлачук В. В. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства / В. В. Горлачук, А. С. Черненко, О. О. Раку // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія : Економіка. – 2016. – Т. 285, Вип. 273. – С. 57-63.

2. Гріщенко І. В. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств в умовах системних перетворень / І. В. Гріщенко, Н. В. Білецька, Л. М. Клівіденко // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – 2016. – Вип. 50. – С. 157-160.

Бабій О.М.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна),
Колодинський С.Б.
д.е.н., доцент
Одеська державна академія будівництва та архітектури (Україна)

СИСТЕМНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

В процесі проведення економічної реформи в Україні виявилися принципові розбіжності і суперечності економічної теорії з реальною дійсністю. Теоретичні розробки не відповідають запитам і вимогам господарської практики, у багатьох випадках здійснюють просту констатацію фактів. Разом з тим, науково обґрунтований вибір стратегії реформування охопленого економічною кризою господарства України, визначення шляхів виходу з кризисного стану, що виник в результаті світової економічної кризи і охопив українську економіку, є основними задачами економічної науки. Рішення проблем, що стоять, зрештою, забезпечить державну самостійність України, її політичну незалежність, економічну потужність і високий життєвий рівень народу. Головною метою соціально-економічного розвитку країни повинне стати подолання тривалої глибокої кризи в економіці і забезпечення цивілізованих, гідних людини, умов життя.

Для виходу з положення, що створилося, потрібно значне прискорення розвитку продуктивних сил, формування ринкових відносин, істотні структурні зміни в народногосподарському комплексі, стабілізація і поліпшення економічної ситуації в промисловому виробництві, зниження соціальної напруженості, а також усунення політичних розбіжностей, існуючих в суспільстві. На початкових етапах проведення економічної реформи в Україні основна увага була звернута на реорганізацію основної ланки економіки – підприємства, але у міру просування реформ виявилася неспроможність даної позиції, її обмеженість. Низька ефективність господарювання на рівні первинної ланки, як показала практика, була обумовлена відсутністю відповідних перетворень у всій системі економічних відносин, направлених на створення ефективного ринкового механізму, одним з основних елементів якого є інноваційне підприємництво [1, с. 211-214].

Разом з тим, відповідність форм господарювання характеру і структурі відносин власності визначає ступінь свободи підприємницьких суб'єктів, форми і методи поведінки товаровиробника на ринку. Звідси витікають основоположні принципи державної політики у сфері проведення господарської реформи: визначається ступінь впливу державної власності в економіці; визначається масштаб і глибина залучення в господарські перетворення недержавних форм власності. При цьому, ринок як основний регулятор господарських процесів, є похідним від відносин власності, що складаються в економіці країни. Наявність в економічній структурі суспільства різних секторів, що представляють

різноманітні форми власності, здатний забезпечити ефективне функціонування ринкового механізму [2, с. 18-21].

Яка ж організаційно-правова форма в максимальній мірі реалізує права власності виробників, ліквідує відчуження праці? Як свідчить світова практика, такою формою є інноваційне підприємництво. Саме в рамках інноваційних господарських формувань виявляється можливість самим трудівникам визначати характер своєї праці, розпоряджатися виробленим продуктом, відроджувати стимули до праці. У реальному житті здійснення даного принципового положення – процес складний і тривалий, який вимагає змін в суспільній свідомості населення, вироблення відповідного законодавства, що забезпечує трудящим реальне володіння, користування, розпорядження власністю, гармонійне поєднання інтересів всіх суб'єктів господарської діяльності різних рівнів. На практиці це означає приватизацію державної власності, визнання права на існування всіх форм господарювання, широке розповсюдження демократичних перетворень в суспільному житті.

Необхідно акцентувати увагу на конкретно-економічних умовах розвитку інноваційних підприємницьких структур. Вони зв'язані, перш за все, з податковою і кредитною політикою, реалізацією програми державної підтримки малого бізнесу. Основні напрями підтримки інноваційного підприємництва будуть націлені на важливості формування конкурентного ринкового середовища в економіці і рішенні проблеми фінансового банкрутства інноваційного підприємництва. Ситуація складається так, що допомога всім приведе тільки до погіршення економічної ситуації в цілому, підсилить процес інфляції, джерелом якої є, перш за все, грошова емісія, але закони ринку вимагають усунення неефективно працюючих товаровиробників шляхом визнання їх фінансового банкрутства [3, с. 24-27].

Таким чином, в Україні спостерігається пожвавлення та підйом інноваційної підприємницької діяльності, відбувається трансформація відносин власності, затверджуються правові гарантії свободи підприємництва з реальними ефективним механізмом підтримки інноваційних господарських форм. Конкретними проявами такої господарської політики є: значне зростання числа малих та середніх підприємств в економіці країни, підвищення їх частки в загальному об'ємі випущеної продукції, зростання економічної ефективності підприємств, різних за своєю розмірною структурою та масштабах діяльності.

Література

1. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво : сутність, механізми і форми розвитку : Монографія. – Вінниця : УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397 с.

2. Тарасевіч В. М., Завгородня О. О. Інноваційно-інформаційна економіка : постіндустріальність, генераційність, відкритість // Економіка України. – 2018. – № 4. – С. 18-30.

3. Орлов О.О. Інновації у плануванні на основі концепції маржинального підходу // Економіка України. – 2018. – № 5. – С. 23-35.

Воронжак П.В.
к.е.н., доцент,
Карпенко Л.М.
д.е.н., професор
Одеський національний політехнічний університет (Україна)

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КОНТРОЛІНГУ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Сучасний стан економіки України потребує вирішення багатьох кардинальних проблем і насамперед розроблення політики інвестиційного контролінгу у міжнародному бізнесі та виходи країни на нові міжнародні ринки. Успішне проведення ринкових реформ в Україні неможливе без ефективної інноваційно-інвестиційної політики, перебудови економіки з метою створення сприятливого інвестиційного середовища. Це робить проблему формування та розвитку інвестиційних ресурсів, механізму фінансового забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств та держави, інвестиційного контролінгу у міжнародному бізнесі надзвичайно актуальною.

Інвестиційний контролінг – це система методів та інструментів, яка спрямована на підтримку інвестиційного менеджменту, що охоплює інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг.

Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств та вихід на світовий простір потребує сучасне інструментальне підґрунтя, нові сучасні управлінські технології, а саме: краудінвестінг, краудсорсінг, краудфандінг, імпактінвестінг тощо. На Україні у підприємницької діяльності останнє роки використовуються нові інноваційні форми інвестування та підприємства мають намір до розширення використання різних інцест-платформ, що покращую веденню міжнародного бізнесу [1, с. 1-10].

Контролінг інвестиційних проектів включає в себе систему моніторингу, оцінки і контроль інвестиційних проектів з метою формування управлінських рішень. Інвестиційна діяльність характеризує процес обґрунтування та реалізації найбільш ефективних форм вкладення капіталу (особливо іноземного), спрямованих на розширення економічного потенціалу підприємства. Іноземні інвестиції більш цікаві за обсягами та можливостями, але потребують ще більшого обґрунтування та доцільності впровадження інвестиційних проектів

Система інвестиційного контролінгу являє собою синтез елементів інвестиційного моніторингу та аналізу, планування і контролю, реалізація яких забезпечує вироблення альтернативних підходів при здійснені стратегічного управління інвестиційним процесом у міжнародному бізнесі [2, с. 208].

Взагалі, інструментарій контролінгу можна класифікувати за двома критеріями: сфери застосування − які завдання допомагає вирішити даний інструмент (табл.); періоду дії − оперативний або стратегічний.

Таблиця

Інструментарій контролінгу за сферами застосування

Сфера застосування	Інструментарій
Система управлінської звітності:	− звіти про господарську діяльність, зокрема зведені; − облікові форми та показники управлінського обліку; − методи аналізу звітності; − звіти міжнародної діяльності (валютно-фінансові операції)
Організація потоків інформації	Система документообігу, карта бізнес-процесів
Планування	Аналіз і оптимізація обсягу замовлень, АВС-аналіз, аналіз точки беззбитковості, ступінчастий розрахунок сум покриття, аналіз вузьких місць, методи аналізу інвестиційних проектів, маржинальний аналіз, методи розрахунку комісійних винагород, функціонально-вартісний аналіз, методи логістики, аналіз життєвого циклу продукту, SWOT-аналіз, бюджетування, визначення цільових витрат, методи лінійного програмування тощо.
Моніторинг і контроль	Система раннього попередження, аналіз розривів, контроль відповідності фактичних показників плановим, аналіз витрат за центрами обліку і звітності

Таким чином, розглядаючи концепцію контролінгу в умовах глобалізації економічних процесів, необхідно виявити ступінь віддзеркалення контролінгу в системі міжнародних норм і стандартів як одній з передумов створення такої системи управління на підприємствах України. Контролінг у системі міжнародних норм і стандартів визначається як «управлінський облік», метою якого є підвищення якості управлінського обліку в глобальному масштабі. Також передумовами створення системи контролінгу є посилення міжнародної конкуренції, нестабільність навколишнього середовища.

Створюючи систему інвестиційного контролінгу у міжнародному бізнесі, необхідно перш, за все чітко структурувати компанію. Проведені дослідження дають змогу стверджувати, що економічні перетворення, що відбуваються в українській економіці, створюють умови для розвитку підприємств у міжнародному масштабі на підґрунті інвестиційного контролінгу.

Література

1. Tetiana, H., Karpenko, M.L., Olesia, F.V., Yu, S.I. & Svetlana, D. (2018). Innovative methods of performance evaluation of energy efficiency project. Academy of Strategic Management Journal, 17(2), 1-10.

2. Воронжак П. В. Активізаційно-компенсаторний смарт-підхід щодо удосконалення організаційно-економічного інструментарію стратегії інноваційного розвитку промислового підприємства та його концептуальна модель [Електронний ресурс] / П. В. Воронжак // Економіка : реалії часу. – 2015. – № 6, (16). – С. 206-212. – Режим доступу : http://economics.opu.ua/ files/archive/2015/No6/206.pdf.

Бойченко К.С.
к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку ринкових відносин все більша роль відводиться інноваціям, оскільки для ефективного функціонування будь-якого підприємства необхідні нові продукти і послуги. Постійна зміна асортименту провідних компаній будь-якої галузі, що займаються інноваційною діяльністю, призводить до ретельного підходу до процесу розробки нової продукції.

Інноваційний розвиток відображає узагальнене теоретичне уявлення про напрям стратегічного розвитку компанії, потенційної можливості зростання ефективності виробництва і підвищення довгострокової конкурентоспроможності за рахунок освоєння нових науково-технічних досягнень.

Забезпечення наукових досліджень і розробок як ключовий напрям інноваційного розвитку – це, перш за все, створення і реалізація бізнес-проектів і здійснення заходів щодо проведення прикладних наукових досліджень; аналіз інформаційних і статистичних джерел; контроль проведення досліджень; документаційне оформлення розробок [1, с. 7].

До основних напрямів інноваційного розвитку можна віднести такі:

1) логічна і документально підтверджена аргументація корисності для споживачів (держави, суспільства і підприємств) інноваційної діяльності, що вимагає адекватної винагороди (фінансування);

2) обґрунтування і вибір найбільш раціональних інноваційних рішень при складанні бізнес-планів науковими та венчурними компаніями та формуванні державних науково-технічних програм;

3) обґрунтування вигідності інвестицій у конкретні інноваційні бізнес-проекти;

4) оплата і стимулювання інноваційної діяльності;

5) захист інтелектуальної власності;

6) обґрунтування цін на ринку науково-технічної продукції;

7) виявлення та аналіз тенденцій розвитку науки і техніки.

Основне призначення інноваційного розвитку полягає в тому, щоб теоретично визначити перспективи й показати шляхи практичного подолання головних проблем інноваційної пасивності підприємств, а також сприяти створенню нового [2, с. 128]. В цілому можна виокремити такі групи стратегій інноваційного розвитку підприємства: по-перше, пов'язані зі зміцненням позицій існуючої продукції на даному ринку; по-друге, пов'язані з розширенням компанії, створенням нового продукту і виходу з ним на новий ринок.

Основою для аналізу рівня інноваційного розвитку та науково-технічного прогнозу для виявлення пріоритетних напрямів розвитку компанії слугує прогноз економічного стану підприємства. Класично такий прогноз

розробляється за напрямами: продукція, технологія, функції. За результатами досліджень проводиться оцінювання актуальних аспектів інноваційного розвитку і перспективних характеристик:

• ринкового потенціалу підприємства – виробника продукції, оцінювання конкурентних позицій;

• фінансового становища і можливості зміцнити виробничу базу;

• фінансових можливостей;

• зростання фінансових результатів в результаті реалізації нової продукції.

У процесі моніторингу управління інноваційною діяльністю компанії доцільно виключати абсолютні індикатори, наведені в вартісному виразі для вирівнювання умов [3, с. 225]. Для цього необхідно проаналізувати такі показники:

• питома частка витрат на НДДКР у загальному обсязі витрат компанії, %;

• питома частка впроваджених заходів до кількості незавершених НДДКР, %;

• питома частка використовуваних в проведенні НДДКР матеріальних ресурсів, до загального значення основних фондів, %;

• питома частка працівників, які пройшли підвищення кваліфікації протягом аналізованого періоду, %;

• питома частка результатів досліджень і розробок в загальній сумі необоротних активів, %.

Застосування моніторингу на практиці дозволяє встановити взаємозв'язок між процесом реалізації загальної стратегії підприємства і стратегією інноваційного розвитку, що сприяють розробці нового продукту. Проведене дослідження з оцінювання інноваційного розвитку підприємства дозволяє виділити важливий напрям розвитку підприємства, пов'язаний з інноваційною діяльністю. Запропонована система показників дозволяє виявити рівень інноваційної діяльності зв'язку зі змінами у навколишньому середовищі і зробити висновки про можливість прийняття управлінських рішень у сфері розробки нового продукту в межах формування стратегії розвитку підприємства.

Література

1. Новикова О. А. К вопросу о выборе приоритетных направлений совершенствования системы управления инновационной активностью промышленного предприятия // Науковедение. – 2017. – № 6 – Том 9. – С. 6-12.

2. Федулова Л. І. Концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств / Л. І. Федулова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 2. – С. 122-135.

3. Бойченко К. С. Система індикаторів ефективності інноваційного розвитку підприємства / К. С. Бойченко // Інноваційне підприємництво : стан та перспективи розвитку : зб. матеріалів ІІ Всеукр. наук.-практ. конф. – Київ : КНЕУ, 2017. – С. 224-226.

Гура О.Л.
к.е.н., доцент,
Гнатенко Д.О.
здобувач
Одеський торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна)

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОГО ІНВЕСТУВАННЯ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Ефективна інвестиційна діяльність підприємства є одним із важливіших чинників економічного розвитку суб'єктів господарювання всіх рівнів, являючи собою базу економічного зростання національних економічних систем та світового господарства в цілому [1].

В умовах ринкового середовища, що швидко змінюється, чим не завжди позитивно впливає на ефективність діяльності підприємств, великого значення набуває виважена інвестиційна діяльність, яка потребує від підприємств пристосування й адаптації до умов як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Для підприємств, що не мають можливості використовувати внутрішні фінансові ресурси, доцільним кроком є залучення інвестицій. Українська економіка потребує саме капіталів для будівництва нових, реконструкції та модернізації діючих підприємств [2].

Інноваційно-інвестиційна діяльність зв'язана з використанням фінансових ресурсів та пошуком додаткових джерел інвестування. Конкурентоспроможність підприємства на ринку в майбутньому обов'язково залежить від того, як плідно використовуються інновації в усіх сферах діяльності підприємства. Інвестування мусить носити інноваційний характер для того, щоб підвищити конкурентоспроможність українських підприємств. Тільки в цьому випадку можлива швидка віддача на капітал, що інвестується і, як наслідок, підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Головними завданнями інноваційної політики підприємства є перебіг пошуку привабливої ідеї та розробка нового товару, вихід товару на ринок та спостереження за його поведінкою. Інноваційний розвиток компаній не тільки дає можливість оптимізувати основні фінансові показники діяльності, але і підвищити технічну, технологічну та товарну конкурентоспроможність підприємств. Ця обставина робить необхідним умову інноваційного характеру інвестиційної стратегії українських підприємств. Від України інвесторів відлякує високий рівень корупції, нестабільність національної валюти, монополізація ринків, а також, військовий конфлікт з Росією. Іноземні інвестори мають бути зацікавлені у фінансуванні вітчизняних підприємств, тому керівникам українських компаній слід максимально ефективно використовувати та впроваджувати інноваційні практики.

Упродовж 2014-2016 рр. питома вага інноваційно активних підприємств становила 18,4 %. Із загальної кількості обстежених підприємств 5,0 % займалися технологічними інноваціями (продуктові та/або процесові), 6,6 % – нетехнологічними (організаційні та/або маркетингові), 6,8 % – технологічними

та нетехнологічними інноваціями. У 2017 р. на інновації підприємства витратили 9,1 млрд. грн., у тому числі на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 5,9 млрд. грн. (64,7 % загального обсягу інноваційних витрат), на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 2,2 млрд. грн. (23,8 %), на придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) – 21,8 млн. грн. (0,2 %). Обсяг коштів вітчизняних та іноземних інвесторів становив 380,9 млн. грн. У 2017р. інновації впроваджували 88,5% підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, з них інноваційні види продукції – 53,3%, нові технологічні процеси – 67,9 % [3].

На сьогодні впровадження інноваційних процесів в рамках функціонування суб'єктів підприємницької діяльності збільшує їх конкурентоспроможність. Недостатня увага до інноваційної діяльності приведе до зменшення частини ринку підприємства та великі фінансові втрати.

Світова практика пропонує використовувати широкий спектр інструментів інвестиційно-інноваційного розвитку. Їх застосування в повному обсязі потребує чималих грошових вливань, які недоступні для більшості українських підприємств. Проте кожне конкретне підприємство має змогу вибирати і використовувати обмежене число найбільш оптимальних інструментів.

Стимулюванню приватних інвестицій в інноваційні проекти, створенню спеціальних умов для інноваційної діяльності сприятиме розробка та запровадження нових нормативно-законодавчих актів, послідовне зниження тиску на інвесторів, створення дієвих механізмів управління інвестиційною діяльністю, реструктуризація економіки.

Інноваційне інвестування на сьогоднішній день є одним із пріоритетних напрямків розвитку нашої країни, надійним шляхом до євроінтеграції українського бізнесу та підприємництва. Тільки розвиваючи інвестиційно-інноваційний потенціал вітчизняних підприємств провідних галузей економіки, Україна може досягти визнання в європейському економічному просторі, так як саме підприємства є базисом конкурентоспроможності держави [4].

Література

1. Шкіренко В. В. Вплив особливостей інвестиційної діяльності на її контроль / В. В. Шкіренко // Бухгалтерский учет, анализ и аудит. – Технологический аудит и резервы производства – 2015. – № 1/6(21). – С. 61- 66.

2. Гура О. Л. Інвестиційний аналіз (модульний курс) : навч. посіб. / О. Л. Гура, І. В. Степанова. – 2-ге вид, перероб. і доп. – Одеса : Атлант, 2015. – 232 с.

3. Офіційний сайт Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.gov.ua/

4. Калініченко Л. Л. Інноваційна модель розвитку України в умовах євроінтеграційних процесів / Л. Л. Калініченко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – № 6. Частина 1. – С. 139-143.

Долгова Л.І.
к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

У сучасному менеджменті персоналу все більшого значення набувають мотиваційні аспекти. Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета процесу мотивації – це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну ефективність і прибутковість діяльності підприємства. Мотивацію персоналу в певному розумінні можна вважати і філософією, і одночасно ключовою технологією сучасного управління, найголовнішою умовою успішності, а також індикатором ефективності роботи організації [1, с. 263].

Університет Варвіку, що проводив дослідження серед працівників, зробив висновок, що щасливий трудовий колектив на 12% ефективніше працює. Виходячи з цього, науковці виділяють чотири інноваційні методи стимулювання персоналу: 1) гнучкі години та можливість працювати дистанційно. Цей метод спрямований на встановлення балансу між роботою та домівкою в житті кожного працівника. За дослідженнями вчених, люди, які відчувають, що вони «одружені» зі своєю роботою, починають відволікатися та працювати гірше у зв'язку із великим бажанням проводити час разом із родиною. Даний метод стає дедалі простішим, враховуючи новітні технології, що дозволяють працювати дистанційно, не несучи жодних недоліків; 2) домашні тварини в офісі. Дослідники Центрального університету Мічигану встановили, що собаки на робочому місці здатні збільшити довіру серед працівників та слугувати соціальними каталізаторами. Даний метод використовується у офісі Інтернет-магазину ETSI та вражає керівництво своєю ефективністю. Домашні тварини швидко знімають стрес та зменшувати напругу в офісі; 3) ігрова кімната в офісі. Експерти переконані, що наявність на роботі пінг-понгу або відеоігор здатні поліпшити як моральні настрої в колективі, так і продуктивність. Даний метод сприяє зменшенню напруженості між колегами та стимулюванню їх спілкування не тільки в межах офісу. Будуючи ігрову кімнату в офісі радять обирати ігри, в яких два та більше гравців, тим самим заохочуючи персонал до спілкування один з одним. Офіс Google використовує дану модель мотивації та оснащений багатьма ігровими кімнатами із найрізноманітнішими іграми. Це сприяє створенню середовища, у якому працівник не думає постійно про роботу і має можливість вчасно зняти нервову напругу; 4) святкувати частіше. Такий метод допомагає показати персоналу, що він цінується, що сприяє підвищенню морального духу та спонуканню до кращої роботи. Дослідники відзначають, що працівники люблять усвідомлювати, що їх важка праця визнана, і вони, дивлячись на це,

мотивуються до подальшої ефективної роботи. Навіть маленьке заохочення здатне стимулювати колектив до праці [2].

Досліджуючи інноваційні методи мотивації працівників, варто спиратися на досвід успішних міжнародних компаній, адже своїм прикладом вони наочно показують ефективність тих чи інших шляхів стимулювання персоналу: 1. Відтак всесвітньо відомий McDonalds для своїх підлеглих влаштовує щорічні конкурси талантів, переможець якого виграє набори предметів, що сприятимуть продовженню його захоплення улюбленою справою. 2. Такі компанії, як General Motors, Polaroid, Bell Telephone Lab., Radio Corporation of America друкують у власному друкарському виданні працівників, що відзначилися. 3. У боротьбі із запізненнями було створено інноваційний метод мотивації працівників – виплата грошових винагород за своєчасне прибуття на роботу протягом певного періоду часу. Таким методом користуються такі фірми: MARS Inc., IBM, McDonalds, Лінкольн, Таппарварс [1, с. 265]. 4. Всім відомий Стів Джобс змінив назву посади консультантів в офісі на посаду «геніїв», тим самим знизив плинність кадрів, адже ніхто не бажав прощатись з такою посадою. 5. Німецьке видання «Random House» пропонує працівникам, які відпрацювали в компанії більш, ніж 10 років «творчий відпочинок», схожу відпустку для свого персоналу, що пропрацював більше 15 років, пропонує американське видання журналу «Newsweek». Сутністю даного відпочинку є можливість поїхати у творчу відпустку на півроку, протягом якого працівник отримуватиме 50% своєї заробітної платні.

Головною метою мотивації працівників є їх зацікавленість у ефективній роботі на користь підприємства. для цього необхідно створити умови, які відповідатимуть вимогам керівника організації, а також будуть задовольняти потреби працівників. Більш того, задля правильної та ефективної мотивації персоналу необхідно використовувати не тільки методи мотивації, але і розробляти власну методику мотивації всередині компанії, а також необхідно адаптувати її під кожного працівника індивідуально. Метою інноваційних методів мотивації персоналу – є створення для них сприятливих умов для праці більше на моральному рівні. Всі інноваційні методи спрямовані на створення відчуття комфорту, підтримки та поваги з боку організації до її працівників. Інноваційність їх полягає у піклуванні про таке середовище у офісі, що сприятиме ефективній праці у його межах та вільному спілкуванню колег за його межами.

Література

1. Ярмош В. В. Підходи до класифікації сучасних методів мотивації персоналу / В. В. Ярмош // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. – Тернопіль : Видав.-поліграф. центр ТНЕУ «Економічна думка», 2014. – Том 15. – № 3. – С. 263-268.

Sheila Eugenio Innovative Ways to Motivate Your Team [Електронний ресурс] Sheila Eugenio / Режим доступу до ресурсу : https://www.entrepreneur.com/article/289560

Коваленко С.И.
к.э.н., доцент
Национальный университет «Одесская морская академия», Дунайский институт (Украина)

ТРАНСГРАНИЧНЫЕ КЛАСТЕРЫ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОРСКОЙ ОТРАСЛИ

В контексте синтеза теории международной экономической интеграции и кластерной концепции, обоснованно, что кластерный подход является наиболее эффективным механизмом развития трансграничных экономических взаимодействий и, в конечном итоге, представляет собой мезоуровень конкурентоспособных международных интеграционных систем и необходимое условие качественного роста морской отрасли Украины. Морехозяйственный кластер – это транспортно-логистическая система, в которую входят группы взаимосвязанных, взаимодействующих и взаимодополняющих друг друга хозяйствующих субъектов к которым необходимо отнести: порты, товаропроизводителей, автотранспортные предприятия, железную дорогу, судовладельческие, страховые и обслуживающие компании, экспедиторские и стивидорские организации, органы государственной и местной власти, НИИ, ВУЗы, стратегическими целями которых являются снижение затрат, обеспечение роста прибыльности его участников и конкурентоспособности как отдельных хозяйствующих субъектов так и морехозяйственного комплекса в целом. Кластерная форма организация создается на основе совместной работы, кооперации и специализации компаний и организаций, которые призваны обеспечивать сотрудничество, приводящее к эффективному конечному результату всех заинтересованных сторон [1].

Внешние эффекты кластеров связаны с тем, что действия одной фирмы оказывают воздействие на другие фирмы. В кластере выгода распространяется по всем направлениям связей: новые производители, приходящие из других отраслей, ускоряют развитие всего кластера, стимулируя развитие научных исследований и разработок; происходит свободный обмен информацией и быстрое распространение новшеств по каналам поставщиков или потребителей, имеющих контакты с многочисленными конкурентами за счет сетевого сотрудничества; взаимосвязи внутри кластера ведут к появлению новых методов конкуренции, что способствует созданию инноваций. Отличительной особенностью кластера является возникновение в его рамках ряда положительных эффектов, обеспечивающих сравнительные преимущества данной формы организации межфирменных взаимосвязей. В первую очередь это эффект масштаба производства, основой которого служит наличие в лице одной из фирм кластера ядра инновационной активности. Вторым положительным эффектом, характерным для кластеров, выступает эффект охвата. В общем случае он возникает при существовании фактора производства, который может быть использован одновременно для получения нескольких видов продукции. Третьим положительным эффектом кластера

является эффект синергии, который возникает, например, при общей стандартизации продукции. Для развития международных кластерных систем наибольшее значение имеет именно функциональный эффект: цепная реакция вовлечения связанных и поддерживающих отраслей в интеграционный процесс лежит в основе формирования международных кластерных систем, будь то трансграничные кластеры в традиционных отраслях, или виртуальные информационные кластеры с участием новых высокотехнологичных секторов [2].

Среди кластерных экстерналий, имеющих большое значение для формирования международных кластерных систем, необходимо отметить сетевые экстерналии (network externalities) и «перелив знаний» в рамках кластера: оба вида эффектов имеют прямое отношение к качественному развитию международной экономической интеграции, поэтому возможность их развития должна закладываться с самого начала формирования любого интеграционного объединения. Результативность кластерной структуры в данном случае представляет собой многоаспектное явление, которое проявляется как на мезоуровне (отрасль), так и на уровне государства (создание новых рабочих мест, сокращение выплат по безработице, увеличение налогов, поступления валютной выручки за счет увеличения экспорта, привлечение иностранных инвестиций) и еврорегиона (например, снижение социальной напряженности, решение вопросов экологической безопасности или улучшение инфраструктуры).

Формирование морехозяйственного кластера должно быть ориентировано на проведение следующих этапов: анализ рынка морских транспортных услуг и тенденции его развития; выбор участников кластерной системы организации; разработка программы действий сориентированные на гибкие принципы взаимодействия между участниками кластера; формирование организационной структуры и создание системы управления для определения соподчинения участников и регистрации; согласование и составление контракта, закрепляющие права и обязанности всех сторон кластерного формирования; создание единой информационной системы для интеграции всех участников транспортногрузового процесса. Создание морехозяйственного кластера в Черноморском еврорегионе в соответствии с выполнением предложенных действий позволит всем участникам гибко реагировать на политико-экономические изменения и обеспечит повышение эффективности их деятельности.

Литература

1. Филиппова С. В. К вопросу формирования морехозяйственных кластеров / Филиппова С. В., Сааджан В. А., Глущенко В. Д. // Економіка : реалії часу. – Одеса : ОНПУ. – № 5(15). – 2013. – С.146-151.

2. Kovalenko S.I. Geoeconomical problems associated with the Black Sea vector of Ukrainian integration / S.I. Kovalenko// International Journal of Economics and Society. Vol. 2, Issue 8, December, Memphis, Tennessee, USA, 2016. – P. 25-33.

Михайленко Н.О.
к.е.н., доцент
Херсонський національний технічний університет (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

В умовах сучасних трансформаційних процесів великий вплив на рівень і темпи розвитку підприємства відіграє його інноваційно-інвестиційна діяльність. Наявність ефективної інноваційно-інвестиційної діяльності надає підприємству можливість впроваджувати нові технології на виробництві, тим самим підвищуючи конкурентоспроможність товарів, досягаючи високих темпів економічного розвитку підприємства та максимізуючи доходи. Але позитивних наслідків можна досягти лише за умови правильного визначення перспективності інновацій до їх введення у виробництво.

До найбільш поширених у світовій практиці способів розрахунку ефективності інноваційних проектів відноситься методика, розроблена у 1978 р. спеціалізованою установою ООН ЮНІДО (UNIDO, United National Industrial Development Organization). Мета створення та оприлюднення цієї методики полягала у допомозі в боротьбі з бідністю країнам з перехідною економікою та країнам, що розвиваються. Основні положення методики були викладені у документі «Manual for the preparation of industrial feasibility studies», представлені українцям у 1999 р. під назвою: «Методичні рекомендації з розробки бізнес-планів інвестиційних проектів» і затверджені наказом № 73 Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 р. [1].

Показники оцінки ефективності інноваційних проектів поділяють на дві групи: ті, які розраховуються, не беручи до уваги час надходжень (статичні), та показники, які враховують часову вартість грошей (динамічні). Різниця груп цих показників полягає у тому, що в основі розрахунку статичних лежать усереднені величини доходів та витрат протягом життєвого циклу. А динамічні показники враховують те, що на практиці ці суми доходів та витрат розподіляються нерівномірно, передбачаючи дисконтування грошових потоків, що означає визначення вартості майбутніх грошових потоків на сьогоднішній день з урахуванням фактору ризику та альтернативної вартості вкладених грошей [2, с. 38-75].

До статичних показників ефективності інноваційно-інвестиційних проектів відносяться: проста норма прибутку на інвестиції (коефіцієнт економічної ефективності), строк окупності інвестицій [3, с. 67]. Дані показники є дуже простими для розрахунків, але серед їх недоліків слід назвати ігнорування грошових надходжень після закінчення терміну реалізації проекту, облікова ставка дохідності не враховує високий ризик довгострокових проектів і високу мінливість грошових потоків, пов’язану з тривалими періодами часу. Також простий період окупності незручно використовувати при порівнянні кількох проектів з однаковим значення суми кумулятивних грошових потоків, але різними сумами надходжень за роками. Статичні методи аналізу

інноваційно-інвестиційних проектів зручні для швидкої поверхневої оцінки. А для детального і точного аналізу ефективності великих проектів краще використовувати динамічні методи, які базуються на теорії вартості грошей у часі [3, с. 72].

Перелік динамічних методів оцінювання інноваційних проектів включає до себе: метод розрахунку чистого приведеного доходу, методи визначення індексів рентабельності інвестицій, метод визначення внутрішньої норми рентабельності, метод розрахунку дисконтованого періоду окупності інвестицій. Але ці методи також не позбавлені недоліків, особливо коли йдеться про проекти з неординарними грошовими потоками [4, с. 202-205].

Дуже важливим питанням при аналізі доцільності інноваційно-інвестиційних проектів є правильне визначення ставки дисконтування. Прийнято вважати, що дисконтна ставка повинна включати до свого складу мінімальний рівень дохідності, корекцію на темпи інфляції та ступінь ризику проекту. Для інвестиційних проектів ризик означає мінливість у прибутках, на яку впливають коливання грошових надходжень від інвестицій та самих інвестицій. Систематичні ризики інвестор може лише спрогнозувати, але не змінити.

Специфічні ризики, які притаманні конкретному об’єкту інвестування чи діяльності та наслідки, можна уникнути завдяки правильному управлінню проектом. Найпопулярнішими методами розрахунку ставки дисконтування з урахуванням усіх ризикових чинників є метод визначення ставки згідно з моделлями WACC (Weighted Average Cost of Capital, середньозважена вартість капіталу), та CAMP (CapitalAssets Pricing Model, модель ціноутворення капітальних активів). Оскільки ці методи вимагають існування в країні надійного активу, інвестування в який мало б мінімальний ризик (державні облігації, казначейські векселі), то в Україні для визначення рівня ризику доцільніше використовувати коефіцієнт, розрахований як частка збиткових проектів у загальній кількості проектів, які реалізуються у конкретній сфері діяльності.

Література

1. Методичні рекомендації з розробки бізнес-планів інвестиційних проектів, затверджені наказом Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 р. № 73. URL: http://www.korosten.in.ua/uploads/files/pages/3535/metodichni-rekomendatsiyi.pdf (дата звернення 27.07.2018).
2. Кангро М. В. Методы оценки инвестиционных проектов. Ульяновск : УлГТУ, 2011. – 131 с.
3. Шаровська Т. С. Оцінка та аналіз реальних інвестицій // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – №1. – С. 67-76.
4. Янковий О. Г., Мельник Н. В. Критичний аналіз внутрішньої норми прибутку як показника оцінки інвестиційних проектів // Вісник соціально-економічних досліджень. URL : http://vsed.oneu.edu.ua/files/full/2012/vsed_45-2012.pdf (дата звернення 27.07.2018)

Отливанська Г.А.
к.е.н., доцент
Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова (Україна)

ЕКОНОМІЧНА ЦІННІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасному науковому світі «цінність» є одним із основних понять стратегічного управління, що активно використовується у теорії ціннісно-орієнтованого менеджменту та зацікавлених сторін (стейкхолдерів) [1]. Разом з цим, до теперішнього часу серед науковців не склалося єдиної позиції стосовно тлумачення її сутності. Зазвичай, існуючі роботи концентрують увагу на цінності як результаті діяльності (товарі або послузі), не розглядаючи цінність діяльності як процес.

В економічній теорії при вивченні цінності зазначається: «…сутність цінності, її субстанція – це певна економічна діяльність, яка включає мету (результат) і засіб (витрати). Економічна цінність є, в свою чергу, єдністю результату (корисності) і витрат» [2, с. 150]. В даному контексті інвестиційна діяльність є носієм цінності, який через інвестиційні витрати виступає засобом досягнення цінності підприємства, що формує та закладає основи його розвитку.

У той же час інвестиційна діяльність підприємства є невід'ємною складовою його економічної діяльності. Тому її цінність можна дослідити лише з точки зору існуючого взаємозв'язку та впливу на економічну діяльність підприємства. Результати інвестиційної діяльності підприємства не «споживаються» у загальному розумінні, а застосовуються у операційній або фінансовій діяльності (є засобом досягнення мети), забезпечуючи створення, підтримку або розвиток базису функціонування економічної діяльності. Виходячи з цього твердження, сутність економічної цінності інвестиційної діяльності підприємства полягає у значенні, місці або вкладі інвестиційної діяльності в формування результатів економічної діяльності підприємства. Таким чином, через провадження інвестиційної діяльності закладається основа створення та зростання цінності підприємства, як економічного об'єкту, що виступає реальним або потенційним джерелом блага для стейкхолдерів. Тобто економічна цінність інвестиційної діяльності підприємства може бути виражена через індикатори, що відображають збереження та/або поліпшення результатів економічної діяльності в наслідок реалізації інвестиційної. Отже, економічна цінність інвестиційної діяльності є внутрішньою характеристикою підприємства, що полягає у значимості інвестиційної діяльності для збереження та розвитку економічної діяльності підприємства, впливає на її результати, генеруючи економічну цінність підприємства для стейкхолдерів.

Економічна цінність будь-якого об'єкту (процесу або явища), залишаючись суб'єктивною категорією, значною мірою залежить від його корисності та має грошове вираження у його ринковій вартості, або у

потенційній вартості, яку готові сплатити, зацікавлені в даному об’єкті цінності сторони (рис.).

Рис. – Взаємозв’язок понять «економічна цінність», «корисність» та «вартість»

Вартість інвестиційної діяльності підприємства, як грошовий вираз її економічної цінності, віддзеркалює єдність економічної корисності інвестиційної діяльності та інвестиційних витрат на її досягнення. Виходячи з цього, вартість інвестиційної діяльності підприємства в абсолютному виразі може бути охарактеризована через загальні обсяги реалізованої інвестиційної діяльності та заплановані обсяги інвестування на певний період часу, а у відносному вимірі, через співвідношення обсягів інвестиційної діяльності з чистим доходом підприємства.

Корисність інвестиційної діяльності підприємства, як базова передумова економічної цінності, відображає її здатність щодо формування корисності економічної діяльності підприємства для стейкхолдерів через впровадження реальних та фінансових інвестицій. Виходячи з цього корисність інвестиційної діяльності підприємства може бути охарактеризована через напрями інвестиційної діяльності, специфічні характеристики інвестиційних проектів, що реалізуються, або плануються до реалізації підприємством, їх відповідність сучасним напрямам розвитку операційної діяльності та/або дохідність, прибутковість тощо. Отже, «корисність інвестиційної діяльності підприємства» це здатність створювати основу (базис) збереження та/або зростання корисності його економічної діяльності через активацію певних драйверів створення цінності, якими виступають реальні та фінансові інвестиції підприємства.

Визначення майбутніх об'єктів інвестування, як драйверів цінності, дозволить менеджменту підприємства сформувати передумови створення базової цінності економічної діяльності підприємства як основи розвинення цінності підприємства для стейкхолдерів.

Література

1. Отливанская Г. А. Управление инвестиционной деятельностью предприятия на основе ценности / Г. А. Отливанская // «Бізнес Інформ», 2017. – № 3. – С. 159-163.

2. Экономическая теорія : Учебник / Под общ. ред. акад. В. И. Видяпина, А. И. Добрынина, Г. П. Журавлевой, Л. С. Тарасевича. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 714 с.

Суліма Н.М.
к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів і природокористування України
(Україна)

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Інноваційна діяльність підприємства являє собою комплексний процес створення, використання і розповсюдження нововведень з метою отримання конкурентних переваг та збільшення прибутковості свого виробництва. В ринковій економіці інноваційна діяльність підприємств – один із найсуттєвіших вагомих чинників, які дозволяють підприємству посідати стійкі ринкові позиції і отримувати перевагу над конкурентами в тій галузі, яка є сферою комерційних інтересів даного підприємства.

Сутність інноваційної діяльності в аграрних підприємствах полягає у розробці і впровадженні в аграрне виробництво прогресивних методів ведення господарства, в основі яких лежать методи ефективного виробництва продукції, застосуванні нового покоління техніки, використанні нової кадрової політики тощо з урахуванням накопиченого наукового та інноваційного потенціалу.

Для аграрних підприємств запровадження інновацій у виробництво – це передусім: впровадження нових технологій виробництва сільськогосподарської продукції; застосування нових, більш продуктивних порід у тваринництві та нових сортів рослин, більш продуктивних і стійкіших до хвороб та несприятливих до природно-кліматичних проявів; використання біотехнологій, які дають змогу отримати більш якісні, корисні продукти, що мають оздоровчий та профілактичний ефект; застосування нових технічних засобів та технологій обробітку ґрунту, очистки і зберігання сировини; застосування енергозберігаючих технологій, застосування екологічних інновацій, які відповідно дають змогу збільшити врожайність, продуктивність, мінімізувати витрати та гарантувати безпеку навколишнього середовища [1].

У зв’язку зі специфікою галузі та особливостями виробничих процесів виділяють такі особливості інноваційного процесу в агропромисловому виробництві: вибір технологій виробництва сільськогосподарської продукції залежить від природно-кліматичних умов; організаційна розірваність між дослідженнями та розробками новацій і безпосереднім виробництвом; сезонність виробництва та тривалий виробничий цикл для деяких видів сільськогосподарської продукції; розосередження на великій території сільськогосподарського виробництва.

Інновації та конкурентоспроможність взаємопов'язані. Конкурентоспроможність залежить від здатності підприємств швидко застосовувати інновації, модернізуючи своє функціонування. Утримання конкурентних переваг стає можливим завдяки постійній спрямованості на пошук, здійснення і впровадження інновацій. Таким чином, фундаментом конкурентних переваг є

процес безперервного стимулювання оновлення і вдосконалення, рушійною силою якого виступають інновації.

Ключовими умовами досягнення вищого рівня конкурентоспроможності є:

- оволодіння новими знаннями ефективної конкурентної боротьби;
- створення конкурентних переваг шляхом застосовування інновацій, нових технологій, здобутих знань та інформації;
- адаптувати інновації до існуючих на підприємстві процесів;
- утримувати власні конкурентні переваги, оскільки будь-яке досягнення конкуренти можуть повторити [2].

В ринкових умовах основою конкурентоспроможності підприємства виступає, перш за все, якість його продукції. Саме якість визначає виживаність підприємства на ринку та дозволяє наростити темпи ефективності виробництва.

Із впровадженням інновацій у сільському господарстві види продукції як правило не змінюються, а набувають покращених властивостей. В зв'язку з цим, особливої актуальності набувають питання формування якості сільськогосподарської продукції на всіх етапах створення, зберігання, переробки, транспортування і реалізації.

Зважаючи на це, для ефективного функціонування сільського господарства необхідним є постійне поновлення продукції, впровадження нових методів управління та сучасних технологій, формування повноцінної інфраструктури. Підвищення активності інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств є однією з головних передумов стабільності та сталого розвитку аграрного сектору економіки, оскільки це дозволяє не лише змінити характер виробничої діяльності, але і наповнити її новим значенням і практичним змістом. За таких умов господарюючі суб'єкти повинні обирати розвиваючу ринкову стратегію функціонування, яка стає визначальним чинником досягнення економічного лідерства, важливим інструментом у конкурентній боротьбі. Саме активна інноваційна діяльність підприємства, яка супроводжується безперервним впровадженням інновацій, призводить до підвищення його конкурентоспроможності.

Література

1. Особливості інноваційної діяльності в аграрному секторі економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mnau.edu.ua/ua/14_01_03.html#top

2. Романюк О., Шведа Н. Інновації як рушійна сила конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21351/2/IRSP_2017_Romaniuk_O-Innovation_as_a_driving_51-52.pdf

Павлова Т.В.
старший науковий співробітник,
Котова І.М.
старший науковий співробітник
Одеський національний економічний університет (Україна)

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ЇХ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку економіки актуальним є дослідження шляхів трансформації суб'єктів господарювання з ціллю підвищення ефективності їх діяльності. Така трансформація можлива в результаті реструктуризації підприємств та формування на цій основі їх інвестиційного потенціалу. Сучасна ситуація в Україні потребує вирішення таких кардинальних та взаємопов'язаних проблем, як вихід з кризи і перехід до ринкових форм та методів господарювання. Реструктуризація підприємств передбачає комплексність змін сфер функціонування підприємства (правового статусу, організаційної структури підприємства, структури залученого капіталу, структури персоналу тощо.) Дуже низький рівень інноваційної продукції, не розвинені ринки технологій, патентів і наукових досліджень не створює умов для прискореного освоєння випуску нових видів конкурентоспроможної продукції, а продукція, що випускається, має високу собівартість і не користується достатнім попитом на ринку товарів.

У процесі вибору форм і методів реструктуризації підприємства важливо враховувати всі форми, що впливають на цей процес і, перш за все, аналіз зовнішнього середовища, в тому числі прямий і непрямий його вплив на підприємство, ринкову ситуацію, а також забезпечити ефективне управління всім комплексом проблем, що формують стратегію конкурентоспроможності підприємства. Вона повинна сприяти фінансовому оздоровленню підприємства, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, в цілому підвищенню ефективності виробництва. Реструктуризація повинна проводитись в два етапи: оперативна і стратегічна.

Задачами оперативної реструктуризації є: створення умов для інвестиційної привабливості підприємства; встановлення платоспроможності підприємства на даний момент; створення економічних та фінансових умов для стійкого фінансування підприємств у довгостроковому періоді та забезпечення конкурентоспроможності продукції, що випускається.

Доцільно проведення наступних заходів: впровадження нових прогресивних форм і методів управління; зниження витрат виробництва; проведення глибокої інвентаризації фондів; скорочення чисельності зайнятих; тимчасове припинення капітального будівництва; продаж надлишкового обладнання, готових виробів; продаж незавершеного виробництва; реструктуризація боргових зобов'язань шляхом перетворення

короткострокових заборгованостей в довгострокові кредити; модернізація основних фондів, заміна застарілого обладнання та ін.

Основною задачею стратегічної реструктуризації є: залучення інвестицій для підвищення конкурентоспроможності підприємств, закріплюючи його позиції на ринку товарів та продукції, поліпшення виробничої діяльності. У цьому процесі значне місце займає ефективне формування сприятливого інноваційно-інвестиційного середовища.

Інвестиційно-інноваційне відновлення виробництва повинно бути направлено на створення нових видів продукції і технологічних процесів, подальших ступенів обробки продукції, модернізації основних виробничих фондів і підвищення якості виробництва, що є основним шляхом ефективного освоєння науково-технічного прогресу за наявності великого виробничого апарату [2].

Слід відмітити, що стабілізаційним факторам у нашій країні не було приділено достатньої уваги. Український експорт не має сталої тенденції до зростання, носить сировинний характер, а держава постійними затримками з поверненням податку на додану вартість створює додаткові труднощі для експортоорієнтованих галузей та підприємств [3; 4].

Єдиного шляху реструктуризації не існує. На різних підприємствах в залежності від різних обставин цей процес відбувається по-різному. Необхідно виявити, які конкретно фактори визначають той чи інший шлях реструктуризації, які методи відповідають кожному шляху, які мають бути управлінські дії відносно управління цим процесом, науково обґрунтувати доцільність тих чи інших моделей реструктуризації підприємств [1].

Отже, тільки комплексний, системний підхід до проведення процесу реструктуризації дозволить прискорити підвищення конкурентоспроможності продукції, покращити інвестиційну привабливість підприємств і на цій основі, поряд з іншими заходами, підвищити ефективність функціонування економіки України, її життєдіяльність та конкурентоздатність.

Література

1. Терещенко О. О. Фінансові домінанти реструктуризації підприємств // Фінанси України. – 2009. – № 4. – С. 82-90.

2. Вятрович О. Реструктуризація як важливий спосіб забезпечення життєдіяльності підприємств // Економіст. – 2011. – № 7. – С. 40-42.

3. Павлова Т. В., Котова І. М. Інноваційно-інвестиційні напрямки та роль промислового комплексу у розвитку національної економіки / Т. В. Павлова, І. М. Котова. – Одеса : «Атлант», 2017. – С. 110-111.

4. Ковальов А. І. Економічний розвиток регіону на основі активізації підприємницької діяльності : монографія / А. І. Ковальов, М. Д. Балджи, В. А. Карпов, І. М. Котова, Т. В. Павлова та ін. – Одеса : Атлант, 2014. – 178 с.

Конакова К.М.
аспірант
Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки (Україна)

ПРІОРИТЕТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ

Одна з найгостріших проблем відновлення економічного потенціалу полягає в обмеженні інвестиційних ресурсів, що негативно впливає на потенційні можливості модернізації національної економіки. Забезпечити притоки інвестицій можна за допомогою управління інвестиційною привабливістю, що в кінцевому рахунку сприятиме активізації інвестиційної діяльності. Підвищення рівня інвестиційної привабливості доцільно розглядати як системоутворюючий чинник економічного росту, який є одночасно причиною та наслідком можливого покращення соціально-економічних параметрів розвитку країни. Перешкоджає притоку інвестицій в економіку України недосконалість національного інвестиційного менеджменту (незважаючи на існування органів державного управління, що займаються питаннями управління процесами інвестуванням). Ця проблема не буде вирішеною створенням нових державних бюрократичних структур. У цьому контексті одним із напрямів реалізації державної інвестиційної політики є вдосконалення існуючої системи виконавчих органів.

Порівнюючи зміст державного регулювання та державного управління інвестиційної привабливості, варто зазначити, що державне регулювання й державне управління спрямовані на досягнення однієї мети: створення умов для залучення інвестицій в національну економіку. У той же час державне управління передбачає розпорядчий вплив безпосередньо на об'єкти управління у процесі використання владних повноважень, а державне регулювання створює умови для максимально можливого залучення інвестицій у національну економіку, передбачаючи поліваріантність діяльності інвесторів. Тому, формуючи теоретичну базу забезпечення інвестиційної привабливості національної економіки, доцільним є використання терміну ”державне регулювання інвестиційної привабливості”. Регулювання інвестиційної привабливості передбачає високу міру альтернативності поведінки інвесторів, що пов'язано з вибором найбільш прийнятних методів та інструментів впливу на інвестиційний клімат, на створення передумов для зменшення всіх видів ризиків інвестування, що в кінцевому рахунку впливає на прийняття рішень інвестором щодо обсягів, місця, строків вкладання інвестицій.

Обґрунтування теоретичних засад державного регулювання інвестиційної привабливості вимагає визначення основних пріоритетів, на які має орієнтуватися державна політика стимулювання інвестиційних процесів з урахуванням базових принципів, таких як системності, ефективності, складності, наукової обґрунтованості тощо. Перший етап обґрунтування пріоритетів державного регулювання інвестиційної привабливості – це

комплексне оцінювання рівня інвестиційної привабливості національної економіки, що передбачає: визначення факторів зміни інвестиційної привабливості національної економіки; систематизація індикаторів за кожним із визначених факторів; визначення інтегрального показника інвестиційної привабливості національної економіки тощо.

Другий етап – систематизація прямих та непрямих методів та інструментів державного регулювання інвестиційної привабливості, зокрема: організаційних (надання інформації та допомоги в пошуку партнерів; правовий захист; співробітництво з міжнародними інвестиційними установами тощо); податкових (розробка пропозицій щодо податкових преференцій та пільг для інвесторів); фінансових (розробка умов надання пільгових кредитів суб'єктам економічної діяльності України та створення механізмів контролю за їх використанням місцевими фірмами та зовнішніми інвесторами.

Третій етап обґрунтування пріоритетів державного регулювання інвестиційної привабливості – це безпосереднє визначення пріоритетів державного регулювання інвестиційної привабливості. Так, пріоритетними напрямами державного регулювання інвестиційної привабливості має бути: моніторинг інвестиційного процесу та удосконалення інвестиційного законодавства з врахування вектору інноваційного розвитку національної економіки; зменшення трансакційних витрат інвесторів; гарантування повернення запозичених коштів, включаючи розробку системи страхування інвестиційних ризиків; активізація використання лізингових форм у інвестиційному процесі шляхом розробки нормативно-методологічного забезпечення; стимулювання фінансування інвестиційних проектів з використанням власних коштів підприємств (амортизаційний фонд і прибуток); використання механізмів державно-приватного партнерства, зокрема, на умовах концесії, тобто передачі в довгострокову оренду майна з чітко визначеними умовами, закріпленими у договорі концесії; кадрове забезпечення зростання інвестиційної привабливості, проведення моніторингу ринку праці, попередження відтоку кваліфікованого персоналу за кордон, підтримання системи підготовки та перепідготовки висококваліфікованих кадрів; обмеження невизначеності на ринку інвестицій, підвищення ролі інноваційно-інвестиційних факторів у забезпеченні соціально-економічного розвитку національної економіки.

Формування позитивного інвестиційного клімату, вирівнювання ситуації із інвестиційною привабливістю, її регулювання з урахуванням різноманітних ситуацій залежить від вирішення проблем та суперечностей, які виникають у першу чергу на макроекономічному рівні, від оптимального вибору форм державного регулювання, зокрема таких як: законодавче регулювання умов інвестування, гарантування прав власності для інвесторів; ліцензування діяльності, пов'язаної з інвестиційним процесом та контроль за умовами ліцензування; інформаційна підтримка інвесторів, контроль за достовірністю інформації, контроль за системою ціноутворення, зокрема на ринку цінних паперів тощо.

3. СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Школьний О.О.
д.е.н., професор
Уманський національний університет садівництва (Україна)

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЮ ВЛАСНІСТЮ В КОНТЕКСТІ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Динамічність ринкової кон’юнктури зумовлює необхідність оперативного моніторингу внутрішнього та зовнішнього економічного середовища підприємства, вдосконалення технологій та застосування механізмів управління змінами. Нині традиційна схема економічних відносин, що базується на використанні матеріальних ресурсів та фізичного капіталу, зазнає суттєвого корегування.

В умовах формування «економіки знань» важливим стратегічним активом та передумовою підприємницького успіху стає інтелектуальна власність. Роль інституцій інтелектуальної власності не обмежується охоронними функціями та сприянням залучення результатів інтелектуальної діяльності до процесів їх комерціалізації. Нині інтелектуальний капітал значною мірою впливає на можливість підвищення рівня конкурентоспроможності організації на світовому ринку. В майбутньому глобальні конкурентні преваги визначатимуться спроможністю креативного використання знань у виробництві та позиціями підприємств в сфері інтелектуальної власності, особливо використанням засобів інноваційного менеджменту.

Нестабільність світової ринкової кон’юнктури та прояви зовнішніх ефектів (екстерналій) вимагають застосування як в економічній, так і соціальній сферах суспільного життя «інтелектуальних» технологій, які сприяють формуванню стратегічних ресурсів. Серед ознак інноваційно-інтелектуальних технологій О.П. Косенко, І.В. Долина та П.Г. Перерва виділяють наукоємність; системність; моделювання; комп'ютерне технологічне середовище й автоматизацію процесів; стійкість і надійність; їх екологічну зорієнтованість [1].

Як зазначає О.М. Левковець, надприбуток від продукції та послуг інноваційного характеру, дохід від передавання прав інтелектуальної власності; гудвіл інноваційно активних підприємств створюють можливості для нагромадження інтелектуальної ренти. При цьому формування «ланцюгів вартості» і застосування механізмів трансфертного ціноутворення, передавання прав на об’єкти інтелектуальної власності залежним покупцям, приховування неявних знань, блокування перспективних досліджень і розробок, створення патентних об’єднань, використання засобів впливу на свідомість споживача, уніфікація стандартів, залучення інтелектуальних трудових ресурсів, лобіювання інтересів правовласників, недобросовісна конкуренція, система

«зборів за приватне копіювання» є передумовами для отримання транснаціональними компаніями інтелектуальної квазіренти [2].

Нагромадження унікальних та рідкісних ресурсів є одним з напрямів формування стратегії конкуренції. Економічні ресурси, які важко піддаються імітації з боку конкурентів, створюють передумови для успішного ринкового позиціювання. Саме інформаційно-комунікативні системи є рушійною силою інновацій [3, с. 11] та джерелом глобальних конкурентних переваг. «Інтелектуальні» технології, які пов'язані із моніторингом, інтерпретацією та використанням значних масивів даних щодо параметрів продукції, поведінки споживачів та конкурентів, вносять суттєві корективи в традиційну систему інтелектуальної власності.

Власники та користувачі інноваційно-інтелектуальних технологій опиняються перед вибором – застосовувати їх за умов збереження комерційної таємниці, або вдаватися до ліцензування та патентування. Задля блокування входу конкурентів на окремі стратегічні ринкові сегменти може використовуватися оборонна стратегія, яка зокрема передбачає залучення патентування новітніх технологічних рішень не лише щодо основної діяльності, але й у суміжних сферах підприємництва. При цьому в полі зору повинні залишатися також замінники ключових інновацій, які необхідно також захищати механізмами ліцензування та патентування.

Старіння технологій неминуче призводить до необхідності їх заміни. «Інтелектуальні» технології, рівень цінності яких для даного підприємства знижується у зв'язку проявами життєвого циклу, можуть передаватися прибутковим та неприбутковим організаціям із залученням наявних механізмів права інтелектуальної власності.

Стратегію управління інтелектуальною власністю необхідно інтегрувати із іншими бізнес-стратегіями організації, зокрема з маркетинговою, інвестиційною, інноваційною, фінансовою. Оцінка внутрішніх ресурсів, ідентифікація пріоритетів та прогноз ринкової кон'юнктури є передумовами визначення стратегічних цілей та здійснення тактичних дій щодо використання інноваційно-інтелектуальних технологій.

Література

1. Косенко О. П. Методологічна сутність інноваційно-інтелектуальних технологій / О. П. Косенко, І. В. Долина, П. Г. Перерва // Вісник Національного технічного університету "ХПІ". Сер. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2013. – № 66. – С. 30-38.
2. Левковець О. М. Інтелектуальна квазірента як чинник інноваційного розвитку : перегляд концепції / О. М. Левковець // Економічна теорія та право. – 2015. – № 2. – С. 61-73.
3. National Academy of Science and Engineering (2011). Cyber-Physical Systems. Driving Force for Innovation in Mobility, Health, Energy and Production. Munich-Berlin-Brussels: Springer, 46 p.

Ушачев И.Г.
академик РАН, академик НААН Украины
ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ (Россия)

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АПК РОССИИ

Сегодня Россия вступила в новый этап развития, связанный с подписанным 7 мая 2018 г. Указом Президента «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». Учеными нашего Федерального научного центра аграрной экономики и социального развития сельских территорий с участием широкого круга ученых экономистов и практических работников АПК были разработаны основные направления Стратегии социально-экономического развития АПК России до 2030 г. с учетом майского Указа Президента.

Данная Стратегия содержит оценку основных тенденций развития нашей отрасли, цели и задачи развития на перспективу, предложения по основным стратегическим направлениям, показатели и прогноз развития с учетом рисков ее реализации. Говоря о современных тенденциях развития АПК, следует, прежде всего, отметить положительные перемены. Это и относительно высокие темпы роста сельхозпроизводства, производительности труда в отрасли, сокращение импорта и рост экспорта, а также достижение пороговых значений доктрины продовольственной безопасности по всем продуктам, кроме молока. Вместе с тем, следует признать, что остаются нерешенными, целый ряд системных проблем.

Исходя из сложившихся тенденций в развитии отечественного агропромышленного производства и мировых трендов в качестве основных *целей* на долгосрочную перспективу должны стать: 1. Обеспечение продовольственной независимости государства с учетом рациональных норм здорового питания во всех группах населения и повышение роли страны на мировом рынке продовольствия. 2. Преодоление разрыва между уровнем жизни городского и сельского населения и создание условий для комфортной жизни на селе. Достижение обозначенных целей, на наш взгляд, потребует решения задач по следующим основным приоритетным направлениям.

1) научно-техническая и технологическая политика, подготовка кадров. В сфере научно-технологического прогресса стоит задача перейти к опережающим темпам разработки и освоения научно-технических решений в агропромышленном производстве на основе широкого применения цифровых технологий. Существует прямая связь между освоением достижений научно-технического прогресса и системой подготовки специалистов и научных кадров АПК.

2) развитие социальной сферы села. Несмотря на то, что в этой сфере реализуются соответствующая стратегия и ведомственная целевая программа, объемы их ресурсного обеспечения не позволяют устранить разрыв между заявленными целями и достигнутым фактическим результатом.

3) земельные отношения. Определяющим фактором здесь является эффективное использование земельных ресурсов. Предстоит обеспечить защищённость прав собственности и землепользования. Важное место в системе земельных отношений занимает проблема управления земельными ресурсами.

4) размещение и специализация агропромышленного производства. В агропромышленном производстве планируется разработка общероссийской Генеральной схемы размещения и специализации агропромышленного производства. Особое внимание уделяется развитию инфраструктуры, как для внутреннего агропродовольственного рынка, так и для выхода на мировые рынки.

5) необходимо учитывать, что в долгосрочной перспективе всё большее значение будут приобретать *климатические вызовы*, имеющие глобальный характер. Поэтому мы предлагаем разработать на базе принятой Климатической доктрины Российской Федерации ведомственную целевую программу по преодолению климатических вызовов в АПК.

6) институциональные преобразования. Предстоит широкое развитие *кооперативных форм*, формирование вертикально-интегрированных кооперативных объединений вплоть до создания национальных кооперативных структур, формирование интегрированных территориальных аграрных кластеров, в том числе межгосударственных в рамках ЕАЭС.

7) экономические отношения в АПК. Организационно-экономический механизм государственной поддержки АПК должен быть прозрачным, предсказуемым и не меняться ежегодно. Имеются в виду *ценовые отношения* между различными сферами АПК, а также потребительскими ценами, увеличение объемов финансовых ресурсов для обеспечения 10% прироста инвестиций в отраслях АПК. Что касается *агрострахования*, рекомендуется отменить установленные завышенные пороговые значения гибели урожая, устранение сложившихся диспропорций между уровнем действующих страховых тарифов по отношению к фактическим размерам ущербов. Также необходимо более эффективно использовать стимулирующую роль налоговой системы в АПК.

8) развитие экономики сельского хозяйства России, следует увязывать с ее участием в Евразийском экономическом союзе и СНГ, в основных международных интеграционных формированиях, а также Шанхайской организации сотрудничества, БРИКС, АТЭС.

Исходя *из* сложившихся тенденций, а также изложенных предложений, предполагается, что социально-экономическое развитие агропромышленного комплекса на период до 2030 г. может складываться по двум вариантам: целевому и инерционному. Целевой вариант предполагает в сфере производства – выход на среднегодовые темпы прироста продукции сельского хозяйства более 3% в год (в итоге в 2030 г. к 2016 г. рост составит 1,4 раза), что обеспечит опережающее развитие по сравнению с мировым трендом; достижение повышения уровня заработной платы в сельском хозяйстве до среднего значения по экономике страны. Это потребует ежегодный прирост инвестиций в основной капитал сельского хозяйства в 2021-2030 гг. – 10-11%.

Коваленко О.В.
д.е.н., професор,
Тюхтій М.П.
д.е.н., професор,
Шилкіна Г.С.
магістрант
Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ВИРОБНИЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ТА ФАКТОРИ ВПЛИВУ

Основою розвитку будь-якої економіки країни є сфера виробництва, яка може бути визначена поняттям виробничий потенціал, що має складну структуру та характеризується відповідними рівнями за підсистемами економіки. Кожен суб'єкт підприємницької діяльності має адекватно оцінювати рівень власного виробничого потенціалу. Оцінка можливостей виробничої діяльності підприємства є передумовою прийняття стратегічних управлінських рішень щодо удосконалення виробництва, зменшення чи збільшення випуску продукції, перепрофілювання та ін. В той же час, правильна оцінка виробничого потенціалу та прийняття управлінських рішень вимагають поглибленого дослідження сутності виробничого потенціалу, визначення його структурних елементів і факторів впливу на підприємствах.

Тлумачення поняття «виробничий потенціал підприємства» на сьогодні залишається дискусійним, оскільки дана економічна категорія постійно розвивається. На разі існує три базові підходи до визначення виробничого потенціалу підприємства: ресурсний, структурний та функціональний, кожен з яких має власні особливості. Аналіз існуючих концепцій дозволяє дійти висновку, що виробничий потенціал підприємства є сукупністю ресурсів, залучених власне у виробничий процес кінцевим результатом якого стає матеріальний продукт. Доцільно також зазначити, що до кінцевого результату належить не лише кінцевий продукт, а й ціна його виробництва, тобто рівень соціально-економічної ефективності виробничого процесу.

У склад виробничого потенціалу, як правило, включаються чотири основні види виробничих ресурсів: персонал, основні виробничі фонди, технологію, інформацію [1, с. 103]. У найзагальнішому вигляді елементами виробничого потенціалу підприємства можна вважати промислово-виробничий персонал, основні виробничі фонди та науково-технічний потенціал, які взаємопов'язані і впливають на функціонування і розвиток підприємства. Схема складу виробничого потенціалу підприємства представлена на рис.

Основне призначення виробничого потенціалу підприємства полягає в створенні нових вартостей, а його елементи повинні цілеспрямовано адаптуватися до вимог продукції, що виготовляється. Оскільки процес виробництва нерозривно пов'язаний з виробничими ресурсами, то вони і є основними факторами впливу на обсяг випуску продукції. Отже, виробничий

потенціал лише тоді є чинником виробництва, коли ресурси, що знаходяться в органічній єдності, здатні забезпечити виробництво продукції.

Рис. – Структурні елементи виробничого потенціалу підприємства

Фактори виробництва представлені засобами виробництва (речовий чинник) і безпосередніми виробниками (особистий чинник), наділеними здатністю до праці. З метою приведення всіх чинників у рух потрібно віднайти відповідні кількісні співвідношення між усіма речовими елементами виробництва та чисельністю працівників. Це вирішується за допомогою технології, яка використовується в процесі виробництва та визначає способи переробки різних видів ресурсів у готовий продукт. З урахуванням кількісного аспекту між чинниками виробництва повинна дотримуватись відповідна пропорційність розмірів. Вона визначається техніко-технологічними параметрами виробництва.

У сучасних умовах одним з елементів управління ресурсовикористанням доцільно визнати логістичний підхід. Світова практика використання логістичних систем управління ресурсами свідчить про те, що їх принципи управління діяльністю підприємства є важливішим аспектом забезпечення розвитку підприємств, посилення заощадження трудових, матеріальних, енергетичних і грошових ресурсів та підвищення ефективності управління на всіх рівнях [2]. Управління в логістичній системі спрямовано не лише на фізичне переміщення матеріальних ресурсів від постачальника до споживача, а й на досягнення їх раціонального використання, противитратності та максимальної комерційної вигоди. Таким чином, вирішення проблем, які виникають у процесі взаємодії факторів виробництва, вбачається у використанні логістичного підходу в управлінні ресурсами підприємства, який здатний забезпечити їх раціональне використання.

Література

1. Тивоненко Г. І. Аналіз вартості величини виробничого потенціалу та тенденції його зміни / Г. І. Тивоненко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. − 2014. − № 6. − С. 81-86. − Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2014_6_17.

2. Швайцер О. С. Основні напрямки логістичного менеджменту при створені логістичних систем на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу *:* www.rusnauka.com/3_ANRR_2009/Economics/40138.doc.htm.

Довбня С.Б.
д.е.н., професор,
Дрофа Є.А.
викладач
Національна металургійна академія (Україна)

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК КЛЮЧОВА СКЛАДОВА СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ

У сучасних умовах розвитку економіки України, поширення глобалізації та ускладнення зовнішнього середовища успішна робота вітчизняних підприємств залежить від використання передових парадигм, концепцій та інструментів стратегічного менеджменту. Традиційна, фінансово орієнтована, концепція управління останнє десятиліття піддається критиці з ряду причин. Наявність значної кількості невирішених теоретико-методологічних завдань в області стратегічного управління призводить до висновку про необхідність переосмислення і подальшого дослідження використовуваних концепцій і систем.

Вище сказане формують потребу в критичному аналізі концепції управління ефективністю підприємства (Business Performance Management, BPM) таких як Метод Six Sigma, Система «Бережливе виробництво», Система збалансованих показників Нортона-Каплана, Система TQM, Модель ССП Л.Мейселя, Концепція VBM, Універсальна система показників діяльності (TPS), Піраміда ефективності К. Макнейра, Модель Tableau de Bord. Дослідження різних підходів в рамках концепції управління ефективністю підприємства (BPM) дозволяє зробити висновок, що найбільш прийнятною є модель збалансованої системи показників (ЗСП) Нортона-Каплана.

Так як посилення конкуренції, нестабільна економічна і політична ситуація в країні на перше місце виводять нефінансові цілі: завоювання ринку, забезпечення конкурентних переваг, утримання клієнтів і залучення нових, створення високої цінності для споживача і репутації надійного партнера. Оцінити рівень досягнення цих цілей і виявити нові потенціали успіху дозволяє концепція ЗСП.

У свою чергу, зростання темпів глобалізації та розвиток інформаційно-технологічного прогресу обумовлюють формування нової моделі економічної організації, основу якої становить людський капітал. ЗСП як і будь-яка інша концепція має свій розвиток. Але крім ЗСП Р. Каплана і Д. Нортона існують і інші альтернативні моделі, які призначені для оцінки ефективності діяльності підприємства у взаємозв'язку з її загальною стратегією. Кожен з авторів цих моделей в тій чи іншій мірі приділяє увагу питанням людського капіталу, однак, на наш погляд недостатньо.

З одного боку, людський капітал безпосередньо пускає в хід стратегічні цілі, але в той же час він є і об'єктом стратегічного управління на підприємстві. «Акцент на причинно-наслідкові зв'язки при складанні збалансованої таблиці

показників сприяє тому, що кожен співробітник компанії починає розуміти, як окремі учасники діяльності стають єдиним цілим, як їх власна позиція впливає на колег і в кінцевому рахунку на всю компанію» [2, с. 48].

З цією метою пропонується замінити перспективу ЗСП Нортона-Каплана «навчання і розвиток» на комплексну складову «людський капітал», яка включає в себе такі напрямки: планування та комплектування штату; ефективність розвитку; результативність роботи; управління кар'єрою і управління мотивацією. Рівень управління людським капіталом (ЛК) у багатьох сенсах є ключовим для побудови і ефективного використання ЗСП. Чим краще ведеться управління ЛК, тим краще ефективність бізнес-процесів, що в свою чергу сприяє якісному обслуговуванню клієнтів і реалізації конкурентних переваг, що призводить до очікуваних фінансових показників.

Така логіка дає можливість збалансувати стратегію підприємства у за рахунок розгляду не тільки зовнішніх цілей, а й внутрішніх, коли окрема увага приділяється розвитку внутрішнього потенціалу, при цьому управління будується не тільки на фінансових показниках, традиційно використовуваних, але і на нефінансових, що відображають внутрішню ефективність. Складова людський капітал – це складова визначення факторів, що сприяють підвищенню ефективності персоналу для успішної реалізації зростання доходів.

Література

1. Управление эффективностью бизнеса. Концепция Business Performance Management / Е. Ю. Духонин, Д. В. Исаев, Е. Л. Мостовой и др. ; Под ред. Г. В. Генса. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 269 с.
2. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / [Р. Каплан, Д. Нортон; пер. с англ.]. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Олимп-Бизнес, 2004. – 320 с.
3. Рамперсад К. Хьюберт Универсальная система показателей деятельности : Как достигать результатов, сохраняя целостность / Хьюберт К. Рамперсад ; Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004.

Карпенко Л.М.
д.е.н., професор,
к.е.н, доцент,
Пляцек І.Р.
аспірант
Одеський національний політехнічний університет (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО КОНКУРЕНТНОГО ТА МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ

Сучасний стан економіки України потребує вирішення багатьох кардинальних проблем стосовно розвитку підприємництва у регіоні. Світова практика у сучасному управлінні різними комунікативними системами визначила тенденцію до більш широкого та поглибленого стратегічного підходу. У свою чергу ця тенденція повинна бути застосована у процесах формування систем маркетингових комунікацій підприємств в координатах сталого розвитку. Маркетингові взаємодії, що відображають сутнісні сторони ринкової парадигми сучасної економіки, обумовлюють рух маркетингових комунікацій у напрямі їхньої інтеграції. Цю тенденцію проявляє формування інтегрованих комунікацій. Актуальним є визначення особливостей та специфічних рис як для маркетингового, так і для конкурентного аналізу (стратегічного), та визначення відмінностей між ними.

Метою роботи є систематизація специфічних особливостей маркетингового та стратегічного конкурентного аналізів; угрупування основних джерел маркетингової інформації у діяльності вітчизняних підприємств та виявлення перспектив розвитку.

У контексті даної наукової роботи найбільший інтерес авторів висвітлюється у наступних організаційно-методичних підходах щодо виявлення характерних особливостей маркетингового та стратегічного конкурентного аналізів: порівняння об’єктів дослідження, порівняння предметів дослідження, постановка мети, вибір горизонт часу, порівняння класів управлінських завдань, порівняння методологічних принципів, порівняння методів дослідження. У табл. систематизовано специфічні особливості маркетингового та стратегічного конкурентного аналізів [1, с. 392-404].

Таблиця

Порівняння специфічних особливостей маркетингового та стратегічного конкурентного аналізів

Особливості маркетингового аналізу	Особливості стратегічного конкурентного аналізу
1. Концентрація уваги на цільових ринках	1. Концентрація уваги на потенційних суперниках
2. Виконавцями є, як правило, рядові спеціалісти	2. Виконавці мають значні повноваження, знаходяться на високому рівні корпоративної ієрархії
3. Тактичний характер; використання усіх видів планування за терміном	3. Домінування довго- та далеко строкових прогнозів

4. Точність, ретельність, регулярність	4. Невизначеність
5. Орієнтація на масовий збір даних, превалювання кількісних оцінок	5. Широке використання неформалізованих методів та оцінок, висока питома вага якісних оцінок

Однак, незважаючи на явно виражені відмінності у цих видів аналізу є і загальні риси. До них можна віднести:

− частково загальну точку перехрестя результатів аналізу (потреби власного підприємства);

− схожі цілі аналізу − такі, як забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства, його збалансованого розвитку і всебічного процвітання;

− вирішення відповідного класу управлінських завдань (ринкове саморегулювання і, частково, комбіновані управлінські завдання);

− багато варіативність інформаційних джерел, використання як традиційних методів отримання даних, так і специфічних прийомів маркетингової та конкурентної розвідки.

Таким чином, завдяки значної кількості практичного застосування маркетингового аналізу та наявності у ньому особливих рис відповідності з стратегічним конкурентним аналізом, результати маркетингового аналізу можуть бути достатньо широко використані у стратегічному конкурентному аналізі, доповнюючи та розширяючи його висновки [2, с. 1-10].

Виділимо основні джерела маркетингової інформації за секторами: економічна інформація, біржова та фінансова інформація, професійна та науково-технічна інформація, комерційна інформація, статистична інформація, масова та споживча інформація, маркетингові дослідження за замовленням.

Підсумовуючи, зазначимо, що серед основної тематики наукових досліджень повинні мати місце наступні: розробка політики реалізації комунікаційних стратегій, розробка методологій комунікаційних стратегій розвитку підприємств, мережевий аналіз маркетингових комунікацій, структурний аналіз цих комунікацій, аналіз комунікаційних каналів, аналіз комунікаційної культури, факторний аналіз діяльності в системах маркетингових комунікацій, розробка інформаційно-трансформаційних засобів для систем прийняття управлінських рішень.

Література

1. Карпенко Л. М. Стратегічний конкурентний аналіз розвитку інноваційних підприємств : прогностична валідність / Л. М. Карпенко, С. В. Філиппова // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 6 (180). – С. 392-404.

2. Tetiana, H., Karpenko, M.L., Olesia, F.V., Yu, S.I. & Svetlana, D. (2018). Innovative methods of performance evaluation of energy efficiency project. Academy of Strategic Management Journal, 17(2), 1-10.

Слободянюк О.В.
д.е.н., доцент,
Ротарь О.М.
викладач-методист
Одеський фінансово-економічний коледж КНТЕУ (Україна)

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ НАСК «ОРАНТА» В СУЧАСНИХ УМОВАХ

ПАТ НАСК «Оранта» представляє собою приватне акціонерне товариство, що успішно здійснює свою діяльність на страховому ринку України. Її структура доволі складна. Вона включає в себе багато підрозділів та умовно її можна поділити на чотири рівні управління: центральний офіс (Правління компанії), обласні дирекції, міські та районні відділення. Згідно з внутрішніми Положеннями ПАТ НАСК «Оранта» про дирекції та відділення дирекції і відділення є безбалансовими підрозділами головного офісу.

На сьогодні ПАТ НАСК «Оранта» – найбільша компанія, що працює на страховому ринку України з надання страхового захисту майнових інтересів громадян і юридичних осіб, а також здійснює фінансову діяльність з метою одержання прибутку в інтересах акціонерів, що забезпечує її працівникам умови для творчої перспективної роботи, ріст їхнього професіоналізму і добробуту [1].

Метою діяльності є одержання прибутку шляхом надання послуг з усіх видів страхового захисту майнових інтересів громадян і юридичних осіб та здійснення фінансової діяльності в межах, визначених законодавством та статутом страхової компанії. Предметом безпосередньої діяльності є проведення страхування, перестрахування і здійснення фінансової діяльності, пов’язаної з формуванням, розміщенням страхових резервів та їх управлінням. Компанія здійснює всі види обов’язкового, добровільного страхування та перестрахування згідно із законодавством України, на які вона отримала ліцензії [2].

ПАТ НАСК «ОРАНТА» здійснює страхову діяльність на території України у формі обов’язкового та добровільного страхування з особистих та майнових видів страхування. Станом на 31.12.2017 р. має 33 страхові ліцензії. Так ПАТ НАСК «ОРАНТА» за 2017 р. забезпечила надходження страхових платежів у сумі 610415,3 тис. грн. Обсяг надходжень страхових платежів становить 120,0 % до надходження страхових платежів за відповідний період минулого року. В абсолютному виразі приріст страхових платежів 2017 р. у порівнянні з 2016 р. складає 101772,9 тис. грн.

За підсумками 2017 р. фактично основним напрямом надходження страхових платежів залишається транспортний портфель, який займає 77,3 % від загального обсягу надходжень. При цьому в структурі власне самого транспортного портфелю 72,0 % займає ОСЦПВВНТЗ за внутрішніми договорами. Компанія і надалі залишається на страховому ринку України одним із лідерів по даному виду страхування [3].

На 01.01.2018 р. середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу – 1504 осіб; середня чисельність позаштатних працівників (працюють за договорами цивільно-правового характеру) – 2350 осіб. ПАТ НАСК «ОРАНТА» притримується гнучкої кадрової політики, що забезпечує індивідуальний підхід до своїх працівників. Головна мета кадрової політики полягає в збереженні та додатковому залученні висококваліфікованих спеціалістів [3].

Протягом 2017 р. дотримувалась наступних принципів діяльності та складання фінансової звітності: автономності, безперервності, періодичності, історичної собівартості, превалювання сутності над формою, нарахування та відповідності доходів і витрат, повного висвітлення, послідовності, обачності та єдиного грошового вимірника.

На даний час ПАТ НАСК «ОРАНТА» бачить перспективу своєї подальшої роботи в утриманні лідерських позицій на ринку ОСЦПВВНТЗ, розвитку страхування майна домогосподарств, страхування від нещасних випадків та добровільного медичного страхування. Також вона активно розвиває напрямок електронних продажів договорів страхування [4].

Економічне середовище, в якому Компанія здійснювала свою діяльність протягом 2017 р., суттєво не відрізняється від ситуації 2016 р. та характеризується такими основними ознаками: нестабільність національної валюти; ведення воєнних дій на сході України та окупація АР Крим; ускладнення відносин з основними торгівельними партнерами. Зокрема, припинення угоди про зону вільної торгівлі з Росією; затримка співпраці з міжнародними фінансовими організаціями; відсутність реальних системних змін в економічній та політичній сферах тощо.

Тому стратегія подальшої діяльності на найближчий рік полягає в стабілізації фінансового стану та збереженні місця на страховому ринку. Основні зусилля передбачається спрямувати на вдосконалення структури та підвищення ефективності взаємодії між її елементами, збільшення обсягів надходження страхових премій та мінімізації витрат, в тому числі на залучення страхувальників.

Таким чином, щодо покращення роботи компанії можна запропонувати підвищити захист споживачів страхових послуг та інтегрувати страхові послуги до європейських культур.

Література

1. Базилевич В. Д. Страхування : практикум: навч. посібник / за ред. В. Д. Базилевича. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Знання, 2011. – 607 с. – (Київському національному університету імені Тараса Шевченка 175 років).

2. Баранова В. Г. Фінансовий механізм функціонування страхової системи: монографія / В. Г. Баранова. – Одеса : Видавництво ВМВ, 2009. – 380 с.

3. Офіційний сайт НАСК «ОРАНТА» URL : http://www.oranta.ua/ukr/main.php.

4. Insurance TOP. Рейтинг страхових компаній URL : http://forinsurer.com

Кизенко О.О.
к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

БІЗНЕС ЕКОСИСТЕМА ПЛАТФОРМ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ВИБІР КОМПАНІЇ

Сучасні напрями трансформації економічних систем формуються внаслідок прямого впливу технологічного розвитку на основі інтеграції різних наук. Найпоширенішим терміном для означення цього явища є NBIC-конвергенція: N-нано; B-біо; I-інфо; C-когно. [1]. Інтеграція нанотехнологій, біології, інформаційних і когнітивних технологій дозволяє розробляти інновації на інтердисциплінарному рівні, підсилюючи цінність кожного окремого компонента. Нові технології розширюють можливості підприємств щодо інформаційного забезпечення їх діяльності, формуючи нові тренди в управлінні, такі як бізнес-модель «продукт як послуга», інформаційна відкритість та забезпечення збереження інформації, інтегрованість (взаємодоповнюваність) продуктів на основі платформ та співконкуренція [2, с. 6-9]. Ці тренди кардинально змінюватимуть у найближчій перспективі підходи до управління компанією. Метою цього дослідження є виявлення перспектив і обмежень вибору компанією бізнес екосистеми платформ при визначенні стратегії свого розвитку.

NBIC-конвергенція продовжує надавати новий поштовх для розвитку теоріям стратегічного управління кінця XX століття стосовно співконкуренції (А. Бранденбургера та Б. Найлебуффа), екосистем (Дж. Мура), реляційних рент (Дж. Дайера та Х. Сінгха), стейкхолдер менеджменту (Р. Фрімена). Нові принципи існування в бізнес-середовищі, зміна принципів взаємодії та інтегрованість підприємств у інфраструктуру різних галузей сформували необхідність розглядати їх розвиток в контексті екосистем – динамічних спільнот, що об’єднують різні суб’єкти, спрямовані на розвиток, шляхом трансформації змісту процесів взаємодії та конкуренції [3]. У попередніх авторських публікаціях ці питання були проаналізовані в контексті бізнес-дизайну [4]. Дж. Мур наполягав, що інноваційний бізнес не може розвиватися у хаосі, він має залучати ресурси, капітал, постачальників і споживачів для створення партнерських мереж, саме тому компанії мають розглядатися як складова бізнес-екосистеми, що об’єднує декілька галузей. В бізнес-екосистемі гравці діють конкурентно і кооперативно, створюючи нові продукти у тісній взаємодії з метою задоволення потреб клієнтів.

На сьогодні сформувались декілька основних типів бізнес екосистем, найпоширенішими з яких є екосистема платформ, екосистема інновацій, екосистема інтересів, екосистема комерції та екосистема речей [5]. У даному дослідженні проаналізуємо перспективи і обмеження приналежності компанії до екосистеми платформ. В центрі екосистеми платформ є програмна платформа, яка служить основою для взаємодії між усіма учасниками. Кожен

тип учасників (власник платформи, розробник, клієнт) формує і впливає на свою частку екосистеми. Успіх компанії, яка зробила саме такий стратегічний вибір, залежить від зростання числа сервісів, які пропонуються платформою. Чим більше з'являється сервісів, якими починають користуватися клієнти, тим більш залежними від платформи вони стають і їм все складніше перемикатися на інші послуги поза платформою.

Класичними прикладами бізнес екосистем платформ вже стали компанії Google, Facebook, Airbnb, Uber. Для визначення ступеня готовності вітчизняних підприємств до стратегічного вибору екосистеми платформ було проведено опитування керівників близько 40 вітчизняних підприємств різних видів діяльності протягом січня-березня 2018 року за результатами роботи у 2017 році. У структурі вибірки великі компанії (більше 1000 співробітників) склали 27% респондентів, середні компанії (100 – 1000 співробітників) – 33 %, малі підприємства (менше 100 співробітників) – 40%. В результаті дослідження визначено, що в процесі створення кінцевого продукту для споживача 44,2% компаній створюють невелику частку в сукупній споживчій цінності товару (послуги), 41,9% - створюють і контролюють значну частку цінності продукту та прагнуть до співпраці з іншими компаніями, 14% – визначають «правила гри», впроваджують інноваційні продукти або створюють нову цінність товару (послуги) для споживача. При цьому лише 72% респондентів погодились з тим, що формування партнерств з іншими компаніями – це один з найбільш впливових глобальних викликів для бізнесу, при цьому лише 46% компаній вважають, що система партнерських зв'язків з основними контрагентами забезпечує їм конкурентну перевагу.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зазначити, що потенційно більше 10% вітчизняних підприємств готові створювати екосистеми платформ за умови ефективного впровадження цифрових технологій.

Література

1. Roco M., Bainbridge W. Converging Technologies for Improving Human Performance. Journal of nanoparticle research. – Springer. 2004.
2. Портер М., Хаппелманн Дж. Революция в производстве // Сборник статей Цифровизация производства, HBR Россия, 2018. – С. 1-16.
3. Moore J. Predators and prey a new ecology of competition // Harvard Business Review. 1993. May-June. P. 75-86.
4. Управління інноваційною складовою економічної безпеки : монографія у 4-х томах / за ред. д.е.н., проф. Прокопенко О. В. (гол. ред.), к.е.н., доц. Школи В. Ю., к.е.н. Щербаченко В. О. – Суми : ТОВ «Триторія», 2017. – Т. ІІ. Науково-практичні засади формування інноваційних компонентів забезпечення науково-технологічної та виробничої безпеки економічної системи. – С.151-166.
5. Стратегий построения бизнес экосистем // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://denreymer.com/business-ecosystem (переглянуто 31.07.2018).

Головко О.Г.
к.е.н., доцент,
Ткаченко А.В.
ДВНЗ «Університет банківської справи»,
Харківський навчально-науковий інститут,
Жеваго Д.М.
Спеціаліст з підтримки продажу
Харківське відділення ПАТ «САН ІнБев Україна»

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток ринкової економіки в Україні супроводжується нестабільністю економічних процесів, змінами власності і середовища господарювання, що обумовлює необхідність забезпечення прибутковості суб'єктів підприємництва для їх виживання і розвитку.

Основною причиною негативних фінансових результатів діяльності підприємств в Україні є недосконаліть або систематична відсутність побудови стратегічного управління прибутком, що базується на детальному аналізі як зовнішніх, так і внутрішніх чинників дослідження [1].

Стратегія управління підприємством тісно пов'язана з визначенням головної мети його функціонування. Найчастіше ця головна мета формулюється як досягнення визначеного рівня рентабельності на вкладений капітал і відповідно одержання визначеної маси чистого прибутку [2].

Основною метою функціонування підприємства є забезпечення рентабельної роботи та отримання прибутку. Прибуток – це нагорода, яку одержує підприємство за ризик, що має місце у випадку пропозиції нею продукту для продажу. Це гроші, що залишаються після того, як загальні витрати підприємства віднімаються від загальних доходів. Прибуток – це також і нагорода за ефективну діяльність [3].

Водночас, серед головних причин економічної кризи багатьох суб'єктів господарювання є їхня збитковість або низька прибутковість. Тож проблема управління прибутком підприємства набуває актуальності, оскільки саме прибуток є основним власним фінансовим джерелом, що забезпечує розвиток підприємства на принципах самофінансування.

Планування прибутку – процес розробки відповідних заходів щодо забезпечення його формування в достатньому розмірі та ефективне використання згідно цілей розвитку підприємства на майбутнє. Тому, в умовах нестабільної економіки важливим для будь-якого підприємства є формування найістотніших принципів і ефективної системи стратегічного планування та управління прибутком.

Концептуальні засади стратегічного управління прибутком виділяють такі етапи: стратегічне планування, стратегічна організація і стратегічний контроль.

На етапі стратегічного планування прибутку визначають цільову суму прибутку відповідно до стратегічних цілей і завдань підприємства з урахуванням його стадії життєвого циклу; здійснюють стратегічний аналіз управління прибутком на засадах моніторингу прибутковості підприємства та обґрунтування планів і програм дій на основі оцінювання стратегічних альтернатив.

На етапі стратегічної організації приводять у відповідність з обраною стратегією всі ресурси і внутрішні зв'язки підприємства, його цілі, завдання і сферу відповідальності працівників; здійснюють організаційні зміни на підприємстві та розробляють політику кожного структурного підрозділу.

Завершальним етапом стратегічного управління прибутком підприємства є стратегічний контроль за виконанням розроблених заходів. Перевага запропонованої структурно-логічної схеми полягає в тому, що вона охоплює всі складники процесу управління прибутком, зумовлені його функціями та наявністю прямого і зворотного зв'язку між елементами. Крім того, саме використання такої логіки стратегічного управління прибутком підприємства надає можливість комплексно охопити всі види ресурсного потенціалу підприємства і діяльність його інфраструктур [4].

Дотримання підприємством даних трьох етапів стратегії управління прибутком допоможе досягти оптимального рівня прибутковості і бути конкурентоспроможними на ринку. Для максимізації прибутку підприємства потрібно, насамперед, виконати комплекс завдань щодо забезпечення зростання обсягів діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та вдосконалення системи управління підприємством.

Література

1. Верхоглядова Н. І. Зміст та значення прибутку як головної рушійної сили ринкової економіки / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, В. П. Шило // Економічний простір. – 2010. – № 18. – С. 237-245.
2. Кривицька О. Р. Планування прибутку підприємства при визначенні стратегії його розвитку / О. Р. Кривицька // Фінанси України. – 2005. – С. 139-146.
3. Туріянська М. М. Прибуток – важливе внутрішнє джерело інвестиційних ресурсів / М. М. Туріянська // Вісник ДонДУЕТ. – 2005. – № 3 (27). – С. 94-99.
4. Баранцева С. М. Стратегічне управління прибутком торговельного підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / С. М. Баранцева // Донецьк. – 2011. – 12 с.

Кичук О.С.
к.э.н., доцент
Одесский национальный экономический университет (Украина)

ТРЕНИНГИ КАК СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Предприятия, работающие в рыночных условиях, стремятся к достижению конкурентных преимуществ. Для этого руководство компании разрабатывает и внедряет стратегии, которые ставят ее в более выгодное положение. Опыт эффективного хозяйствования подтверждает важную роль кадровой составляющей потенциала предприятия, от количественной и качественной сбалансированности и уровня использования которой зависят конечные результаты деятельности предприятия и достижение конкурентных преимуществ на рынке [1, с. 197]. В современном мире при стремительном развитии технологий меняется подход к квалификационному потенциалу персонала. Ситуация, в которой работник мог потратить пять лет на образование и закончить свое обучение, остается в прошлом. После базового образования работники доучиваются, переучиваются, специализируются и совершенствуют свои навыки. Развитие технологий обесценивает существующие навыки работников, и решить данную проблему может постоянное обучение. Востребованы специалисты, которые способны быстро обучаться.

Современным направлением развития трудового потенциала работников предприятия стали тренинги. Бизнес-тренинг (англ. *Business training*) – один из видов обучения, который в отличие от психологического тренинга имеет целью прежде всего формирование деловых навыков и умений сотрудника и / или группы сотрудников фирмы. Бизнес-тренинги могут разрабатываться и проводиться как корпоративным (внутренним) тренером, так и внешними специалистами. Тренинги – это интенсивная форма обучения, в которой информация усваивается в максимально короткие сроки. Эффективность тренинга заключается в том, что это интерактивная форма обучения, которая предусматривает диалог между тренером и группой и определенные действия со стороны группы. Тренинги предусматривают обучение через прохождение участниками группы ряда смоделированных тренером ситуаций. Незначительную часть тренинга занимает теория, а основой тренинга становятся действия и анализ этих действий. Групповое обучение позволяет создавать кадровый резерв и взаимозаменяемость на предприятии.

В зависимости от задач выделяют различные виды тренингов. Тренинг профессиональных навыков – это переходная форма между активными методами подготовки персонала и его профессиональным обучением, повышением квалификации. Такие тренинги осуществляются специалистами по конкретному виду деятельности. Тематики их чрезвычайно разнообразны, как и разнообразны виды деятельности в различных сферах бизнеса. Самым популярным видом тренингов сегодня является тренинг эффективных продаж.

В условиях рыночных отношений умение продавать является основой бизнеса. Подобное обучение направлено на формирование навыков оформления выгодных соглашений, изучение приемов рекламной политики и психологии потребителя. Отдельно выделяют тренинг телефонных продаж, как умение вести телефонные переговоры с потенциальным потребителем товаров или услуг. Широкое распространение получили тренинги управления временем (англ. – *time management*), которые формируют навыки временного планирования, умение эффективно организовывать деятельность предприятия. Тренинги командообразования получили популярность в связи с переходом организаций сферы бизнеса на командную систему работы. На них изучают понятия о типах и структурах команд, их внешние и внутренние пределы, типы коммуникации в команде [2].

На рынке Украины растет предложение различных видов бизнес-тренингов. Данная ниша рынка активно развивается. Сегодня есть возможность пройти тренинг у отечественных и зарубежных специалистов. Бизнес тренеры, как правило, имеют значительный практический опыт в той или иной сфере деятельности. Современные тренинги направлены на совершенствование специфических знаний, навыков, отношений и поведения. Эффективный тренинг должен быть организационным мероприятием, разработанным в ответ на определённые проблемы.

Организация тренингов на предприятии требует системного подхода, который включает оценку потребности в тренинге, разработку тренинговой программы и оценку эффективности тренинга. Специалисты по управлению персоналом должны обеспечивать предприятие соответствующим составом квалифицированных работников, которые эффективно осуществляют вклад в создание общей ценности компании благодаря своей коллективной и индивидуальной деятельности. Перед отделом управления людскими ресурсами стоит задача создать среду, в которой работники стремятся к обучению. На этапе формирования персонала предприятия важен подбор людей, имеющих настрой на обучение и мотивированных брать на себя новые сложные задачи.

Таким образом, систематическое обучение персонала является важнейшим фактором развития трудового потенциала предприятия. Персонал с профессиональными, прогрессивными знаниями, умениями и навыками способен легко подстраиваться под новые рыночные условия хозяйствования, что дает конкурентные преимущества предприятию.

Литература

1. Федонин О. С., Репина І. М., Одексюк О. І. Потенціал підприємства : формування та оцінка : Навч. посібник. – К. : КНЕУ, 2006. – 315 с.

2. Управление персоналом. Словарь-справочник. Бизнес-тренинг. [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://psyfactor.org/personal/personal2-05.htm

Літвінов О.С.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

СКЛАДОВІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Інтелектуальний капітал (ІК) визнано одним з головних факторів розвитку підприємства в умовах переходу економіки до постіндустріального розвитку [1, с. 15-16]. Тому важливим питанням є визначення сутності та класифікація його складових. Слід зазначити, що велика кількість робіт, зокрема Анохіної К.О., Літвінова О.С. присвячено аналізу складових нематеріальних ресурсів підприємства, що безумовно може бути основою для дослідження структури ІК [2; 3].

Авторами, які спробували встановити чітку класифікаційну систему ІК в Україні були О. Бутник-Сіверський та О. Кендюхов. Так, О. Бутник-Сіверський розділяє ІК за: формою власності, корпоративною трансакцією, резидентністю, формою залучення, за терміном знаходження у розпорядженні суб'єкта господарювання, способом формування, можливістю визначення вартості [4]. Автор використав підходи до класифікації класичного капіталу з метою їх інтерпретації для розподілу за видами ІК додавши до них авторські ознаки.

О. Кендюхов виділяє ще більше класифікаційних ознак – одинадцять: сфера використання; використання у виробничо-комерційній діяльності; форма власності; особливості функціонування у кругообігу капіталу; напрями використання; тривалість періоду використання; роль у виробничо-господарському процесі; умови формування; можливість відчуження; рівень ризику використання; функціональний зміст [5, с. 48-54]. Якщо деякі з класифікаційних ознак мають високе теоретичне й практичне значення, то інші мають достатньо дискусійний характер, наприклад, виділення за сферою використання ІК, що діє у матеріальному й нематеріальному виробництві; та за рівнем ризику, без ризиковий, середньо ризиковий та високо ризиковий.

В результаті критичного розгляду підходів до визначення складових ІК та встановлення класифікаційних ознак розподілення їх на види було запропоновано авторську класифікацію складових ІК за видами (рис.). Всі елементи ІК було розділено на чотири групи: людський капітал, капітал відносин, технологічний капітал та організаційний (структурний) капітал. Людський капітал полягає в інтелектуальних можливостях персоналу підприємства забезпечувати досягнення цілей підприємства. Капітал відносин представляє собою сукупність відносин із найближчим зовнішнім оточенням підприємства, які дозволяють досягати цілей підприємства. Технологічний капітал – це сукупність знань, яка призначена або полягає у інженерних, програмних або дизайнерських розробках, які дають змогу досягати цілей підприємства. Організаційний (структурний) капітал представляє собою сукупність інституціаналізованих знань, характеристик системи організації діяльності та управління підприємством і його репутацією, які дозволяють досягати цілей підприємства.

Рис. – Класифікація складових ІК за функціональним змістом
Джерело: авторська розробка

Література

1. Літвінов О. С. Межа постіндустріалізації економіки / О. С. Літвінов // Бізнес Інформ. – 2018. – № 3. – С. 15-20.
2. Анохіна К. О. Управління нематеріальними активами як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства / О. С. Літвінов, К. О. Анохіна // Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – С. 290-313.
3. Анохіна К. О. Методичні основи оцінки зносу нематеріальних ресурсів / О. С. Літвінов, К. О. Анохіна // Вісник Львівської комерційної академії. – 2014. – Вип. 44. – С. 94-102.
4. Бутник-Сиверский А. Б. Интеллектуальный капитал : теоретический аспект // Интеллектуальный капитал. – 2002. – № 1. – С. 20-24.
5. Кендюхов О. В. Ефективне управління інтелектуальним капіталом / О. В. Кендюхов. – Донецьк : ДонУЕП, 2008. – 363 с.

Передало Х.С.
к.е.н., доцент,
Процик І.С.
к.е.н., доцент
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЕТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ У БІЗНЕСІ

Як відомо, існує низка різноманітних підходів до формування будь-яких управлінських чи операційних процесів, їх аналізу та внесення змін у хід їх реалізації з врахуванням різноспрямованих чинників впливу. Найвідомішими з них є ситуативний, процесійний, функціональний, системний, проектний та цільовий. Їх часто використовують відокремлено один від одного або в поєднанні між собою. Дослідження їх сутності показало, що усі вони містять оригінальні критерії, принципи та інструменти, які варто враховувати при формуванні етичної поведінки в бізнесі на вітчизняних підприємствах.

Один з найпростіших до розуміння підходів є ситуативний підхід, який базується на врахуванні ситуації при прийнятті управлінських рішень. Його використання є особливо актуальним при виборі виду етичної поведінки при веденні бізнесу. Як відомо, етика бізнесу, як складова загальної етики, складається з внутрішньо корпоративної та зовнішньої ділової частини. В розрізі даних особливостей, можна розглядати такі види етики бізнесу як: етика відносин з цільовими групами впливу (споживачами, діловими партнерами, органами влади, місцевою громадськістю, суспільством тощо), екологічна етика, етика на робочому місці, гендерна етика. Їх вибір, а отже і процес формування залежить від ситуації, тобто від потреб компанії, від її проголошеної місії, стратегічного бачення, потреб ринку, спільноти, культурно-релігійних спрямувань та орієнтирів місцевої громадськості тощо.

Системний підхід ґрунтується на розгляді об’єкту дослідження з позиції системи, під якою розуміють сукупність вхідних та вихідних елементів та самого процесу. Даний підхід є особливо актуальним при пошуку та виборі вхідної інформації щодо формування етики ведення бізнесу, кадрових та технічних ресурсів тощо. Тобто, даний підхід вимагає ретельного вивчення усіх вхідних базових елементів, які матимуть вплив на рівень етичної поведінки в бізнесі в компанії, а також передбачає моделювання даного рівня при змінах вхідних даних.

Важливе місце у системному підході займає і розуміння самого процесу формування етики бізнесу, який складається з реалізації послідовних етапів. Таким чином, в дію вступає процесійний підхід, який передбачає поетапне виконання окремих структурованих дій. Від їх форми і змісту можна виокремити інший додатковий або суміжний з ним підхід. Якщо процес формування етичної поведінки в бізнесу розглядати в розрізі реалізації загальних функцій менеджменту, тоді процес складатиметься з таких етапів, як:

1) планування етики бізнесу;

2) організування процесів формування етики бізнесу;

3) мотивування працівників, задіяних до формування етики бізнесу;

4) контролювання усіх заходів та реалізацію окремих етапів щодо формування етики бізнесу;

5) регулювання виявлених відхилень у процесі формування етики бізнесу.

Кожен з даних етапів, зазвичай передбачає низку підетапів, які характерні реалізації кожної з функцій менеджменту.

Також процесійний підхід може розглядатися через призму проектного підходу, який включає в себе усі основні принципи проектного менеджменту. Якщо підходити до формування етики бізнесу на підприємстві як до проекту, то при цьому слід враховувати основні процеси, які притаманні етапам реалізації проекту, а саме: ініціація, планування, виконання, моніторинг та закриття. Дані процеси активно перегукуються з ключовими загальними функціями менеджменту, таким чином, маючи змогу використовувати різноманітний управлінський арсенал.

Цільовий підхід говорить сам за себе – будь які процеси повинні бути спрямовані на реалізацію чітко встановлених цілей, під якими розуміють кінцеві очікувані результати. У нашому випадку цільовою направленістю є формування такого рівня етичної поведінки в бізнесі, який відповідав би основним етичним принципам бізнесу, в складі яких є [1]:

- відповідальність бізнесу, що включає в себе корпоративну, соціальну, екологічну та інші види відповідальностей, тобто усі зобов'язання, які несе компанія по відношенню до різних цільових груп щодо забезпечення та збереження їх добробуту, стабільності відносин, захисту прав тощо;
- соціальна та економічна впливовість бізнесу. Даний принцип формується на спрямованості бізнесу, відповідно до правил етики, до прогресу, справедливості та світової єдності;
- юридична обґрунтованість та підпорядкованість. Будь які норми в компанії повинні бути угоджені з нормативно-правовими актами.

Вибираючи ті чи інші підходи до формування етичної поведінки в бізнесі варто враховувати потреби компанії щодо забезпечення її відповідним інструментом для підтримання належної етичної поведінки в бізнесі, рівень та види існуючої етики бізнесу, вимоги суспільства, стан внутрішніх ресурсних даними тощо. А поєднання вищеназваних підходів дозволить забезпечити отримання очікуваних результатів з даного питання.

Література

1. Сидоренко С. В. Теоретико-методологічні засади аналізу етики бізнесу [Електронний ресурс] / С. В. Сидоренко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – Випуск 39. – С. 91-106 – Режим доступу : http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_39_8.pdf

Сабадирьова А.Л.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ПОРТФЕЛЬ СТРАТЕГІЙ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні підприємства все більше глобалізуються в ринкових умовах і стикаються з нагальною необхідністю формування портфеля стратегій розвитку та капіталізації свого потенціалу. Стратегії розвитку в умовах глобального ринку націлюють не тільки на ефективність, а також на капіталізацію активів підприємства; забезпечення конкурентоспроможності потенціалу підприємства; освоєння технологій нового покоління на базі активного залучення інвестицій та збереження навколишнього середовища тощо.

Цільові установки стратегій розвитку в умовах капіталізації потенціалу підприємства ґрунтуються на наукових підходах до формування портфеля стратегії. Найбільш поширеним в економіці в умовах глобального ринку є стратегічний підхід. Проте, не викличе сумнівів застосування системного, процесного, вартісного, портфельний-орієнтованого, організаційного, економічного та інших підходів до формування портфеля стратегій з цілями реалізації різних аспектів капіталізації потенціалу підприємства в умовах глобального ринку.

Стратегічний підхід, що виконуємо для активізації стратегічного процесу в ринкових умовах, набуває щонайширшого застосування в експериментальній економіці. У знаннях, акумульованих в різних сферах з експериментальної економіки, стратегічний підхід інтегрується з експериментальним підходом та використовується експериментальний інструментарій по «дизайну механізмів» оцінювання ефекту; відбувається персоналізація відносин експериментаторів, які завжди залежать від того, чи знають вони один одного.

«Дизайн механізмів» в методичній сфері дослідження використовуємо як методичний підхід, котрий дозволяє знайти оптимальне рішення щодо цільової функції. Ідея «дизайну механізмів» вже була реалізована у вигляді методичного підходу і знайшла багато прихильників, які реалізували її в експериментальній економіці. Прикладом слугують праці Л.С. Гурвича (лауреата Нобелівської премії 2007 р. «За створення основ теорії оптимальних механізмів») та праця Джексон Метью О. «Краш-курс в теорії реалізації» [1].

На основі методичного підходу «дизайну механізмів» нами пропонується виконувати оцінку капіталізації потенціалу підприємства, що має різні процеси оцінювання: зародження ідеї, формуюче оцінювання, технологічне оцінювання, оцінювання впливу, оцінювання результатів. Всі процеси оцінювання, на нашу думку, мають цілі портфеля стратегій капіталізації потенціалу підприємства. В такий спосіб припускаємо, що процес зародження ідеї має цілі моніторингу; процес формуючого оцінювання – цілі реструктуризації; процес технологічного оцінювання – цілі модернізації; процес оцінювання впливу – цілі оптимізації;

процес оцінювання результатів – цілі когнітивного обчислення показників капіталізації потенціалу підприємства.

Цілі моніторингу визначають стратегію його проведення в процесі зародження ідеї, приводять в дію оціночний механізм капіталізації потенціалу підприємства. Місією стратегії проведення моніторингу є формування системи, заснованої на аналізі його видів, завдань, систематичному відстеженні змін, які відбуваються на глобальному ринку.

Цілі реструктуризації визначають стратегію реструктуризації потенціалу в процесі формуючого оцінювання та націлюють на активізацію організаційно-методичного механізму капіталізації потенціалу підприємства в умовах ринку. Місія стратегії реструктуризації потенціалу підприємства пов’язується з будь-яким реструктуруванням, підвищенням конкурентоспроможності та ефектом.

Цілі модернізації потенціалу в ринковій економіці утворюють стратегію її проведення в процесі технологічного оцінювання та приводять в дію дослідницький механізм капіталізації потенціалу підприємства. Місія стратегії модернізації зв'язується з активізацією методичного забезпечення потенціалу підприємства для його розширеного аналізу та прогнозу.

Цілі оптимізації формують стратегію її проведення в процесі оцінювання впливу і приводять в дію програмно-цільовий механізм капіталізації потенціалу підприємства. Місія стратегії проведення оптимізації, на нашу думку, становить розвиток потенціалу підприємства шляхом рішення задачі його оптимального розподілу та досягнення прибутковості.

Когнітивне обчислення показників потенціалу виконуємо з урахуванням стратегії сприйняття результатів оцінювання та приводимо в дію механізм моделювання капіталізації потенціалу підприємства. Місію такої стратегії слід реалізувати через експериментальний інструментарій по «дизайну механізмів» оцінювання капіталізації потенціалу підприємства та аналіз ефективності.

Набір стратегій капіталізації потенціалу підприємства підпадає під дію організаційного закону композиції. Відповідно до цього закону всі портфельні стратегії організують композицію та узгоджують власні цілі для підтримки місії експериментального дослідження щодо капіталізації потенціалу підприємства.

Таким чином, нами показано авторський погляд на формування портфеля стратегій капіталізації потенціалу підприємства з урахуванням місій в ринковій економіці. Взагалі, портфель стратегій розглядаємо як інструмент стратегічного управління в експериментальному дослідженні; на його основі інтегруємо місії різноманітних стратегій капіталізації потенціалу підприємств по перетворенню доданої вартості в додаткові фактори виробництва.

Література

1. Jackson M. A Crash Course in Implementation Theory // Social Choice and Welfare. 2001. Vol. 18, No 4. P. 655-708. Access mode : http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2007/ecoadv07.pdf

Smachylo V.V.
Candidate of Economic Sciences, docent
Kharkiv National University of Civil Engineering and Architecture (Ukraine)

FORMATION OF THE STRATEGY OF MANAGEMENT OF PERSONNEL POTENTIAL ON THE BASIS OF CLUSTERING

The rapid transformation of socio-economic systems at all levels and the growing role of people in the economy require revision of the concept of management of personnel potential of an enterprise (PPE). This stipulates the necessity of the formation of modern strategies for managing it. In the study, the author has proposed to formation strategies for managing PPE on the base of clustering.

In fig. shows the sequence of strategy formation. At the first - preparatory stage - the methodic of PPE assessment is developed: formation of a two-tier group of experts; substantiation of components of estimation by a binary matrix; substantiation of indicators by components by expert method; substantiation of the method of evaluation by criterion method of hierarchy; estimated determination of values of indicators; assessment of the values of indicators by the ball method.

The second stage is the assessment of personnel potential of staff by the groups: managers, specialists, workers. The assessment is based on the indicators of the determined method. Then the level of personnel potential of each employee is determined.

The third stage: the formation of a set of values of workers' potential by groups. The fourth stage is the formation of clusters for each group of staff. The basis of clustering is based on the estimated indicators of the personnel potential of each group of staff (a_{ik}). Data clustering - the procedure of arranging objects in relatively homogeneous classes based on a pair-wise comparison of these objects for predefined and measured criteria; a set of methods for classifying multidimensional observations. The main task of the cluster analysis is to break down the set of investigated objects and features into homogeneous groups or clusters. Since clusters combine similar objects, it is logical to apply the same strategic decisions to these sets. So the management strategy for each cluster is formed at stage 5. The sixth stage involves the implementation of strategies, and the seventh – controlling their implementation. This will allow performing effective managerial influence on the personnel potential of the enterprise in accordance with the objectives.

References

1. Smachylo V. V. (2017) Mexanizm upravlinnya kadrovy`m potencialom na osnovi koncepciyi sy`nergiyi [Personnel potential management mechanism based on the concept of synergy]. Socio-Economic Problems and the State. 17 (2), 171-182. http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17svvoks.pdf.

2. Smachylo V. V. (2018) Metody`ka ocinyuvannya kadrovogo potencialu na pidpry`ytmstvi [Method of assessment of personal potential on an enterprise]. Ukraine: aspects of labor. 1, 22-27.

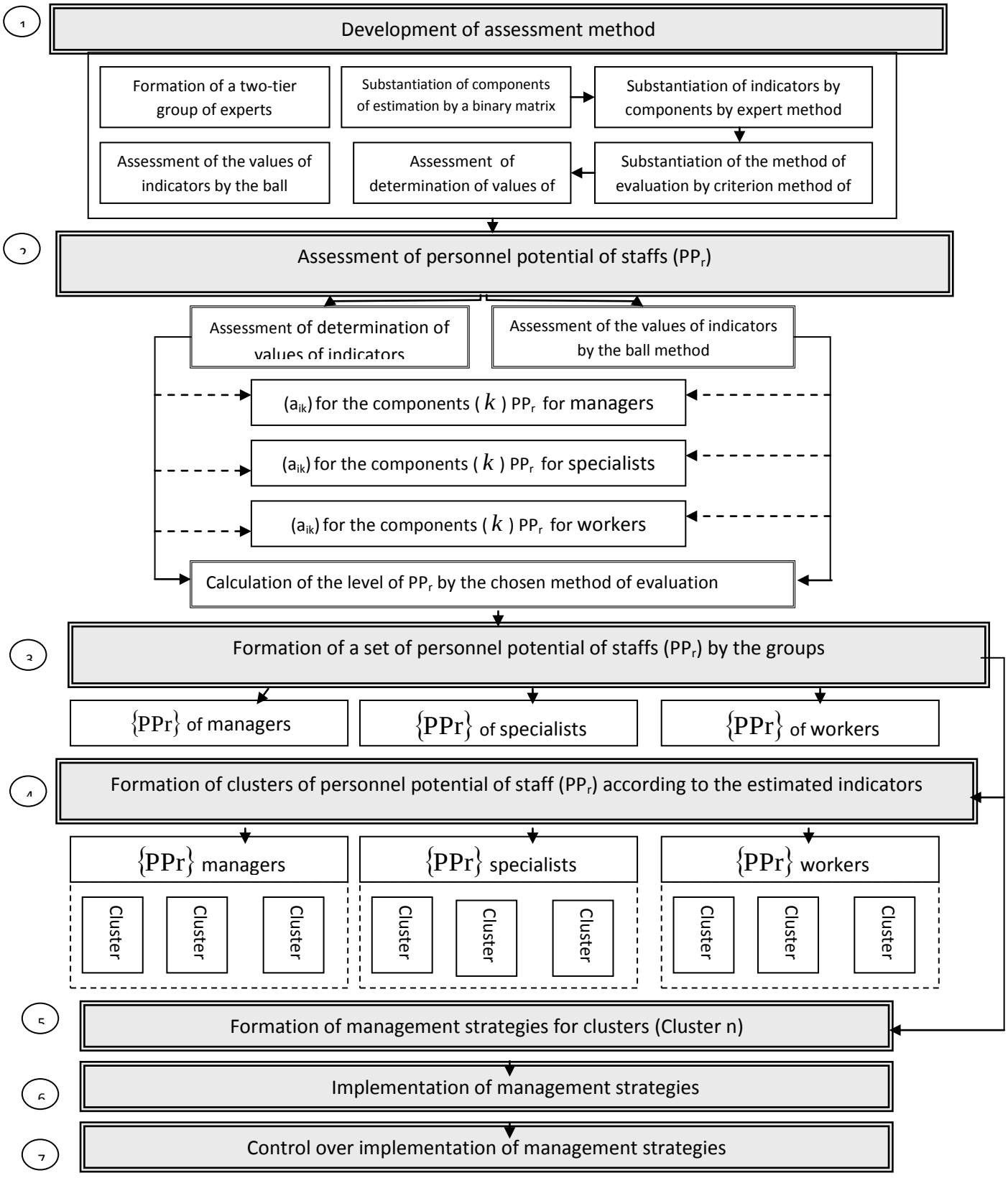


Fig. - Formation of the strategy of management of personnel potential
(developed by the author based on [1-2])

Танасюк І.М.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

СТРАТЕГІЯ ЯКОСТІ ЯК ОСНОВА СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема розвитку підприємства є вкрай важливою для його подальшого існування в умовах зростання конкуренції. Зменшення темпів зростання обсягів ринків приводить до збільшення конкуренції за потенційного споживача продукції, який стає все більш вимогливим. У таких умовах компанії мусять шукати нові заходи щодо підвищення реалізації продукції, спираючись на детальний аналіз споживачів та їх особливих потреб. Значне місце в цьому процесі посідає виробництво якісної продукції, що потребує від підприємства особливих підходів до сукупності властивостей та ознак продукції (послуг), що обумовлюють її здатність задовольняти потреби споживачів. Отже, отримання споживачем якісної продукції є головною метою стратегії якості, яка може бути здійснена за рахунок забезпечення якості продукції на всіх стадіях її життєвого циклу. Стратегію якості варто розробляти на тривалий термін та потребує враховувати дій конкурентів та відгуки споживачів. Необхідно відзначити, що наявність на підприємстві стратегії якості надає впевненість споживачам у її безпечності. Для розробки стратегії не менш важливим є організація контролю якості та випробування продукції, внутрішньовиробнича атестація продукції, технологічних процесів, робочих місць, виконавців, а також зовнішня атестація продукції.

Зовнішня атестація продукції здійснюється за допомогою процесів сертифікації та акредитації. Унаслідок сертифікації підприємство отримує письмову гарантію відповідності продукту та послуг особливим умовам, що є корисним демонстраційним , а в деяких галузях обов’язковим інструментом. Процедура сертифікації та акредитації є обов’язковою складовою стратегії якості, проте не всі підприємства в Україні мають інформацію про процедуру сертифікації, про необхідний орган сертифікації та не завжди розуміють необхідність цього процесу.

Розробка стратегії якості потребує від підприємства детальної проробки й усіх інших складових, зокрема організації взаємовідносин з постачальниками сировини, матеріалів, напівфабрикатів і комплектуючих виробів та ін. Орієнтованість на споживача передбачає, що вироблена продукції приносить користь клієнтам. Сама такий підхід використовують багато підприємств, серед яких ПрАТ "СКФ Україна", на сайті котрого відзначено, що успішно працювати та розвиватися в умовах жорсткої ринкової конкуренції можливо лише за умови максимального задоволення споживачів за всіма аспектами співробітництва – від якості та надійності продукції до дотримання умов і термінів поставок, що реалізується за рахунок упровадження на заводі системи забезпечення якості у виробництві відповідно до вимог ISO/TS 16949:2009 [1].

Наявність у компанії стратегії якості свідчить про суворі стандарти до продукції та інгредієнтів, які вона включає. Особливо актуально це для підприємств харчової галузі, для яких якість продукції є основою її безпечності. Сьогодні підприємства мусять звернути увагу, що ситуація невідповідності стандартам призводить до погіршення репутації і потребує є розробки управлінських рішень та формування динамічних цільових програм стабільного якісного виробництва продукції. Саме стабільне якісне виробництво формує постійного споживача продукції, створює позитивний імідж компанії.

У той же час виконання підприємством стандартів та умов виробництва якісної продукції мусить бути доведено до споживача за допомогою активної маркетингової стратегії, завдяки який споживач отримає продукцію, що відповідає його вимогам, а підприємство матиме конкурентні переваги на ринку. Саме за допомогою здійснення маркетингових дій споживач отримує інформацію про відповідність продукції його особливим потребам або формує уявлення про нову продукцію та її особливостях. Маркетинг максимізує вигоду від виробництва якісної продукції, а недооцінка цього може спричинити захоплення споживачів конкурентами.

Розуміючи необхідність стабільного виробництва якісної продукції, деякі підприємства детально визначають усі виробничі процедури та індикатори якості, проте не менш важливим для успішної реалізації продукції є моніторинг реалізації стратегії. У наслідок цього процесу підприємство оперативно отримує інформації про загальну невідповідність різноманітних процесів задекларованим вимогам та стандартам. Така загальна невідповідність може бути пов’язана з організаційною, технологічною або продуктовою невідповідністю, тому особливої уваги персоналу потребують симптоми дестабілізації виробничої технології, невідповідність стану елементів від яких залежить якість продукції.

Діагностика системи якості за первісною невідповідністю характеристик надає можливості уникнути великих витрат сировини та матеріалів, зменшити втрати робочого часу та виправити ситуацію за рахунок локальних рішень і формування розпорядчих документів. Чим швидше інформація про невідповідність основних показників якості надійде до керівництва, тим меншими будуть економічні та фінансові втрати підприємства.

Отже, формування стратегії виробництва якісної продукції відповідно до потреб споживачів надає компанії конкурентні переваги та створює умови для подальшого розвитку.

Література

1. Офіційний сайт ПрАТ "СКФ Україна" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.skf.com/ua/uk/our-company/SKF-Ukraine/ZAO-SKF-Lutsk/index.html.

Федосєєва Г.С.
к.е.н., доцент, докторант
Миколаївський національний аграрний університет (Україна)

ОКРЕМІ ПИТАННЯ ВИБОРУ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ВИРОБНИКАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ЇХ ФУНКЦІОНУВАННЯ НА СВІТОВОМУ РИНКУ

Говорячи про ефективність діяльності вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників на міжнародному рівні, неможливо оминути питання конкурентної стратегії цієї категорії виробників, оскільки від неї залежатиме подальший розвиток галузі, подолання економічної та технологічної відсталості підприємств, виявлення резервів формування конкурентних переваг та зростання міжнародної конкурентоспроможності.

Вважаємо, що при прийнятті рішення про розробку та впровадження конкретної конкурентної стратегії на світовому ринку досліджуваним суб'єктам необхідно враховувати специфіку сільськогосподарського виробництва в Україні, сільськогосподарську та зовнішньоекономічну політику України, соціально-економічну політику сільського розвитку України, загальні тенденції розвитку світового ринку сільськогосподарської продукції і тенденції розвитку окремих його сегментів, ін.

Окрім того, вибір дієвої конкурентної стратегії виробника сільськогосподарської продукції на світовому ринку зумовлений рядом чинників зумовлених самим функціонуванням підприємства: обсяг виробництва сільськогосподарської продукції; близькість до ринку збуту продукції; наявність розвинутої транспортної інфраструктури, що дозволяє мінімізувати транспортні витрати; доступність різних джерел фінансування сільськогосподарської та зовнішньоекономічної діяльності; вид сільськогосподарської продукції, що реалізується (планується реалізувати) на світовому ринку; застосовувані технології виробництва та зберігання сільськогосподарської продукції; якість сировини, рівень матеріально-технічної бази сільськогосподарського підприємства; відповідність продукції міжнародним стандартам якості та ін. Враховуючи зазначене, пропонуємо такі основні конкурентні стратегії для досліджуваних суб'єктів:

1. Сільськогосподарські товаровиробники, котрі мають значні обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, характеризуються відмінним або добрим станом матеріально-технічної бази, є фінансово самозабезпеченими або мають доступ до дешевих видів позичкового капіталу, використовують передові технології вирощування та зберігання сільськогосподарської продукції, використовують стандартне та елітне насіння можуть обрати для формування міжнародної конкурентоспроможності стратегію мінімізації витрат. Загалом, стратегія мінімізації витрат, може застосовуватися сільськогосподарськими товаровиробниками на тих зовнішніх ринках і з тією продукцією, виробити та транспортувати яку, вони можуть дешевше за

конкурентів, і таким чином сформувати конкурентні переваги і підвищити власну конкурентоспроможність.

2. Стратегію диференціації може бути використана сільськогосподарськими товаровиробниками без врахування взаємозв'язку місця знаходження і ринку збуту. Основною вимогою є наявність відмітних переваг у виробленій продукції: вищий рівень олійності у насіння соняшнику; більший вміст клейковини у зернових культурах; солодший (порівняно з продукцією конкурентів) смак у полуниці, малини, яблуках, виноградові, ін.; порівняно більший вміст крохмалю у картоплі та ін.

3. Стратегія досягнення інноваційної монополії, як правило використовується агрохолдингами, котрі мають достатні фінансові ресурси для самостійного фінансування проведення інноваційних досліджень та розробок у сільському господарстві. Такі агрохолдинги можуть стабільно пропонувати на світовому ринку порівняно кращу сільськогосподарську продукцію вироблену згідно інноваційних технологій. Дана стратегія буде доречною в галузі тваринництва, виноградарства, овочівництва, бджільництва.

4. Для сільськогосподарських підприємств стратегія фокусування являє собою комплекс рішень щодо переліку цільових сегментів, на яких воно буде працювати, та способу позиціонування товарів підприємства в кожному із цільових сегментів з врахуванням специфічних особливостей ринків окремих країн. Загалом дану стратегію можуть використовувати сільськогосподарські товаровиробники, що виробляють незначні обсяги окремих видів сільськогосподарської продукції, але достатні для задоволення потреб окремого визначеного сегменту світового ринку. Вважаємо, що стратегія буде доречною для виробників нішевих видів сільськогосподарської продукції та органічної продукції.

Таким чином, на нашу думку, найбільш прийнятними для виробників сільськогосподарської продукції на світовому ринку є стратегія мінімізації витрат, стратегія диференціації, стратегія досягнення інноваційної монополії та стратегія фокусування на ринковому сегменті.

Література

1. Дуброва О. С. Процес розробки та реалізації конкурентної стратегії підприємства / О. С. Дуброва // Ефективна економіка. – 2010. – № 8. – Електронний ресурс. – Режим доступу : www.economy.nayka.com.ua.

2. Квасницька Р. С. Практичні аспекти розробки конкурентної стратегії підприємства за сучасних умов господарювання / Р. С. Квасницька, Н. С. Ардашкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 4, Том 2. – С. 122-125.

3. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства / За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Іванова Ю. Б., д-ра екон. наук, проф. Тищенка О. М. – ІНЖЕК, 2006. – 384 с.

Янковець Т.М.
к.е.н., доцент,
Ковальова К.Л.
магістр
Київський національний університет технологій та дизайну (Україна)

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРИЗАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних працях вітчизняних науковців багато уваги приділено з'ясуванню сутності таких понять як «робоча сила», «трудові ресурси», «людські ресурси», «трудовий потенціал», «людський фактор», які досліджуються у контексті їх еволюції до поняття «людський капітал».

Основною ідеєю теорії людського капіталу є те, що реальною рушійною силою економічного прогресу є людина з її природними здібностями та набутими навичками, реалізація яких за належних умов дозволяє збільшувати доходи різних зацікавлених сторін.

Провівши аналіз наукових визначень досліджуваного поняття, нами було виділено три підходи до його сутності: ресурсний, продуктивний та інвестиційний.

Згідно *ресурсного підходу* людський капітал являє собою накопичені в процесі життєдіяльності людини знання, навички, уміння. Цей підхід є початковим у процесі еволюції досліджень даної економічної категорії.

Згідно *продуктивного підходу* людський капітал включає здатність людини приносити дохід підприємству, використовуючи ресурси, якими вона володіє. Тобто даний підхід є продовженням ресурсного, оскільки ресурси, якими володіє людина (знання, навички, уміння) мають використовуватися з певною метою господарської діяльності, а саме отримання доходу. Це, у свою чергу, пов'язане з необхідністю оцінювати вартість ресурсів з тим, щоб можливо було визначити ефективність їх використання. Згідно даного підходу збільшення доходу та ефективності діяльності забезпечується зростанням продуктивності праці та обсягів виробництва продукції (послуг).

Інвестиційний підхід передбачає необхідність інвестування в освіту, підвищення кваліфікації тощо, що забезпечує цілеспрямоване зростання вартості людського капіталу за рахунок підвищення його якості. Згідно даного підходу якість людського капіталу дозволяє збільшувати дохід та підвищувати прибутковість інвестицій та діяльності загалом. Інвестиційний підхід найбільш точно відображає сутність людського капіталу саме як капіталу, тобто активу, що використовується, при цьому не споживається, та здатного приносити дохід.

Людський капітал розуміємо як *сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій та інших продуктивних якостей, який під впливом чинників зовнішнього і внутрішнього середовищ цілеспрямовано використовується для досягнення цілей підприємницької діяльності, а саме сприяє зростанню продуктивності праці, своєчасному випуску якісної продукції*

заданого асортименту, збільшенню обсягів випуску і реалізації інноваційної продукції тощо, що забезпечує зростання доходів підприємства, підвищення ефективності його діяльності та зростання доданої вартості.

Людський капітал являє собою специфічний фактор виробництва, який: є невіддільним від людей – його носіїв; містить у собі ресурсну складову (знання, навички, уміння) і може накопичуватися; розвиток людського капіталу можливий тільки за рахунок інвестування у новітні знання та уміння, а також ефективного його використання (без прикладання до праці знання застарівають, навички втрачаються тощо); функціонування та використання людського капіталу відбувається з урахуванням впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовищ та спрямоване на економічний розвиток суб'єктів господарювання.

Після проведення дослідження структури людського капіталу нами було виділено такі його основні структурні елементи: здоров'я, знання, вроджені здібності та практичний досвід.

Здоров'я та знання водночас є важливими чинниками розвитку людського капіталу, як внутрішніми стосовно людини (стан здоров'я, рівень освіти), так і зовнішніми (охорона здоров'я, освіта як види економічної діяльності в країні та мотиваційні чинники з боку підприємства (можливість навчання, підвищення кваліфікації, програми оздоровлення для співробітників, охорона праці тощо)).

Вроджені здібності людини також можливо розвивати і надалі, для чого на підприємствах мають розроблятися різноманітні мотиваційні програми. Це саме стосується і практичного досвіду.

У сучасних умовах швидкого знецінення знань та необхідності постійного їхнього оновлення актуальним стає постійне оновлення знань протягом усього життя для підтримання конкурентоспроможності робочої сили на ринку праці та забезпечення можливостей як простого, так й розширеного відтворення людського капіталу.

Поява та поширення теорії людського капіталу свідчить про зростання ролі людини як реальної рушійної сили соціально-економічного розвитку, який забезпечується освіченими та здоровими громадянами, що робить освіту, науку та охорону здоров'я найвагомішими його чинниками. Результатом реалізації людського капіталу є зростання добробуту та якості життя людей.

Література

1. Грішнова О. А. Людський, інтелектуальний і соціальний капітал України : сутність, взаємозв'язок, оцінка, напрями розвитку [Текст] / О. А. Грішнова // Соціально-трудові відносини : теорія та практика. – № 1(7), 2014. – С. 34-42.

2. Ковальчук В. Інвестування в людський капітал як фактор інноваційного розвитку економіки України [Текст] / Віктор Ковальчук, Альона Шахно // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2016. – Вип. 2 (15). – С. 33-40.

Янковець Т.М.
к.е.н., доцент,
Палічева М.Р.
магістрант
Київський національний університет технологій та дизайну (Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ОДЯГУ

Вітчизняні виробники одягу працюють сьогодні у важких кризових умовах на внутрішньому ринку, на що впливають, у першу чергу, політичні та економічні чинники зовнішнього середовища. Як наслідок, конкуренція на внутрішньому ринку стає більш жорсткою та недобросовісною, особливо з боку іноземних товаровиробників. Серед основних проблем розвитку внутрішнього ринку одягу нами виділено [1, с. 393-394]: висока собівартість продукції, нестача кваліфікованих спеціалістів, низька продуктивність праці, низький рівень заробітної плати, відтік кадрових ресурсів за кордон, залежність виробництва від імпортного дороговартого обладнання, матеріалів, фурнітури, велика кількість контрабандної продукції, контрафакту, гуманітарної допомоги, «секонд-хенду» тощо. Вирішення даних проблем можливе виключно за протекціоністської підтримки державою вітчизняних виробників одягу та створення рівних умов ведення бізнесу для всіх учасників. Це основна передумова виведення галузі з кризового стану та її розвитку. За такої підтримки підприємствам рекомендовано підвищувати кваліфікацію менеджменту та впроваджувати сучасні системи управління, від яких залежить найвищий рівень конкурентоспроможності.

У ринкових умовах господарювання найбільшого успіху досягають стратегічно орієнтовані підприємства, які організують власні бізнес-процеси таким чином, щоб можливо було спрогнозувати попит та забезпечити його конкурентоспроможною продукцією. Одним із стратегічних напрямів розвитку вітчизняних підприємств з виробництва одягу є вихід на зовнішні ринки.

01.01.2016 р. набула чинності Поглиблена та всеосяжна зона вільної торгівлі між Україною та ЄС (ПВЗВТ) на основі норм Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, внаслідок чого українські виробники отримали доступ до одного з найбільших ринків у світі з понад 500 млн. споживачів з середньорічним рівнем доходів на одну особу 39 тис. дол. США [2, с. 14]. Європейські споживачі платоспроможні та орієнтовані на безпечну продукцію високої якості. Крім того, вони мають вибір, оскільки існує значна конкуренція за асортиментом, якістю та ціною на одяг.

Сьогодні найбільшими конкурентами вітчизняних виробників одягу, які орієнтовані на експорт продукції у країни ЄС, є традиційні європейські виробники: Італія, Франція, Великобританія, Німеччина. Крім того, 40% імпорту одягу з країн, що розвиваються належить Китаю. У свою чергу найбільшим конкурентом Китаю є регіон дії ASEAN, який розвивається як центр низьковитратного виробництва (суттєво в останні роки зросли обсяги

імпорту з Камбоджі, Бангладеш, Пакистану. Нарощують темпи експорту у країни ЄС М'янма, Ефіопія, Мадагаскар та декілька центральноамериканських країн) [2, с. 17-18; 3].

Загалом європейський ринок одягу має низький рівень зростання та характеризується високою конкуренцією між недиференційованими постачальниками. Увійти на такий ринок ризиковано, але можливо. Вітчизняні виробники на основі узгодження внутрішніх можливостей з ринковими зовнішніми умовами можуть виграти за рахунок реалізації однієї зі стратегій: експансії; спеціалізації; нішевої; диференціації.

Прикладом успішної реалізації нішевої стратегії на ринках Литви та Чехії є українська компанія-виробник трикотажного жіночого одягу RITO. Наявність унікального продукту високої якості, його адаптація до вимог цільових споживачів, просування бренду, інноваційні дизайнерські рішення дозволили компанії збільшити обсяги виробництва і реалізації власної продукції, 15% з загального обсягу якої спрямовується до країн ЄС [2, с. 61].

Перевагою для вітчизняних виробників є територіальна близькість до країн ЄС, що впливає на швидкість доставки та невеликі транспортні витрати. В Україні працюють відомі виробники, наявна дешева робоча сила (порівняно з європейськими робітниками), розвинена інфраструктура, високий рівень транспортування, що поряд з вдалим географічним розташуванням робить її привабливою для роботи в умовах сорсингу для європейських закупівельників. Проблемою є відсутність в країні якісних текстильних або природних тканин, які потребують європейські покупці, тоді їх необхідно імпортувати.

Найбільш перспективними сегментами ринку одягу ЄС сьогодні є: дитячий одяг; модні аксесуари; вироби з вовни альпака; джинсовий одяг; сталий одяг (екомода); одяг для людей похилого віку; спортивний одяг та інші [2, с. 77-80].

Успішність реалізації обраних стратегій для вітчизняних виробників одягу на ринках ЄС залежить від таких чинників, на які впливає виробник: орієнтованість на клієнта, інновації, маркетингові рішення, корпоративна соціальна відповідальність.

Література

1. Янковець Т. М. Проблеми розвитку ринків легкої промисловості в Україні в сучасних умовах / Т. М. Янковець, М. Р. Палічева // Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні», м. Київ, 12 квітня. – К. : КНУТД, 2018. – С. 392-395.
2. Мирошніченко О. А. Експорт одягу до Європейського Союзу. Гід для українських підприємців / О. А. Мирошніченко, М. Г. Неліна, О. В. Феленюк. – К. : ФОП Клименко Ю. Я., 2017. – 116 с.
3. Офіційний сайт Української асоціації підприємств легкої промисловості «Укрлегпром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrlegprom.org.ua/

Коренман Є.М.
старший викладач
Одеська національна академія харчових технологій (Україна)

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПрАТ «ОДЕСАВИНПРОМ»

Невизначені умови господарювання, зміни в техніці та технологіях, зростаючі вимоги споживачів вимагають нових знань і навичок в управлінні, які б відповідали вимогам часу. Значення вироблення стратегії в умовах жорсткої конкуренції і ситуації на ринку, що дозволяє організації виживати в конкурентній боротьбі, у довгостроковій перспективі, надзвичайно велике. У наш час, хоча і не скасовується задача раціонального використання усіх можливостей підприємства в поточній діяльності, винятково важливим стає здійснення такої стратегії, що забезпечує адаптацію підприємства до мінливого навколишнього середовища.

Стратегія підприємства має забезпечити його виживання і розвиток, що передбачає отримання результатів діяльності, більших ніж прибуток за інвестований капітал. Можливе існування двох варіантів досягнення цього:

- знайти сегмент ринку, в якому існують сприятливі умови для отримання вищого прибутку;
- підприємство може досягти вищої рентабельності в даному сегменті за рахунок набуття переваг над конкурентами в результаті реалізації ефективних інноваційних рішень.

На сучасному етапі виноробна галузь потребує змін, оскільки знаходиться під впливом тривалої економічної кризи в економіці України.

Виноробство завжди було традиційною високоприбутковою галуззю в агропромисловому комплексі України: ця галузь на 10-12% наповнювала державний бюджет, її продукція користувалась надзвичайним попитом як в Україні, так і за її межами. Для України розвиток виноробної галузі – це розвиток економіки [1].

Динаміку виробництва винної продукції України в період з 2012 по 2017 рр. представлено на рис.

Зараз ринок вина переживає дуже складний період. Після закриття ринку Росії, на який доводилося 90-92% експорту української продукції, на перше місце вийшов Китай, однак обсяги експорту у порівнянні дуже низькі (59 тис. дал), на другому місці – Казахстан (38 тис. дал) і на третьому – Польща (9 тис. дал) [2].

Не зважаючи на потенціал українських виробників, на ринку, як і раніше, зберігає стійкі позиції продукція імпортних торгових марок.

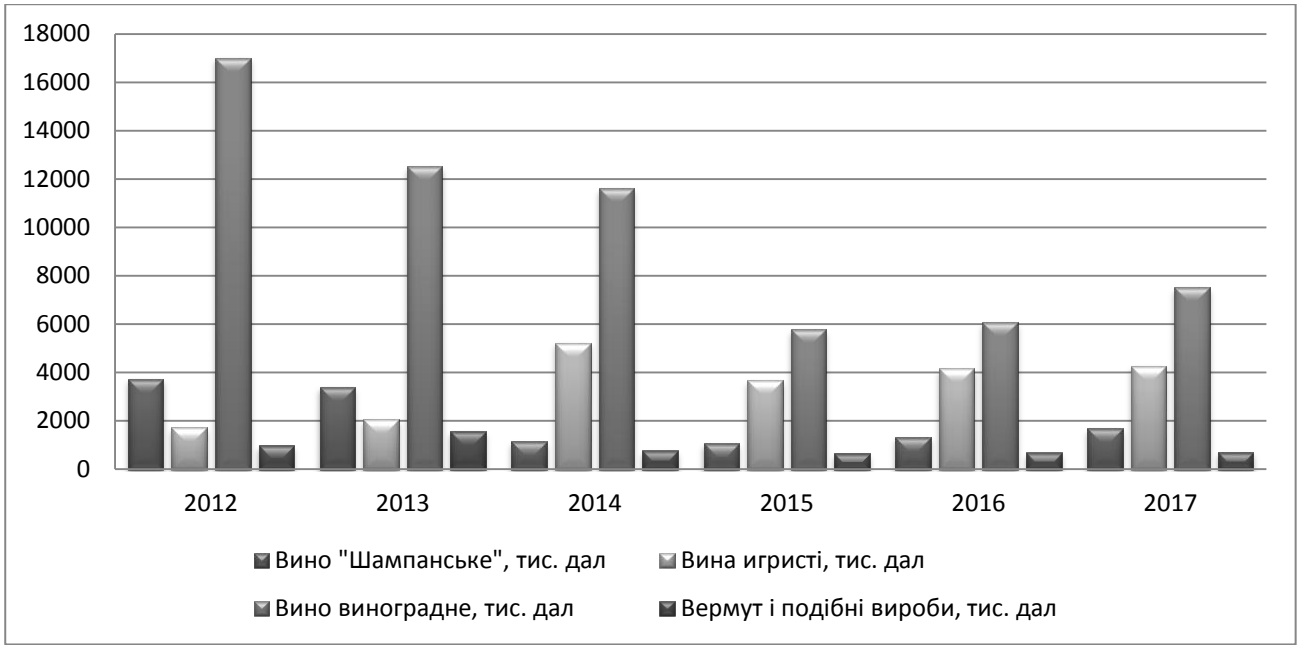


Рис. Динаміка виробництва винної продукції України в розрізі категорій в 2012-2017 рр., в натуральному вираженні, тис. дал

За свою 159-річну історію існування ПрАТ «Одесавинпром», в якому б кризовому становищі не опинилося підприємство, воно здатне пожертвувати чим завгодно, окрім якості виробленої продукції.

Отже, спираючись на дані проведеного дослідження, а саме SWOT-аналізу і аналізу підприємства в цілому, можна зробити висновок, що для підвищення ефективності діяльності ПрАТ «Одессавинпром» необхідно прийняти стратегію концентрованого росту та реалізувати ряд заходів, які випливають з неї:

- розвивати існуючі продукти, та розпочати випуск нового алкогольного напою – шампанського з сорту винограду Шардоне;
- в рамках стратегії розвитку ринку підприємству було запропоновано розширити свою присутність на зовнішніх ринках, а також посилити свою присутність на Півночі, Сході та Центрі України;
- задля підвищення популярності на ринку України рекомендовано відкрити три нові фірмові магазини ТМ «Французький бульвар»;
- збільшити імпорт в наступні країни: Китай, Канада, Ізраїль, США, Німеччина.

Література

1. Аналоуи Ф., Карами А. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий : Учебник. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 398 с.
2. Інтернет-ресурс : http://hubs.ua/economy/

Малікова І.П.
старший викладач,
Терещенко О.М.
старший викладач
Одеський торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна)

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ – ОСНОВА САМОСТІЙНОСТІ ТА НЕЗАЛЕЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Створення та функціонування підприємства, його самостійність та незалежність не можливе без формування власного капіталу, який визначається як вартість чистих активів підприємства, що «розраховується як різниця між вартістю майна підприємства та його зобов'язаннями» [1].

Пасив балансу підприємства показує джерела засобів, спрямованих на формування майна підприємства. У ньому наводяться дані, які дозволяють визначити, які зміни відбулися в структурі власного і позикового капіталу, скільки привернуто в оборот підприємства довгострокових і короткострокових кредитів банків і фінансових зобов'язань.

Від структури джерел фінансових ресурсів залежить фінансовий стан підприємства. Власний капітал як основа самостійності та незалежності підприємства, обумовлена вимогами самофінансування. Разом з тим, підприємству вигідно залучати позикові засоби, коли рентабельність вкладеного капіталу вища, ніж відсоткова ставка за кредит. У цьому випадку воно може підвищити рентабельність власного капіталу, притягаючи позикові джерела.

Залучення довгострокових кредитів банку для формування майна підприємства створює умови для підвищення фінансової стійкості, оскільки їх повне погашення передбачається в довгостроковій перспективі. Якщо засоби підприємства створені за рахунок короткострокових кредитів, погашення яких передбачене у поточному періоді, то його фінансовий стан буде нестійким. Отже, від того, наскільки оптимальне співвідношення власного, довгострокового і поточного капіталу залежить фінансовий стан підприємства. Вибір правильної фінансової стратегії є однією з основних умов ефективної діяльності підприємства.

При аналізі джерел формування засобів підприємства необхідно розглянути їх склад і структуру за такими напрямами: 1) власний капітал; 2) джерела, прирівняні до власного капіталу; 3) позиковий капітал; 4) довгострокові зобов'язання; 5) поточні зобов'язання.

Склад і структура власного капіталу аналізується за такими видами джерел: зареєстрований (пайовий) капітал, додатковий капітал, капітал у дооцінках, резервний капітал, емісійний дохід, нерозподілений прибуток, неоплачений капітал і вилучений капітал.

Джерела, які прирівнюються до власного капіталу, аналізується за видами: забезпечення наступних витрат і платежів.

Довгострокові зобов’язання при аналізі розглядаються як довгострокові кредити банків, довгострокові фінансові зобов’язання та інші довгострокові зобов’язання.

При аналізі поточних зобов’язань, їх склад і структура вивчається за короткостроковими кредитами банків; кредиторській заборгованості за товари, роботи, послуги; поточними зобов'язаннями за розрахунками; доходами майбутніх періодів.

Підприємство зацікавлене в залученні позикового капіталу, оскільки отримавши кредит у банку під відсоток менше, ніж рентабельність своїх активів, може розширити виробництво і підвищити прибутковість власного капіталу.

Всі складові власного капіталу повинні збільшуватися, особливо зареєстрований капітал, що є основним параметром при визначенні номінальної вартості акцій, їх кількості і дивідендів. Збільшення частки додаткового і резервного капіталу, а також нерозподіленого прибутку свідчать про ефективну роботу підприємства та розширення виробництва.

Частка довгострокових зобов’язань в позиковому капіталі повинна підвищуватися, а частка поточних – зменшуватися. Це забезпечить зниження фінансового ризику і підвищить фінансову стійкість підприємства.

Аналізуючи структуру пасиву балансу, частково проводиться аналіз власного капіталу підприємства. Варто зазначити, що у балансі відображується інформація на окрему дату складання балансу, тобто відсутня можливість дослідити, за рахунок яких джерел формуються елементи власного капіталу, а також в якому напрямку він використовується. Для того щоб проаналізувати стан і рух власного капіталу підприємства, необхідно провести аналіз на підставі форми № 4 «Звіт про власний капітал».

У ході аналізу за даними ф. № 4 «Звіт про власний капітал» необхідно розрахувати такі показники руху власного капіталу:

– коефіцієнт надходження – кошти, що надійшли до власного капіталу за період, поділити на залишок коштів власного капіталу на початок періоду;

– коефіцієнт вибуття – кошти, що вибули з власного капіталу за період, поділити на залишок коштів власного капіталу на кінець періоду.

Аналізуючи власний капітал, варто звернути увагу на відношення коефіцієнтів надходження та вибуття. Якщо значення коефіцієнта надходження суттєво перевищує значення коефіцієнта вибуття, то це свідчить про те, що на підприємстві відбувається процес накопичення власного капіталу.

Література

1. Наказ Мінфіну від 07.02.2013 р. за № 73 «Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/929_007.

Парфентьєва О.Г.
викладач
Національний транспортний університет (Україна)

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Структурні зрушення в сучасних глобальних геополітичних, економічних соціокультурних реаліях спричиняють виникнення численних різнопланових наслідків, одним з найважливіших із яких є зміна підходів щодо стратегічного розвитку суб'єктів господарювання. Формування обґрунтованої стратегії розвитку підприємства з урахуванням сучасних умов і способів ведення бізнесу потребує розробки нових рішень теоретичного та прикладного характеру, спрямованих на забезпечення сталого розвитку підприємства і досягнення ним конкурентних переваг.

Відносно змісту та різновидів бачень фахівців щодо формування для підприємства тих чи інших стратегій в умовах невизначеності зовнішнього середовища в сучасній літературі представлено різні наукові погляди. Так, А. Чандлер – автор однієї з перших робіт з тематики стратегічного планування, розглядає стратегію як дієвий засів визначення основних довгострокових цілей задач та курсу дій підприємства у поєднанні з обґрунтуванням ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей [1].

За твердженням А. Томпсона та А. Стрикленда стратегія має розглядатись як набір дій та підходів по досягненню заданих показників діяльності [2].

Б. Карлофф визначив стратегію як узагальнюючу модель дій, необхідних для досягнення встановлених цілей шляхом координації і розподілу ресурсів компанії [3]. Д. Куінн також визначав стратегію як план, що інтегрує основні організаційні цілі, політику та дії, які можна об'єднувати в єдине ціле [4].

Г. Мінцберг, М. Портер, проводячи дослідження стратегічної поведінки великих корпорацій на конкурентних ринках, з'ясували, що стратегію не варто розглядати тільки як довгостроковий план, а як збалансований комплекс продуманих рішень та дій щодо послідовного виконання всіх запланованих завдань [5].

І. Ансофф, використовуючи концепцію стратегічного менеджменту, зазначав, що стратегія – це один з декількох наборів правил з прийняття рішень щодо поведінки окремого підприємства, і вказав на чотири групи, що об'єднують такі правила:

- встановлення відносин підприємства із зовнішнім середовищем; встановлення взаємовідносин всередині підприємства;
- ведення щоденних поточних справ;
- вимірювання сьогоднішніх і майбутніх результатів діяльності підприємства.

Таким чином, цей автор характеризує стратегію як сукупність правил для прийняття рішень з метою забезпечення стійкого зростання і розвитку підприємства; виокремлюючи, як головні, правила перших двох груп, а саме:

правила взаємовідносин підприємства з зовнішнім середовищем (стратегія бізнесу) і правила внутрішніх взаємовідносин, як встановлення рівноваги між власними внутрішніми змінними (організаційна стратегія) [6].

Отже, під стратегією підприємства розуміється генеральний план дій, який визначає пріоритети стратегічних завдань, ресурси та послідовність кроків по досягненню стратегічних цілей. Головне завдання стратегії полягає в тому, щоб вивести підприємство з його теперішнього стану і, керуючись необхідними правилами, забезпечувати поступовий перехід до бажаного, окресленого на майбутнє, стану.

Такий перехід стає реальним тільки за умов врахування процесів невизначеності впливу на підприємство зовнішнього середовища, наукові роботи з дослідження яких присвятили такі вчені, як В.В. Черкасов, Г.М. Коломієць, Т.М. Литвиненко та ін. Вони вважають, що у сучасній літературі мають місце дві основні концепції побудови стратегії розвитку: філософська та організаційно-управлінська. Філософська концепція – акцентує увагу на визначенні напряму розвитку підприємства в контексті отримання відповіді на питання: в якому бізнесі діє підприємство і в якому бізнесі воно насправді повинно бути? Відповідно до іншої – організаційно-управлінської концепції – стратегія пов'язується з конкурентними діями, заходами та методами здійснення стратегічної діяльності підприємства, коли можна отримувати відповідь на питання: як підприємство діє на вибраних ним ринках в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Таким чином, стратегічний розвиток підприємства – це система довгострокових цілей діяльності підприємства, реалізація яких нерозривно пов’язується із застосуванням ефективних механізмів управління процесами формування, розподілення та використання наявних ресурсів в умовах нестабільності факторів зовнішнього середовища. Основним документом, який конкретизує мету і послідовність цих дій є стратегія розвитку.

Література

1. Chandler, Alfred D., Jr/ Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise, 1962.
2. Томпсон мл., Артур А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон – мл., А.Д. Стрикленд, А.Р. Ганиев и др. (пер. с анг.) – 12 изд. – Мидр.: Вильямс, 2003. – 924 с.
3. Карлофф Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф ; пер. с анг. К.О. Сидорова. – М. : Економика, 1991. – С. 91-101.
4. Мінцберг Г., Куїнн Дж. Стратегічний процес / Г. Мінцберг, Дж Куінн ; пер. с анг. під. ред. Ю. Каптуревського. – СПб.: П., 2001. – 688 с. – С. 530-541.
5. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов [текст] / М. Портер. пер. с англ. И. Минервин. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
6. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.

Партола А.І.
аспірант
Державний університет інфраструктури та технологій (Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РІЧКОВОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ

Водний транспорт відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування сучасної економічної системи. При цьому у його структурі особливе місце займає внутрішній транспорт, до якого відносять річковий транспорт, а також морський у каботажному плаванні, що є важливим елементом в організації ланцюгів мультимодальних перевезень. Річковий транспорт справляє позитивний вплив на підвищення ефективності економічної діяльності багатьох держав, оскільки забезпечує збереження навколишнього середовища та низьку вартість вантажних перевезень у перерахунку та одну тону вантажу. За показниками енергетичних витрат річковий транспорт ефективніший за залізничний в 5 разів та в 10 разів порівняно з автомобільним [1].

Сприяння розвитку річкових перевезень декларується як один із пріоритетний напрямів у діяльності Міністерства інфраструктури України. Це зумовлено тим, що на сучасній території України суднохідний потенціал річок досить високий. Загальна довжина суднохідних шляхів складає 1672 км. Природні умови для транспорту на українських річках досить сприятливі. Однак, сьогодні спостерігається критичне зменшення обсягів вантажних перевезень річкою: за останні сім років їх загальні обсяги зменшилися у 5,4 разів, а вантажопереробка в річкових портах за цей період скоротилась у 4,5 рази [2].

Причинами такої ситуації є: відсутність фінансових ресурсів для оновлення технічної бази; мала частка пакетованих вантажів в загальному обсязі; низький рівень механізації перевантажувальних робіт; суперечливе та деструктивне законодавче регулювання у дозвільній системі, зокрема наявність додаткових зборів, що збільшують собівартість перевезень. Майже весь український річковий транспорт має допоміжний характер, і він орієнтований на великі партії вантажів (в основному будівельних матеріалів, зерна). Таким чином, він не може конкурувати щодо тарифів і послуг із залізничним транспортом. Існують і проблеми в логістиці. Крім того, сьогодні в Україні практично відсутня законодавча база, що регулює виконання річних перевезень та роботу портової інфраструктури. Єдиним сучасним правовим актом на рівні закону, що регулює питання функціонування річкових портів є Закон України «Про транспорт».

У зв’язку із зазначеним вище постає завдання пошуку шляхів активізації господарської діяльності підприємств річкового транспорту. Одним із можливих напрямів її реформування є підтримка створення кластерів підприємств. Світовий досвід використання таких організаційних структур засвідчив їх високий потенціал у забезпеченні конкурентоспроможності на всіх

рівнях: національному, регіональному та підприємницькому.

Формування та ефективне функціонування кластерів підприємств водного транспорту сприятиме розвитку транспортної інфраструктури на базі основних транспортних магістралей, що забезпечить розширення пропускної спроможності транспортної мережі за рахунок розподілення загального транспортного навантаження шляхом кооперації всіх видів транспорту. Крім того, формування кластерів сприятиме вирішенню ряду соціальних проблем, зокрема, за рахунок створення додаткових робочих місць, здебільшого у сфері інженерно-технічного обслуговування.

Для успішного розвитку кластерів підприємств річкового транспорту в Україні є ряд сприятливих передумов. Серед них, передусім, варто відзначити: наявність сукупності активнодіючих взаємопов'язаних підприємств; порівняно низькі інвестиції, які потрібні для відновлення галузі; зручне географічне розташування; взаємозв'язки підприємств, які можуть бути потенційними кластерними учасниками з компаніями інших видів транспорту; наявність вузів, що готують кваліфікованих спеціалістів та здійснюють науково-технічні розробки; доступність кваліфікованої робочої сили; проведена приватизація підприємств річкового транспорту.

Однак, досліджуючи перспективи формування кластерів підприємств водного транспорту, доцільно брати до уваги також існуючі ризики, що можуть істотно вплинути на результати роботи. На початковому етапі при розробці програми формування кластера необхідно враховувати такі важливі чинники:

наявність високої конкуренції з боку інших видів транспорту;

існування тенденції до зростання вартості перевезень;

зростання вартості банківського кредитування;

відсутність гарантій державних замовлень за тендерами;

перманентні зміни ринкової кон'юнктури на світових ринках транспортно-логістичних послуг

технологічне відставання вітчизняних підприємств у сфері транспортних технологій та логістики

відсутність власного кораблебудування в Україні;

відсутність фінансової підтримки кластерного розвитку збоку державних органів управління;

неможливість руху вантажних суден через наявність складної для проходження ділянки – підводних скель між містами Дніпродзержинськ та Дніпро.

Література

1. Емельянова, Е. Ресурсный потенциал речного транспорта Украины: проблемы, задачи и меры по развитию и эффективному использованию. URL: http://transport-journal.com/komentarii-obzori/resursnyij-potentsyal-rechnoho-transporta-ukraynyi-problemyi-zadachy-y-meryi-po-razvytyyu-y-effektyvnomu-yspolzovanyyu/ (дата звернення: 23.06.2018)

2. Державна служба статистики України – офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення: 23.06.2018)

Салавеліс Д.Є.
провідний менеджер зі збуту ТОВ ІІ Дікергофф (Україна)

КОНСАЛТИНГОВИЙ СУПРОВІД БЕНЧМАРКІНГУ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток потенціалу підприємства є перманентним процесом, ідеального перебігу якого не існує. Процес розвитку потенціалу підприємства виконується на всіх стадіях життєвого циклу, є більш ефективним в умовах консалтингового супроводу конкурентного бенчмаркінгу. Стратегічне завдання консалтингового супроводу конкурентного бенчмаркінгу полягає в зниженні ризиків прийняття управлінських рішень в стратегії підвищення конкурентоспроможності, а також в техніко-економічному обґрунтуванні інвестиційних проектів, оцінці рішень та їх правомірності. Рішення локальних завдань розвитку потенціалу підприємства можливі в умовах консалтингового супроводу конкурентного бенчмаркінгу для досягнення прибутковості складових потенціалу. У цих умовах консалтинговий процес проводиться поетапно, а участь корпоративного замовника консалтингу дозволяє аналізувати ефективність складових потенціалу і вибирати стратегію розвитку. Головнішою властивістю консалтингового супроводу бенчмаркінгу потенціалу підприємства є обставина, що правом остаточного рішення володіє корпоративний замовник, який управляє потенціалом підприємства та вибирає стратегію розвитку.

Розвиток потенціалу підприємств бетонного бізнесу в Україні пов’язаний з ефективним використанням резервів підвищення конкурентоспроможності в умовах ринкової економіки. Напрямами підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємств-виробників бетону в Україні з’явилися ті рекомендації, що були розроблені в оцінці підвищення конкурентоспроможності в ринкових умовах і в стратегії ефективного використання потенціалу [1; 2]. Підприємства-виробники бетону більш ефективно мають управляти конкурентоспроможністю на засадах консалтингового супроводу бенчмаркінгу потенціалу підприємства та наступних аналітичних процедур:

- визначення проблеми корпоративного замовника;
- стандартизації техніко-економічного завдання;
- формування аналітичного опису конкурентного бенчмаркінгу;
- обґрунтування напрямів підвищення економічного ефекту;
- визначення рекомендацій для корпоративного замовника.

Щодо проблеми корпоративного замовника. Проблема, що існує завжди стає метою консалтингового супроводу бенчмаркінгу потенціалу підприємства. Для досягнення мети передбачається вирішення завдань щодо кількісної оцінки індикаторів конкурентоспроможності потенціалу підприємства; порівняльного аналізу конкурентоспроможності на певному ринку; прогнозування індикаторів конкурентоспроможності; оптимального розподілу потенціалу підприємства на ринку; конкурентного бенчмаркінгу потенціалу підприємства і аналізу резервів

підвищення його конкурентоспроможності; оцінки економічної ефективності резервів підвищення конкурентоспроможності потенціалу підприємства.

Схема аналітичних процедур консалтингового супроводу бенчмаркінгу потенціалу підприємства містить стандартизоване техніко-економічне завдання аналізу резервів підвищення конкурентоспроможності. У техніко-економічному завданні з застосуванням комп'ютерних технологій стандартизується аналіз показників, прогнозний аналіз та аналіз оптимального розподілу потенціалу підприємства. Практичний інтерес мають інвестиційні проекти, на базі яких управлінці намагаються прийняти рішення щодо перетворення потенціалів та бізнес-процесів. Консалтинговий супровід є підґрунтям інвестиційної стратегії; надає змогу учасникові ринку здійснити аналіз ефективної реалізації резервів підвищення конкурентоспроможності.

Консалтинговий супровід бенчмаркінгу потенціалу підприємства на базі графіків та календарного плану має більший сенс при залученні інвестицій в умовах ринку. З використанням Методичних рекомендацій з підготовки та проведення оцінки державного інвестиційного проекту [3] нами з'ясовано, що інвестиційний проект будівництва заводу з виробництва бетону забезпечує ефект за рахунок прибутковості та розширення обсягів випуску продукції. Розрахований розмір внутрішньої норми прибутковості (IRR) становить 5%, а дисконтований період окупності інвестицій DPP = 5/1,43 = 3,27 року. За рахунок будівництва нового заводу на ОФ ІІ «Дікергоф Україна» отримано економічний ефект 3173,31 тис. грн.; збільшився обсяг реалізації, що дало змогу поширити ринкову частку на 1,9%.

Щодо організаційних аспектів консультаційного супроводу. Координацію консультаційного супроводу бенчмаркінгу потенціалу підприємства виконує служба корпоративного секретаря, що керується у своїй діяльності документом «Методичні рекомендації щодо організації роботи служби корпоративного секретаря на підприємстві».

Література

1. Оцінка конкурентоспроможності підприємства переробної галузі і розробка рекомендацій щодо її підвищення [А. Л. Сабадирьова, Д. Е. Салавеліс, Т. В. Павлова]. Звіт про науково-дослідну роботу (№ 0113U008156). – ОНЕУ, 2013. – 170 с.

2. Розробка стратегії ефективного використання потенціалу підприємства переробної галузі [А. Л. Сабадирьова, Д. Е. Салавеліс, Т. С. Корольова]. Звіт про науково-дослідну роботу (№ 0113U008155). – ОНЕУ, 2013. – 173 с.

3. Методичні рекомендації щодо підготовки та проведення оцінки державного інвестиційного проекту» (Наказ Мінекономрозвитку від 22.12.2017 № 1865). Режим доступу : http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=a4307260-cca5-4159-88d517c5ef28975b&tag=MetodichniRekomendatsiiTaRoziasnenniaMinekonomrozvitku

Яворський С.В.
аспірант
ДВНЗ «Університет банківської справи» (Україна)

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Сучасний економічний стан в Україні характеризується наявністю кризових процесів, які відбуваються на фоні світової фінансово-економічної кризи; загальною фінансовою нестабільністю, яка посилюється періодичною політичною та соціальною напруженістю; інфляцією, що прискорюється, циклічними фазами спаду в галузях економіки, скороченням і переорієнтацією попиту, зростанням конкуренції на ринку, неефективною роботою фінансово-економічних інститутів. Глобальний характер нестабільності вимагає зміни характеру управління фінансами підприємств [1].

Ефективне використання потенціалу енергетичної галузі, визначення пріоритетів і параметрів її розвитку – необхідні передумови зростання економіки. Електроенергетичні компанії технологічно взаємопов'язані між собою єдиним процесом виробництва, транспортування, передачі, розподілу і збуту електроенергії, незважаючи на організаційну і економічну самостійність їх виробничо-господарської діяльності на енергетичному ринку. Тому порушення надійності роботи будь-якого елементу в цьому єдиному процесі може призвести до збоїв у функціонуванні ринку в цілому [2].

Об'єктом дослідження виступає акціонерне товариство «Харків-обленерго», що працює на енергетичному рину України [3]. Загальний організаційно-економічний аналіз роботи АК «Харківобленерго» виявив проблему збиткової діяльності підприємства у 2016 р. – при зростанні чистого доходу від реалізації продукції протягом 2014-2016 рр. спостерігається істотне збільшення собівартості, що і виступає причиною збиткової роботи АК «Харківобленерго». Збитковість роботи у 2016 р. є причиною від'ємних значень показників рентабельності підприємства. Негативним виступає також від'ємне значення чистого грошового потоку підприємства у 2015-2016 рр.

Проведений аналіз структури та джерел формування капіталу АК «Харківобленерго» свідчить, що підприємство до 2016 р. вело консервативну фінансову політику, використовуючи для фінансування своєї діяльності переважно власний капітал. У 2016 р. частка залучених коштів збільшилася до 32,9% (за рахунок зростання поточних зобов'язань майже вдвічі в порівнянні з 2015 р.). В структурі оборотних активів АК «Харківобленерго» найбільшу частку займає дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги – її частка збільшилася з 74,7% у 2014 р. до 90,3% у 2016 р. Зменшення показників ділової активності (а саме оборотності кредиторської та дебіторської заборгованості) свідчить про «заморожування» коштів підприємства та є негативною тенденцією.

Детальне дослідження діяльності АК «Харківобленерго» виявило ряд суттєвих проблем в його роботі, основними серед яких виступають збитковість роботи компанії за результатами 2016 р. та наявність значної дебіторської заборгованості. Формування стратегічних напрямків вдосконалення управління фінансами АК «Харківобленерго» має враховувати існуючу галузеву специфіку його діяльності як суб'єкта енергетичного ринку України.

Основними дебіторами компанії виступають комунальні підприємства. Крім того, у взаємовідносинах з НКРЕКП, ДП «Енергоринок» та основними дебіторами існує політична складова. Тому застосування типових методів роботи з основними дебіторами (а саме обмеження постачання продукції, судові позови, введення штрафів за прострочення оплати, надання знижок за дострокові розрахунки за постачання продукції тощо), для АК «Харківобленерго» є ускладненим. Враховуючи це, шляхом вдосконалення фінансового стану АК «Харківобленерго» виступає реалізація заходів з оптимізації собівартості продукції з метою забезпечення прибуткової роботи підприємства, що можливо за рахунок зменшення втрат електроенергії в електричних мережах.

Слід зауважити, що проектування заходів зменшення втрат електроенергії в електричних мережах як напрям вдосконалення управління фінансами обленерго, є особливо актуальним в контексті переходу до балансуючого конкурентного енергоринку. У рамках реформи в енергетиці планується поділ компаній за напрямками розподілу і передачі електроенергії.

Оптимізація собівартості продукції АК «Харківобленерго» за рахунок зменшення втрат електроенергії в електричних мережах є важливим напрямком управління фінансами як в умовах необхідності забезпечення прибутковості роботи підприємства, так і в контексті стратегічної перспективи формування конкурентної моделі роботи енергетичного ринку України.

Таким чином, з метою оптимізації собівартості продукції АК «Харківобленерго» доцільно реалізувати інвестиційний проект, спрямований на зменшення втрат електроенергії у розподільчих мережах під час її транспортування. Наступним етапом дослідження виступатиме деталізація заходів інвестиційного проекту та оцінка впливу реалізації розроблених заходів на фінансовий стан АК «Харківобленерго».

Література

1. Пілецька С. Т. Методологія антикризового управління економічною стійкістю авіапідприємств [Текст]: дис. … доктора економічних наук: 08.00.04 / С. Т. Пілецька. – К., 2014. – 791 с.

2. Кайдрович Х. І. Фінансова рівновага як механізм забезпечення економічної безпеки підприємства [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 21.04.02 / Х. І. Кайдрович ; Львів. держ. ун-т внутр. справ. – Л., 2017. – 19 с.

3. Офіційний сайт Акціонерної компанії «Харківобленерго» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.oblenergo.kharkov.ua/

4. ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Пантелеєв В.П.
д.е.н., професор
Національна академія статистики, обліку та аудиту (Україна)

КОНТРОЛЬНА СКЛАДОВА ОБ'ЄДНАННЯ КОМПАНІЙ ЗА ПРИКЛАДОМ КРАЇН ЄС

При розширенні бізнесу компанії часто інвестують у розвиток нової діяльності, що потребує формування консолідованої звітності. Інвестиції, які передбачають наявність контролю, включаються у звітність у спосіб, який відображає участь компанії в успіхах або невдачах об'єктів інвестування. Основним показником контролю над операційною та фінансовою політикою дочірній компанії є розмір частки материнської (холдингової) компанії у неї. Контроль над дочірньою компанією має пріоритетне значення для групи: фінансова звітність дочірньої компанії включається до консолідованої звітності з дати коли контроль переданий покупцю. Визначаються також ступінь контролю, прямий чи непрямий контроль, існуючий контроль [1], розвивається контроль внутри групи та внутрішній контроль членів групи.

Загальні правила контролю та обліку при інвестиціях в інші компанії регламентуються відповідними міжнародними та національними стандартами бухгалтерського обліку а також розпорядженнями міждержавного характеру, наприклад, Директивами ЄС з обліку та звітності.

7-ю Директивою [2] вказується велике значення контролю (англ. *the power of control*). До підготовки консолідованих бухгалтерських документів включаються всі структури, що знаходяться під контролем материнської компанії, а саме по окремих країнах: компанії, над якими материнська компанія здійснює винятковий контроль, повинні бути відображені як дочірні компанії в обліку останньої, винятковий контроль може здійснюватися за допомогою володіння; прямим або порівняно більшою кількістю голосів, що становить 40 % у разі, коли жоден з партнерів чи акціонерів не має більшої частки; контролюючим впливом як результатом угоди про управління або іншої аналогічної угоди (Франція) [3, с. 199]; компанія здійснює фактичний контроль над однією або кількома компаніями, в яких вона володіє 20 % або більшістю акцій; компанія може здійснювати контроль, маючи більшість голосуючих прав, заключивши угоду про домінування або маючи можливість призначати або змінювати членів ради директорів (Німеччина) [3, с. 216]; холдингова компанія контролює більшість голосуючих прав на двох останніх загальних зборах (Італія) [3, с. 246]; до дочірніх компаній відносяться ті структури, показники яких відповідають хоча б одній з наступних трьох вимог: холдингова компанія володіє у відношенні до них менше 50 % голосуючих прав; холдингова компанія має право призначати або зміщувати більше половини членів із ради директорів; холдингова компанія несе повну відповідальність як партнер (Нідерланди) [3, с. 262]; володіння не менше 50 % акцій іншої

компанії (дочірньої) або яка контролює більшість членів її ради директорів (Іспанія) [3, с. 297]; холдингова (материнська) компанія володіє, безпосередньо або непрямо, більш 50 % голосуючих акцій, значний вирішальний вплив та володіння значною часткою її акцій (Швеція) [3, с. 311]; виконується одне із п'яти умов: холдингова компанія має більшість голосуючих прав дочірнього, холдингова компанія працює з дочірнім та має право призначати або відкликати директорів з більшістю голосуючих прав; холдингова компанія може здійснювати на дочірнє домінуючий вплив холдингова компанія працює з дочірньою та за угодою контролює більшість її голосуючих голосів; холдингова компанія має «інтерес участі» у дочірній (більше 20 % акцій) або управління обома компаніями здійснюється на єдиній основі (Великобританія) [3, с. 329].

В країнах ЄС існують суттєві розбіжності у підходах до складання річної звітності, застосування альтернативних методів оцінювання її статей. Міжнародні правила контролю та обліку відбивають багаторічну практику ведення бізнесу в різних ринкових умовах за наявністю певних юридичних обмежень. Консолідована звітність може бути складена за бухгалтерськими правилами, прийнятими для фінансових ринків, на яких функціонує група. Компанії, що складають консолідовану звітність, переважно роблять це добровільно і використовують найзручніші бухгалтерські правила. Директиви ЄС установлюють мінімальні вимоги до подання, оцінювання та розкриття інформації в консолідованій звітності групи.

Основні положення ключової 7-ї Директиви ЄС залишились незмінними при подальших трансформаціях нормативно-правої бази обліку та контролю; на них також ґрунтується реформування обліку в Україні. До звіту про корпоративне управління входить опис основних особливостей контролю і управління ризиками у зв'язку з процесом підготовки фінансової звітності [4, с. 12]. Міжнародні стандарти дозволяють не лише скоротити витрати суб'єктів господарювання під час підготовки своєї звітності, особливо в умовах консолідації фінансової звітності компаній, що працюють у різних країнах, але й знизити витрати із залучення капіталу.

Література

1. Консолідація фінансової звітності : навч. посібник / В. П. Пантелеєв, К. В. Безверхий. – К. : ДП «Інформ.- аналіт. агентство», 2016. – 429 с.

2. Сьома Директива (щодо консолідованої звітності товариств) 83/349 «Про консолідовану звітність» від 13 червня 1983 р.; (Переклад українською мовою) Сьома Директива Ради 83/349/ЄЕС від 13 червня 1983 року [Electronic resource]. – Mode of access: zakon.rada.gov.ua/go/994_245

3. Джон Блейк, Ориол Амат. Европейский бухгалтерский учет. Справочник / перевод с англ. – М. : Информационно-издательский дом «Филинъ», 1997. – 400 с.

4. Зубілевич Світлана. Облікова директива ЄС, її вплив на склад і зміст звітів європейських компаній та перспективи для України // Бухгалтерський облік і аудит, 2014, № 7. – С. 3-15.

Шалімова Н.С.
д.е.н., професор
Центральноукраїнський національний технічний університет (Україна)

РОЗГЛЯД СУБ'ЄКТОМ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СКАРГ ТА ЗВИНУВАЧЕНЬ: ПОЛІТИКА ТА ПРОЦЕДУРИ ЯК СКЛАДОВА ВНУТРІШНЬОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ

Скарги і звинувачення можуть надходити як ззовні, так і з самої аудиторської фірми, їх можуть робити персонал, клієнти або треті сторони. Для визначення політики та процедур розгляду скарг та звернень суб'єктом аудиторської діяльності відповідно до вимог Міжнародного стандарту контролю якості 1 «Контроль якості для фірм, що виконують аудит та огляд історичної фінансової інформації, а також інші завдання з надання впевненості, та надають супутні послуги» (далі – МСКЯ 1) [1], повинен бути розроблений або окремий внутрішній стандарт, або відповідні заходи повинні регламентуватися стандартом, присвяченому моніторингу. Мета розробки стандарту з розгляду та реагування на скарги – отримання достатньої впевненості, що аудиторська фірма відповідно реагує на скарги та звинувачення, що робота, виконана фірмою, не відповідає вимогам професійних стандартів та законодавчих і регуляторних органів, та на звинувачення у недотриманні вимог систем контролю якості фірми.

Якщо проаналізувати вимоги МСКЯ 1 стосовно такого елементу, як скарги та звинувачення, то можна виділити перелік інформації, який повинен бути включений до відповідного стандарту: 1) встановлення фірмою порядку (в тому числі із збереженням вимог конфіденційності) передачі персоналом фірми своїх сумнівів без остраху покарання; 2) встановлення порядку призначення відповідального за розгляд скарг та звинувачень, яким повинен бути партнер, котрий має відповідний достатній досвід та повноваження на фірмі, але не має відношення до завдання; 3) установлення меж відповідальності, яку повинен нести такий партнер; 4) установлення порядку документації скарг, звинувачень та відповідей на них; 5) опис порядку та випадків залучення кваліфікованих зовнішніх осіб або інших фірм для проведення розгляду скарг та звинувачень; 6) опис переліку заходів, які повинні бути застосовані, якщо результати розгляду вказують на недоліки структури або роботи політики та процедур контролю якості фірми, або недотримання вимог системи контролю якості фірми співробітником чи співробітниками, та порядок їх застосування.

Відповідно внутрішній стандарт, який регламентуватиме політику та процедури розгляду скарг, звинувачень та інших звернень, повинен включати такі розділи та елементи: 1) мета стандарту; 2) можливі види скарг та звинувачень; 3) процедури розгляду та документування скарг і звинувачень; 4) процедури ознайомлення з результатом розгляду скарг та звинувачень; 5) зразок письмового підтвердження від відповідальної особи про взяту на себе

відповідальність за процес розгляду скарг та звинувачень, як надходять до аудиторської фірми.

Особа, яка приймає на себе відповідальність за процес розгляду скарг і звинувачень, надає особі, яка відповідає за систему контролю якості на аудиторській фірмі, письмове підтвердження прийняття на себе відповідальності за розгляд скарг та звинувачень. У коло обов'язків відповідального за розгляд скарг повинно входити виконання таких процедур: 1) прийняття скарг, звернень та звинувачень, їх аналіз; 2) надання відповідей на розглянуті скарги та звинувачення; 3) узагальнення результатів аналізу скарг та звинувачень; 4) визначення необхідних коригуючих дій та покращень, які необхідно увести до системи контролю якості; 5) оповіщення відповідного персоналу фірми щодо недоліків, ідентифікованих у системі, рівня розуміння системи або рівня відповідності; 6) оповіщення щодо необхідності вжиття заходів відповідним персоналом фірми для своєчасного внесення необхідних змін до політики та процедур контролю якості та контролю за їх виконанням.

В результаті оцінки кожного типу недоліків повинні надаватися рекомендації щодо: 1) виконання відповідних коригуючих дій стосовно окремого завдання чи співробітника; 2) ознайомлення з результатами осіб, які відповідають за підготовку та професійний розвиток персоналу; 3) внесення змін до політики та процедур контролю якості; 4) застосування дисциплінарних заходів. Результати розгляду скарг та звинувачень повинні доводитися до відома працівників аудиторської фірми. Відповідно мінімум раз на рік керівник аудиторської фірми повинен ознайомлювати з результатами розгляду скарг та звинувачень, отриманих в попередньому році, керівників груп із виконання завдань та інший відповідний персонал підприємства. Подібне ознайомлення дає змогу підприємству та зазначеним особам вжити невідкладних заходів, якщо це потрібно, відповідно до їх посад та рівня відповідальності. Результати розгляду скарг та звинувачень можуть оформлюватися у вигляді окремого звіту або включатися до складу звіту про моніторинг політики та процедур контролю якості. Для попереднього ознайомлення звіт має бути розданий співробітникам аудиторської фірми до проведення семінару, наприклад, не пізніше, ніж за сім днів. Узагальнення результатів розгляду скарг і звинувачень та ознайомлення з ними співробітників аудиторської фірми повинно відбуватися з урахуванням необхідних меж конфіденційності та етичних вимог.

Дотримання відповідної політики та процедур, які б відповідали вимогам МСКЯ 1, – необхідна умова якісного виконання аудиторських послуг та якісного функціонування суб'єкта аудиторської діяльності.

Література

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг, видання 2016-2017 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу :

http://www.apu.com.ua/attachments/article/1151/2017_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1% 82%D1%8C1%.pdf

Єгупов Ю.А.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

РОЗВИТОК ПІДХОДІВ ДО ЗДІЙСНЕННЯ БАЛАНСОВИХ РОЗРАХУНКІВ ВИРОБНИЧОЇ ПОТУЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному інструментарії формування виробничої програми підприємства особливе місце займає плановий баланс виробничої потужності (ПБВП), в якому здійснюються розрахунки з обґрунтування планових обсягів випуску продукції наявними виробничими потужностями підприємства (ВП).

У загальноприйнятій схемі складання ПБВП підприємства ураховується ВП на початок планового періоду та її рух протягом планового року [1, с. 253, 422 та ін.]. При цьому показники вихідної й середньорічної потужності є похідними від потужності, що вводиться й виводиться. Таким чином, обсяги розширеного відтворення виробничих потужностей визначають результати ПБВП підприємства. У цьому зв'язку виникає питання: на основі чого ж повинні визначатися ці обсяги, тобто величина потужності, що вводиться протягом планового періоду?

Традиційна схема розробки ПБВП підприємства відповіді на дане питання не дає. У даному документі взагалі відсутнє обґрунтування необхідної зміни ВП у плановому періоді. Він носить абстрактний характер і не дозволяє погодити балансові розрахунки із планом відтворення ВП і основних виробничих фондів (ОВФ), а також одержати яку-небудь інформацію про величину дефіциту наявних ресурсів окремих виробничих одиниць (технологічних ліній, груп устаткування, агрегатів і т.п.). Зазначені недоліки традиційного підходу до розробки ПБВП істотно знижують дієвість балансових розрахунків як інструмента ресурсного обґрунтування виробничої програми підприємства.

У зв'язку з цим, на нашу думку, слід повністю відмовитися від традиційної схеми здійснення балансових розрахунків ВП як інструменту ресурсного обґрунтування виробничої програми в умовах багатономенклатурного виробництва. Необхідно перейти від розробки ПБВП до складання планових балансів виробничих ресурсів (ПБВР) підрозділів основного виробництва. При цьому концептуальною основою розробки вказаних документів повинен стати наступний принцип: *необхідність і обсяги розширеного відтворення ВП і ОВФ визначаються суто за результатами розробки ПБВР підрозділів основного виробництва, але не навпаки*. Процедура розробки ПБВР на основі вказаного принципу включає ряд послідовних етапів.

На *першому етапі* розробляється вихідний ПБВР із метою оцінки забезпеченості проектних обсягів виробництва наявними виробничими потужностями. На його основі для кожної виробничої одиниці основного виробництва визначається надлишок або недолік (дефіцит) наявних виробничих ресурсів. При цьому, величину наявного й потребного ресурсів для кожної виробничої одиниці на даному етапі необхідно розраховувати з урахуванням

інформації про планове виведення морально застарілого й фізично зношеного устаткування, а також з урахуванням інформації про заходи плану організаційно-технічного розвитку підприємства, що спрямовані на підвищення якості й зниження собівартості продукції

На другому етапі досліджуються резерви ліквідації (або часткового скорочення) виявленого дефіциту виробничих ресурсів за рахунок інтенсифікації виробництва й екстенсивних некапіталомістких чинників.

На третьому етапі здійснюються балансові розрахунки з урахуванням інформації про виявлені на попередньому етапі резерви ліквідації (скорочення) дефіциту наявних виробничих ресурсів. За результатами зазначених розрахунків для кожної виробничої одиниці визначається величина дефіциту наявного ресурсу, що може бути ліквідований суто за рахунок введення додаткових виробничих потужностей. На четвертому етапі інформація про виявлений на попередньому етапі дефіцит ресурсів для кожної виробничої одиниці трансформується в інформацію про величину устаткування, що необхідно ввести додатково в плановому періоді.

На п'ятому етапі здійснюється розрахунок необхідної величини капітальних витрат і оцінюються фінансові можливості підприємства в плановому періоді. На цій основі на шостому етапі формується план відтворення ОВФ, у якому, виходячи з фінансових можливостей підприємства, може бути передбачена як повна, так і часткова ліквідація дефіциту виробничих ресурсів за рахунок введення (заміни) технологічного устаткування й розширення виробничих площ.

Далі, на сьомому етапі, розраховується планова величина наявного ресурсу для кожної виробничої одиниці з урахуванням впровадження всього комплексу заходів плану організаційно-технічного розвитку підприємства, спрямованих як на підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається, і зростання прибутку, так і на розширене відтворення ОВФ

На останньому, восьмому, етапі розробляється підсумковий ПБВР. Якщо для кожної виробничої одиниці потребний ресурс не перевищує планову величину наявного ресурсу (з урахуванням максимально припустимого рівня його використання), приймається рішення про забезпеченість виробничої програми наявними ВП. Використання викладеного алгоритму здійснення балансових розрахунків забезпечує реалізацію антивитратного підходу до ресурсного обґрунтування виробничої програми підприємства.

Література

1. Шваб Л. І. Економіка підприємства : Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2-е вид. – К. : Каравела, 2005. – 568 с.

2. Шепеленко Г. И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии : Учебное пособие. – М. : ИКЦ «МарТ»; Ростов-на-Дону : Издательский центр «МарТ, 2004. – 608 с.

Єгупов Ю.А.
к.е.н., доцент,
Єгупова І.М.
викладач
Одеський національний економічний університет (Україна)

ЩОДО ДОЦІЛЬНОСТІ ОБ'ЄДНАННЯ ПЛАНУ ПРОДАЖІВ ІЗ ВИРОБНИЧОЮ ПРОГРАМОЮ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогоднішній день в науковій та навчально-методичній літературі широке поширення отримала категорія «план виробництва і реалізації продукції» [1, с. 143; 2 с. 84]. Виникає питання, наскільки коректно і доцільно об'єднувати в одному розділі завдань з виробництва і продажів продукції.

Для отримання відповіді на дане питання проведемо короткий ретроспективний аналіз. Ще за радянських часів, в умовах директивного планування, план виробництва і план реалізації продукції були об'єднані в одному розділі у складі річного та п'ятирічного плану економічного і соціального розвитку підприємства. «План виробництва і реалізації продукції», що розроблявся в складі техпромфінплану (річного плану економічного і соціального розвитку підприємства), об'єднував в собі три типові форми [3, с. 239-249]:

- 02-ТП «Виробництво і реалізація продукції в натуральному і вартісному вираженні»;
- 03-ТП «Зміна залишків нереалізованої продукції»;
- 04-ТП «Баланс виробничих потужностей та їх використання».

Це об'єднання носило суто формальний характер, оскільки поширювалося тільки на готові результати процесу планування. Тому зводилося воно до простого компонування у складі одного розділу техпромфінплану підприємства зазначених вище планових документів, а також до подання в одній загальній таблиці (форма 02-ТП) натуральних і вартісних показників виробництва та реалізації продукції.

З переходом до ринкової економіки «центр ваги» здійснення планових розрахунків перемістився на рівень підприємства – основної ланки сфери матеріального виробництва. При цьому істотно змінився зміст планової роботи на підприємстві, найбільшою мірою пов'язаної з формуванням плану продажів (сучасна назва плану реалізації продукції) та виробничої програми. У нових умовах підприємства зіткнулися з необхідністю вирішення принципово нових для себе завдань, пов'язаних із дослідженням ринкового попиту, вибором раціональних схем руху товару, розробкою ефективної програми просування продукції на цільових ринках і т.п. Ринкова орієнтація планування виробництва зумовила необхідність використання нових інструментів ресурсного обґрунтування виробничої програми (ВП) підприємства та здійснення її економічної оцінки. Як результат, суттєво ускладнилися (у методичному й організаційному відношенні) процеси формування плану продажів і ВП.

У цьому зв'язку, як нам здається, назріла необхідність перегляду номенклатури і складу комплексних розділів техніко-економічного плану підприємства. У нашому дослідженні ми не будемо піддавати ревізії всю номенклатуру зазначених розділів, а обмежимося тільки планом виробництва та реалізації продукції.

Можна навести аргументи як «за», так і «проти» збереження даного комплексного розділу у складі техніко-економічного плану підприємства. Основним аргументом «за» є наявність тісного взаємозв'язку між процесами планування продажів і обґрунтування ВП. Так, показники вихідного плану продажів, сформованого з урахуванням замовлень споживачів, є основою для визначення планових обсягів виробництва, обґрунтованих ринковим попитом на продукцію підприємства. Після виконання балансових розрахунків з ресурсного забезпечення обсягів виробництва формується комплексно обґрунтована ВП. На її основі, з урахуванням інформації про зміну залишків нереалізованої продукції, що планується, розробляється остаточний варіант плану продажів.

Однак, більш вагомі аргументи, на наш погляд, має протилежна точка зору - «проти». По-перше, розробка ВП взаємопов'язана з процесами формування практично всіх розділів техніко-економічного плану підприємства (включаючи планування матеріально-технічного постачання, праці та заробітної плати, собівартості продукції та ін.), І ці зв'язки у багатьох випадках мають не менше тісний характер, ніж з планом продажів. При цьому останній має більш складні взаємозв'язки не з ВП, а з розділами, присвяченими маркетинговим аспектам діяльності підприємства.

По-друге, процеси планування продажів і розробки ВП засновані на використанні двох різних інформаційних баз. Так, перша включає результати ринкових досліджень і розробки маркетингової програми підприємства, друга - інформацію, необхідну для здійснення балансових розрахунків в розрізі окремих видів споживаних виробничих ресурсів.

По-третє, істотно різняться джерела та способи отримання інформації, а також інструментарій, який використовується для її обробки.

Звідси, на нашу думку, слідує доцільність дезагрегірування комплексного розділу, що об'єднує виробництво і реалізацію продукції, і виділення плану продажів і ВП в якості двох самостійних розділів техніко-економічного плану підприємства. При цьому, як нам видається, логічно було б дослідити доцільність об'єднання плану продажів з маркетинговим планом підприємства.

Література

1. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование : Учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 400 с.

2. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства : Навчальний посібник. – Львів : «Новий Світ–2000». 2004. – 268 с.

3. Типовая методика разработки техпромфинплана производственного объединения (комбината), предприятия. – М. : Экономика, 1979. – 448 с.

Чернова В.В.
к.е.н., викладач
Одеський національний економічний університет, ПАТ «Одескабель»,
Комарніцька К.В.
магістрант
Одеський національний економічний університет (Україна)

ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Динамічні зміни в навколишньому середовищі, нестабільність як зовнішніх, так і внутрішніх чинників висувають додаткові вимоги до управління підприємством. Як наслідок цього – пошук найбільш новітніх і досконалих систем управління, які забезпечують гнучкість і надійність функціонування підприємства. А це в свою чергу передбачає вироблення механізмів координації і контролю всередині системи управління. Контролінг – нова концепція інформації і управління, що забезпечує підтримку внутрішнього балансу компанії шляхом формування інформації про витрати і прибутки і надання її керівництву з метою прийняття оптимальних управлінських рішень. Контролінг широко застосовується в практиці західних компаній і приносить відчутні результати.

Контролінг є багатограннім і складним процесом в практиці сучасного менеджменту. Організація контролінгу на підприємстві в першу чергу передбачає визначення його місця в організаційній структурі даного підприємства [1, с. 23]. Позиція контролера в ієрархії підприємства значимою мірою залежить від завдань, які він повинен вирішувати, які, у свою чергу, розкриваються у властивих контролінгу функціях (табл.).

Таблиця

Функції контролінгу на підприємстві

Функція контролінгу	Завдання контролера
Координаційна	Узгодження: • цілей та стратегічних планів із наявними ресурсами; • довгострокових планів з цілями та стратегією розвитку; • оперативного планування зі довгостроковими планами; • системи забезпечення інформації з інформаційними потребами підприємства
Аналітична	• Розробка аналітичних звітів; • Відбір, обробка та інтерпретація інформаційних потоків; • Визначення показників та критеріїв ефективності діяльності
Організаційна	• Вдосконалення структури підприємства шляхом виокремлення центрів фінансової відповідальності; • Розроблення регламенту планування й бюджетування; • Упровадження методик управлінського обліку і звітності; • Організація аналітичної роботи в підрозділах підприємства.

Консультаційно-методична	• Консультації при формуванні стратегії, визначенні цільових показників, плануванні та складанні бюджетів; • Розроблення алгоритму планування й бюджетування, форм внутрішньої звітності, фінансової діагностики.
Інформаційна	• Надання керівництву найбільш корисної інформації, яка має містити весь комплекс фактичних, планових і прогнозних даних про діяльність підприємства і всіх його структурних одиниць.
Контрольна	• Здійснення контролю за досягненням цілей і прогнозів підприємства; • Контрольні розрахунки відхилень фактичних значень показників від планових, цільових і бажаних; • Контроль існуючих на підприємстві внутрішніх і зовнішніх обмежень і ризиків діяльності

Сукупність усіх рішень, прийнятих за перелічених питань, узагальнюється в описі робочих місць контролерів і документується в керівних вказівках згідно їх роботі. Такі дії є лише організаційною складовою проекту створення цілісної системи контролінгу на підприємстві. Втім зупинятися на цьому невірно, так як контролінг слід розуміти як багатофункціональну систему, яка постійно розвивається і вдосконалюється. Професійно побудована система контролінгу допомагає правильно і своєчасно оцінювати ситуацію на підприємстві й планувати дії щодо підвищення ефективності його роботи, що має велике значення для бізнесу, що прагне будувати менеджмент на якісно новому рівні.

Література

1. Терещенко О. О. Фінансовий контролінг : навч. посіб. / О. О. Терещенко, Н. Д. Бабяк. – К . : КНЕУ, 2013. – 407 с.
2. Концепция контроллинга : Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horváth & Partners ; Пер. с нем. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 269 с.
3. Карминский А. М. Контроллинг в бизнесе : методологические и практические основы построения контроллинга в организациях : [учеб. пособие] / А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примак, С. Г. Фалько. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 256 с.

Іcаншина Г.Ю.
старший викладач
Донбаська державна машинобудівна академія (Україна)

МОДЕРНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В ДЕРЖАВНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Відповідно до глобального дослідження бухгалтерського обліку та фінансової звітності бюджетних установ 120 країн, у 2012 р. систему бухгалтерського обліку, основу якої становив метод нарахування, мали 26% країн, у 2015 р. – 31% країн. У 2020 р. цей показник має становити вже 71% серед 120 країн світу [1]. При цьому, зміни класифікаційної групи, до якої віднесено Україну, не заплановано. Тобто і надалі припускається відсутність змін в організації бухгалтерського обліку у бюджетних установах України.

Модернізація національної системи бухгалтерського обліку в державному секторі України здійснюється ще з 2007 р., але міжнародна спільнота не бачить її результатів і до 2020 р. навіть їх не очікує [1].

Серед 35 європейських країн використання міжнародних стандартів бухгалтерського обліку у державному (громадському) секторі (International Public Sector Accounting Standards, IPSAS) або подібних стандартів (МСБО/МСФЗ, IAS/IFRS) у державному секторі має збільшитися з 59% у 2015 р. до 77% у 2020 р. [1]. Впровадження зазначених стандартів обліку у державному секторі та IAS/IFRS у приватному секторі забезпечить, на думку Міжнародної федерації бухгалтерів (МФБ, IFAC):

впевненість у світовій фінансовій системі, ефективність ринків;

зростання ефективності управління соціальними, економічними і екологічними ресурсами;

сильну економіку і фінансову стабільність;

більш низьку вартість капіталу; зниження корупції;

відповідальні та ефективні дії уряду; скорочення бідності;

розширення суспільної довіри до професії бухгалтера;

підвищення прозорості та підзвітності урядів, ринків і компаній.

Існує нагальна потреба модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі України за суттю, а не тільки за формою, що обумовлює актуальність та практичну цінність даного дослідження.

У країнах Європейського союзу процес впровадження IPSAS розпочався з 2001 р., тому вже сформовано достатній досвід переходу країн на стандарти IPSAS. Вартість впровадження IPSAS у різних країнах залежить від масштабу впровадження, цінової політики щодо інформаційних технологій (вартість ІТ) та ін. Так, у Бельгії, у Фламандському регіоні, при навчанні 1,5 тис. співробітників протягом 2010-2014 рр. було витрачено 0,38 млн. євро. Естонія на рівні центрального уряду за 2003-2005 рр. витратила 1,25 млн. євро (у тому числі: політичні процеси, персонал – 0,76 млн. євро (60% витрат); інформаційні технології – 0,49 млн. євро (40% витрат). Литва протягом 2005- 2013 рр. на рівні центрального уряду витратила 10,9 млн. євро: 0,67 млн. євро – політичні

процеси, персонал (6% витрат) та 10,23 млн. євро на інформаційні технології (94% витрат). Франція за 2001-2010 рр. витратила 565 млн. євро: 235 млн. євро на політичні процеси, персонал (42% витрат); 330 млн. євро на інформаційні технології (58% витрат) [2].

На даний час в світі діють 38 стандартів IPSAS, які за основу мають метод нарахування, та один стандарт для касового методу обліку. В Україні прийнято 19 національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку в державному секторі. Вони не є офіційним перекладом IPSAS, а мають доволі скорочену їх версію, до того ще й застарілу. Відсутність офіційного перекладу IPSAS стає на заваді ефективному впровадженню бухгалтерського обліку у державному (громадському) секторі України.

Значна кількість змін у IPSAS відбулася у 2016-2017 рр., що пов'язане з прийняттям стандартів 39 та 40. Даний факт не знайшов відображення у вітчизняному законодавстві. За своєю формою фінансова звітність суб'єктів державного сектору відповідає міжнародним нормам, на відміну від методики формування її показників. Все це унеможливлює забезпечення інформаційних потреб користувачів фінансової звітності у державному секторі щодо:

результатів діяльності з погляду ефективності та досягнень мети діяльності;

оцінки якості управління, здатності своєчасно виконувати свої зобов'язання; придбання, продажу та володіння цінними паперами;

участі в капіталі підприємств;

рівня ресурсів, потрібних для продовження діяльності, ресурсів, які можуть виникнути внаслідок продовження діяльності.

З метою дотримання принципів повного висвітлення, послідовності, та обачності формування фінансової звітності, необхідне повне впровадження IPSAS у вітчизняному державному секторі. Сучасний же стан бухгалтерського обліку у державному секторі свідчить про довготривалий період зазначеної реформи, що налічує не один рік.

Література

1. Global survey on accounting and financial reporting by central governments (2nd edition), 14 September 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.pwc.com/

2. Collection of information related to the potential impact, including costs, of implementing accrual accounting in the public sector and technical analysis of the suitability of individual IPSAS standards 2013/S 107-182395. PricewaterhouseCoopers, Brussels, Belgium [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pwc.com/gx/en/psrc/pdf/pwc-implementing-epsas.pdf

3. Handbook of International Public Sector Accounting Pronouncements, 2017 Edition. Published: Feb 22, 2018. – 2467 Pages. – ISBN 978-1-60815-339-8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ifac.org/publications-resources/2017-handbook-international-public-sector-accounting-pronouncements

Іванова А.Г.
аспірант
Запорізький національний університет (Україна)

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Сучасний стан економіки України характеризується погіршенням умов діяльності більшості промислових підприємств. Водночас, темпи мінливості середовища функціонування суб'єктів господарювання є настільки швидкими, що стратегічне планування виступає єдиною можливістю прогнозування майбутнього. Оскільки будь-яке підприємство представляє собою відкриту систему і головні джерела його успіху знаходяться у зовнішньому оточенні, в умовах загострення конкурентної боротьби стратегічна орієнтація діяльності суб'єкта господарювання є одним з визначних факторів його виживання і процвітання, а стратегічне планування, в свою чергу, дозволяє адекватним чином реагувати на фактори невизначеності і ризику, які властиві зовнішньому середовищу [1].

Стратегічне планування – це діяльність, яка передбачає визначення орієнтирів розвитку підприємства, необхідних ресурсів та шляхів досягнення встановлених цілей. Тому основні завдання стратегічного планування полягають у визначенні перспективних цілей та напрямків діяльності, визначенні раціонального шляху досягнення цілей та формування моделі розвитку підприємства [2].

Україна має надзвичайний промисловий потенціал, однак він може реалізуватися лише при умові розуміння необхідності прорахунку дій не лише на поточний період, а й на віддалену перспективу. Промислові гіганти, підприємства, які мають більш ніж півстолітню історію функціонування, досі не прийняли сучасні тенденції в управлінні, вони не готові до стратегічного планування, у керівництва відсутнє розуміння важливості такого процесу. Наслідками цього є недостатність або повна відсутність владного контролю; наявність неефективної системи корпоративного управління; обмеженість теоретичних знань у керівництва у сфері стратегічного планування. Вказані обставини, в свою чергу, призводять до того, що система достовірної звітності не створюється, а якщо звіти формуються, то з багатьма помилками, окрім цього в управлінського персоналу відсутні навички та вміння визначати проблеми розвитку, формувати перспективні плани та взаємодіяти між собою у процесі вирішення задач по плануванню.

Доводиться констатувати, що сьогодні склалася ситуація, коли переважна більшість керівників не знають ані задачі відділу планування, ані те, як організувати взаємодію з плановиками, як визначити їх повноваження та відповідальність. Завдання працівників відділу планування зводяться не тільки до того, щоб представити керівництву стратегію. Вони мають також докласти

значних зусиль для її реалізації, що неможливо без методичного забезпечення, знань та досвіду, впровадження нових прогресивних методів у плановій роботі.

Окрім цього, важливою перешкодою створення ефективної системи стратегічного планування є неправильна організаційна ієрархія. На одних вітчизняних підприємствах, переважно великих, відділ планування перебуває у підпорядкуванні керівника фінансового відділу, на інших - підзвітний начальнику цехового підрозділу. В обох випадках у керівництва складається враження, що стратегічне планування – процес віддалений та допоміжний, а не як не основний.

Важливою проблемою залишається необґрунтоване надання переваги зовнішнім консультаційним послугам, у порівнянні з думкою самих працівників планових служб. Внаслідок цього, спеціалісти та функціональні керівники втрачають бажання виказувати свою думку, заздалегідь знаючи, що власники не прислухаються до неї.

На нашу думку, можна виокремити наступні шляхи розв’язання існуючих проблем впровадження стратегічного планування на вітчизняних підприємствах: необхідно переорієнтувати систему управління підприємством з пасивного підходу на активний, тобто практикувати цільове управління, яке викликає необхідність систематичної розробки планів, що знижує прагнення менеджерів до надмірної формалізації процесу стратегічного планування; створити налагоджені ланцюжки інформаційних потоків всередині підприємства, що дає можливість швидко отримувати необхідну інформацію з інших відділів і, відповідно, оперативно використовувати її в процесі планування; забезпечувати безперервність та високу якість робіт з планування та проводити постійний контроль цього процесу; звітувати про роботу зі стратегічного планування потрібно безпосередньо керівникам вищої ланки, оскільки така підзвітність дозволить підвищити увагу управлінців до створення стратегічних планів; проводити постійний аналіз інформації про загальний стан економіки, галузі, ринку та конкурентів для того, щоб мати можливість ефективно прогнозувати зміни зовнішнього середовища.

Необхідно розуміти, що ефективна система стратегічного планування дозволяє поліпшити якість роботи, мати чітке уявлення про напрямки руху в майбутньому періоді, досягати значних співвідношень категорій «витрати» та «ефективність», займати активну позицію по відношенню до існуючих проблем та мати можливість їх нівелювати.

Література

1. Блонська В. І. Вдосконалення планування у стратегічному управлінні розвитком підприємством / В. І. Блонська, Р. Е. Городинський // Вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2008. – № 18.1. – С. 237-242.

2. Циба Т. Є. Особливості та механізм стратегічного планування / Т. Є. Циба // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 2(56). – С.159-172.

5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Янковий О.Г.
д.е.н., професор,
Грінченко Р.В.
к.е.н, доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВ

Зміни зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємств потребують формування бізнес-моделей діяльності підприємств. Проте, теоретичний базис формування бізнес-моделей діяльності підприємств повинен базуватись на досконалому розумінні існуючих бізнес-моделей та особливостей їх застосування до управління адаптаційними змінами діяльності підприємств на засадах бізнес-інжинірингу.

Провівши дослідження теоретичних напрацювань з визначення сутності поняття «бізнес-інжиніринг», можна запропонувати власний підхід, за яким під бізнес інжинірингом розуміється поступова розробка та впровадження нової методології управління підприємством для адаптації його до змін зовнішнього середовища та виходу на більш високі показники ефективності діяльності. Бізнес-інжиніринг повинен охоплювати комплексно всі сфери та бізнес-процеси діяльності підприємства, та бути сформованим за всіма напрямами існуючих функцій управління підприємствами.

Одним із напрямів сучасних світових досліджень з управління бізнес-процесами підприємства виступає управління за допомогою створення бізнес-моделей. Бізнес-моделі формуються для створення більш простих елементів для аналізу, таких як: продукт, підприємством, сфера діяльності або ж мережа [1, с. 181]. Проте, зростаюча кількість взаємозв’язків між компонентами бізнес-моделей створюють труднощі із формуванням дійсно ефективної бізнес-моделі.

У світовій науковій літературі снує безліч трактувань сутності та основних елементів бізнес-моделей. Маслянко П.П., Майстренко О.С. [2] зазначають, що існуючі бізнес-моделі можна класифікувати на три основні групи:

- бізнес-моделі на основі архітектури організаційної системи;
- компонентні бізнес-моделі;
- процесні бізнес-моделі.

Також автори [2] визначають три важливіші сутності бізнес-моделювання організаційних систем та відношення між ними:

- системна інженерія;
- організаційна система;
- бізнес-моделювання.

Згідно з думкою Счаллмо Д. [3], бізнес-модель є основною логікою компанії, що описує, які переваги надаються клієнтам та партнерам. Бізнес-модель відповідає на питання про те, як надані переваги повертаються в компанію у вигляді доходів. Бізнес-модель включає наступні виміри та елементи:

- Клієнти: сегменти клієнтів, клієнтські канали та відносини з клієнтами.
- Вигода: продукти, послуги та цінності.
- Елемент доданої вартості: ресурси, навички та процеси
- Партнери: партнерські канали та партнерські відносини.
- Фінансовий вимір: доходи та витрати.

Одним із розповсюджених підходів до основних компонент при формуванні бізнес-моделей виступає наступна їх структура, яка описана у роботі Остервалдер А. та Пигнер И. [4]: головний та центральній компонент при формуванні бізнес-моделі – вартість пропозиції, яка формується на базі дослідження та врахування:

1) активів;
2) ресурсів;
3) партнерів;
4) структури витрат підприємства.

Основною метою системи бізнес-інжинірингу підприємства виступає створення бізнес-моделей діяльності підприємства. Бізнес-моделі діяльності підприємств бувають теоретично та емпірично обґрунтованими. Поєднання кількох підходів до формування бізнес-моделей надасть підприємствам можливість сформувати дійсно ефективну бізнес-модель своєї діяльності. Використання теоретично обґрунтованих бізнес-моделей надає можливості для вибору компонент щодо функціонування підприємства та побудови на їх основі емпірично обґрунтованої бізнес-моделі.

Такий підхід надає можливості підприємству комплексно підійти до формування системи бізнес-інжинірингу, використовувати світові теоретичні надбання у цій сфері, та враховувати власні практичні відмінності.

Література

1. Berends H, Smits A, Reymen I and Podoynitsyna K. Learning while (re) configuring: Business model innovation processes in established firms. *Strategic Organization.* 2016. № 14(3). P. 181–219.
2. Маслянко П. П., Майстренко О. С. Бізнес-інжиніринг організаційних систем // Наукові вісті НТУУ «КПІ». – № 1. – 2011. – С. 69-78.
3. Schallmo, DR (2013). Geschaftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren: Mit Aufgaben und Kontrollfragen. Berlin: Springer-Verlag.
4. Osterwalder A. and Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. New York, 2010. 656 p.

Коротаев С.Л.
д.э.н., профессор
Белорусский государственный экономический университет,
Немеровец А.В.
директор аудиторской компании ООО «АудитИнком» (Беларусь)

АУТСОРСИНГ БУХГАЛТЕРСКИХ УСЛУГ В БЕЛАРУСИ: ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ

В настоящее время в развитых странах мира активно развивается аутсорсинг бухгалтерских услуг. Преимущества такой формы организации учета хорошо известны [1-4]:

- меньшие затраты на ведение бухгалтерского учета в связи с тем, что оплата аутсорсинговых услуг, как правило, меньше, чем расходы на содержание штатного бухгалтера;
- отсутствие финансовых затрат на поддержание и повышение профессионального уровня бухгалтера, на приобретение и содержание бухгалтерской информационно-правовой базы, на создание рабочего места бухгалтера (оборудование, компьютерная техника, программное обеспечение и т.д.);
- высвобождение площадей офиса, которые были бы задействованы для рабочего места штатного бухгалтера, для хранения бухгалтерской документации;
- постоянное бухгалтерское сопровождение финансово-хозяйственной деятельности организации, в то время как при работе штатного бухгалтера этот бухгалтер может болеть, находиться в отпуске и т.д.

Вместе с тем, несмотря на обозначенные выше преимущества, в постсоветских странах, в том числе в Беларуси [3; 4], аутсорсинг находится в начальной стадии становления, его услугами пользуется очень ограниченное количество субъектов хозяйствования. Основными причинами такого положения являются, по нашему мнению, следующие: 1) наличие значительного количества крупных предприятий с превалирующей долей государства в их уставном капитале; 2) отсутствие необходимой законодательной базы, которая бы регламентировала вопросы организации и осуществления аутсорсинга бухгалтерских услуг; 3) в ряде случаев деятельность субъектов хозяйствования имеет глубоко выраженный отраслевой характер с множеством нюансов в организации и ведении учета, в связи с чем не каждая аутсорсинговая компания может справиться с ведением учета таких организаций; 4) учредители и руководство организаций в стремлении минимизировать свои расходы нередко используют сомнительные способы учета, в то время как при ведении учета аутсорсинговой компанией такие способы будут исключены; 5) работа «со своей бухгалтерией», находящейся в прямом подчинении руководителя позволяет, как правило, обеспечить большую оперативность в работе, чем в случае, когда учет ведется сторонней организацией.

Руководство компании при оценке рисков, которые могут возникнуть при работе с аутсорсинговой компанией, испытывает опасения в части:

А) потери оперативного финансового контроля за денежными потоками. Б) возможности оперативного получения от аутсорсера необходимой информации

с целью принятия эффективных управленческих решений. В) соблюдения со стороны аутсорсера конфиденциальности, коммерческой тайны, сохранности передаваемой документации. Г) возможности возмещения аутсорсером финансовых потерь, обусловленных его непрофессиональными действиями. Д) возможности банкротства аутсорсера и потери всей информационной базы по организации, имеющейся у аутсорсера. Е) передача ведения учета и составления финансовой отчетности аутсорсеру требует от заказчика услуг соблюдения определенных процедур передачи первичных учетных документов, что обуславливает необходимость содержать штат, который бы обеспечивал необходимое взаимодействие с аутсорсером.

Нередко это может нивелировать тот финансовый эффект, который обеспечивается отказом от бухгалтерской службы на предприятии. Следует отметить, что опасения руководства коммерческих организаций передать свою бухгалтерию на аутсорсинг и нести обусловленные такой передачей риски небеспочвенны. Часто аутсорсинговые компании страдают недостатком профессиональных бухгалтеров, что обусловлено, как правило, низким уровнем оплаты персонала таких компаний. Чтобы привлечь профессионалов, которым можно было бы платить больше, аутсорсинговые компании идут на то, чтобы их специалисты обслуживали как можно больше клиентов. Нередки случаи, когда один специалист обслуживает больше десятка клиентов. Говорить о качестве услуг в таком случае достаточно сложно. В итоге – отказ от услуг аутсорсера и поиск нового, либо возврат к ведению учета собственными силами. Постановка аутсорсинговых услуг «на поток», отсутствие профессиональ-ных кадров, постоянные изменения законодательства по учету и налого-обложению делают аутсорсинговую деятельность р*и*сковой, с реальными перспективами банкротства аутсорсеров. Принимая решение о привлечении аутсорсинговой компании, руководство организации – заказчика должно учитывать все возможные риски такого решения.

Литература

1. Гильмиярова М. Р. Проблемы и перспективы развития бухгалтерского аутсорсинга // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление, 2017. – № 2. – С. 76-80.

2. Аутсорсинг в Беларуси: за и против [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://bel.biz/completed/management/upravlenie/autsorsing_v_belarusi_za_i_protiv/. – Дата доступа : 14.04.2014.

3. Еськова Л. Ф., Дрозд А. М., Маневич А. В. Аутсорсинг в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/89793/1/drozd_manevich_sbornik11_tom1.pdf. – Дата доступа : 12.03.2017.

4. Житкевич Г. Я., Шепетько О. В. Бухгалтерский аутсорсинг: международный опыт и перспективы развития в Республике Беларусь / Г. Я. Житкевич, О. В. Шепетько // Бухгалтерский учет и анализ. – 2016. – № 5. – С. 6-9.

Grzybowska-Brzezińska M.
dr. hab., профессор
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie (Poland),
Горлова О.П.
старший викладач,
Одесский национальный экономический университет (Украина)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЕМ

Задача построения и развития интегрированной системы менеджмента (ИСМ) предприятием является очень актуальной темой последнего десятилетия. Теоретической платформой моделирования ИСМ стала концепция тройного критерия (Triple bottom line, TBL). Бизнес все чаще получает экологические и социальные вызовы со стороны различных заинтересованных сторон. Поэтому он нуждается в действенных инструментах повышения эффективности ИСМ.

В исследованиях, посвященных поиску оптимальной модели ИСМ, интеграционный процесс рассматривается в двух направлениях: 1) интеграция управления качеством и других специализированных систем менеджмента (ССМ) в действующую общую систему управления предприятия, 2) интеграция специализированных (стандартизированных) систем менеджмента между собой. Научные подходы к построению наиболее эффективной ИСМ отличаются. С нашей точки зрения, их целесообразно разделить на две группы: структурный и функциональный.

Первый подход является наиболее распространенным и развитым в науке. Мы называем его структурным, так как исследователи решают поставленные задачи через структурные изменения на предприятии. Ключевым инструментом внедрения ССМ на предприятии является процессный подход. По своей сути он является структурным подходом к развитию менеджмента. С позиции данного подхода первостепенной задачей менеджмента является структурная перестройка процессов предприятия. Следующим этапом решаются задачи распределения функций между работниками, службами, отделами, которые задействованы в выполнении того или иного процесса.

Среди научных взглядов сторонников структурного подхода к построению ИСМ наблюдается разнородность взглядов по определенным концептуальными аспектами. Так, выявлено разнородность взглядов на интеграцию ССМ в общую систему менеджмента предприятия. Можно выделить группу авторов, которые считают, что ССМ встраиваются в действующую систему менеджмента частично, благодаря реструктуризации действующих основных процессов, таких как производство, поставка и сбыт. Остальные составляющие ССМ выступают в форме дополнительного структурного элемента, который присоединяется к действующей общей системе менеджмента предприятия и выполняет функции планирования, контроля, анализа, совершенствования и аудита как отдельных процессов в

рамках определенного направления менеджмента, таких как качество, экология и т.п. Такой подход наиболее распространён в научных кругах стран СНГ.

Недостатком такого подхода к интеграционным процессам в деле формирования ИСМ является слабая согласованность процессов управления определенными специализированными подсистемами с другими процессами управления на предприятии. Это является следствием того, что специализированный элемент менеджмента автоматически получает под свой контроль определенную цель, например, уменьшение и устранение негативного влияния на экологию окружающей среды. В то же время, другие функциональные подразделения сфокусированы на достижение своих специфических целей. Между разграниченными по целевому назначению структурными элементами общей системы менеджмента часто возникают конфликты интересов. Например, экологический менеджмент скорее всего будет выполнять только необходимый минимум требований, регламентированный соответствующими стандартами, в результате прессинга со стороны подсистемы финансового менеджмента.

Проблема изолированности специализированных подсистем в определенной мере решается другой группой ученых, которые в своих исследованиях исходят из того, что ССМ должны быть полностью встроены в общую систему менеджмента. Принципиальным отличием данного подхода является то, что в фокусе исследований находится "целостная сбалансированная система менеджмента" организации [1], а не только ее отдельная подсистема. Процесс внедрения ССМ на предприятии сопровождается изменением приоритетности целей в структуре "дерева" целей такого предприятия. С позиции данного подхода к ИСМ, эти изменения касаются деятельности каждого структурного элемента системы менеджмента предприятия.

Функциональным подходом к моделированию и оптимизации ИСМ мы назвали способ достижения конечной цели через определение компетенций, соответствующих иерархии целей предприятия, с последующим назначением их тем или иным структурным единицам системы менеджмента предприятия [2]. Такой подход к ИСМ является слабо разработанным. Мы видим его большое преимущество и потенциал в том, что акцент исследований смещается от структурно-групповых объектов системы менеджмента на изучение персональных качеств менеджеров, которые являются весомым фактором эффективности управления бизнесом.

Литература

1. Калита П. Расщепленный менеджмент. Об одной фундаментальной причине низкой конкурентоспособности экономик стран СНГ // Українська асоціація якості. URL : http://www.uaq.org.ua/docs/raschep-men.pdf (дата звернення 28.06.2018).

2. Siva V., Gremyr I., Halldórsson Á. Organising Sustainability Competencies through Quality Management: Integration or Specialisation. Sustainability. 2018. Vol. 10, No. 5:1326. DOI : https://doi.org/10.3390/su10051326 (дата звернення: 07.07.2018).

Майорова І.М.
д.е.н. професор,
Андрюсенко Г.М.
магістр
ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Україна)

ІНТЕГРОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Основні тенденції розвитку сучасного виробництва пов'язані з переходом від масового і крупносерійного виробництва до дрібносерійного виробництва і одиничного; від простої продукції до складної; від довгих циклів «проектування – виробництво» до скорочених; від окремих одиниць виробничого обладнання до інтегрованих виробничих комплексів (CAD/CAM) систем; від регіональних і національних ринків до глобальних; від конкуренції між компаніями до кооперації; від внутрішніх обов'язків – відповідальності до глобальних; від споживчого відношення до навколишнього середовища до його збереження (green engineering).

Організація виробничого процесу передбачає раціональне поєднання в просторі і в часі всіх основних, допоміжних та обслуговуючих виробництв, що забезпечує найменшу тривалість процесу реалізації з метою прискорення оборотності активів підприємства. Внаслідок удосконалення організації виробництва досягається оптимальний графік розподілу витрат, а отже – відкриваються можливості для вибору такого напрямку розвитку виробничого потенціалу як окремих підприємств, так і галузей загалом, який забезпечить реалізацію всіх виробничих програм при заданих обмеженнях на ресурси [1, с. 168-169]. При цьому необхідно врахувати, що організація праці та виробництва координує рух сукупності матеріальних і трудових елементів потенціалу підприємства між окремими робочими місцями в просторі і в часі відповідно до технологічних вимог. У підсумку досягається рівномірне, ритмічне протікання виробничого процесу, спрямоване на виготовлення продукції в необхідній кількості, якості у визначений термін.

Для світових лідерів у виробництві і сервісі особою відзнакою постає формування організаційних структур, які мають досить мале число управлінських рівнів, які будуються на основі команд і дозволяють відтворювати одночасно управління багатьма проектами; невеликі за кількістю працівників підрозділи, укомплектовані висококваліфікованим спеціалістами і оснащені сучасним високовиробничим обладнанням, яке дозволяє витримати високі стандарти якості; концентрації уваги управління на продажах; розробці і виводу на ринок нових товарів з подальшою передачею виробництва їх складових частин і загального збирання багатьма субпідрядникам.

Сучасне виробництво, особливо промислове, для випуску одиниці продукції потребує передчасного виготовлення і закупівель багатої кількості збірних одиниць найменувань, що постачаються внутрішніми і зовнішніми постачальниками підприємства. Досить часто такі зібрані одиниці настільки

складні, що для свого виробництва потребують багато послідовних технологічних операцій і процесів, в тому числі різним підрозділами підприємствами – переробниками, які складають багаточисленні технологічні ланцюги.

Процеси постачання, виробництва, споживання і реалізації промислового підприємства безпосередньо пов'язані з таким логістичними функціями як: транспортування, складування та зберігання матеріально-сировинних ресурсів і готової продукції. Будь-яке промислове виробництво пов'язане зі складуванням, зберіганням і переміщенням великих обсягів сировини, матеріалів, напівфабрикатів, оснащення, обладнання, готової продукції та інших вантажів, це значно підвищує роль транспортно-складського господарства підприємств у досягненні високого рівня ефективності використання їх виробничого потенціалу.

Раціональна організація транспортно-складського господарства на промисловому підприємстві зумовлена необхідністю: координації транспортно-логістичних процесів із технологічними; своєчасного постачання виробництва сировинно-матеріальними ресурсами; здійснення перевезень, обумовлених внутрішньозаводськими і зовнішнім кооперуванням; покращення використання складських приміщень і транспортних засобів; забезпечення своєчасного збуту готової продукції; скорочення витрат, пов'язаних із обслуговуванням виробництва.

Технологічна єдність усіх етапів логістичних операцій на промисловому підприємстві дозволяє виокремити рух матеріалів і готової продукції у самостійний об'єкт управління, що передбачає формування відповідного механізму з метою регулювання руху вантажопотоків на підприємстві та за його межами. Цілі управління матеріальними потоками промислового підприємства полягають у такому: своєчасне забезпечення виробничих підрозділів сировиною і матеріалами; скороченні витрат пов'язаних із обслуговуванням виробництва; забезпеченні безвідходного використання матеріально-сировинних ресурсів у виробничому процесі; підвищення рівня використання виробничих потужностей; прискорення обігу коштів, вкладених у матеріальні ресурси і їх запаси [1, с. 194-196].

Все це – комплекс складних проблем управління сучасним виробництвом, які розв'язуються на основі концепції інтегрованого управління ланцюгами постачання. З наукової і практичної точки зору слід звернути увагу у даному випадку на два аспекти: інтеграція функцій управління бізнес-процесами в ланцюзі постачання; і реалізація управління ланцюгом постачання на основі інформаційних технологій.

Література

1. Іщук С. О. Виробничий потенціал промислових підприємств : проблеми формування і розвитку / С. О. Іщук / Монографія. – Львів : ІРД НАН України, 2006. – 278 с.

Волот О.І.
к.е.н., доцент
Чернігівський національний технологічний університет (Україна)

ВІРТУАЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Становлення постіндустріального суспільства викликане формуванням єдиного світового інформаційного простору на базі мережі Інтернет, проникненням процесів інформатизації, глобалізації та віртуалізації у всі сфери економіки, створенням міжнародного ринку інформації та управління діяльністю на традиційних ринках товарів. Інтернет та інформаційні технології є потужними засобами, що надають необмежені можливості для ведення електронної економічної діяльності, а це означає, що бізнес-процеси здійснюються миттєво у будь-якій точці простору і роблять можливим не лише функціонування віртуальних підприємств, а й прибутковий віртуальний бізнес [1].

Питання функціонування віртуальних підприємств відображені у працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як В. Девідоу і М. Мелоун, Д. Бейкер, М. Вітер, І. Козак, О. Кивлюк, М. Мурашко, І. Падерін, П. Подчасова, В. Сердюк, М. Сидоренко, В. Філіппов, М. Ширгун та ін. Значно менше уваги в науковій літературі присвячено питанням розгляду віртуальних підприємств як фактору ефективного розвитку підприємств реального сектору економіки та використання інформаційних технологій в управлінні віртуальними підприємствами, що потребує проведення спеціальних досліджень.

Концепція віртуалізації підприємств з'явилася на початку 90-х років, тому і, в першу чергу, пов'язана з публікацією монографії У. Девідоу і М. Мелоуна «Віртуальна корпорація», а також статті Р. Байрна і співавторів у журналі «Бізнес-Уїк» [2; 3]. Автори використали термін «віртуальна корпорація» для визначення будь-яких нових організаційних форм, життєвий цикл яких обмежений визначеними термінами, а центральне місце посідають інформаційні технології.

Під віртуальними підприємствами зазвичай розуміють структури, створені за допомогою відбору людських, фінансових, матеріальних, організаційно-технологічних та інших ресурсів з різних підприємств та їх інтеграції з використанням комп'ютерних мереж [4].

Для забезпечення функціонування таких структур використовується широкий спектр інформаційних технологій і систем (табл.).

Ключовою перевагою віртуальних форм організацій є можливість обирати та використовувати найкращі ресурси, знання та здатності із найменшими витратами часу. Це, у свою чергу, уможливлює: швидке виконання ринкового замовлення; гнучку адаптацію до змін навколишнього середовища; зниження бар'єрів виходу на нові ринки тощо.

Таким чином, аналізуючи діяльність віртуальних підприємств, варто зазначити, що їх створення є важливим і актуальним завданням.

Таблиця

Використання інформаційних технологій на віртуальних підприємствах

Технології	Приклади проектів
SOA – Service Oriented Architecture – обрана як основний метод інтеграції розподілених сервісів	ECOLEAD, ITSIBus ANTENA, INPREX
Інфраструктура безпеки (зокрема й аутентифікація та базові механізми)	ECOLEAD, TRASTCOM
Розподілені workflow–системи, засоби моделювання бізнес-процесів	WIDE, CrossFlow
Засоби розподіленого обміну інформацією (стандарти інформаційного обміну, веб-основані системи керування документообігом)	PRODNETII, MASSYVE
Методи й технології інтеграції систем	ANTENA, ITSIBus INTEROP, ECOLEAD
Основні сервіси взаємодії (керування документами, форуми, чати білінгові системи та ін.)	ECOLEAD
Агентні технології (агент-основана інфраструктура, моделювання, інфраструктура мобільних агентів)	TeleCARE, SteelNet, Global Automation Platform

Джерело: розроблено авторами на основі моніторингу ринку інформаційних технологій та інформації [4]

Така організаційна форма дозволяє сформувати гнучку, розподілену в просторі сукупність компаній – агентів найбільш пристосованих для якнайшвидшого випуску нової продукції, підвищення конкурентоспроможності та оперативної поставки на ринок з метою максимального задоволення вимог клієнта. Віртуальні підприємства, що ґрунтовані на сучасних інформаційних, комунікаційних та мережних структурах мають перспективи як на міжнародному, так і на українському ринках інноваційної продукції XXI ст.

Література

1. Реальний сектор економіки України в умовах становлення інформаційного суспільства: монографія [Текст] / С. М. Шкарлет, М. П. Бутко, О. І. Волот. – Чернігів : ЧНТУ, 2017. – 288 с.
2. Бейкер Д. Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социальных сетевых платформ [Электронный ресурс] / Д. Бейкер. – Режим доступа : http://sun.tsu.ru/mminfo/2011/000393746/06/image/06-087.pdf.
3. Davidow W. The Virtual Corporation: Structuring and Revitalizing the Corporation for the 21st Century / Davidow W., Malone M. – New York : Harper Collins, 1992.
4. Козак І. А. Інформаційні технології віртуальних організацій : навч. посібник / І. А. Козак. – К. : КНЕУ, 2005. – 380 с.

Voloshyna V.
Ph.D. Candidate
York University (Canada)

SELF-LEADERSHIP, DARK-TRIAD AND LEADER MOTIVE PROFILE THEORY: THE MEDIATION EFFECT OF POWER, ACHIEVEMENT AND AFFILIATION

"Self-Leadership (Manz, 1983, 1986, 1992; Manz and Neck, 1999; Manz and Sims, 2001) is a process through which people influence themselves to achieve the self-direction and self-motivation necessary to behave and perform in desired ways" (Neck and Houghton, 2002, p. 672). Significant attention has been devoted to leadership in recent years, with an emphasis on influence exercised by one or more people over others (i.e. influence exercised by "leaders" on "followers"). Self-leadership has been defined as a comprehensive self-influence perspective that concerns leading oneself towards performance of naturally motivated tasks (Neck and Manz, 2013).

A relatively new construct; when self-leadership is researched, usually only socially desirable personality traits are evaluated. It is widely seen that self-leadership has a positive side, however, "there can also be undesirable sides to self-leadership and thus associations with dark personality traits are of interest" (Furtner, Rauthmann, Sachse, 2011, p. 369), which has currently not been researched. In addition, no attention have been paid to the connection between self-leadership and a motivational profile.

The Dark Triad personality traits have been studied for the first time by Paulhus and Williams (2002) and its linkages with self-leadership conducted by Furtner, Rauthmann and Sachse (2011). Furtner at al. (2011), stated that a possible avenue for future research would be to study the mediating role for the need of achievement in the self-leadership-narcissism association. Thus, the research question that can be formulated: "How is self-leadership a predictor of Dark Triad personality traits while being mediated by the motivation profiles of power, achievement, and affiliation?"

The main purpose of this research is to initiate further steps toward the investigation of dark triad traits. Another objective is to incorporate valid theoretical frameworks to broaden the view of these traits and to reduce the still existing gap between generally accepted vs. professional views of Machiavellianism, narcissism, and psychopathy. Finally, the aim is to examine the hypotheses and connections between variables determining how changes in self-leadership might be predicted.

The first part of the study analyses and synthesizes the evolution of studies in self-leadership theory, the dark triad conceptual traits and leader motivation profile theory, it will "map out the conceptual landscape of the topic" (Whetten, 1989, p. 490). The gap will be outlined and then transformed into the main research question in order to create a research model with dependent, independent, and mediation

variables. Thus, new vision of ways to advance of CEO's performance might be developed which, in turn, contributes to the theoretical basis of management.

References

1. Furtner, M. R., Rauthmann, J. F., & Sachse, P. (2011). The Self-Loving Self-Leader: An examination of the relationship between self-leadership and the Dark Triad. *Social Behavior and Personality*, 39 (3), 369 - 379.
2. Houghton, J.D., Neck, P.C. (2002). The revised self-leadership questionnaire. Testing a hierarchical factor structure for self-leadership. *Journal of Managerial Psychology*, 17 (8), 672-692.
3. Manz, C.C. (1983), The Art of Self-leadership: Strategies for Personal Effectiveness in your Life and Work, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
4. Manz, C.C. (1986), ``Self-leadership: toward an expanded theory of self-influence processes in organizations'', Academy of Management Review, Vol. 11, pp. 585-600.
5. Manz, C.C. and Neck, C.P. (1999), Mastering Self-leadership: Empowering Yourself for Personal Excellence, 2nd ed., Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
6. Manz, C.C. and Sims, H.P. Jr (1980), ``Self-management as a substitute for leadership: A social learning perspective'', Academy of Management Review, Vol. 5, pp. 361-7.
7. Manz, C.C. and Sims, H.P. Jr (2001), The New Super Leadership: Leading Others to Lead Themselves, Berrett-Koehler, San Francisco, CA.
8. Paulhus, D. L., Williams, K. M. (2002). The Dark Triad of Personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36(6), 556-563.
9. Whetten, D.A. (1989). What constitutes a theoretical contribution? Academy of Management review, 14 (4), 490-495.

Іванов А.М.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

НЕСТАНДАРТНІ МАРКЕТИНГОВІ ПРОПОЗИЦІЇ ЯК ІНДИВІДУАЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЮ

Аналізуючи маркетингові пропозиції готелів України, виділити індивідуальні пропозиції, за рахунок яких реалізується готельна послуга в цих закладах, майже неможливо.

Досліджуючи зарубіжний досвід маркетингової політики, слід виділити такі, що мали місце з 2013 р. і не знайшли відображень в готельній справі України, що знижує ефективність функціонування готелів та їх відомість за межами держави. Деякі з них ми узагальнили в табл. 1.

Таблиця 1

Новітні програми лояльності в готелях світу

Назва готелю	Суть програми лояльності	Рік впровадження
«Plaza», США	До ювілею фільму «Один дома – 2» можливість проживання в номерах та відвідування місць, де знімався фільм	2017
«Sofitel SO Bangkok», Таїланд	Клієнти мають можливість замовити власний портрет, намальований за 30 хвилин ручкою	2017
«Le Royal Monceau Raffles Paris», Франція	Клієнти мають можливість здійснити подорож по місту на ретро-мотоциклах виробництва СРСР	2017
«Regent Singapore», Сингапур	В барі гості можуть наповнити для себе пляшки «Негроні», які витримуються в спеціальних діжках і як подарунок відвести з собою	2017
Готелі мережі «Hyatt» (Таїланд, Китай, Австралія)	Пропонує гостям новий тип конференц-залів «The Campus» («Кампус») та «The Campus» - стиль гуртожитку з можливістю спільного приготування їжі	2016
Готелі мережі «Four Seasons», Канада	Гостям пропонується програма «Entertain U», в рамках якої клієнт може отримати певні знання з менеджменту та навчитися складати композиції з квітів	2016
«YANA Resort and Spa», Балі, Індонезія	Готі мають можливість складати власні парфуми зі 100 запахів місцевої парфумерії, що є сувеніром від готелю для клієнта	2016
«Grand Bohemian Hotel» (мережа «Marriott's Autograph Collection»), США	Гості можуть змішувати вина місцевості Південної Кароліни під керівництвом власних сомельє	2016
«PLR» (мережа «Ritz-Carlton»), Португалія	Гості можуть проявити власний талант у створенні Азулежу - розписаної глиняної плитки, яка є символом країни	2016
«Aloft Hotels», США, Канада	Клієнти за допомогою смайликів Emoji можуть обирати один з шести різних пакетів послуг, відправивши на рецепцію відповідний смайлик	2015
«Ardoch House», Великобританія	Клієнтам пропонується 5-денний відпочинок, який допомагає вийти з депресії та власними втратами	2015
«The Savoy», Великобританія	Пропонується 3-х мірне меню у вигляді книжки	2013
«Badrutt's Palace», Швейцарія	На посади нижнього рангу запрошуються діти віком від 5 до 12 років	2014
Готельна мережа «Marriott», США	Клієнтам пропонується телепорт зі спеціальною гарнітурою Oculus Rift DK2 та сенсорними 4D елементами, завдяки яким можливо відчути море, тропіки, туман і т.д.	2013
«The Standard», Нідерланди	Команда готелю створила корпоративний календар «The Standard Hotels», в якому зведені самі неможливі побажання клієнтів. Календар дарується кожному клієнту	2013
«The Algonquin», США	В готелі повсюди коти	2013
«Kimpton Hotel Palomar», Мексика	Для кожного клієнта організовано гру «Scavenger Hunt», суть якої у тому, що учасники мають якнайшвидше знайти усі предмети, рухаючись по місту. Мета - особисте ознайомлення з містом	2012

«Noosa International Resort», Австралія	Якщо при проживанні клієнта погана погода, за кожен такий день сплачує готель	2012
«The Charles Hotel», Німеччина Мюнхен	Пропонує відчути себе агентом Її Величності. Пригоди розпочинаються в номері Charles Hotel, де для гравця залишено повідомлення. Певного роду квест	2012
«Rocco Forte's Savoy», Італія	Викладачі Accademia Europea di Firenze пропонують гостям індивідуальні уроки з оперного співу та класичного живопису.	2012

Як бачимо готелі, про які йдеться в табл. 2, мають власне неповторне «обличчя». Їх не сплутаєш з жодним готелем світу. Для відомих готелів м. Одеса пропонується маркетингова «родзинка», яка наведена в табл. 2 [1].

Таблиця 2

Маркетингова пропозиція для готелів Одеси

Назва готелю	Маркетингова «родзинка»
«Бристоль»	Для ВІП-клієнтів, історичний готель, відома готельна мережа
«Моцарт»	Академічна опера, відома готельна мережа
«Лондонський»	Історія Одеси, відома готельна мережа
«Лондон»	Історичний готель, відома готельна мережа
«Відрада»	Перший сертифікований 5-зіркоий готель півдня України
«Фредерик Коклен»	Готель для прихильників унікального дизайну
«Пасаж»	Історичний готель, унікальна архітектура Одеси
«Джоконда»	Дорогий готель з концептуально стилізованими номерами, біля моря
«Чорне море», парк Шевченка	Для спортсменів та вболівальників, відвідувачів концертів
«Уліс»	Сезонного сімейного відпочинку
«Женева»	Діловий готель
«УНО»	Дизайн-готель
«Олександрівський»	Конгрес-готель
«Panorama De Luxe»	Готель з концептуально стилізованими номерами, біля моря
«Немо»	Дельфінотерапія
«М-1»	Модний готель для сучасного клієнта
«Hotel de Paris»	Високий рівень сервісу, відома готельна мережа
«Атлантик»	Готель для гурманів місцевого вина
«Панорама Де Люкс»	Морський відпочинок
«Фраполі»	Історичний готель цента Одеси

Як бачимо з табл. 2, в м. Одеса є доволі багато цікавих готелів, які використовують власну маркетингову пропозицію, але лише декілька з них мають унікальну пропозицію – це єдиний на всю Україну готель, де має місце дельфінарій – готель «Немо», унікальний архітектурний пам'ятник стилю бароко – «Пасаж», більше 20-и років сертифікований на 5-зірок – готель «Відрада», готель, який зберіг первинну архітектуру – готель «Бристоль».

Література

1. Трипадзвизор [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.tripadvisor.ru

Карташов С.В.
к.ю.н., докторант
Одеський інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАНУ (Україна)

ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ПРАКТИЦІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Маркетингове середовище компанії складається з багатьох осіб та сил, які діють поза нею та впливають на розвиток і підтримку службами маркетингу взаємовигідних стосунків з цільовими споживачами. Маркетингове середовище створює можливості та загрози діяльності компанії. Успішні компанії усвідомлюють, наскільки важливо постійно стежити за змінами маркетингового середовища і своєчасно адаптуватися до них.

Інтернет поступово стає одним із основних засобів комунікацій та спілкування між людьми як у бізнесі, так і в побуті. При чому інтенсивність цього явища постійно зростає. Нормою стало існування корпоративного сайта для компанії. Також суттєвою стає роль Інтернету як одного з нових каналів ведення маркетингових заходів та реклами [1, с. 25].

Сучасний Інтернет-маркетинг характеризується зниженням витрат і підвищення рівня рентабельності інвестицій. Він допомагає підтримувати постійні контакти з клієнтами та оперативно відстежувати статистичні дані, а також, інтернет маркетинг – це можливість охопити максимальну аудиторію.

Різні автори по-різному трактують поняття «Інтернет-маркетинг», деякі вважають, що інтернет-маркетинг являє собою процес планування і втілення задуму, ціноутворення, просування і реалізації ідей, продукції і послуг в мережі Інтернет за допомогою обміну, який задовольняє цілі окремих осіб і організацій. Інший погляд це те, що інтернет-маркетинг – це передбачення, управління і задоволення попиту на товари і послуги за допомогою мережі Інтернет. Також є думка, що інтернет-маркетинг – система заходів щодо вивчення ринку в мережі Інтернет і активного впливу на споживчий попит у її межах з метою розширення збуту вироблених підприємствами товарів.

Автор вважає, що найбільш точним визначенням, що інтернет-маркетинг – це практика використання всіх відомих знань, вмінь та прийомів традиційного маркетингу, але із застосуванням мережі Інтернет, та подальша їх модернізація та адаптація до специфічних умов інтернет-середовища, для отримання максимального прибутку.

Виділяють три рівні розвитку Інтернет-маркетингу для підприємства: перший рівень – проста присутність фірми в Інтернеті (наявність інтернет-сторінки, поштової адреси); другий – взаємодія між постачальниками і споживачами на основі використання можливостей Інтернету; третій характеризується певною трансформацією бізнес-процесів, коли основна частина заходів здійснюється за допомогою інтернет-технологій.

Стосовно вітчизняних умов бізнес-практики основний зміст сучасного розвитку Інтернет-маркетингу відноситься до переходу від першого етапу до

другого, який може бути деталізований таким чином: 1) електронна система взаємин з постачальниками і партнерами (*Supply Chain Management – SCM*); 2) електронна система взаємин із клієнтами (*CustomerRelationship Management – CRM*); 3) електронна торгівля (комерція) (*e-commerce*) [2, с. 26-32].

Мета традиційного маркетингу та інтернет-маркетингу однакові – це залучення відвідувачів на рекламу, щоб купити продукт, тим самим збільшуючи прибуток бізнесу. Але вони мають певні відмінності. В першу чергу маркетинг в Інтернеті має високий ступінь персоналізації. Якщо традиційний маркетинг спрямований на масового споживача, то в Інтернеті враховується думка кожного (в певній мірі) і з кожним відбувається взаємодія. Іншими словами, просування в Інтернеті направлено на завоювання одиночних клієнтів. Використовуючи засоби електронної взаємодії, компанії можуть отримувати детальну інформацію про запити кожного індивідуального замовника і автоматично надавати продукти та послуги, що відповідають індивідуальним вимогам. Також наявність персональної інформації дозволяє проводити чіткий таргетинг в рекламних кампаніях.

По-друге, інтернет-маркетинг інтерактивний: клієнти активно залучаються до багатьох бізнес-процесів. Сюди можна віднести участь в опитуваннях, формування репутації фірми, залучення нових клієнтів тощо. Крім цього, клієнти за допомогою створеного компанією інтернет-сервісу можуть виконувати частину важливих завдань, таких як формування замовлень, замовлення дзвінків, звернення до онлайн-консультантам [3, с. 154-158].

Доповненням інтерактивної природи Інтернету служить можливість автоматичної обробки запитів, що надходять. У випадку нескладних або стандартизованих запитів споживачів спеціалізоване програмне забезпечення виконує всі функції по аналізу вмісту запиту, пошуку потрібної відповіді й відправленню його споживачеві. Застосування такого підходу дозволяє істотно скоротити навантаження на операторів служби зворотного зв'язку й заощадити гроші підприємства. Таким чином, завдяки своїй інтерактивній природі, Інтернет є ідеальним засобом встановлення довгострокових партнерських взаємин компанії зі споживачами.

Література

1. Тарасевіч В. М., Завгородня О. О. Інноваційно-інформаційна економіка : постіндустріальність, генераційність, відкритість // Економіка України. – 2018. – №4. – С. 18-30.

2. Боднарчук А. Найголовніша перевага інтернет-маркетингу – це прозорість [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://innovations.com.ua/ua/interview/finance/18107/anna-bodnarchuk-najgolovnisha-perevaga-internet-marketingu-ce-prozorist.

3. Бойчук І. В., Музика О. М. Інтернет в маркетингу : Підручник. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.

Кузьменко Г.І.
к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет (Україна)

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПОДАТКОВОЇ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ОПТИМІЗАЦІЇ ОПОДАТКУВАННЯ

Податкова облікова політика (облікова політика з метою оподаткування) суб'єкта господарювання – це сукупність обраних платником податків з декількох альтернативних, передбачених нормативно-правовими актами, або визначених самостійно у випадку відсутності чітко встановлених законодавством принципів, методів (способів) і процедур організації та ведення податкового обліку, порядку обчислення податкових платежів з метою забезпечення їх своєчасної і повної сплати до бюджетів різних рівнів, подання податкової звітності в обсягах і строки, встановлені законодавством, орієнтованої на оптимізацію оподаткування, зниження податкового навантаження та підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності.

Ефективність діючої облікової політики підприємства з точки зору виконання нею функцій оптимізації оподаткування повинна визначатись на основі порівняння показників податкового навантаження при альтернативних варіантах використання окремих елементів облікової політики, щодо яких підприємство має можливість вибору. До основних показників, які доцільно використовувати для оцінки ефективності податкової облікової політики відносимо: сума податків, зборів та обов'язкових платежів, які сплачуються суб'єктом господарювання; структура (частка) податків та окремих їх видів у собівартості продукції, в ціні виробника та в ціні реалізації (може формуватися як для загального обсягу виробництва чи реалізації, так і для обсягу за окремими видами продукції, робіт та послуг); розмір чистого прибутку суб'єкта господарювання, максимізація якого є основною метою діяльності будь-якого підприємства; величина чистого прибутку на одиницю податкових витрат (коефіцієнт ефективності оподаткування); середня по підприємству величина податків у розрахунку на одиницю продукції; загальний рівень оподаткування підприємства відносно фінансових результатів його діяльності; питома вага податкових платежів у виручці від реалізації продукції; питома вага податкових платежів у витратах виробництва. За допомогою їх розрахунку можна здійснювати моделювання впливу вибору альтернативних елементів податкової облікової політики на податкові зобов'язання підприємства.

Для забезпечення ефективності податкової політики підприємства та оптимізації системи оподаткування податкова облікова політика (облікова політика з метою оподаткування) має включати теоретичні, методологічні, технологічні та організаційні елементи, використання яких, з числа всіх існуючих альтернатив, передбачених чинним законодавством, дозволить оптимізувати податкові платежі суб'єкта господарювання.

Організаційні елементи податкової облікової політики визначають

загальні питання оподаткування підприємства: порядок організації податкового обліку (який з підрозділів підприємства буде займатися цим питанням: бухгалтерія або спеціалізована служба (відділ, сектор), особа, відповідальна за ведення обліку); система організаційно-розпорядчих документів (внутрішні правила, положення, регламенти, рішення, посадові інструкції тощо); місце та роль відділу (сектору) податкового обліку в управлінській і виробничій інфраструктурі підприємства, його взаємодія з іншими підрозділами; форма організації податкового обліку; кадрова політика щодо працівників відділу (сектору) податкового обліку, план організації їх роботи, порядок атестації, правила ділової етики, система підбору персоналу, підвищення його кваліфікації, система нормування і оплати праці, методика визначення чисельності, порядок приймання-передачі справ при зміні працівників.

Технологічні питання податкової облікової політики спрямовані на визначення технологічних засобів, які забезпечують ведення податкового обліку. До них, зокрема, відносяться: форма ведення податкового обліку (технологія обробки облікової інформації); склад, форма і способи формування регістрів податкового обліку (періодичність складання і подання, відповідальні особи, їх контроль, користувачі); організація документообороту; порядок зберігання документів податкової звітності і регістрів податкового обліку; порядок проведення інвентаризації активів і зобов'язань; система внутрішнього контролю за нарахуванням та сплатою податкових платежів; розробка та затвердження робочого плану рахунків активів, зобов'язань, доходів та витрат для визначення об'єкта оподаткування; порядок розрахунків з бюджетом за податковими платежами.

Методологічні елементи податкової облікової політики визначають способи ведення податкового обліку, які суттєво впливають на формування бази оподаткування та величину податкових платежів за їх видами, виходячи з альтернативних прийомів і способів. Це виражається в можливості відображення одних і тих самих фактів господарського життя різними бухгалтерськими записами та у різних оцінках, що в кінцевому результаті впливає на формування показників звітності. До таких елементів відносяться: класифікація активів і зобов'язань з метою розрахунку бази оподаткування; оцінка активів і зобов'язань з метою розрахунку бази оподаткування; порядок визнання доходів і витрат; дата виникнення податкових зобов'язань та податкового кредиту; порядок формування виробничої собівартості товарів, робіт, послуг; порядок формування резервів; періодичність відображення відстрочених податкових активів та відстрочених податкових зобов'язань; облік фінансових результатів. В податковій обліковій політиці в рамках методологічного аспекту повинні бути визначені обрані підприємством: способи ведення податкового обліку і формування бази оподаткування, передбачені податковим законодавством; способи ведення податкового обліку і формування бази оподаткування, не передбачені податковим законодавством; способи ведення податкового обліку і формування бази оподаткування, варіантність яких обумовлена колізіями податкового законодавства.

Дробишева О.О.
к.е.н., доцент,
Бучакчійська Ю.М.
магістрант
Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ КРИЗИ

В умовах швидких змін та криз в різних галузях економіки та відсутності досвіду в їх подоланні перед вітчизняними підприємствами постає завдання щодо вияву резервних заходів з метою підтримання їх прибутковості. У поточному періоді значна кількість базових промислових підприємств, які формують валовий внутрішній продукт стали більш вразливими та знизили не тільки фінансово-економічні показники, а й втратили конкурентоспроможність. Серед основних причин такого становища можна назвати техніко-технологічне відставання та відсутність дієвих управлінських стратегій щодо подолання кризових явищ. Крім того, високі темпи зростання цін на продукцію паливно-енергетичного комплексу, транспортні послуги та нестабільність національної грошової одиниці сприяють розвитку кризових ситуацій в діяльності підприємств. Саме тому, особливо актуальними на сьогодні є питання управління прибутком на підприємствах і застосування ефективних методів підвищення їх прибутковості та платоспроможності.

Головною метою управління прибутком є забезпечення максимізації добробуту власників підприємства в поточному і перспективному періоді. Ця головна мета повинна забезпечувати поєднання інтересів власників з інтересами держави і персоналу підприємства [1].

Більшість суб'єктів господарювання за останні роки працювали збитково. Протягом 2014-2016 рр. відбувся обвал національної валюти з 10 до 27 гривень за долар. Внаслідок цього, підприємства, які працювали за довгостроковими контрактами, використовували імпортні комплектуючі чи інші матеріали зазнали значних збитків, багато з них були змушені припинити свою діяльність. У той же час, девальвація дозволяє в гривневому вираженні нарощувати показники фінансового результату. Так, за даними Державної служби статистики України динаміка стосовно показників прибутковості є стабільною: з 2015 р. по 2017 р. прибутки підприємств збільшилися з 352 980,4 млн. грн. до 514969,5 млн. грн., а збитки скоротились з 726496,4 млн. грн. до 333276,8 млн. грн. [2]. Тобто спостерігається тенденція до зменшення збиткових підприємств, підприємства покращують свої фінансові результати, і бажано цю тенденцію закріпити.

При цьому слід зазначити, що у промисловій сфері, незважаючи на позитивну динаміку абсолютних показників, спостерігається зростання підприємств, які одержали збиток: за три останні роки у загальній їх кількості спостерігається збільшення з 27,4 % до 28,8 %. І це при тому, що кількість підприємств з 2015 р. по 2017 р. скоротилася з 343440 од. до 338254 од. (у 2016

р. кількість підприємств, які займалися економічною діяльністю складала всього 306369 од.), в тому числі кількість великих підприємств також мають тенденцію до їх скорочення – з 423 до 399 одиниць [3].

Не краща ситуація з фінансовими результатами і в малому бізнесі. Загальновідомим є те, що роль малого підприємництва в країнах з ринковою економікою є дуже вагомою. Станом на 01.01.2018 р. структура підприємств України за їх розмірами наступна: частка малих підприємств у загальній кількості становила 95,5 %, середніх – 4,4 %, великих – 0,1 % [3]. Незважаючи на те, що мале підприємництво займає значну частку в кількості підприємств, однак його внесок в економічні результати (доходи і прибутки) протягом багатьох років залишаються несуттєвими, а діяльність малих підприємств в більшій мері є збитковою.

Отже, зазначена тенденція збиткової діяльності вітчизняних підприємств оцінюється особливо негативно і потребує негайного вирішення наявних проблем. Для стимулювання діяльності підприємств необхідний ефективний механізм управління прибутками, який би містив коло інструментів та важелів впливу.

Для того, щоб сформувати дієвий механізм управління прибутком для українських суб'єктів господарювання можна запропонувати наступні заходи: проводити ефективну кадрову політику; розширювати ринки збуту та підвищувати ефективність маркетингової політики підприємств, управляти і контролювати витрати, уникати непродуктивних витрат шляхом їх нормування, планування та аналізу; проводити модернізацію техніко-технологічної бази, використовувати енергозберігаючі технології; постійно підвищувати якість продукції, удосконалювати бізнес і менеджмент, особливої уваги потребують нестандартні рішення та інноваційні ідеї, комунікації із споживачами, які на даний час стають домінуючими в здатності прибутково працювати.

Таким чином, отримання та збільшення прибутковості підприємств в умовах кризи можливе за своєчасної реакції на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, планування стратегії розвитку та розробки превентивних антикризових заходів.

Література

1. Тульчинська С. О. Основи управління прибутком підприємства / С. О. Тульчинська, Т. П. Ткаченко, О. І. Скоробогатий // Ефективна економіка. – № 2. – 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/4.pdf.

2. Чистий прибуток (збиток) підприємств за видами економічної діяльності за 2015-2017 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

3. Кількість підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua.

Дутова Н.В.
к.е.н., доцент,
Коваль Х.О.
здобувач
Донецький національний університет ім. Василя Стуса (Україна)

ЕЛЕКТРОННЕ ДОКУМЕНТУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

На сучасному етапі розвитку суспільства зростає роль комп'ютеризації. Інформаційно-комунікаційні технології широко розповсюджуються і впроваджуються в усі сфери людського життя та істотно впливають на всі галузі економіки, у тому числі бухгалтерський облік. Понад 70% інформації, що використовується управлінцями, – це бухгалтерська інформація, від якої залежить ефективність прийняття управлінських рішень, тому вимоги до якості облікової інформації є дуже високими. Якість облікової інформації значно залежить від процесу складання первинної документації, адже її неналежне оформлення може призвести до викривлень даних обліку та недостовірної фінансової звітності.

На даний час багато країн переходять на без паперову технологію ведення бухгалтерської звітності. Електронний документообіг набуває все більшого розповсюдження, адже має ряд переваг, які дозволяють підвищити якість документації.

Використання електронних документів полегшує та прискорює процес обробки інформації. Електронний документообіг легко піддається оптимізації: витрати на його введення окупаються за рахунок підвищення швидкості обміну інформацією, скорочуються витрати на зберігання паперів та зменшується кількість працівників, зайнятих роботою з документами. Електронне документування дозволяє спростити процедуру прийняття рішень, скоротити кількість помилок і зловживань, а також підвищити керованість і гнучкість процесів передачі інформації.

Однак система електронного документообігу має і свої недоліки. Одним з основних – є можливість втрати інформації. Постає проблема забезпечення абсолютної надійності зберігання і передачі інформації в електронному середовищі. Проте застосування запобіжних заходів та спеціальних технологій дозволяє підвищити надійність електронного способу обміну даними.

Ведення системи електронного документообігу вимагає спеціальних вмінь та навичок роботи з відповідним програмним забезпеченням та технікою.

В Україні можливості використання електронних документів підприємствами створено на законодавчому рівні. Основним напрямком державного регулювання є визнання юридичної сили електронного документу і електронного підпису, обмеження щодо їх використання. Закон України «Про електронні документи і електронний документообіг» визначає поняття електронного документу, його правовий статус та встановлює основні організаційно-правові засади функціонування електронного документообігу в

Україні. Паперові та електронні документи створюються і використовуються на рівнозначних умовах та мають однакову юридичну силу.

Таким чином, на законодавчому рівні закріплено можливості створювати та використовувати електронні документи, їх інформаційна та доказова функції. Проте в той же час деякі нормативно-правові акти свідчать про відсутність абсолютної довіри до електронних документів. Відтак, в Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (п. 9.6) вказано, що у разі складання та зберігання первинних документів і регістрів бухгалтерського обліку з використанням електронних засобів оброблення інформації підприємство зобов'язане за свій рахунок виготовити їх копії на паперових носіях на вимогу інших учасників господарських операцій, а також правоохоронних органів та відповідних органів у межах їх повноважень, передбачених законами.

Отже, незважаючи на рівнозначні умови створення і використання паперових та електронних документів, перевага електронного документообігу наразі поза сумнівом. Впровадження системи електронного документування дозволяє прискорити і полегшити роботу з інформацією, зменшити кількість помилок, що в свою чергу підвищує якість та достовірність облікової інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень.

Світовий ринок програмного забезпечення управління електронним документообігом стрімко розвивається. Відбувається прогресивна розробка і впровадження нового програмного забезпечення, за рахунок чого діяльність підприємств стає ефективнішою. В даний час електронний документообіг широко впроваджується у західних країнах, проте українські підприємства повільно рухаються до такої оптимізації.

Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р. №996-XIV. Дата оновлення 01.01.2018. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14 (дата звернення: 20.06.2018).
2. Про електронні документи і електронний документообіг: Закон України від 22.05.2003 р. № 851-IV. Дата оновлення 30.09.2018. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/851-15 (дата звернення: 20.06.2018).

Кірнос І.О.
к.держ.упр., доцент, докторант
Кременчуцький національний університет ім. М. Остроградського (Україна)

ГОТОВНІСТЬ ДО ПРАЦІ У ПЕНСІЙНОМУ ВІЦІ: ОПИТУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Утримання працівників похилого віку якомога довше на робочому місці передбачає вивчення їхніх специфічних потреб, побажань щодо умов праці та графіків роботи, виявлення намірів та планів щодо продовження кар'єри. Систематичне опитування персоналу дозволить виявити їхні незадоволені потреби, вчасно скорегувати кадрову політику, покращити умови праці у разі необхідності. Опитування думки дозволяють виявляти дані, недоступні для спостереження і експерименту – думки, цінності, установки, бажання і прагнення людей. Анкетування представляється ефективним інструментом збору емпіричної інформації в дослідженні ступеня готовності персоналу продовжувати роботу в пенсійному віці.

Для вивчення ступеню готовності персоналу до продовження праці у зрілому віці розроблено дві анкети, що досліджують соціально-психологічні та організаційні чинники впливу на пенсійні рішення .

Розглянемо зміст анкети № 1 «Соціально-психологічні чинники готовності до продовження праці у пенсійному віці». Форма опитування представляє собою індивідуальне анонімне анкетування за допомогою роздавальної анкети, що складається з 35 питань, з яких 2 закритих питання, 28 питань зі шкалами відповідей і 5 питань, що є характеристиками соціально-демографічного профілю. Під час проектування анкети використано секційний підхід, при якому розглядаються питання, що складають окремі смислові блоки. Анкету слід розглядати як універсальний діагностичний інструмент вимірювання готовності до продовження роботи в пенсійному віці, застосовний на підприємствах будь-яких сфер діяльності та організаційно-правової форми.

Анкета складається з 10 смислових блоків, що дозволяють виявити спектр відносин до проблеми продовження роботи в пенсійному віці: наміри щодо продовження роботи, характер роботи (фізична/розумова), стан здоров'я, фінансова забезпеченість, перевтома та стрес, задоволення роботою, конфлікт сімейних обов'язків та роботи, мотиви до праці, ставлення до пенсії [1, с. 91-93]. Варіанти відповідей представляють собою твердження за 5-бальною шкалою Лікерта від «1 – повністю не згоден» до «5 – абсолютно згоден», що дозволяють кількісно оцінити соціально-психологічні чинники пенсійних рішень.

Результати анкетування дозволять підприємству виявити відсоток працівників, що бажають працювати після досягнення пенсійного віку та планувати кадрову політику та оновлення персоналу. Виявлення причин незадоволеності умовами роботи дозволять розробити заходи щодо їхнього

покращення з метою утримання працівників старшого віку на робочому місці якомога довше.

Анкета № 2 «Організаційні чинники щодо продовження праці в пенсійному віці» спрямована на виявлення намірів, специфічних потреб і сприйняття працівниками організаційного клімату щодо продовження праці у пенсійному віці. Для досягнення мети було розв'язані такі завдання: по-перше, виявлені наміри ППВ щодо закінчення (продовження) кар'єри. По-друге, виявлено специфічні потреби та вподобання щодо продовження праці. По-третє, оцінено сприйняття ППВ організаційного клімату щодо роботи у пенсійному віці, зокрема, можливостей для розвитку, наявності вікової дискримінації, рівня організаційної підтримки й урахування вікових потреб у кадровій політиці

Форма опитування являє собою індивідуальне анонімне анкетування за допомогою роздавальної анкети, що складається з 47 питань. При розробці анкети використано секційний підхід, згідно з яким питання згруповано у змістовні блоки: кар'єрні вподобання, бажані умови роботи, сприйняття можливостей для розвитку, сприйняття організаційної підтримки, урахування віку в кадровій політиці, емоційна прихильність до організації, сприйняття вікової дискримінації [2, с. 308]. Питання анкети представлено в додатку В. Варіанти відповідей представляють собою твердження за 5-бальною шкалою Лікерта від «1 – повністю не згоден» до «5 – абсолютно згоден», що дозволяють кількісно оцінити соціально-психологічні чинники пенсійних рішень.

Аналіз відповідей респондентів дозволить підприємству, що зацікавлене в утриманні ППВ, отримати зворотний зв'язок щодо ефективності політики управління персоналом, виявити кар'єрні наміри та побажання персоналу щодо умов роботи у пенсійному віці, оцінити їхнє сприйняття організаційного клімату щодо успішного старіння на робочому місці. Отримана інформація є основою для розробки стратегії підприємства щодо адаптації до старіння персоналу.

У разі виявлення зацікавленості працівників у схемах гнучкого робочого часу, скорочення навантаження або поступового виходу на пенсію підприємству доцільно запровадити особливі умови роботи для осіб старшого віку, що дозволить урахувати їхні специфічні потреби й утримати їх на робочому місці після досягнення пенсійного віку.

Література

1. Кірнос І. О. Пенсійний вік : готовність персоналу до продовження праці / І. О. Кірнос // Інтеллект XXI. – 2018. – № 2. – С. 89-94.

2. Кірнос І. О. Діагностика організаційних чинників щодо продовження роботи у пенсійному віці / І. О. Кірнос // Проблеми економіки. – 2018. – № 1. – С. 308-314.

Кошельок Г.В.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне управління грошовими потоками підприємства є одним з головних завдань фінансової служби будь-якого підприємства. З одного боку воно впливає на рівень ліквідності підприємства, а з іншого – на ефективність діяльності суб'єкта господарювання та його фінансовий стан.

У сучасній економічній літературі поняття «ефективність» дуже часто зустрічається та використовується до явищ, процесів, понять, що розглядаються але однакового трактування воно ще не знайшло у науковців. Як зазначено у роботі [1, с. 43], «ефективність відноситься до унікальних економічних категорій, тому що усі знають, як вона розраховується, але ніхто не знає, що вона визначає», тому потребує більш детальнішого вивчення. Також поняття «ефективне управління» не має одностадійного підходу і є багатоаспектним комплексним поняттям, що розглядає результативність певного процесу або дії. Ефективність управління – специфічне поняття, що відображує рівень і динаміку розвитку управління, якісні та кількісні риси цього процесу. Варто зазначити, що до теперішнього часу не розроблена модель ефективного управління грошовими потоками підприємства.

Ефективність управління грошовими потоками – це досягнення керівництвом підприємства поставленої мети у найближчий термін при високих кількісних і якісних показниках.

Метою ефективного управління грошовими потоками будь-якого підприємства є гарантування фінансової та економічної рівноваги шляхом коригування та збалансування обсягів надходжень та витрат грошових коштів господарюючого суб'єкта [2, с. 108].

Ефективне управління грошовими потоками повинно базуватися на базових положеннях щодо організації управління грошовими потоками [3, с. 124].

Ефективне управління грошовими потоками дозволяє підприємству реалізувати стратегічні цілі його діяльності, забезпечити високий рівень оборотності капіталу, ритмічність діяльності, підвищити ступінь фінансової рівноваги та отримати додатковий прибуток, а також сприяє формуванню додаткових інвестиційних ресурсів для здійснення фінансових інвестицій. Сам же процес управління грошовими потоками може бути ефективним лише у тому разі, якщо їхнє планування та аналіз матимуть системний і комплексний характер [4, с. 142].

Підвищення ефективності управління грошовими потоками на підприємстві безпосередньо пов'язано з вирішенням завдань достовірності формування даних щодо руху грошових коштів на підприємстві, своєчасного забезпечення потреби в капіталі для фінансування поточних зобов'язань,

попередження банкрутства суб'єкта господарювання. З метою підвищення ефективності управління грошовими потоками важливо приділити увагу налагодженню процедури обліку грошових коштів на підприємстві, що сприяє забезпеченню процесу відбору відповідних інформативних показників, які характеризують стан і рух грошових коштів та необхідні для здійснення контролю й аналізу, планування та підготовки ефективних управлінських рішень [5, с. 331].

Щоб ефективно управляти грошовими потоками необхідно знати їх величину за певний період часу (місяць, квартал, рік), основі їх елементи, види діяльності, що генерують потік грошових коштів.

Для того щоб виміряти ефективність управління грошовими потоками необхідно сформувати систему певних критеріїв і показників.

Оціночними критеріями ефективності слугують вартісні та натуральні показники, спеціальні коефіцієнти або окремі якісні показники. Показники ефективності – це індикатори, що характеризують систему на предмет досягнення поставленої мети та задоволення певним критеріям якості функціонування. Кожен індикатор повинен бути: виміряним; надійним; ввідтвореним (забезпечення тотожності методики розрахунку порівнюваних показників); інформативним (корисним для прийняття рішень); зручним для користувачів.

Розрізняють показники ефективності: кількісні і якісні; загальні й локальні; прості та інтегровані (розраховуються на підставі декількох параметрів). Вибір показників ефективності управління грошовими потоками на підприємстві здійснюється на підставі професіоналізму працівників фінансової служби або експертів-аналітиків.

Таким чином, ефективне управління грошовими потоками підприємства сприяє підвищенню ритмічності операційного процесу підприємства, дозволяє знизити потребу підприємства у позиковому капіталі, є фінансовим важелем прискорення оборотності оборотного капіталу, знижує ризик неплато-спроможності, формує додатковий прибуток підприємства

Література

1. Літвінова В. О. Економічна ефективність : сутність та форми // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 2 (26). –С. 43-45.
2. Сергєєва О. Р. Сутність та основні аспекти управління грошовими потоками підприємства // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Вип. 12. Ч. 2. – С. 107-110.
3. Поддєрьогін А. М., Невмержицький Я. І. Ефективність управління грошовими потоками підприємства // Фінанси України. – 2007. – № 11. – С. 119-127.
4. Кавтиш О. П., Ночовна А. С. Удосконалення управління грошовими потоками з метою підвищення ефективності діяльності підприємства // Сучасні проблеми економіки та підприємництво. – 2014. – Вип. 14. – С. 140-146.
5. Коваленко С. О. Сутність грошових потоків та їх роль в управлінні фінансами підприємств. Науково-технічний збірник. – 2010. – № 96. – С. 328-332.

Ланченко Є.О.
к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів і природокористування України
(Україна)

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ В ДЕРЖАВНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Загальноприйнятою є думка, що державне підприємство не може бути ефективним у результаті відчуженості працівників від засобів праці державної форми власності й кінцевих результатів трудової діяльності. З цим не зовсім можна погодитися, адже не лише приватна власність є рушієм розвитку підприємства. Більшість працездатного населення будь-якої країни є найманими працівниками, а тому запорукою досягнення економічних і соціальних результатів господарської діяльності значною мірою залежить від стану соціально-трудових відносин.

Предметом соціально-трудових відносин у будь-якому підприємстві виступають питання, пов'язані з оплатою праці, ефективністю господарювання, забезпеченням зайнятості й соціального захисту населення тощо. Розглянемо особливості соціально-трудових відносин в державних сільськогосподарських підприємствах на прикладі Відокремленого підрозділу Національного університету біоресурсів і природокористування України "Агрономічна дослідна станція" (АДС).

Одним із напрямів регулювання соціально-трудових відносин зайнятості й оплати праці на підприємстві є укладання колективних договорів, як правило, на 3-річний період. Останній такий договір у АДС укладено між адміністрацією й профспілковим комітетом ще в 2011 р. на період 2011-2016 рр. На сьогодні він залишається чинним.

Проводячи аналіз розділу Колективного договору "Нормування та оплата праці" в АДС, можна відмітити, що він практично дублює положення чинних Генеральної й Галузевої угод. Це означає, що мінімальні галузеві гарантії оплати праці прийняті в основу мотиваційного механізму в АДС. Зважаючи на неприбутковий характер виробництва продукції, особливості в оподаткуванні й земельних відносин, варто підходити до соціального діалогу керівництва АДС і їх профспілкових структур більш ретельно, приділяючи більше уваги нематеріальному стимулюванню праці персоналу підприємства.

Доцільним є повна або часткова оплата вартості навчання студентів – дітей працівників підприємства, які навчаються по контракту в аграрному ЗВО, а також їх проживання в гуртожитку (можливо встановити певний ліміт на 1 працівника, наприклад, у межах 15-25 тис. грн. за 1 навчальний рік). Кращих працівників року на принципах змагальності виконання норм праці та за відповідні трудові результати слід преміювати, встановити їм доплати чи їх підвищені розміри тощо.

При укладанні нового колективного договору в АДС необхідно сформувати окремий документ "Положення про оплату праці в 2018 р.", який

стане його логічним продовженням. Усі нормативні положення по оплаті праці (норми виробітку, норми обслуговування, нормовані завдання, акордні розцінки по оплати праці для працівників-відрядників; тарифну сітку й схему посадових окладів для працівників-погодинників, штатний розпис працівників тощо) мають бути зібрані в один документ. Тоді оперативно можна аналізувати та вносити корективи, ураховуючи організаційно-економічні, техніко-технологічні зміни, що відбуваються в господарстві й фінансовій сфері країни.

Потрібно розглянути можливість поступового збільшення діапазону міжрозрядних коефіцієнтів та дослідити вплив на продуктивність праці. Для даного експерименту є всі підстави й фінансові можливості в АДС, оскільки збільшується урожайність культур і продуктивність корів, валове виробництво продукції. Необхідно проводити контрольно-аналітичну роботу щодо впливу даного заходу на збільшення продуктивності праці та інші результативні показники в господарстві, не допускаючи при цьому зменшення чисельності працівників і масштабів виробництва.

У контракті з директором АДС пропонується передбачати нормативні положення, які б спонукали керівника до ефективного управління господарством, а саме розмір посадового окладу, доплати й премії поставити у відповідну залежність від показників динаміки соціально-економічного розвитку господарства за минулий звітний період. Ураховуючи спеціалізацію господарства і неприбутковий статус підприємства з казначейським обслуговуванням, такими показниками можуть бути: збільшення урожайності культур, продуктивності корів, приросту живої ваги ВРХ, понадпланових надходжень коштів на казначейський рахунок, продуктивності праці, середньої зарплати по підприємству; розширення сфери виробничої діяльності (збільшення основного капіталу), додаткове залучення працівників із сіл відповідного району тощо.

Останній аргумент особливо актуальний, оскільки на селі спостерігається соціальна напруга зі сферою прикладання праці, зменшується рівень зайнятості сільського населення. Потрібно забезпечити показовий приклад розвитку для вирішення соціально-трудових питань розвитку сільських територій, уникнення невдоволень і намірів у сільських громадах щодо розпаювання земель державних підприємств. Подібний принцип диференціації посадового окладу й додаткової заробітної плати можна застосовувати для заступників керівника господарства, працівників фінансово-економічної та технологічних служб підприємства державних сільськогосподарських підприємств.

Потрібно підходити комплексно до удосконалення соціально-трудових відносин у державних сільськогосподарських підприємствах: зарплата – соціальний пакет – комфортні умови праці – оптимальні режими праці й відпочинку – підвищення кваліфікації – підтримка соціальної сфери села – розвиток корпоративної культури в трудовому колективі й прозорість у фінансових відносинах – налаштування на кращий кінцевий результат господарської діяльності.

Ліхоносова Г.С.
к.е.н., доцент
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут» (Україна)

ПРОСТІР РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ВІДТОРГНЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Виокремлення будь-якої матеріальної системи засновано на обмеженні розгляду певного переліку об'єктів, що включаються до складу даної системи, від решти об'єктів матеріального світу. Згідно А.Д. Холлу та Р.Е. Фейджину [1, с. 252] простір системи – це сукупність всіх об'єктів, зміна властивостей яких впливає на якість системи, а також тих об'єктів, чиї властивості змінюються в результаті певної поведінки системи. Тобто простір – це оточуючі умови функціонування та діяльності, обов'язковим атрибутом якої є взаємодія умов та об'єктів, що занурені у ці умови.

Виходячи з цього, простір функціонування промислового підприємства є сукупність всіх умов та об'єктів, зміна якостей та властивостей яких призводить до зміни процесу функціонування промислового підприємства, а також тих об'єктів, чиї властивості змінюються разом із зміною процесу функціонування підприємства.

При цьому, слід означити, що простір підприємства відрізняється від середовища його функціонування, саме тим що простір включає конкретні характеристики відстеження та фазові точки координації. Необхідно підкреслити, що методологія розділення безлічі взаємопов'язаних об'єктів та умов на підприємство та простір, що його оточує, є важливим етапом дослідження проблематики фазового простору підприємства.

Г. Ферстер [2, с. 239] зазначає, що простір підприємства вміщує в себе внутрішнє та зовнішнє середовище його функціонування і має певну власну структуру. Це говорить про те, що простір підприємства варто не лише визначати, а й методологічно структурувати з метою виявлення факторів, що визивають його зміну, яка, у свою чергу, деформує стан підприємства в ньому.

Бусленко Н.П. [3] виокремлює простір, де відбувається взаємодія внутрішніх факторів або властивостей підприємства факторами (властивостями) зовнішнього середовища.

Таким чином, за принципом межі об'єктів фазовий простір функціонування промислового підприємства складається з мікро- та макросегментів. Мікросегмент фазового простору підприємства визначається умовами та об'єктами, що мають безпосереднє відношення до підприємства, макросегмент визначається умовами та об'єктами, що мають більш широкий спектр дії, що опосередковано впливає на діяльність підприємства через його мікросистему. Сегмент – це одна з однорідних ділянок, із яких складається ціле або ж частина програми, яка може бути виконана без введення в дію усього програмного комплексу [4]

Макросегмент більш непередбачуваний та не керований для підприємства, його зміни менш піддаються контролю та аналізу з боку підприємства. До понять макро- та мікросегментів фазового простору діяльності підприємства слід додати поняття внутрішнього середовища функціонування підприємства, яка визначається умовами та об'єктами, що мають безпосереднє відношення до структури самого підприємства. Такими чином, весь фазовий простір функціонування підприємства на глобальному рівні можна структурувати на мікросегменти, макросегменти простору та внутрішнє середовище підприємства та їхнє взаємне проникнення один в одного, що формує новий фазу простору – дифузійну.

З метою конкретизації та моделювання фазового простору підприємства із впровадженням можливості регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємстві слід зупинитися на визначенні «фактор».

За словниковим тлумаченням «фактор» визначається як причина, рушійна сила будь-якого процесу, явища, що визначає окремі його характерні ознаки [4]; момент, істотна обставина, в певному процесі. Отже, використання терміну «фактор» чітко або опосередковано передбачає існування інших факторів, що також здійснюють певний вплив на об'єкт дослідження, тобто з певного «поля впливу» виокремлюються більш або менш істотний відносно однорідний компонент, що вказує відносно автономний та специфічний вплив на даний об'єкт. Визначення принципів та засобів виокремлення факторів із «загального поля впливу» являє собою досить складну задачу, виходячи з того, що даний рівень методологічного пізнання завжди знаходиться в динамічному русі та постійних змінах критеріальних ознак. Взаємозалежність та взаємовплив одних факторів на інші не дозволяє обмежитися аналізом якого-небудь одного фактору та вимагає з'ясування його місця та ролі у низці інших факторів.

Таким чином, фактор простору регулювання соціально-економічного відторгнення на підприємстві – це поняття, що слугує для означення одного з низки об'єктивних явищ, що відбуваються на підприємстві, мають істотний, активний та відносно стійкий вплив на різні сторони поведінки персоналу підприємства не залежно від джерел, напрямів та наслідків цього впливу.

Література

1. Холл А. Д. Определение понятия система. Исследования по общей теории систем / А. Д. Холл, Р. Е. Фейджин. Под ред. В. Н. Садовского, Э. Г. Юдина. – М. : Прогресс, 1969. – С. 252-282.

2. Forster J. Economic evolution and the science of synergetics / John Forster, Philip Wild // Journal of Evolutionary Economics. – 1996. – Vol. 6, iss. 3. – P. 239.

3. Бусленко Н. П. Моделирование сложных систем / Н. П. Бусленко. – М. : Глав. ред. физ.-мат. литературы изд-ва «Наука», 1968. – 356 с.

4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : ВТФ „Перун", 2009. – 1024 с.

Скіцько В.І.
к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЖИТТЄЗДАТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрова економіка – це діяльність, в якій основними засобами (факторами) виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) числові та текстові дані, а її основою є інформаційно-комунікаційні та цифрові технології [1].

До цифрових технологій, які вже здобули наразі або можуть здобути в недалекому майбутньому широке використання в логістичних системах, можна віднести: Інтернет Речей; Великі Дані; Хмарні обчислення; Блокчейн; 3D-друк; автономні роботи; Штучний інтелект; доповнена та віртуальна реальність; біонічні технології; автономні самокеровані транспортні засоби та безпілотні літальні апарати; системи (машини), які здатні до самонавчання та навчання інших машин; цифрові ідентифікатори тощо [2].

Логістична система – це адаптивна (самонастроювальна або самоорганізуюча) система із зворотним зв'язком, що виконує ті чи інші логістичні функції та операції, складається переважно з декількох підсистем і має доволі розвинуті зв'язки із зовнішнім середовищем [3; 4].

Життєздатність логістичної системи – це здатність логістичної системи до:

1) *існування (функціонування),* що досягається завдяки її *стійкості* (характеризує здатність логістичної системи зберігати свою цілісність та функціональність за різних зовнішніх змін та збурень, повертатися до попередніх станів тощо) та *надійності* (характеризує спроможність логістичної системи досягнути деякої мети виключно власними внутрішніми силами, структурою тощо);

2) *розвитку*, що досягається завдяки її *живучості* (характеризує потенціал логістичної системи – здатність зберігати напрямок розвитку щодо досягнення мети/цілей при зовнішніх впливах, здатність самовідновлюватися впродовж прийнятного часу) та *вмотивованості* (характеризує інтенсивність та тривалість дій, пов'язаних із впливом на логістичну систему ззовні чи всередині щодо реалізації її потенціалу) (на основі [5-8]).

Використання цифрових технологій в логістичних системах насамперед впливає на логістичні процеси, пов'язані із інформаційними та матеріальними потоками, які є основними логістичними потоками та протікають через усі логістичні підсистеми. Зміни у протіканні цих потоків суттєво можуть вплинути на функціонування усієї логістичної системи, в т.ч. її життєздатність. Тому в першу чергу вплив цифрових технологій на життєздатність логістичної системи можна розглядати з точки зору змін саме в цих потоках.

З іншої сторони, цифрові технології як інновації пов'язані насамперед із *розвитком* логістичної системи в цілому та впливають на її *існування*. Різні

цифрові технології по різному впливають на життєздатність логістичної системи. Для цифрових технологій, які вже широко використовуються і не є чимось невідомим для бізнесу (наприклад, Інтернет Речей, Хмарні обчислення, Великі Дані), можна досить точно оцінити їх вплив на *розвиток* логістичних систем. Дещо важче оцінити вплив на життєздатність логістичних систем цифрових технологій, використання яких не набуло широкого розповсюдження, проте є точкові застосування великими компаніями у сфері логістики та виробництва. До таких технологій можна віднести, наприклад, доповнену та віртуальну реальність, Штучний інтелект, автономні роботи, Блокчейн тощо.

Якщо цифрові технології розглядати як інвестиції, то і оцінювати їх вплив на життєздатність логістичних систем можна використовуючи відповідні фінансові показники, які наведені, зокрема в [7]: рентабельність інвестицій, коефіцієнт повернення інвестицій і т.п.

Можна припустити, що із розвитком цифрових технологій їх вплив на життєздатність логістичних систем буде лише посилюватися, а тому потрібно далі розвивати дослідження за цим напрямком.

Література

1. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-р.
2. Logistics Trend Radar. URL : http://www.dhl.com/content/dam/downloads/g0/about_us/logistics_insights/dhl logistics_trend_radar_2016.pdf
3. Крикавський Є. В., Похильченко О. А., Чорнописька Н. В., Костюк О. С., Савіна Н. Б., Нікшич С. М., Якимишин Л. Я. Економіка логістики : навч. посібник. За ред. Є. В. Крикавського, О. А. Похильченко. – Львів : Видавництво Львівської політехніки. – 2014. – 640 с.
4. Смирнов І. Г., Косарева І. Г. Транспортна логістика : навч. пос. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
5. Сергєєва Л. Н., Бакурова А. В., Воронцов В. В., Зульфугарова С. О. Моделювання структури життєздатних соціально-економічних систем : [монографія]. – Запоріжжя: КПУ. – 2009. – 200 с.
6. Моделювання управління життєздатністю комерційного банку : [монографія]. За заг. ред. д.е.н., проф. Л. Н. Сергєєвої. – Запоріжжя : КПУ. – 2011. – 360 с.
7. Андрющенко І. Є. Узагальнення показників життєздатності промислового підприємства // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент» : збірник наукових праць. – Одеса. Випуск № 14, 2015. – С.116-118.
8. Вітлінський В. В., Катуніна О. С. Методологічні аспекти моделювання розвитку та життєздатності систем і контрагентів цифрової економіки // Проблеми економіки. – 2018. – № 1. – С. 333-341.

Пудичева Г.О.
к.е.н., старший викладач,
Малишко В.С.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ОСНОВНІ ФАКТОРИ ВИКОРИСТАННЯ РЕВЕРСИВНОЇ ЛОГІСТИКИ

В останні роки проблематиці реверсивної логістики приділяється все більше уваги з боку вітчизняних науковців та практиків у сфері логістичного управління. Впровадження даної концепції у практику господарювання підприємств обумовлене, перш за все, необхідністю підвищення узгодженості функціонування окремих підрозділів та підприємства в цілому, зокрема по відношенню до зовнішнього середовища.

Як зазначають М.І. Бублик та Т.О. Коропецька, реверсивна логістика виступає ефективним інструментом механізму регулювання техногенних збитків промислових підприємств, що дозволяє зменшити або ліквідувати деструктивний вплив господарської діяльності на еволюційний розвиток економіки, довкілля та населення [1, с. 42].

Реверсивна логістика в загальному вигляді являє собою процес повернення товарно-матеріальних цінностей (вилучені товари, упаковка та відходи, що підлягають вторинній переробці та рециклінгу) від споживача до виробника [2, с. 38]. Таким чином, якщо основним об'єктом логістики є матеріальні та супутні потоки, що йдуть від виробника до споживача, то об'єктом реверсивної логістики є рух зворотних потоків від споживача до виробника.

Реверсивна логістика в сучасних умовах не тільки дає можливість підприємствам створити джерело додаткових доходів, але й показати свою соціальну відповідальність шляхом здійснення соціальної, екологічної діяльності.

Впровадження реверсивної логістики підприємствами веде до отримання не тільки економічних переваг, але й до позитивних екологічного та соціального ефектів, тобто сприяють виконанню цілей сталого розвитку. Крім того, впровадження реверсивної логістики дає можливість підприємствам отримати певні конкурентні переваги, серед яких: мінімізація загальних витрат підприємства, підвищення продуктивності праці, вдосконалення споживчого сервісу, підвищення рівня задоволеності та лояльності споживачів тощо.

Основні фактори, які стимулюють підприємства використовувати реверсивну логістику, можна класифікувати на зовнішні та внутрішні в залежності від джерела їх походження.

Зовнішні фактори зазвичай концентрують увагу організацій на створенні та зростанні цінності для споживача. Серед таких факторів:

- Політичні фактори – законодавчі ініціативи, нормативні документи, які посилюють екологічні вимоги, регулюють відповідальність підприємства у сфері розміщення, збору та переробки продукції та ін.

- Взаємозв’язки з партнерами – посилення кооперації всередині ланцюгів постачань має позитивний вплив на розвиток реверсивної логістики.
- Ринкові фактори та конкуренція – підприємства можуть отримати додаткові конкурентні переваги, задовольняючи потреби споживачів при зниженні цін, підвищуючи ефективність використання наявних активів.
- Соціальні фактори – підприємства все частіше беруть на себе соціальну відповідальність, що формує позитивний імідж перед споживачами.

Внутрішні фактори спонукають підприємства впроваджувати реверсивну логістику, сприяючи підвищенню доходів та скороченню витрат. Серед них можна виділити наступні групи факторів:

- Економічні фактори – заміна первинної сировини на вторинну, зниження штрафів та витрат, пов’язаних з утилізацією відходів, податкові пільги.
- Серед технологічних факторів можна назвати доступність сучасних технологій переробки, швидке впровадження інновацій та ін.
- Фактори, пов’язані з управлінням – створення адаптивних організаційних структур, формування корпоративної культури менеджерами підприємства та ін. можуть прискорити впровадження реверсивної логістики.

Виходячи з вищезазначеного, можна зробити висновок, що використанню реверсивної логістики сприяють дві основні групи факторів: зовнішні та внутрішні.

Використовуючи реверсивну логістику, підприємства мають змогу не тільки підвищити ефективність своєї діяльності, скорочуючи витрати за рахунок економії сировини, матеріалів, а також забезпечити захист довкілля від забруднень, скоротити обсяг відходів та шкідливих викидів, підвищити якість продукції, підвищити ступінь задоволеності та лояльності клієнтів.

Література

1. Бублик М. І. Реверсивна логістика як елемент механізму регулювання техногенних збитків промислових підприємств / М. І. Бублик, Т. О. Коропецька // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доповідей IX Міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 8-10 листопада 2012 р.) / Національний університет "Львівська політехніка". – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 40-42.

2. Сагайдак-Никитюк Р. В. Внедрение реверсивной логистики в условиях фармацевтического производства / Р. В. Сагайдак-Никитюк, Н. А. Селиванова // Ремедиум. – 2008. – № 5. – С. 38-40.

Капталан С.М.
к.е.н., викладач
Одеський національний економічний університет (Україна)

СТАТИЧНІ ЕКОНОМІЧНІ СКЛАДОВІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАНЬ

Статичні економічні складові організаційно-економічного забезпечення управління підприємствами за своєю сутністю включають інструменти, засоби досягнення певних економічних інтересів суб'єктів економічних відносин.

Першою економічною складовою, яка розкриває динамічне поняття «трудові відносини», є мотивація персоналу до високопродуктивної праці. Кожна окрема людина до початку своєї трудової діяльності має певні потреби, які діляться на первинні та вторинні. Первинні – бажання задовольнити біологічні «відтворювальні» потреби у їжі, одязі, житлі тощо. Вторинні – потреби у самореалізації, духовному розвитку, вільному часі, відпочинку тощо. Як зазначає О.О. Сукач, людина має потреби, які породжують інтерес до працевлаштування. Але ж цей інтерес пов'язаний лише із бажанням задовольнити власні потреби [1, с. 36]. Людина згодна буде працювати, якщо підприємець дозволить задовольнити їй свої потреби, але це зовсім не означає, що працівник має намір задовольнити потреби роботодавця. Навпаки, працівник бажає отримувати якнайбільшу заробітну платню, при цьому щоб він мав багато вільного часу та не витрачав багато зусиль. Таке протиріччя інтересів працівника і роботодавця обумовлює необхідність застосування відносного працівника системи стимулювання, яка базується на використанні внутрішньої та зовнішньої мотивації до праці, що і є інструментом реалізації першої організаційної складової управління.

Другою економічною складовою, яка статично характеризує виробничі відносини з приводу об'єднання всіх видів ресурсів у виробничому процесі, є оптимізація витрат та підвищення обсягів виробництва продукції. Це одна з головних складових організаційно-економічного забезпечення управління діяльністю підприємства, оскільки від неї багато в чому залежить досягнення загальних цілей та задоволення економічних інтересів підприємницької діяльності. Саме від конкретного варіанта поєднання всіх видів ресурсів у операційному процесі й залежить обсяг виробництва продукції, а також обсяг витрат, які для цього потребує підприємство.

Наступною економічною складовою є результат відносин між підприємством та споживачами продукції, а саме – обсяг споживчих якостей, які були вироблені підприємством та знайшли собі споживача на ринку. На цьому етапі економічних відносин дуже важливим є процес передачі, доведення до споживачів товарів та інформації. Причому інформаційна логістика та маркетинг є навіть більш важливими для досягнення кінцевої мети діяльності, ніж логістика матеріальна.

Ще однією економічною складовою є результат конкуренції як відносин між суб'єктами підприємницької діяльності – конкурентами в ході боротьби за споживачів на окремому товарному ринку. Результатом конкуренції є зайняття певної частки ринку. Важливими складовими організаційно-економічного механізму у цьому напряму є наявність певних конкурентних переваг агропромислового формування (АПФ), характеристика рівня конкуренції на ринку, рівня його монополізованості, рівня взаємодії підприємств між собою.

Наступною економічною складовою організаційно-економічного забезпечення управління підприємствами є статичне вираження ресурсо-забезпечувальних відносин. У процесі забезпечення своєї діяльності підприємство стикається з необхідністю залучення широкого спектра ресурсів: матеріально-сировинних, матеріально-технічних, трудових, фінансових та нематеріальних (інформаційних). Кожен з цих видів ресурсів зазвичай залучається на відповідному ресурсному ринку (ринок праці, сировини, обладнання, ноу-хау, фінансів тощо). Однак, кожен з цих ринків має певні особливості, які впливають на підприємство, а саме – рівень монополізованості, особливості конкурентних стратегій його учасників, загальний рівень якості ресурсів на ринку.

Останньою статичною економічною складовою є результат соціально-економічних відносин підприємства, які представлені відносинами із суспільством в особі державних органів влади. Підприємство потребує взаємодії з великою кількістю органів державної влади. Як зазначають О.С. Літвінов та Д.Д. Радулов, підприємства повинні контактувати з біля 30 органами та регіональними представництвами державних органів влади [117, с. 250]. Крім організації відповідного обліку та ведення документації, підприємству потрібно мати хороший рівень юридичної підготовленості до взаємодії з представниками державних органів.

Таким чином, до статичних економічних складових організаційно-економічного забезпечення управління зовнішньоекономічною діяльністю АПФ пропонується віднести систему мотивації персоналу (керівників та виконавців) до високопродуктивної праці; ефективність витрат та обсягів виробництва продукції; систему взаємодії із споживачами з метою збуту продукції, у т. ч. маркетинг, логістику, формування попиту; конкурентні переваги АПФ; систему ресурсозабезпечення діяльності підприємства всіма видами ресурсів; рівень соціальної відповідальності АПФ.

Література

1. Сукач О. О. Управління витратами на оплату праці підприємств машинобудування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / О. О. Сукач. – Одеса : ОНЕУ, 2016. – 36 с.

2. Літвінов О. С. Вплив органів державної влади на діяльність промислових підприємств як один із зовнішніх факторів їх конкурентоспроможності / О. С. Літвінов, Д. Д. Радулов // Конкурентоспроможність підприємства : оцінка рівня та напрями підвищення : моногр. / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2013. – С. 250.

Баран О.Р.
аспірант
Львівський національний аграрний університет (Україна)

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА АГРОЛАНДШАФТНІЙ ОСНОВІ

Нинішні трансформації у сільському господарстві відбуваються на фоні кризової ситуації, яка охопила майже всі елементи аграрного виробництва. Так, за високого ступеня освоєності та розораності території знижується ефективність земельно-ресурсного потенціалу та особливо його природно-складових компонентів. Це загрозливе становище зумовлює необхідність оптимізації сільськогосподарського виробництва, що ґрунтується на агроландшафтній основі та забезпечує зростання ефективності використання природних ресурсів і створення оптимальних умов для формування ефективного агровиробництва.

Агроландшафтний підхід має за мету розроблення механізмів формування стійких агроландшафтів щодо несприятливих природних явищ та антропогенного навантаження, а також ресурсозберігаючих технологічних підходів до обробітку сільськогосподарських культур. При цьому, найбільшої ефективності при застосуванні цього підходу можливо досягнути за умови його реалізації в межах комплексної науково обґрунтованої системи сільськогосподарського природокористування, що дозволяє оптимізувати сукупність екологічних елементів територіального устрою агроландшафтів та економічних умов сільськогосподарського виробництва [1, с. 64]. Тож, за сучасних умов господарювання збалансоване сільськогосподарське виробництво важко уявити без еколого-економічного обґрунтування та раціональної організації використання земельних ресурсів і, передусім, на агроландшафтної основі.

Відмітимо, що забезпечення збалансованого природокористування реалізується за умови взаємодії людини і довкілля на конкретній території та визначається її матеріальними й духовними потребами. Взаємодія, що ґрунтується на задоволенні матеріальних потреб виступає основою господарської діяльності суспільства. Тому пошук території для постійного місця проживання завжди відповідальний та пов'язаний, передусім, з тими екологічно вагомими особливостями у природокористуванні, які забезпечать йому виживання та розвиток. До таких особливостей варто віднести географічне розташування, природно-ресурсне забезпечення, тепло- і вологозабезпеченість території, інфраструктурно-транспортне забезпечення тощо. Дослідження та систематизація цих властивостей виступає одним з визначальних елементів в ландшафтно-екологічних розвідках, адже представляють винятковий інтерес з точки зору розкриття взаємовідносин суспільства та природи, чого можливо досягнути шляхом науково обґрунтованої оптимізації співвідношення угідь при сільськогосподарському виробництві, його формування на агроландшафтній основі.

Будова та співвідношення складових і чинників в сільськогосподарських підприємствах, а також їх оптимізація якраз і виступає збалансованим співвідношенням різних видів діяльності та інтересів різних верств населення на конкретній території з урахуванням існуючого природно-ресурсного потенціалу, що забезпечує сталий розвиток як довкілля, так і суспільства, а також відтворення природних ресурсів, не спричиняючи при цьому екологічних ефектів та перетворень. При визначенні складу та співвідношення елементів агроландшафту особлива увага приділяється стану простору, організації та облаштуванню території. У цьому зв'язку наголосимо, що екологічна криза кінця ХХ та початку ХХІ ст. є, передусім, кризою структури території, її організації та відповідності природних і антропогенних систем.

Тобто, удосконалення типізації агроландшафтів, оптимізації складу і співвідношення угідь вимагає не тільки економічного обґрунтування проектних рішень, а й дослідження впливу агротехнологічних параметрів на формування різних компонентів і елементів збалансованого виробництва сільськогосподарських підприємств [2, с. 53].

Сучасне уявлення про оптимізацію виробництва сільськогосподарських підприємств тісно пов'язане з оцінкою еколого-економічних чинників, які справляють вплив на стан території та її формування. Стан території має бути оцінений за такими критеріями і показниками, які найбільшою мірою відповідатимуть еколого-господарським цілям її формування та можуть бути використані в процесі територіального управління, тобто інтерпретовані в економічному плані й зіставлені з правовими нормами, які встановлюють режими обмеження використання території сільськогосподарського виробництва.

Таким чином, задля оптимізації виробництва сільськогосподарських підприємств на агроландшафтній основі слід освоювати, трансформувати і поліпшувати тільки ті земельні площі, які за своїми природними властивостями спроможні будуть витримати підвищені навантаження та придатні для вирощування основних сільськогосподарських культур. Окрім того, із сільськогосподарського обігу варто вилучити деградовані та малопродуктивні землі (зі значним ступенем еродованості та надмірно схильних до ерозії, із виснаженими ґрунтами з малим вмістом гумусу тощо). Їх необхідно залужувати багаторічними травами, а в окремих випадках – насаджувати захисні лісосмуги.

Література

1. Недикова Е. В. Эколого-ландшафтный аспект создания культурных экотонов / Е. В. Недикова // Геодезия, кадастр и землеустройство. – Воронеж : ВГАУ, 2004. – С. 63-66.

2. Дехканова Н. Н. Особенности подготовительных работ при проведении землеустройства на адаптивно-ландшафтной основе / Н. Н. Дехканова // Землеустройство, кадастр и мониторинг земель. – 2006. – № 5. – С. 50-54.

Горобец Т.А.
аспирант
Международный гуманитарный университет (Украина)

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Мировая практика показывает, что предприятия малого и среднего бизнеса (далее ПМСБ) – важный сектор развития экономики. В условиях серьезной мировой конкуренции развитие этого сектора возможно только при условии обеспечения их эффективной деятельности.

Методы и инструменты такого управления эффективностью деятельности предлагает бизнес-менеджмент. Однако ПМСБ в отличии от крупных предприятий имеют ряд особенностей: выполняют важные социальные и экономические функции, обеспечивают стойкость и гибкость экономической системы, поэтому имеют существенные отличия в подходах и моделях управления эффективностью.

В научных отечественных исследованиях уделено мало внимания теоретическим аспектам особенностей функционирования и управления ПМСБ. В ходе исследований основных подходов управления эффективностью деятельности предприятий были выявлены наиболее приемлемые, которые могут быть применены в теории и практике применительно к ПМСБ:

Трудовой подход отождествляет эффективность работы предприятия с эффективностью труда и уделяет основное внимание продуктивности и деятельности работников;

Измерительный подход определяет управление эффективностью через ее измерение за счет системы оценки работы работников и процессов, как ключевых индикаторов эффективности;

Оперативный подход концентрируется на регулировании поточной (оперативной) деятельности предприятий по направлениям эффективности для соответствия фактического состояния предприятия заданным параметрам;

Стратегический подход привязывает управление эффективностью к стратегическим целям предприятия и выполнению бизнес-стратегии;

Стоимостно-ориентированный подход рассматривает предприятие з позиции владельцев (акционеров), которые хотят контролировать менеджмент, требуют улучшения деловой активности и имиджа предприятия з целью увеличения его стоимости [1];

Системный (интегрированный) подход рассматривает управление эффективностью как интегрированный подход менеджмента и системно учитывает разные аспекты функционирования предприятия с целью обеспечения поэтапного роста его эффективности.

Необходимо отметить, что первые три подхода односторонние и не охватывают всей деятельности предприятия, другие имеют ряд особенностей и только системный подход является наиболее приемлемым для управления деятельностью предприятий с целью обеспечения его роста. И даже этот

подход на современном этапе нуждается в уточнении, развитии и приложении для ПМСБ, учитывая их размер и масштабы деятельности [2].

Поэтому в ходе исследований научной современной литературы были выявлены взаимосвязанные основные характеристики, которые влияют на управление эффективностью именно ПМСБ:

1. Краткосрочные приоритеты. Именно ПМСБ ведут себя на рынке неактивно, имеют плохой уровень стратегического планирования, принимая решения, склоняются к краткосрочным целям.

2. Внутренняя операционная направленность и отсутствие внешней ориентации. Решения об управленческих и технических изменениях основываются на личных потребностях.

3. «Молчаливые знания», когда у ПМСБ знания в основном накапливаются благодаря личному опыту или знаниям конкретного лица.

4. Поиск гибкости. Гибкость и оперативность, создание возможностей и риск – общие характеристики ПМСБ.

5. Слабые управленческие навыки.

6. Предпринимательская ориентация.

7. Командно-контрольная культура управления. Владельцы ПМСБ доминируют в управлении и руководствуются своим опытом и решениями.

8. Ограниченные ресурсы. Так как ПМСБ имеют ограниченные ресурсы (человеческие, финансовые, временные), перегружены краткосрочными проблемами с наличностью и платежами, не хватает ресурсов изучать экологические аспекты своего бизнеса, проводить маркетинговые исследования и тестировать продукцию и услуги.

Все вышеперечисленные ключевые характеристики тесно взаимосвязаны, влияют на эффективность ПМСБ и заметно отличают управление их эффективностью от крупных компаний. С одной стороны, они упрощают систему управления эффективностью благодаря гибкости и концентрации менеджмента у одного лица или небольшой группы людей (собственник, предприниматель, менеджер), с другой стороны, они усложняют эту систему из-за ограниченности ресурсов, приоритетов, культуры, целеустремленности, а также слабых управленческих навыков менеджеров.

Все вышеперечисленное требует более глубокого понимания, изучения характеристик ПМСБ и формирование особенного механизма управления эффективностью, который должен отличаться от аналогичных механизмов для крупного бизнеса.

Литература

1. Говорушко Т. А. Управление эффективностью деятельности предприятий на основе стоимостно-ориентированного подхода : монография / Т. А. Говорушко. – Н.И. Климаш-Логос. – 2013. – 204 с.

2. Гончарук А. Г. Формирование механизма управления эффективностью предприятий (на примере пищевой пром.) : дисс. … доктора екон. наук : спец. 08.00.04 / А. Г. Гончарук, Одесса. – 2010. – 474 с.

Назарук О.М.
аспірант
Одеський національний економічний університет (Україна)

ЕВОЛЮЦІЯ СТАНОВЛЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ В АПК УКРАЇНИ

Беззаперечним є той факт, що нарощування темпів чи спад активності кооперативного руху у будь-якій країні залежить від глибини та обсягів втручання інституту держаної влади. На нашу думку, в сьогоденних умовах, коли Україна прагне інтегруватися з європейським та світовим економічними просторами, дослідження та розвиток кооперації повинні бути поглиблені й здійснюватися на основі комплексного підходу.

Отже, розглянемо еволюцію становлення державного регулювання взаємовідносин між суб'єктами агропромислового комплексу на сучасному етапі розвитку України (табл.).

Таблиця

Еволюція становлення державної регуляторної політики в АПК України

Етап	Період	Характеристика етапу	Затверджені нормативно-правові акти
1-ий	1991–1997 р. р.	становлення аграрної політики	ЗУ «Про колективне сільськогосподарське підприємство»
2-ий	1997 – 2001 р. р.	юридичне визнання сільського-подарської кооперації	ЗУ «Про сільськогосподарську кооперацію» ЗУ «Про оренду землі» Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки»
3-ій	2001 – 2008 р. р.	стагнація регуляторної політики	Земельний кодекс України Постанова КМУ «Про затвердження Програми розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на 2003-2004 роки» ЗУ «Про особисте селянське господарство» ЗУ «Про фермерське господарство»
4-ий	2008–2013 р. р.	інтеграційний етап	Поправки до ЗУ «Про сільськогосподарську кооперацію» Економічна складова Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС
5-ий	2013 р. – наш час	кризовий етап	-

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2].

Перший етап – 1991-1997 рр. – етап становлення вітчизняної аграрної політики ознаменувався формуванням в Україні загальної правової бази щодо створення та функціонування нових господарських форм, приватизації та роздержавлення земель і майна.

На першому етапі, з одного боку, створено передумови для створення приватних форм господарювання, необхідних для переходу до ринкової економіки, з іншого ж, не було проведено суттєвих реформ у відносинах між державою та сільськогосподарськими виробниками, які продовжували будуватися на радянських принципах: продовжували існувати державні закупівлі основних видів агропромислової продукції, сировину, матеріали й обладнання надавалося державою, здійснювався контроль цін тощо. При цьому, державне регулювання кооперативних відносин не існувало у зв'язку із відсутністю у законодавстві правової категорії «кооперація».

Другий етап – 1997-2001 рр. – основоположний етап юридичного визнання сільськогосподарської кооперації в Україні. На нашу думку, цей період став індикативним, і продемонстрував необхідність впровадження більш ліберальної аграрної політики.

Третій етап – 2001-2008 рр. – етап стагнації регуляторної політики. На нашу думку, третій період характеризувався розширенням нормативно-правової бази щодо малих форм господарювання. Проте, лишилося невирішеним питання розробки механізмів їх підтримки з боку держави.

Четвертий етап – 2008-2013 рр. – інтеграційний етап. Четвертий етап вивів Україну на новий рівень визнання, в той же час підкресливши неспроможність продукції, виробленої сільгоспвиробниками за вітчизняними стандартами, витримати конкуренцію на світових товарних ринках.

П'ятий етап – 2013 – наш час – криза дрібнотоварного агропромислового виробництва. Підписання Економічної складової Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським союзом, розірвання відносин між Україною та Російською Федерацією загострили проблеми дрібнотоварних виробників та збільшили «прірву» між ними та агрохолдингами.

П'ятий етап остаточно продемонстрував загальмованість розвитку кооперації України. Повертаючись до вищеописаних основних стадій розвитку кооперативного руху, вважаємо, що він знаходиться між першою та другою стадіями. При цьому всі передумови для переходу на найвищу стадію є, але відсутність середньої ланки у структурі АПК та детально розробленого плану дій уряду щодо держаної підтримки агровиробників не дає змоги здійснити його.

Сьогодні для відновлення та розвитку кооперації на території України немаловажним є перейняття досвіду розвинених країн – світових економічних лідерів, для яких характерні сучасні тенденції розвитку кооперації.

Література

1. Бабаєв В. Ю. Технологія державного регулювання розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації. Актуальні проблеми державного управління. – Харків, 2011. – № 2 (40). – С. 91-99.

2. Кучерява К. Я. Державний вплив на розвиток процесів кооперації в агропромисловому комплексі на сучасному етапі. Теорія та практика державного управління : зб. наук. пр. Х. : Вид-во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2014. – Вип. 1 (44). – С. 147-156.

6. МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Янковий О.Г.
д.е.н., професор
Одеський національний економічний університет (Україна),
Мельник Н.В.
к.е.н., доцент
Національний університет «Одеська юридична академія» (Україна)

НЕБЕЗПЕКА ВИКОРИСТАННЯ ВНУТРІШНЬОЇ НОРМИ ПРИБУТКУ В ЯКОСТІ КРИТЕРІЮ ПРИЙНЯТНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Поряд з іншими кількісними характеристиками інвестиційних проектів у процесі аналізу їх прийнятності часто використовується внутрішня норма прибутку (international rate of return – I*RR*), що представляє собою таку ставку дисконтування, при якій величина приведених грошових надходжень (*PV*) співпадає з початковими інвестиціями (*IC*), тобто при *PV* = *IC*, або коли *NPV* проекту дорівнює нулю. Вона знаходиться з наступного рівняння:

$$\sum_{k=0}^{n} \frac{P_k}{(1+IRR)^k} = 0. \qquad (1)$$

Тут P_0 = *IC*, *n* – термін проекту і вираження, що знаходиться в лівій частині формули (1), є сумою всіх елементів дисконтованого грошового потоку, включаючи початкові інвестиції, які генерується досліджуваним проектом.

Якщо генерований грошовий потік є ординарним, величина *IRR* показує прибутковість проекту інвестицій і порівнюється з ціною залученого капіталу *r*. Очевидно, що проект слід оцінити як прийнятний у разі *IRR* > *r*, неприйнятний при *IRR* < *r*, і невизначений при *IRR* = *r*.

Для двох проектів з ординарними грошовими потоками той із них вважається найбільш ефективним, якому відповідає *max*(*IRR*). Якщо серед порівняних інвестиційних проектів зустрічаються проекти з неординарними грошовими потоками, то встановити пріоритетність одного з них на основі критерію *IRR* не завжди можливо внаслідок множинності коренів рівняння (1), яке по суті є рівнянням *n*-го ступеня відносно *IRR*.

Для правильного розуміння природи внутрішньої норми прибутку *IRR* слід скористатися графічним методом аналізу функції *NPV* = *f*(*r*). В розгорнутому виді ця функція має наступний вигляд:

$$NPV = f(r) = \sum_{k=0}^{n} \frac{P_k}{(1+r)^k}. \qquad (2)$$

Можна визначити наступні головні властивості функції (2):

1) функція $NPV = f(r)_n$ є нелінійною функцією від *r*;

2) при *r* = 0 $NPV = \sum_{k=0} P_k$, тобто графік функції перетинає вісь ординат у точці, що дорівнює сумі всіх елементів недисконтованого грошового потоку, який генерується даним проектом;

3) для проектів з ординарним грошовим потоком і з позитивним *NPV* (так званий класичний грошовий потік) функція (2) є не зростаючою, тобто при $r \to +\infty$ її графік прагне до осі абсцис й перетинає її в деякій точці, яка і є *IRR* згідно з рівнянням (1) (див. рис. 1);

4) для проектів з неординарним грошовим потоком і з позитивним *NPV* функція (2) внаслідок своєї не лінійності може мати декілька дійсних коренів, а її графік може перетинати вісь абсцис у декількох точках (див. рис. 2).

5) внаслідок того, що функція (2) нелінійна, критерій *IRR* є відносним і неадитивним показником. Він є десятинним дробом.

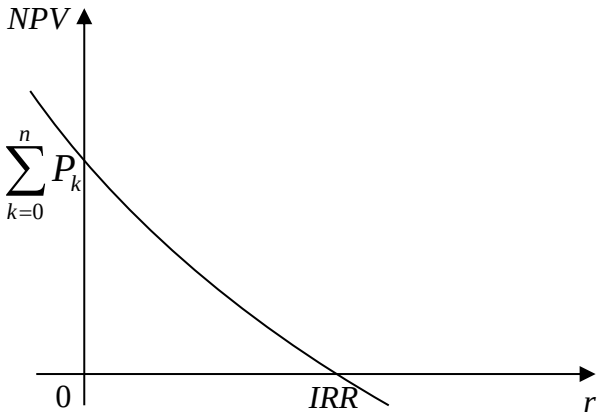


Рис. 1. Графік функції *NPV* проекту з ординарним грошовим потоком

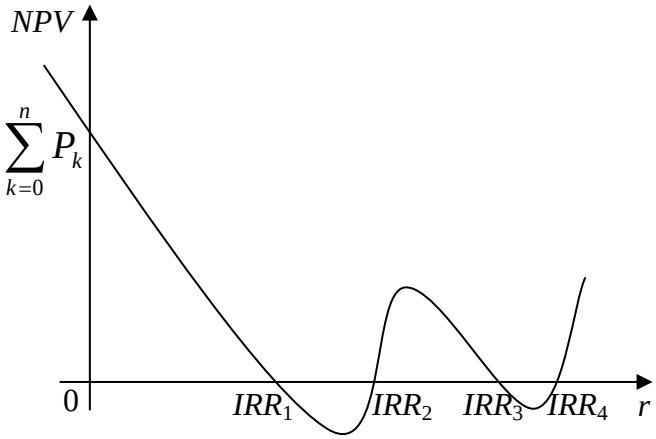


Рис. 2. Графік функції *NPV* проекту з неординарним грошовим потоком

Повертаючись до проекту реальної інвестиції з класичним ординарним грошовим потоком, який наведений на рис. 1, можна стверджувати, що рішення відносно прийнятності проекту повинно прийматися у разі $NPV > 0$, тобто якщо фактичне значення *r* не перевищує величину внутрішньої норми прибутку *IRR* грошового потоку (інтервал (0; *IRR*) на рис. 1). У випадку неординарного грошового потоку (рис. 2) ситуація дещо ускладнюється, але приймаючи до уваги графічний аналіз функції $NPV = f(r)$, це будуть інтервали (0; IRR_1), (IRR_2; IRR_3), (IRR_4; $+\infty$) на рис. 2.

Отже, для ординарного грошового потоку значення *IRR*, з одного боку, можна розглядати як максимальну очікувану прибутковість досліджуваного проекту. З іншого боку, внутрішню норму прибутку можна також тлумачити як граничну величину ціни капіталу, що забезпечує ефективність даного проекту.

Деякі дослідники вказують на викривлення критерієм *IRR* реальної ефективності інвестиційного заходу у разі, якщо проект генерує неординарний грошовий потік (наприклад, передбачається реінвестування отриманих надходжень знову ж таки в даний виробничий захід) і ціна капіталу *r* при цьому суттєво нижча за розраховане значення *IRR*. Даний факт пов'язаний з тим, що згідно з формулою (1), що лежить в основі розрахунку *IRR*, усі додаткові інвестиції в проект дисконтуються за величиною внутрішньої норми прибутку. Хоча правильно було реінвестовані в проект кошти дисконтувати за ціною капіталу *r*. Якщо величини *IRR* і *r* не сильно вирізняються одна від одної, то викривлення ефективності проекту незначне. Але в ситуації, коли *IRR* значно

перевищує *r*, внутрішня норма прибутку піддається істотному й невиправданому завищенню [1].

З цього приводу Дж. Келлехер і Дж. МакКормак пишуть: «Менеджери однієї великої промислової компанії за п'ять років затвердили 23 великих капітальних проектів на підставі показників *IRR*, які в середньому дорівнювали 77 %. Однак, коли нещодавно ми провели аналіз, прирівнявши ставку реінвестування до вартості капіталу компанії, середній дохід впав до 16 %. Найцікавіше, що *IRR* трьох проектів, які вважалися найвигіднішими, коли їх перерахували на основі реалістичної ставки реінвестування, впали з 800, 150 і 130 % до 15, 23 і 22 % відповідно. На жаль, рішення про інвестиції в ті проекти вже були прийняті. Звичайно, настільки високі показники *IRR* нетипові. Але навіть якщо *IRR* проекту знижується з 25 до 15 %, це дуже істотно» [2].

З урахуванням викладеного вище, ми вважаємо, що для оцінки прийнятності інвестиційних проектів краще користатися модифікованою внутрішньою нормою прибутку (*MIRR*), яка усуває головний недолік показника *IRR* у випадку оцінки проектів з неординарними грошовими потоками. Вона представляє собою таку ставку дисконтування, при якій досягається рівність двох величин: 1) приведених на початок проекту всіх інвестиційних витрат (передбачається, що підприємство може здійснювати реінвестування в проект на протязі його реалізації); 2) нарощених на кінець проекту грошових надходжень – чистої термінальної вартості проекту *NTV*.

Причому, в обох випадках урахування фактора часу відбувається за допомого одної й тої ж ставки дисконтування *r*. Оскільки ці величини відносяться до різних моментів реалізації проекту, то їх треба зробити сумірними (привести на початок проекту) за допомогою деякого коефіцієнта дисконтування, котрий як раз і називається модифікованою внутрішньою нормою прибутку *MIRR*. Розрахунки величини *MIRR* ведуться на основі наступного рівняння:

$$\sum_{k=0}^{n} \frac{IC_k}{(1+r)^k} = \frac{\sum_{k=1}^{n} P_k (1+r)^{n-k}}{(1+MIRR)^n}, \qquad (3)$$

де IC_k – інвестиція в *k*-му році (негативний грошовий потік).

Воно завжди надає єдине рішення, на відміну від рівняння (1), яке визначає величину *IRR* для проекту з неординарним грошовим потоком.

Література

1. Янковий О. Г. Критичний аналіз внутрішньої норми прибутку як показника оцінки інвестиційних проектів / О. Г. Янковий, Н. В. Мельник // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса, ОНЕУ, 2012. – №45. – С. 196-205.

2. Келлехер Дж. Внутренняя норма рентабельности : поучительная история [Электронный ресурс] / Келлехер Дж., МакКормак Дж. // Вестник McKinsey. – 2004. – № 3 (8). – С. 45-59. – Режим доступа : http://www.insapov.ru/irr-history.html

Гут Л.В.
к.е.н., доцент
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

МОДЕЛЮВАННЯ ЦІНИ ЗАКУПІВЛІ ТОВАРУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМЕРЦІЙНИХ УГОД ПІДПРИЄМСТВАМИ ТОРГІВЛІ

Процес управління ціною у підприємстві торгівлі розпочинається з обґрунтування ціни закупівлі товару, яка формується відповідно до укладених із постачальниками комерційних угод. Тому з метою визначення прийнятної ціни закупівлі товару та забезпечення ефективності комерційної діяльності підприємства торгівлі доцільно проводити обґрунтування цільового рівня ефективності комерційних угод. Ця робота передбачає створення відповідної економічної моделі та її реалізації в практичній діяльності підприємства торгівлі. Моделювання ціни закупівлі товару та цільового рівня ефективності комерційних угод із закупівлі товарів здійснюється за умови: інфляційного росту роздрібних цін; насиченого споживчого ринку; наповнення ринку новими товарами, рівень цін та обсяг попиту на які ще не визначено; низької розрахункової ефективності передбаченої комерційної угоди, якщо ринкові умови не дозволяють підвищити рівень роздрібної ціни реалізації товару, а резерви економії витрат обігу підприємства торгівлі практично вичерпані [1, с. 65].

Основою моделювання ціни закупівлі товару та цільового рівня ефективності комерційних угод із закупівлі товарів є визначення підприємством торгівлі необхідного (цільового) рівня рентабельності витрат обігу. Головним завданням моделювання цільового рівня ефективності комерційних угод із закупівлі товарів є: визначення доцільного рівня ціни реалізації закуплених товарів та прийнятного для підприємства торгівлі рівня ціни закупівлі товару.

Модель розрахунку цільового рівня ефективності комерційних угод із закупівлі товарів передбачає таку послідовність:

1. прогнозування цільового рівня рентабельності витрат обігу;
2. визначення суми чистого прибутку;
3. визначення суми цільового прибутку за угодою;
4. розрахунок суми доходу в цілому за угодою;
5. розрахунок суми доходу за угодою на одиницю товару;
6. розрахунок прийнятної ціни закупівлі товару;
7. оцінка ефективності комерційної угоди із закупівлі товарів;
8. прийняття рішення про доцільність укладання угоди із закупівлі товарів.

Обґрунтування ціни закупівлі, з одного боку, повинно виходити з можливої ціни реалізації закупленого товару покупцям в існуючих умовах ринку та рівня ринкової ціни на аналогічну продукцію. З іншого боку, обґрунтування ціни закупівлі необхідно для підприємства торгівлі для того, щоб забезпечити йому досягнення цільового рівня рентабельності витрат обігу.

В якості допоміжних показників оцінки ефективності комерційної угоди можуть бути використані показники: рентабельність обороту із закупівлі товарів та рентабельність обороту по реалізації товарів [2, с. 201].

З врахуванням результатів проведених розрахунків приймаються конкретні комерційні рішення щодо проблеми ціноутворення і доцільності укладання угоди із закупівлі товарів.

Співставлення сукупних витрат на закупівлю товарів у різних постачальників дозволяє обґрунтовано вибрати найбільш доцільного постачальника за критерієм мінімальних витрат: $B \to min$.

Визначені підходи до вивчення ринку закупівлі товарних ресурсів, каналів їх розподілу, вибору постачальників дозволяють створити ефективно функціонуючу систему закупівлі товарів в підприємстві торгівлі. Створення відповідного інформаційного забезпечення про ринок ресурсів певних товарів, оцінка потужності та характеристика окремих постачальників, укладання комерційних угод із закупівлі товарів з орієнтацією на підвищення їх ефективності забезпечу успіх комерційної роботи та досягнення високих показників фінансово-господарської діяльності підприємства торгівлі. Реалізація наведених посилань передбачає визначення методичних підходів до оцінки ефективності комерційних угод із закупівлі товарів.

Ефективність комерційних зав'язків підприємства торгівлі можна підвищити, використовуючи такі основні шляхи:

• обґрунтувати найбільш вигідну для підприємства торгівлі ціну товару [3, с. 57];

• змінити (за можливості) умови комерційних угод (вибрати доцільний спосіб визначення ціни закупівлі товарів в угоді їх із закупівлі, вибрати інші базисні умови поставки товарів, оптимізувати обсяг та періодичність поставки товарів, змінити розфасовку та упаковку товарів, купувати інші товари, на які збільшується попит);

• формувати та стимулювати попит на товари та сервісні послуги;

• удосконалити оплату праці працівників, які здійснюють закупівлю, доставку, приймання, збереження, підготовку до продажу та продаж товарів.

Практичне використання методичного підходу до моделюванні ціни закупівлі товарів та ефективності комерційних угод підприємства торгівлі сприятиме підвищенню ефективності фінансово-господарської діяльності у подальшій перспективі.

Література

1. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия : Учбник для вузов. 3-е изд. / В. М. Тарасевич – СПб. : Питер. 2010. – 320 с.

2. Верхоглядова Н. І. Основи ціноутворення : Навч. Посібник / Н. І. Верхогляова, С. Б. Ільїна, Н. А. Іваннікова, Я. Я. Слабко, Ю. В. Лисенко. – К. : Кондор, 2007. – 252 с.

3. Пінішко В. С. Ціно- і тарифноутворення у питаннях і відповідях : Навч. посібник. – Львів : «Магнолія 2006». 2011. – 212 с.

Мацкул В.М.
к.ф.-м.н., доцент,
Мацкул М.В.
аспірант
Одеський національний економічний університет (Україна)

ОЦІНЮВАННЯ НЕРУХОМОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ КВАЛІМЕТРИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

До методів якісного аналізу (до яких, до речі, відноситься економічна теорія) слід віднести метод кваліметричного моделювання (КМ), який базується на наступних кроках:

1. Розв'язування власне кваліметричної задачі по формуванню для кожного об'єкта порівняння (включаючи оцінюваний) інтегрального показника якості (ІПЯ) на базі згортки експертних оцінок простих властивостей (ціноутворюючих факторів) і вагових коефіцієнтів впливу цих властивостей на «якість».

2. Виявлення залежності середньої ціни від рівня «якості» для даної вибірки об'єктів порівняння.

3. Використання виявленої залежності «ціна-якість» для розрахунку середньої ціни (оцінки вартості) оцінюваного об'єкта по сформованій для нього величині показника «якості» (цей крок є тривіальним).

Другий крок відображає ідею КМ – логічну, природну, коли залучення експертних думок неможливо виключити. Зауважимо, що досі не обґрунтовані економічні гіпотези щодо загального виду залежності «ціна-якість» для яких-небудь ринків, а експериментального підтвердження виду таких залежностей бути не може, оскільки показник «якість» формується експертами, і, на відміну від ціни, на ринку «не живе» (роль «узагальненого показника якості» на ринку повинна відігравати вартість, яку розуміють як середню по усьому ринку ціну на такий самий об'єкт).

Виходячи із існуючих уявлень можна сформулювати першу вимогу до залежності «ціна-якість» – монотонність (чим якісніше, тим дорожче). Середню ціну логічно розглядати як неперервну величину, для чого потрібно вимагати гладкості залежності «ціна-якість» (зі зростанням «якості» середня ціна збільшуватиметься плавно, без стрибків).

Таким чином, маємо дві необхідні властивості – монотонність і гладкість. Можна (і важливо) також зауважити, що ціни на ринку вимірюються в шкалі відношень. Але цих загальних властивостей недостатньо для з'ясування виду залежності «ціна-якість», яка визначається економічною гіпотезою. А у відсутності економічної гіпотези немає і можливості перевіряти відповідність їй вигляду залежності, що обирається на другому кроці (як це робиться у випадку регресійних моделей).

Обґрунтувати вид залежності «ціна-якість» можна лише для простих випадків, зокрема, за умов лінійного впливу усіх врахованих властивостей

(ціноутворюючих факторів) на «якість» і вартість, при лінійних адитивних моделях (тобто, лінійних згортках властивостей впливу). Можна строго математично довести, що при таких умовах залежність «ціна-якість» повинна бути лінійною. Ці обмеження відповідають використанню при оцінці (враховуючи лінійну згортку) «тісної» групи аналогів, коли вплив кожної із властивостей на «якість» і вартість можна вважати лінійним у межах відмінностей їх рівнів. Зауважимо, що у більшості випадків проявляється нелінійний вплив більшості властивостей (факторів) на вартість і «якість» об'єктів, окрім того, досить обмеженим є об'єм доступних аналогів.

Задачу кваліметричного моделювання можна записати так: нехай $X_{n\times p}=\left(x_{ij}\right); i=\overline{1,\mathrm{n}}; j=\overline{1,\mathrm{p}};$ – матриця даних, де $n-$ кількість об'єктів оцінювання, а $p-$ кількість простих властивостей (термін «властивість» ототожнюється з терміном «ціноутворюючий фактор», оскільки оцінювач вважає суттєвими лише ті властивості, які впливають на ціноутворення). Для кожного об'єкта і простої властивості вимірюється абсолютний показник x_{ij}. Для нормування показників простих властивостей використовується шкала, яка складається із антиеталонного (браковочного) та еталонного (найкращого) значення абсолютного показника $x_j^{бр}$ і x_j^{em}. Інтегральний відносний показник «якості» є результатом «згортки», тобто сумування середніх зважених відносних показників усіх простих властивостей: $ИПЯ_i=\sum_{j=1}^{p}\frac{x_{ij}-x_j^{бр}}{x_j^{em}-x_j^{бр}}$, $i=1,2,...,n$.

У якості прикладу побудовано кваліметричну модель для розрахунку величини ставок орендної плати бізнес-центрів м. Одеси, за допомогою якої сукупність складних ціноутворюючих факторів (які не виражаються в числах) розбивалась на більш прості властивості (які виражаються чисельно), а потім зводилась до одного інтегрального показника – ІПЯ об'єкта. Ваги кожного окремого фактора в ІПЯ об'єкта визначались експертним шляхом. Розрахувавши ІПЯ для усіх об'єктів-аналогів, отримали можливість порівнювати об'єкти-аналоги за критерієм «ціна-якість». Для цього за допомогою методів регресійного аналізу була обґрунтована функціональна залежність ставки орендної плати (Y) від ІПЯ (X), яка виявилась експоненційною. Далі, підставивши в указану функцію ІПЯ об'єктів оцінки, були визначені ставки орендної плати для розглянутих бізнес-центрів.

Зазначимо, що запропонована методика кваліметричного оцінювання може застосовуватись оціночними фірмами для оцінки будь-якої нерухомості.

Література

1. Азгальдов Г. Г. Квалиметрия в архитектурно-строительном проектировании. – М. : Стройиздат, 1989.

Милашко О.Г.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ДИНАМІКА ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЗАКЛАДІВ ОЗДОРОВЛЕННЯ ТА ВІДПОЧИНКУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Одним з провідних напрямків розвитку економіки Одеської області як рекреаційного регіону є ефективна діяльність спеціалізованих засобів розміщування (СЗР). До СЗР відносять санаторії, пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії, дитячі заклади оздоровлення тощо. Статистичне оцінювання стану та розвитку відповідних закладів є вагомим інструментом для прийняття управлінських рішень з метою налагодження їхньої роботи, залучення відпочиваючих, аналізу відповідності діяльності закладів відпочинку міжнародним стандартам.

За даними форми статистичної звітності № 1 КЗР «Звіт про діяльність колективного засобу розміщування за рік» органи статистики узагальнюють та публікують інформацію щодо кількості відповідних закладів, кількості ліжок (міць) у них (ці показники є характеристиками пропозиції на послуги підприємств розміщування). Узагальнена інформація, отримана за даними форми № 1-КЗР, висвітлює одночасно й показники попиту, такі як кількість оздоровлених у санаторно-курортних і оздоровчих закладах, кількість дітей, які перебували у дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, середня тривалість перебування у відповідних закладах розміщування тощо.

Основні характеристики попиту та пропозиції закладів оздоровлення Одеської області наведені в табл. Для порівняння стану речей таблиця містить інформацію попередніх періодів (1995 та 2000 рр.), а також у ній представлені актуальні дані.

Як можна бачити, у 2000 р. порівняно з 1995 р. усі характеристики пропозиції на послуги закладів оздоровлення демонстрували позитивну динаміку. Так, кількість санаторно-курортних і оздоровчих закладів збільшилася на 19,9 %, кількість дитячих закладів оздоровлення та відпочинку – на 2,5 %. Також спостерігається зростання кількості ліжок у санаторно-курортних і оздоровчих закладах та кількості місць у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку (на 2,9 % та 3,5 % відповідно).

Одночасно з цим показники попиту на послуги закладів оздоровлення продемонстрували протилежну динаміку. Кількість оздоровлених у санаторно-курортних і оздоровчих закладах зменшилася на 20,1 %, кількість же дітей, які перебували у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку, збільшилася на 3,2 %.

Інформація, яка характеризує сучасний стан речей щодо пропозиції та попиту на послуги санаторно-курортних та оздоровчих закладів Одеської області, дозволяє зробити такі висновки.

Попри суттєве збільшення кількості санаторно-курортних і оздоровчих закладів у 2014 р. порівняно з 2000 р. (на 16,6 %), кількість ліжок у них зменшилася на 2,1 % (поясненням цього факту може стати проведена модернізація та осучаснення закладів). Кількість оздоровлених у санаторно-курортних і оздоровчих закладах за означений період скоротилася на 2,4 %.

Таблиця

Динаміка показників діяльності санаторно-курортних та оздоровчих закладів Одеської області

Показник	1995	2000	2014	2015	2016
Кількість санаторно-курортних і оздоровчих закладів, одиниць	282	338	394	397	351
Кількість ліжок у санаторно-курортних і оздоровчих закладах, одиниць	47955	49361	48336	48988	44620
Кількість оздоровлених у санаторно-курортних і оздоровчих закладах, осіб	268570	214457	209272	230929	236337
Кількість дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, одиниць	396	406	997	686	568
Кількість місць у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку, одиниць	8377	8668	14250	12260	12342
Кількість дітей, які перебували у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку, осіб	44991	46415	143486	113227	104604

Складено за даними [1]

Зазначимо, що стосовно показника кількості оздоровлених у санаторно-курортних і оздоровчих закладах останніми роками спостерігається тенденція до зростання. За 2015-2016 рр. у середньому щорічно їхня кількість збільшувалася на 13,5 тис. осіб. Зауважимо, що цей процес супроводжувався скороченням кількості закладів у середньому щорічно на 22 одиниці та кількості ліжок на 1858 одиниць. Нажаль, ситуація з дитячими закладами оздоровлення та відпочинку і з точки зору попиту, і з точки зору пропозиції, невтішна. За останні два роки кількість дитячих закладів оздоровлення та відпочинку Одеської області зменшилася на 43,0 %, кількість місць у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку за той же час скоротилася на 13,4 %. Кількість дітей, які перебували у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку, за 2015-2016 рр. невпинно зменшувалася: на 19,4 тис. осіб у середньому за рік.

Ситуація, яка склалася в сфері оздоровлення дітей у закладах Одеської області, вимагає заходів, які б, з одного боку, сприяли покращенню інфраструктури та якості послуг, що надаються дитячими санаторіями, закладами оздоровлення тощо, а, з іншого, сприяла збільшенню кількості дітей та доступності підприємств розміщування широкому колу бажаючих.

Література

1. Статистичний щорічник Одеської області у 2016 році [за ред. Копилової Т.В.] – Одеса : Головне управління статистики в Одеській області, 2017. – 439 с.

Семенова К.Д.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ І ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В УКРАЇНІ

Одним з основних чинників розвитку економіки будь-якої країни виступає зростання продуктивності праці. У той же час основним стимулом зростання продуктивності праці є заробітна плата. Економічно доведено, що дані показники є взаємозалежними. Зростання продуктивності праці є передумовою підвищення її оплати, і навпаки, зростання рівня оплати праці є важливим мотиваційним чинником до підвищення продуктивності праці. Тому аналіз середньої заробітної плати і співвідношення темпів її зростання необхідно пов'язувати з темпами зростання продуктивності праці.

Аналіз тенденцій заробітної плати за наявності інфляції викликає особливий інтерес. У табл. 1 наведено динаміку показників заробітної плати та індексу споживчих цін в Україні за 2010-2017 рр.

Таблиця 1

Динаміка номінальної та реальної заробітної плати, індексу споживчих цін у 2010-2017 рр.

Рік	Номінальна заробітна плата		Реальна заробітна плата у % до попереднього року	Індекс споживчих цін, %
	грн.	у % до попереднього року		
2010	2 239	120,0	110,2	109,1
2011	2 633	117,6	108,7	104,6
2012	3 026	114,9	114,4	99,8
2013	3 265	107,9	108,2	100,5
2014	3480	106,0	93,5	124,9
2015	4195	120,5	79,8	143,3
2016	5183	123,6	109,0	113,9
2017	7104	137,1	119,1	114,4

Джерело: складено автором за даними [1]

Як свідчать дані табл. 1, середньомісячна номінальна заробітна плата штатного працівника підприємств, установ та організацій України у 2017 р. порівняно з 2010 р. зросла більш ніж у 3 рази (на 217,3%). У той же час реальна заробітна плата за аналізований період зросла на 30,2 %. Найбільше зростання і номінальної, і реальної заробітної плати відбулось у 2017 р.: на 37,1 % і 19,1 % відповідно.

Аналізований період характеризувався також постійним зростанням споживчих цін (за виключенням 2012 р.), при цьому найбільше їх зростання відбулось у 2015 р. (на 43,3 %).

У табл. 2 наведено динаміку валового внутрішнього продукту (ВВП) і середньої продуктивності праці в Україні за 2010-2017 рр.

Таблиця 2

Динаміка валового внутрішнього продукту, кількості зайнятих і середньої продуктивності праці у 2010-2017 рр.

Рік	ВВП, млрд. грн.	Кількість зайнятих, тис. осіб	Продуктивність праці (ВВП у розрахунку на 1 зайнятого), тис. грн.
2010	1120,6	20266,0	55,3
2011	1302,1	20324,2	64,1
2012	1459,1	20354,3	71,7
2013	1522,7	20404,1	74,6
2014	1586,9	18073,3	87,8
2015	1988,5	16443,2	120,9
2016	2383,2	16276,9	146,4
2017	2982,9	16156,4	184,6

Джерело: складено автором за даними [1]

Як видно з табл. 2, за аналізований період рівень продуктивності праці в Україні зріс майже в 3,5 рази (на 233,8 %). При цьому в середньому щорічно він збільшувався на 12,9 % , а середня заробітна плата зростала щорічно на 11,7 %. Отже, аналізований період характеризувався перевищенням темпів зростання продуктивності праці над її оплатою, хоча це перевищення було і не таким значним.

Визначимо коефіцієнт випередження темпів зростання продуктивності праці і номінальної заробітної плати:

$$K_{вип} = \frac{3{,}338}{3{,}173} = 1{,}052$$

За результатами розрахунку можна зробити висновок, що у 2011-2017 рр. в Україні темпи зростання продуктивності праці випереджали темпи зростання заробітної плати на 5,2 %.

Отже, формально основний закон розширеного виробництва в нашій країні зберігається. Однак, враховуючи низьку вартість робочої сили, яка сформувалася в Україні протягом останніх років, економічно обґрунтованою, з нашої точки зору, була б політика, яка направлена на забезпечення випереджаючого зростання заробітної плати над продуктивністю праці. Звичайно, таке випередження повинно бути короткочасним і враховувати оптимальне співвідношення оплати праці і валового внутрішнього продукту країни.

Література

1. Офіційна сторінка Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http: // www.ukrstat.gov.ua.

Ткач О.В.
к.е.н., доцент
ДВНЗ "Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана" (Україна)

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТУВАННЯ ДЛЯ ЗБЕРЕЖЕННЯ РОДЮЧОСТІ ГРУНТІВ ЗА РАХУНОК ПРОТИЕРОЗІЙНОЇ МЕЛІОРАЦІЇ

Згідно теорії фізіократів [2-4] три з п'яти енергетичних одиниць урожаю повинні залишатися у сільському господарстві та у кінцевому підсумку повертатися землі. Тобто стійкий розвиток народного господарства можливий лише при забезпеченні збереження (зупинення або суттєвого зниження механічних втрат ґрунтів) та хоча б простого відтворення їх родючості.

Промисловість спалює вугілля, нафту, використовує сільськогосподарську сировину і т.п., тобто виробляє відносну додану вартість шляхом витрат накопиченої енергії. Абсолютну додану вартість (акумульовану у вигляді урожаю сонячну енергію) виробляє сільське господарство [3]. Це означає, що позитивний баланс накопичення суспільством енергії ("енергії прогресу" [4]), або інтенсивний розвиток народного господарства можливий лише при досягненні у масштабах країни збереження та розширеного відтворення родючості ґрунтів.

Нами з урахуванням геоінформаційних систем і технологій [1] розроблено економіко-математичну модель оптимізації використання власних коштів, кредитів та державних інвестицій для збереження родючості ґрунтів за рахунок протиерозійної меліорації (за критерієм максимізації прибутку від реалізації приросту товарної продукції) [5, с. 287-290]. Модель містить наступні обмеження: по площі ділянок, які потребують меліорацію; по забезпеченню протиерозійної меліорації грошовими коштами; по грошових доходах *t*-го року та їх розподілу на сплату відсотків за кредит, поверненню частини кредиту, реінвестуванню протиерозійної меліорації; руху грошових коштів після меліоративного періоду; невід'ємності змінних. У моделі передбачено два меліоративні цикли. Це обумовлено тим, що з часом тераси потребують поліпшення, або оновлення. Тривалість одного циклу становить шість років. Наприкінці першого періоду виконується обстеження ділянок, за результатами якого у другому циклі протиерозійні заходи можна поєднати, наприклад, з хімічною меліорацією.

Розрахунки для різних обсягів власних коштів (див. табл.) виконано на прикладі фермерського господарства «Грушівське», с. Грушів, Миронівського району Київської обл. У користуванні господарства знаходиться 379,7 га ріллі схилових ділянок: 38,4 га 8-9°, 84,3 га 6-7°, 142,7 га 5-6°, 114,3 га 4-5°, (природний рельєф у напрямку р. Дніпро). Близькість до водойми Канівського моря пояснює регулярну появу злив, промивини від яких змивали частину врожаю, багаторічні кущі та, навіть, ділянки асфальту.

За дванадцять років, навіть за умов наявності власних коштів 100 тис. грн., можна виконати заходи з протиерозійної меліорації 91,5% посівних площ, при більшій кількості власних коштів – за сім років.

Таблиця

Фінансові результати збереження родючості ґрунтів за рахунок протиерозійної меліорації земель за власні кошти

Показник	Обсяг вкладень, грн.					
	100000	200000	300000	400000	500000	600000
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
Всього меліоровано, га	347,4	370,9	374,4	379,7	379,7	379,7
Питома вага, %	91,5	97,7	98,6	100,0	100,0	100,0
В т.ч. меліоровано у двох циклах, га	106,8	210,3	276,4	329,1	352,4	379,7
Питома вага, %	28,1	55,4	72,8	86,7	92,8	100,0
Вартість приросту товарної продукції - всього, грн.	4139352	5280720	5944346	6266681	6554332	6792898
на 1га	11915	14238	15877	16504	17262	17890
Собівартість - всього, грн.	2395335	3067288	3513039	3723855	3919847	4083174
на 1га	6895	8270	9383	9807	10324	10754
Прибуток - всього, грн.	1744017	2213432	2431307	2542826	2634485	2709724
на 1га	5020	5968	6494	6697	6938	7136
Рентабельність, %	72,8	72,2	69,2	68,3	67,2	66,4

Проведені розрахунки доводять доцільність протиерозійної меліорації за власні кошти. Вартість приросту товарної продукції, за умов наявності власних коштів 100 тис. грн., становить 4139,4 тис. грн., тобто на гектар 11,9 тис. грн. Зі збільшенням власних коштів, використаних на збереження родючості ґрунтів за рахунок протиерозійної меліорації, відповідно збільшується приріст товарної продукції з 4139,4 тис. грн., за умов 100 тис. власних коштів (11,9 тис. грн. на 1 га), до 6554,3 тис. грн. (17,3 тис. грн. на 1 га), за умов 500 тис. власних коштів, відповідно прибуток зростає з 1744 тис. грн. (5,0 тис. грн. на 1 га) до 2634,5 тис. грн. (6,9 грн. на 1 га). Однак, рентабельність знижується з 72,8% до 67,2%. Тобто процес інвестування протиерозійної меліорації насичується на рівні 600 тис. грн. власних коштів.

Література

1. Грицюк П. М., Бабич Т. Ю. Геоінформаційні системи і технології : навч. посібник – Рівне : НУВГП, 2014. – 239 с.
2. Кене Ф. Избранные экономические произведения. – М. : Соцэктиз, 1960. – 551 с.
3. Подолинський С. А. Вибрані твори / Упоряд. : Л. Я. Корнійчук. – К. : КНЕУ, 2000. – 328 с.
4. Руденко М. Д. Енергія прогресу : Нариси з фізичної економії. – К. : Молодь, 1998. – 528 с.
5. Ткач О. В. Математичне моделювання економічних процесів протиерозійної меліорації ґрунтів // Моделювання та інформ. системи в економіці : зб. наук. пр. – К: КНЕУ, 2015. – № 91. – С. 283-292.

Янковий В.О.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ФОНДООЗБРОЄНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА І ВИРОБНИЧІ ФУНКЦІЇ

У процесі управління підприємством перед топ-менеджерами постійно стоїть задача підтримки найліпшої пропорції при розподілу капіталу на витрати, пов'язані з основними виробничими фондами (*K*) і оплатою праці (*L*). Співвідношення *K*/*L* відомо в економіці як фондоозброєність – показник, що характеризує ступінь оснащеності праці, величину основних виробничих фондів, які використовує один працівник або робітник.

Вважається, що зростання фондоозброєності праці – один із важливіших чинників підвищення ефективності суспільного виробництва. На основі впровадження інноваційно-інвестиційних заходів, зокрема, автоматизації виробничих процесів, технічного переоснащення підприємств фондоозброєність праці в народному господарстві будь-якої держави, в тому числі й України, неухильно зростає. В цьому запорука високої якості й конкурентоспроможності продукції (робіт, послуг), відповідність європейським стандартам. З цих позицій фондоозброєність українських підприємств внаслідок високої зношеності основних засобів виробництва (на рівні 70 %) дуже далека від необхідної, наприклад, світової.

Наведені положення в значній мірі відображають сутність економічної політики в двох випадках: 1) в умовах жорсткого централізованого управління виробництвом з високою часткою ручної і слабо механізованої праці, коли заходи з впровадження новітньої техніки й технології супроводжувались автоматичним зростанням попиту на додатковий випуск продукції; 2) в умовах високоефективної ринкової економіки, для якої характерним є сталий інноваційно-інвестиційний розвиток.

Якщо ж досліджується перехідна ринкова економіка, на кшталт, української, то взаємозв'язок між фондоозброєністю й об'ємом реалізації проявляється не так чітко і функціонально. В даній ситуації ріст співвідношення *K*/*L* може не корелювати зі змінами попиту на додаткову продукцію, оскільки обсяг чистого доходу від реалізації багато в чому залежить від платоспроможності споживачів цієї продукції. При цьому важливим фактором попиту на додаткову продукцію виступає зростання реальної оплати праці в країні.

Тому зміну фондоозброєності підприємства слід розглядати й аналізувати в тісній ув'язці з динамікою її об'єму реалізованої продукції (*Y*). Справа в тім, що надмірне зростання співвідношення *K*/*L* зазвичай приводить до погіршення використання основних виробничих фондів і, як наслідок, зниження фондовіддачі *Y*/*K*. Протилежна ситуація виникає в разі необґрунтованого падіння фондоозброєності, що неминуче викликає зниження продуктивності праці *Y*/*L*. Слід відмітити, що постійне нехтування питанням управління співвідношенням *K*/*L*, визначенням оптимальної фондоозброєності на

виробництві неухильно приводить до нераціонального використання основних виробничих фондів та робочий сили. А це неминуче проявляється в зниженні конкурентоспроможності окремих вітчизняних підприємств і галузей, погіршенні їх фінансового стану, що, в решті решт, погрожує банкрутством суб'єктів господарської діяльності.

На наш погляд, краще казати про оптимальну фондоозброєність у сенсі максимізації реалізованої продукції при заданих загальних витратах капіталу (або мінімізації загальних витрат капіталу на заданий випуск продукції). Дана позиція ґрунтується на фундаментальному положенні мікроекономіки, згідно з яким оптимум товаровиробника досягається в точці, де зважені за цінами граничні продукти факторів виробництва співпадають. Реалізуючи цю умову, підприємство як товаровиробник досягає стану внутрішньої рівноваги, тобто найліпшого поєднання ресурсів K, L.

Як відомо, граничні категорії найшли своє повноцінне втілення в теорії маржиналізму і, зокрема, в економіко-математичній гільці даного напряму економічної науки – теорії виробничих функцій (ВФ). Тому, ми вважаємо доцільним досліджувати проблему пошуку оптимальної фондоозброєності підприємств на основі саме апарату двохфакторних ВФ.

Основні теоретичні та практичні результати визначення формул оптимальної фондоозброєності на базі ВФ Кобба-Дугласа, CES-функції, лінійної функції, функцій Леонтьєва, Аллена та ін. опубліковані нами в роботах [1-4].

Література

1. Янковий В. О. Економіко-математичні властивості виробничої функції Кобба-Дугласа і CES-функції / В. О. Янковий // Східна Європа : економіка, бізнес та управління. Науково-практичний журнал. – № 7. – 2017. – С. 330-336. – Дніпро. Придніпровська державна академія будівництва та архітектури [Електронний ресурс] – Режим доступу до журналу : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/7_2017/63.pdf

2. Янковий В. О. Пошук оптимуму товаровиробника в рамках N-факторних виробничих функцій / В. О. Янковий // Інфраструктура ринку. Електронний фаховий науково-практичний журнал з економічних наук. – № 7. – 2017. – С. 430-436 [Електронний ресурс] – Режим доступу до журналу : http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/7_2017_ukr/74.pdf

3. Янковий В. О. Економетричне моделювання факторів росту чистого доходу миколаївського комбінату хлібопродуктів / В. О. Янковий // Глобальні та національні проблеми економіки. – Вип. № 15. – Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. Лютий 2017 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу до журналу : http://global-national.in.ua

4. Koval V., Slobodianiuk O., Yankovyi V. (2018) Production forecasting and evaluation of investments using Allen two-factor production function. Baltic Journal of Economic Studies Vol. 4, No. 1: 219-226. DOI: https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-1-219-226

Rudzewicz A.
Ph.D.
Warmia-Mazury University in Olsztyn (Poland)

IMPACT OF TRUST ON CONSUMER LOYALTY

Enterprises are constantly looking for new ways to improve their efficiency and competitiveness. The importance of such elements as the ability to build relationships with consumers and their long-term maintenance is growing. As part of the broad consumer issues, research on loyalty is one of the most developing trends. One of the regulators in the practice of business operations in a competitive environment, in the aspect of consumer decisions made on the market, is trust [1, pp. 13].

The purpose of the article is to determine the impact of trust on consumer loyalty. The survey of consumer trust and loyalty was conducted from February to June 2017. During the collection of data, was used an online questionnaire [2, pp. 134-135]. The surveyed clients responded to the statements contained in the survey, according to their knowledge and opinion, using the seven-point Likert scale. Respondents assessed their level of trust and loyalty to branded sports clothing, which they most often used (use). Brands such as Adidas and Nike are a frequent subject of scientific research [3, pp. 249-273, 4, pp. 101-125). The study included 438 participants who correctly and completely filled in the questionnaire.

The conducted regression analysis revealed the impact of trust on consumer loyalty (Table). The regression model turned out to be statistically significant $F(1.436) = 153.07$; $p < 0.001$. The coefficient of determination was $R^2 = 0.26$, which means that the variability in consumer loyalty was explained by trust in 26%. Trust turned out to be statistically significant for consumer loyalty $t = 12.37$; $p < 0.001$. An increase in trust by 1 unit resulted in an increase in consumer loyalty by 0.71 unit.

Table

Parameters of the linear regression model - impact of trust on consumer loyalty

Y	β_0	β_1	X_i	R^2
Consumer loyalty	0,44	0,71	Trust	26%

Source: Own study

Formulating conclusions, it should be clearly stated that consumer trust has a direct impact on the consumer's loyalty. All the company's efforts to increase consumer trust bring tangible results in the form of increased consumer loyalty.

References

1. Rudzewicz A. Postrzeganie zaufania w działalności gospodarczej / A. Rudzewicz, E. Jędrzejczyk // Handel wewnętrzny – 2012. - no 2 (337) - pp. 13.

2. Rószkiewicz M. Projektowanie badań społeczno-ekonomicznych Rekomendacje i praktyka badawcza / M. Rószkiewicz, J. Perek-Białas, D. Węziak-Białowolska, A. Zięba-Pietrzak – Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2013 - pp. 134-135.
3. Haefner J.E. The Importance of Brand Liking and Brand Trust in Consumer Decision Making: Insights from Bulgarian and Hungarian Consumers During the Global Economic Crisis / J.E. Haefner, Z. Deli-Gray, A. Rosenbloom // Managing Global Transitions – 2011 - V.9, No.3 - pp. 249-273.
4. Başer I.U. Examining the Effect of Brand Experience on Consumer Satisfaction, Brand Trust and Brand Loyalty / I.U. Başer, İ.G. Cintamür, F.M. Arslan // Journal of Economic & Administrative Sciences - 2015 - V.37 (2) - pp. 101-125.

Орленко О.М.
старший викладач
Одеський національний економічний університет (Україна)

ВИЯВЛЕННЯ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПРАЦІ ЗА ДОПОМОГОЮ МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

У поточній діяльності підприємства стикаються з рядом обставин, які впливають на показники результативності їх діяльності. Одним з найголовніших таких показників є рівень продуктивності праці, який в умовах надзвичайно швидких темпів науково-технічного прогресу та загострення конкуренції виступає головною передумовою та резервом вітчизняних підприємств на шляху пошуку можливостей для збереження та посилення власних позицій як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. До того ж застосування показника продуктивності праці в процесі аналізу результативності діяльності підприємства дозволяє оцінити не лише ефективність використання матеріально-технічних ресурсів, а головне найбільш якісно та точно охарактеризувати ефективність діяльності персоналу, і особливо – менеджменту підприємства, ступінь його прогресивності та відповідності сучасним реаліям.

Важливо зазначити, що підвищення продуктивності праці – це складний процес одночасної дії багатьох взаємозалежних між собою факторів, які в свою чергу, залежать від умов зовнішнього середовища, в яких функціонує підприємство. Здатність підприємства сконструювати дієві заходи та політику управління процесом ресурсозбереження та збільшення продуктивності праці буде залежати від правильного визначення домінуючої групи факторів для даного конкретного підприємства або групи підприємств. Для виявлення впливу різноманітних умов функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання на дію факторів продуктивності праці, нами були обрані 11 підприємств олійно-жирового сектору та період з 2007 по 2016 рр., окремим фазам якого були притаманні свої характерні особливі тенденції. У якості результуючого показника (*Y*) для побудови кореляційно-регресійної моделі нами був використаний показник рівня продуктивності праці, розрахований як

відношення обсягу чистого доходу від реалізації до чисельності персоналу підприємства, а у якості факторних ознак:

X_1 – витрати на оплату праці;

X_2 – витрати на оплату праці в розрахунку на 1 працівника;

X_3 – зарплатовіддача;

X_4 – фондоозброєність.

Після складання кореляційної матриці за допомогою пакету прикладних програм Microsoft Excel нами було побудовані окремі рівняння регресії для кожного з трьох періодів (табл.).

Таблиця

Кореляційно-регресійні моделі виявлення впливу умов діяльності підприємств на дію факторів продуктивності праці персоналу

2007-2009 рр.	2010-2013 рр.	2014-2016 рр.
$\hat{Y}$ = -316,167 + 14,49 X_2 + 21,005 X_3	$\hat{Y}$ = - 581,845 + 15,23 X_2 + 37,05 X_3	$\hat{Y}$ = -814,001 + 0,007 X_1 + 12,041 X_2 + 45,497 X_3 + 0,789 X_4
R^2 = 0,93737	R^2 = 0,9627	R^2 = 0,9598
X_2 – Рівень витрат на оплату праці в розрахунку на 1 працівника, тис. грн./ос. X_3 – Зарплатовіддача, грн.	X_2 – Рівень витрат на оплату праці в розрахунку на 1 працівника, тис. грн./ос. X_3 – Зарплатовіддача, грн.	X_1 – Витрати на оплату праці, тис. грн./ос. X_2 – Рівень витрат на оплату праці в розрахунку на 1 працівника, тис. грн./ос. X_3 – Зарплатовіддача, грн. X_4 – Фондоозброєність, тис. грн./прац.

Розраховано автором за даними [1]

В процесі аналізу виявилося, що на етапах 2007-2009 рр. та 2010-2013 рр. найвагомішими факторами були X_2 та X_3, а X_1 та X_4 було виключено з моделі після перевірки адекватності параметрів регресійної моделі. На етапі 2014-2016 рр. умови функціонування підприємств олійно-жирового сектору не лише посилили вплив факторів попередніх періодів, а також зробили вагомими для продуктивності праці фактори X_1 та X_4. Це доводить факт впливу різноманітних умов функціонування підприємств на перелік, вагомість та дію певних факторів продуктивності праці.

Таким чином, можна дійти висновку, що аналіз умов діяльності підприємств та виявлення їх впливу на вагомість та значимість окремих факторів продуктивності праці дозволяє підприємствам розширити потенціальний перелік заходів, спрямованих на збільшення даного показника на підприємстві та обрати більш доцільні та результативні. Саме комплексне використання підприємствами найбільш важливих факторів сприятиме наближенню фактичної величини рівня їх продуктивності праці до максимально можливої, за рахунок реалізації усіх резервів її зростання та покращення ефективності використання усіх інших наявних на підприємстві ресурсів.

Література

1. Система розкриття інформації на фондовому ринку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://smida.gov.ua

Буздиган М.О.
аспірант
Одеський національний економічний університет (Україна)

МЕТОДИКА ОЦІНКИ ВИРОБНИЧОЇ СКЛАДОВОЇ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В економічній науці рівень ефективності діяльності підприємства визначається діловою активністю як комплексною різносторонньою, багатоаспектною характеристикою підприємства, що вказує на позицію фірми на ринку. Її оцінка проводиться експертами за результатами аналізу множини різноманітних коефіцієнтів. Тобто, ділова активність є латентним показником, оскільки не існує єдиного кількісного показника, завдяки якому можна було б виміряти її рівень.

В основі ділової активності лежить виробнича, фінансова, інноваційно-інвестиційна, маркетингова та управлінська складова. Серед найсуттєвіших виділяється виробнича складова, оскільки саме від неї залежить доцільність виробництва благ для задоволення суспільних потреб. Достовірна кількісна оцінка виробничої складової ділової активності підприємств зможе показати реальний стан діяльності підприємства та потенційні його можливості для досягнення лідерських позицій на ринку у разі максимального використання ресурсів, вкладених у виробничу діяльність підприємства. Кількісну оцінку виробничої складової ділової активності підприємства запропоновано здійснити на основі багатовимірного статистичного аналізу. Методи багатовимірного аналізу – найбільш дієвий кількісний інструмент дослідження соціально-економічних процесів, що описуються великим числом характеристик. До них відносяться кластерний аналіз, таксономія, факторний аналіз, кореляційний аналіз, регресійний аналіз.

Указаний інструментарій був використаний нами для визначення виробничої складової ділової активності підприємств газової промисловості. В якості чинників-симптомів були обрані наступні показники: X1 – фондовіддача, грн./грн.; X2 – продуктивність праці, тис. грн.; X3 – матеріалоємність, грн./грн.; X4 – витрати на 1 грн. виробленої продукції, грн./грн.; X5 – зарплатоємність виробленої продукції, грн./грн.; X6 – коефіцієнт росту виробленої продукції. Вибір даних чинників був обумовлений наявністю теоретичного зв’язку кожного фактору з рівнем ділової активності підприємств та можливістю отримати відповідну статистичну інформацію [1].

Багатовимірний статистичний аналіз пропонуємо провести в декілька стадій:

1. Кластерний аналіз. Завдання кластерного аналізу полягає в розділенні сукупності досліджуваних підприємств з близькими значеннями чинників-симптомів, що відображають виробничу складову ділової активності підприємств газової промисловості на кількісно однорідні групи. Процедуру кластеризації доцільно розподілити на три основні етапи.

На першому етапі проводиться кластерізація з використанням найбільш розповсюджених серед процедур прямої класифікації ієрархічних алгоритмів. Ієрархічне об'єднання (агломерація) об'єктів в кластери на базі критеріїв, які мінімізують відстані між ними в просторі чинників ділової активності підприємств газової промисловості.

На другому етапі повинен бути здійснений контроль правильності розбивки вихідної статистичної сукупності об'єктів. Для цього серед ітеративних методів еталонного типу використовуємо метод k-середніх.

На третьому етапі проводиться ідентифікація отриманих кластерів на основі процедури подвійного об'єднання.

2. Таксономічний аналіз в рамках кожного кластера окремо. Таксономічний аналіз базується на розрахунку відстаней (схожості) всіх точок (об'єктів) до еталона (антиеталона) в просторі спостережуваних чинників-симптомів, які є зовнішнім проявленням прихованої властивості об'єктів. Даний метод утілений у дві головні алгоритми таксономічного аналізу – класичний і модифікований. Але в останній час при складанні рейтингів пропонується використовувати змішаний (об'єднаний) підхід. На підставі ранжирувань, виконаних за класичним та модифікованим алгоритмами, будується агрегована рейтингова оцінка методом строкових сум. Далі, після розрахунку об'єднаних рейтингових оцінок ri кожному об'єкту присвоюється кінцевий ранг Ri [2, с. 56-57].

3. Завершальним етапом є дискримінантний аналіз, у процесі якого вирішуються наступні основні задачі: 1) побудова адекватної дискримінантної функції за допомогою методів кореляції і регресії, яка характеризуватиме виробничу складову ділової активності підприємств; 2) визначення оцінок латентної ознаки досліджуваних економічних об'єктів на базі побудованої дискримінантної функції; 3) оцінювання прихованої властивості, що вивчається, для об'єктів, котрі не входять у досліджувану сукупність.

Запропонована методика здебільшого є корисною для потенційних інвесторів, банків та інших контрагентів підприємств, хоча може бути використана і безпосередньо на самому підприємстві з метою визначення стану виробничої складової ділової активності відносно конкурентів у галузі. Вона допомагає визначити місце в економічному середовищі, а також ефективність і безризиковість ділових відносин.

Література

1. Янковий О. Г., Буздиган М. О. Багатовимірний статистичний аналіз виробничої складової ділової активності підприємств газової промисловості / О. Г. Янковий, М. О. Буздиган // Глобальні та національні проблеми економіки. – Вип. № 22. – Миколаївський національний університет ім. В.О. Сухомлинського. Лютий 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журналу : http://global-national.in.ua/archive/21-2018/89.pdf

2. Янковий О. Г. Латентні ознаки в економіці : монографія. – Одеса : Атлант, 2015. – 168 с.

7. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГЕТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Дегтярьова О.О.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ЩОДО ПОРІВНЯЛЬНОЇ ОЦІНКИ РІВНЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ

Енергоефективність вже довгий час стоїть на порядку денному в багатьох країнах світу. В Україні питання енергоефективності останнім часом є особливо гострими і практично в усіх сферах життєдіяльності потребують негайного вирішення. Промисловість довгі часи була найбільшим споживачем енергії в країні, але останнім часом домашні господарства демонструють тренд на збільшення споживання енергії, за рахунок чого навіть незначно перевищили обсяги споживання в промисловості (рис.).

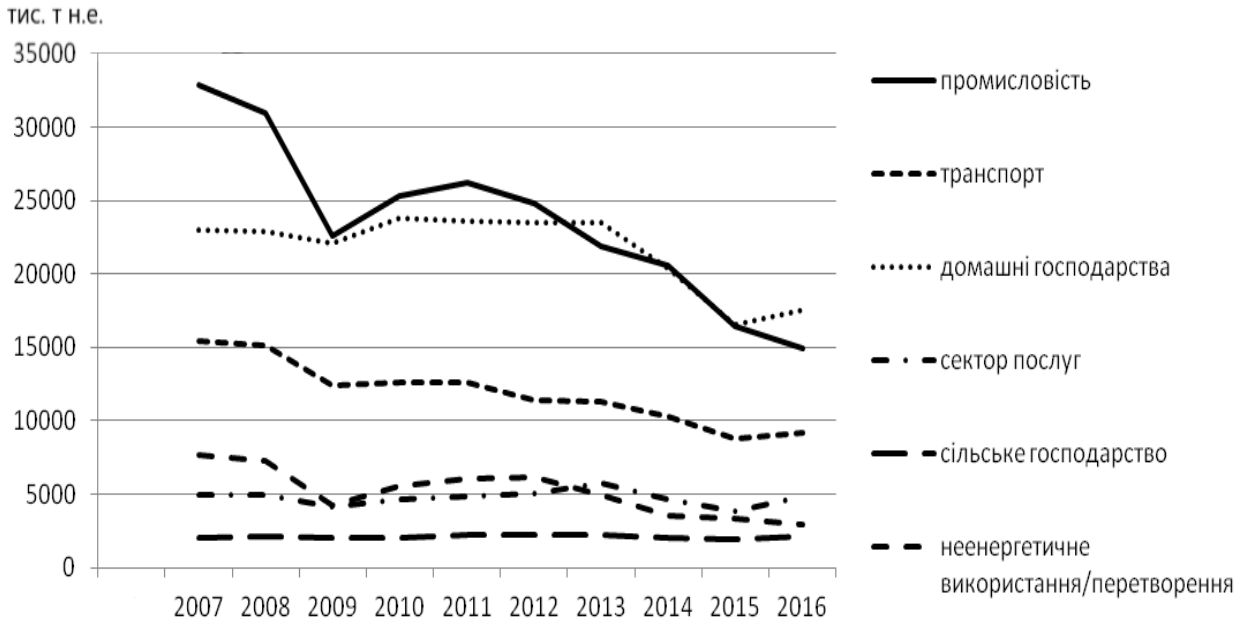


Рис. Кінцеве енергоспоживання в Україні
Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України [1]

В цьому контексті постає питання за рахунок чого сталися структурні зміни в кінцевому енергоспоживанні: за рахунок зростання рівня енергоефективності в промисловості чи за рахунок зменшення ділової активності та структурних змін в економіці? Тим не менш очевидно, що промисловість та житловий сектор за принципом Парето мають дати найбільший ефект від заходів з енергоефективності та енергозбереження.

Для розробки заходів та програм з енергоефективності, а також визначення їхнього впливу на конкретні об’єкти, потрібно чітко розуміти природу енергоефективності та мати аналітичний інструментарій щодо моніторингу її рівня та його порівняльної оцінки.

Поняття енергоефективності є мультидисциплінарним і тому використовується в різних галузях знань. Але в кожній з них його трактують по-різному і підходи, щодо визначення рівня енергоефективності, також мають різні [2, с. 241]. В економіці енергоефективність часто вважать величиною зворотною до енергоємності, але й тут нема єдиної думки, щодо обчислення її рівня. Мова може йти про макро і мікроекономічні показники, окремо виділяють показники для порівняння енергоефективності по різним напрямкам економічної діяльності.

Так, Міжнародне Енергетичне Агентство (МЕУ) для порівняльної оцінки енергоефективності розробило метод декомпозиції кінцевого енергоспоживання за секторами та галузями економіки, в якому розділяються головні фактори, які визначають енергоспоживання: економічна діяльність, структура економіки та енергоємність виробництва, що дозволяє отримати точніші оцінки енергоефективності порівняно зі стандартними [3, с. 6]. Згідно досліджень, проведених в 2014 р. за методикою МЕУ, порівняльна оцінка рівня енергоефективності в машинобудуванні України склала 22,5% від середньоєвропейського рівня в цій галузі, що є найнижчим результатом по галузям промисловості України [3, с. 12]. Тобто вітчизняне машинобудування далеко відстає від стандартів ЄС з енергоефективності, тим самим визначаючи ще один фактор ризику для підприємств цієї галузі особливо при неминучому зростанні цін і тарифів на енергоресурси.

Таким чином, можна зробити висновок, що серед різноманіття галузей промисловості в Україні саме підприємства машинобудівного комплексу потребують особливої уваги як при розробці заходів та програм з енергоефективності, так і при проведенні досліджень, щодо можливостей удосконалення або розробки внутрішньої енергетичної стратегії, впровадження новітніх підходів, щодо управління енергетичною сферою підприємства – наприклад, енергетичного контролінгу.

Література

1. Енергетика [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу до ресурсу : http://www.ukrstat.gov.ua/
2. Дегтярьова О. О. Взаємозв’язок показників енергетичної ефективності в промисловому виробництві / О. О. Дегтярьова // «Стратегії сталого розвитку : на шляху до сильнішої громади» : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. з нагоди 5-ти річчя проекту ПРООН «Місцевий розвиток, орієнтований на громаду» в Україні, 21 жовтня 2016, м. Сєвєродонецьк, 2016. – С. 241-242.
3. Додонов Б. Моніторинг енергоефективності України 2016 [Електронний ресурс] / Б. Додонов. — Київ : НОСЕП, 2016. –20 с. – Режим доступу до ресурсу : http://newsep.com.ua/media/news/854/files/Моніторинг%20 енергоефективності%20України%202016.pdf

Купінець Л.Є.
д.е.н., професор
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ (Україна)

СКЛАДОВІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ВИКОРИСТАННЯ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО КОМПЛЕКСУ

Сучасна енергетична політика України, вектори розвитку якої зафіксовано в стратегічних документах щодо економічного та соціального розвитку країни, спрямована на енергозбереження і зменшення споживання викопних паливних ресурсів та паливних продуктів за рахунок суттєвого збільшення використання нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії (НВДЕ), що веде до скорочення викидів парникових газів, оптимізації структури паливно-енергетичного балансу регіону, збереження навколишнього природного середовища. Розвиток відновлюваних джерел енергії країни у довгостроковій перспективі повинен відбуватися на основі економічної конкуренції з традиційними джерелами, а також з урахуванням потенційних вигід від розвитку НВДЕ [1, с. 51].

Цей напрямок передбачає використання енергії сонця, вітру, теплоти підземних джерел, відходів сільськогосподарського виробництва, а також використання видів палива, що виготовляються з продукції рослинництва, в обмін на нафтопродукти. Передумовою таких рішень стало зростання питомої енергоємності, збільшення в десятки разів вартості енергоносіїв та собівартості продукції, а основою їх реалізації – динамічний розвиток відновлюваної енергетики та наявний потенціал відповідних джерел енергії, що забезпечують зобов'язання України довести до 2025 р. частку відновлювальної енергії в структурі загального первинного постачання енергії до 12% та не менше 25 % – до 2035 р., включаючи всі гідрогенеруючі потужності та термальну енергію [2, с. 48].

Зауважимо, що розвиток альтернативної енергетики виступає одним з головних завдань стратегій розвитку регіонів України, а сільське господарство та харчова промисловість входять до пріоритетних сфер енергозбереження та застосування енергоефективних технологій та виступають, зокрема, джерелами надлишкових ресурсів біомаси. Між тим проблема є досить складною, як для органів законодавчої і виконавчої влади, так і для суб'єктів господарювання.

Розв'язання проблеми розвитку альтернативної енергетики в означених секторах економіки регіону знаходиться в сфері реалізації заходів, які класифікуються на інституційні, наукові, виробничо-організаційні, техніко-технологічні, інвестиційні та управлінські (табл.).

Література

1. Енергетична стратегія України на період до 2030 р. Розпорядження КМ України від 24.07.2013 р. № 1071-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/n0002120-13

2. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» Розпорядження КМ України від 18.08.2017р. № 605-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/605-2017-%D1%80

Таблиця

Напрямки комерціалізації використання відновлюваних джерел енергії на підприємствах агропродовольчого комплексу

Сучасний стан розв'язання проблеми	Необхідні заходи щодо вирішення проблеми
Інституціональне забезпечення: ЗУ «Про енергозбереження»; «Про альтернативні види палива»; «Про альтернативні джерела енергії»; «Про комбіноване виробництво теплової та електричної енергії (когенерацію) та використання скидного енергопотен-ціалу», Постанови КМ України від 01.03.2010 №243 «Про затвердження Державної цільової економічної програми енергоефективності і розвитку сфери виробництва енергоносіїв з ВДЕ та альтернативних видів палива на 2010-2015 роки» Регіональної програми енерго-ефективності Одеської області на 2010-2014р.р. та на 2015-2018, затверджених рішенням Одеської облради відповідно 10.09. 2010 р. № 1169-V та 21.12.2015 р. № 33-VII. Галузева програма енерго-ефективності та енергозбереження на період до 2017 р. Наказ Міністра промислової політики України від 25.02.2009 № 152	Існуюче законодавче забезпечення окреслює комплексне вирішення проблеми підвищення ефективності використання та зменшення споживання енергоресурсів усіма галузями суспільного господарства, але має ознаки рамкового законодавства. *Необхідно:* Створити сприятливе правове, нормативне та ринкове середовище; провести розбудову інституціональної, та технічної спроможності використання потенціалу НВДЕ (у відповідності до ЗУ від 15.12.2010 № 2787-VI «Про ратифікацію Протоколу про приєднання України до Договору про заснування Енергетичного Співтовариства (ЕС), та Рішення Ради Міністрів ЕС D/2012/04/MC-EnC «Про впровадження Директиви 2009/28/ЕС і внесення змін до Статті 20 Договору про заснування ЕС» щодо заохочення до використання енергії, виробленої з НВДЕ). Прийняти державну програму використання НВДЕ Створити правове поле інвестування впровадження НВЕД. Стимулювати впровадження та транфер інноваційних технологій. Законодавчо забезпечити становлення інфраструктурного забезпечення впровадження НВДЕ, в першу чергу, вітчизняне виробництво необхідного обладнання та устаткування, стимулювання його виробництва. Оцінити відповідність існуючого законодавства міжнародним зобов'язанням України у сфері енергетики.
Науковий напрямок (активно розвиваються фундаментальні та прикладні дослідження)	Створення нових типів устаткування та технологій для виробництва енергії та тепла з НВДЕ. Оптимізація застосування різних типів теплонасосів.
Виробничо-організаційний напря-мок (лише 10% -2,7 млн т у.п. на рік від загального потенціалу біомаси спрямовано на енергетичні потреби не враховуючи інших видів ВДЕ).	Проведення ефективного енергомоніторінгу та енергоаудиту. Інфраструктурне та логістичне забезпечення збирання, переробки, та транспортування біосировини. Підтримка конкуренції на ринку НВДЕ. Підготовка кваліфікованих кадрів.
Техніко-технологічний напрямок (забезпечує: підвищення енергоефек-тивності по всьому ланцюгу виробництва, зростання КПД діючого устаткування, енергонезалежність об'єктів).	Забезпечення рівномірної роботи генеруючих потужностей НВДЕ, підключення до енергомереж. Вибір найбільш ефективних енергоносіїв у генерації електро-, теплоенергії та гарячого водопостачання на підприємствах, де біомаса є залишковим продуктом, впровадження енергозберігаючих технологій та обладнання.
Інвестиційний напрямок (проходить реалізація пілотних мікропроектів).	Заохочення стратегічних інвесторів до входу на ринок НВДЕ України, інвестування проектів запровадження устаткування та обладнання для відновлюваної енергетики - теплових насосів, сонячних колекторів, економного освітлення та розповсюдження досвіду серед потенційних користувачів
Управління та регулювання у сфері використання НВДЕ (потребує ретельного опрацювання).	Запровадження економічного механізму управління і регулювання, децентралізація енергопостачання, оптимізація «зеленого тарифу».

Джерело: складено автором

Дубровська В.В.
к.т.н., доцент,
Шкляр В.І.
к.т.н., доцент,
Пєлєвін А.С.
магістр
КПІ ім. Ігоря Сікорського, Інститут енергозбереження та енергоменеджменту
(Україна)

ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ВИКОРИСТАННЯ МІНІ ГЕС З РІЗНИМИ ТИПАМИ ГІДРОТУРБІН

Енергетична криза, пов'язана зі скороченням запасів органічного палива, і проблемами екології визначають все більший інтерес в усьому світі до використання відновлюваних джерел енергії, з яких найбільш розвиненою є мала гідроенергетика, яка дозволяє використати значний гідроенергетичний потенціал малих рік і притоків, а в багатьох випадках забезпечити локальне електропостачання віддалених районів або населених пунктів.

Мета роботи: аналіз гідропотенціалу малих річок України, дослідження показників енергоефективності роботи міні ГЕС з різними типами гідротурбін.

В роботі проведений аналіз гідроенергетичного потенціалу річок поліської гідрологічної зони басейну Дніпра. На прикладі річки Гнилоп'ять розглянута можливість встановлення міні ГЕС. Визначено, що ця річка входить до категорії *«Зона будівництва»*.

За допомогою програмного забезпечення Google Планета Земля Про побудовано вертикальний профіль річки з метою визначення оптимального місця встановлення міні гідроелектростанції. Розрахунковий розподіл стоку в залежності від водності року та середній багаторічний стік річки складає 3,7 м³/с.

Для визначення типу гідротурбіни скористалися графіком використання гідротурбін за напором та витратою води (рис. 1).

Рис. 1 - Графік застосування гідротурбін

Для визначення терміну окупності міні ГЕС необхідно встановити її вартість. Інвестиційні витрати МГЕС (1-10 МВт) і дуже малих ГЕС (≤1 МВт) можуть варіюватися від 2000 $ до 7500 $ за 1 кВт і від 2500 $ до 10000 $ за 1 кВт,

відповідно. Для нашої країни пропонується прийняти ціну 2500 $ за 1 кВт. Оскільки на сьогоднішній день курс приблизно 1 $ ≈ 27 грн і він не стабільний, тоді приблизна ціна міні ГЕС з потужністю 148 кВт у гривнях буде рівна:

$$2500 \cdot 27 \cdot 148 = 9990000 \text{ грн} \approx 10000000 \text{ грн.}$$

Приймаємо темп інфляції 12%. Щорічні затрати на експлуатацію та обслуговування: 1000000 грн.

Проведення порівняльного аналізу турбін Банки (Поперечний потік) та Каплана, які обрані за рис.1 при висоті напору 5 м та витраті води 3,7 $м^3/с$, проводимо у програмному забезпеченні RETScreen 4 [1]. Воно дозволяє задавати нормований потік річки, загальний напір та тип турбіни і її характеристики.

Результати порівняння наведено в табл. та на рис. 2.

Таблиця

Порівнянні характеристики турбін Каплана та Банки

		Каплана	Банки
Максимальний ККД турбіни	%	84,9	79,4
ККД турбіни при розрахунковому стоці	%	84,4	79
Електрична потужність	кВт	148	138
Електроенергія, що передається в мережу	МВт·год	1167	1092
Коефіцієнт викидів парникових газів	т CO_2 /МВт	0,375	0,433
Щорічне скорочення викидів парникових газів	т CO_2	438,1	487,4
ВНР до виплати податків	%	67,5	61,8
Простий термін окупності	роки	1,7	1,9
Повернення капіталу	роки	1,5	1,6

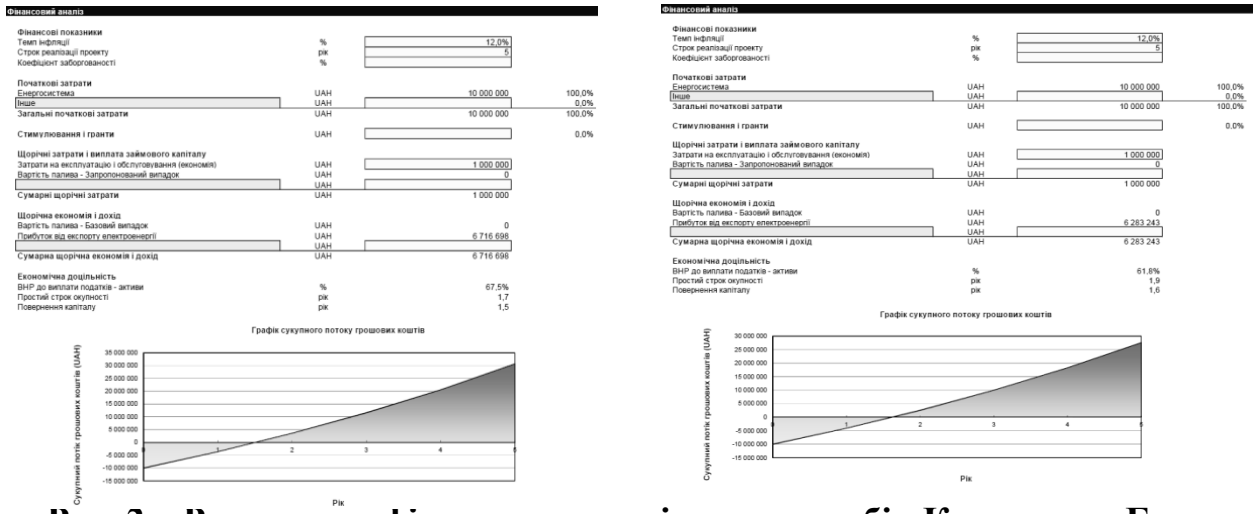


Рис. 2 – Результати фінансового порівняння турбін Каплана та Банки.

За результатами розрахунків міні ГЕС з гідротурбіною Каплана має більшу потужність 148 кВт, ніж з турбіною Банки 138 кВт. Тому рекомендовано встановлення міні ГЕС з турбіною Каплана потужністю 150 кВт.

Література

1. Ressources naturelles Canada [Електронний ресурс] : RETScreen. Режим доступу : http://www.nrcan.gc.ca.

Загарій В.К.
к.е.н., доцент
Київський національний університет культури і мистецтв (Україна)

ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГЕТИКА УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Енергетичний баланс у світі, у тому числі і в Україні, поступово переміщується в напрямку відновлюваних джерел енергії (ВДЕ).

Міжнародне агентство з відновлюваних джерел енергії (IRENA) у січні 2017 р. здійснило проект з дослідження потенціалу використання ВДЕ у країнах Південно-Східної Європи. За результатами проведеного дослідження було виявлено, що Україна володіє найбільшим серед країн Південно-Східної Європи технічним потенціалом впровадження ВДЕ. Сумарний потенціал установлених потужностей в країні оцінюється в 408,2 ГВт. (без урахування великих ГЕС): вітрова енергетика – 321 ГВт. (78%); сонячна енергетика – 71 ГВт. (17%); малі ГЕС – 4 ГВт. (1%); біомаса – 15 ГВт. (4%). Тому сьогодні для України категорично невірним буде продовжувати рухатися шляхом використання вичерпних джерел енергії. Сучасний стан розвитку науково-технічного прогресу дає змогу все більшою мірою застосовувати інновації у сфері використання альтернативних і відновлюваних джерел енергії для потреб малих і великих підприємств [3, с. 402].

Встановлені потужності ВДЕ в Україні мають тенденцію до щорічного зростання. У 2016 р. було введено в експлуатацію 120,6 МВт. потужностей, з них найбільше об’єктів сонячної енергетики – 99,1 МВт. та вітроенергетики 11,6 МВт. Об’єктів малої гідроенергетики та таких, що виробляють енергію з біомаси та біогазу було збудовано близько 3 МВт. кожного. На початок 2017 р. галузь ВДЕ в Україні налічувала 170 компаній та 291 об’єкти енергетики. [5]. Частка постачання енергії від ВДЕ в Україні у період з 2007 по 2016 рр. зросла на 2,3%. При цьому провідну роль займає енергія біопалива та відходів (3,1% від загальної частки постачання енергії) [2].

На сьогодні в Україні до головних видів біопалива відносять: біоетанол, біомаса, біодизель. Потужність об’єктів енергетики, що виробляють електроенергію з біомаси, протягом 2013-2016 років збільшилась в 6,5 разів. Найбільш розповсюджене використання відновлюваних джерел енергії у теплоенергетиці спостерігається у Волинській та Рівненській областях, що зумовлено наявністю значної кількості природних ресурсів (біомаси) у цьому регіоні. Регулює прискорений розвиток біоенергетики в країні Біоенергетична асоціація України, заснована у 2013 році.

Найбільший виробник енергії вітру в Україні – це «Вінд Пауєр», дочірня компанія Донецької топливо-енергетичної компанії (ДТЕК), яка працює за напрямками теплової та зеленої енергетики. На другому місці – «Вітряний парк Новоазовський». Унікальний комплекс тим, що там виробляють вітроенергетичні установки мультимегаватної потужності й аналогів йому немає на пострадянському суспільстві. Замикає трійку лідерів «Вітряний парк

Очаківський». Серед виробників і постачальників вітрової енергетики в Україні за «зеленим» тарифом зареєстровано всього 11 компаній.

Виробників сонячної енергії зареєстровано значно більше – понад 85. Найбільша компанія на ринку сонячної енергетики в Україні – «Восход Солар» із потужністю 53,3 МВт. Це підрозділ китайської компанії «CNBMN er Energy Engineering», яка володіє близько 60% «сонячного» енергоринку України потужністю 267 МВт. Але крім великих постачальників, є невеликі компанії, які виробляють сонячну енергію по всій Україні. зокрема у Хмельницькій, Вінницькій, Одеській, Кіровоградській, Львівській та інших областях.

Україна залишається привабливою для мікро-, міні- та малої гідроенергетики. Проте гідроенергії в країні спожили лише 660 тис. т. н. е., що становить 0,7% від загальної частки постачання енергії. Серед гідропостачальників енергії виділяють компанію «Гідроенергоінвест», що володіє 12 ГЕС, зокрема 7 станціями в Кіровоградській області та кількома станціями в Сумській, Вінницькій, Полтавській, Житомирській областях. Найпотужніша з них – Гайворонська ГЕС потужністю 5,7 МВт. Ще одна компанія – «Енергія -1» – володіє Касперівською ГЕС з потужністю 5,7 МВт. На третьому місці – Червонооскільська ГЕС, яка працює в Харківській області та виробляє 4 МВт [1].

Відповідно до Енергетичної стратегії України на період до 2035 р. «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність», енергетична система України прогнозує зростання частки відновлюваної енергетики до рівня 12 % від загального первинного постачання енергії та не менше 25 % - до 2035 р. [4]. За оцінками IRENA, у 2030 р. з ВДЕ може бути вироблено близько 57 млн. Гкал. теплової енергії, що дозволить економити близько 7 млрд. м3 природного газу щороку.

Література

1. Більше альтернативної енергетики в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://moesonce.com/ukraine/bilshe-alternativnoi-energetiki-v-ukraini.html

2. Державна служба статистики України – 2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/

3. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю. Інновації в системі управління енергозбереженням промислових підприємств / В. В. Джеджула // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 401-404.

4. Енергетична стратегія України на період до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=250250456

5. Розвиток відновлюваних джерел енергії в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : energymagazine.com.ua/wp-content/uploads/2017/03/Rozvitok-VDE-v-Ukraini.pdf

Шкляр В.І.
к.т.н., доцент,
Дубровська В.В.
к.т.н., доцент,
Рожок Р.В.
магістр
КПІ ім. Ігоря Сікорського, Інститут енергозбереження та енергоменеджменту
(Україна)

ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ГЕЛІОСИСТЕМИ ТА ТЕПЛОВОГО НАСОСУ ДЛЯ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ БУДІВЛІ

Техніко-економічне обґрунтування (ТЕО) є важливою складовою в більшості проектів по термомодернізації та підвищенні ефективності об'єкту. Для прикладу ТЕО було обрано приватний будинок з опалювальною площею 150 м^2, в якому проживає 4 людини. Опалення потребує 22000 кВт·год в опалювальний сезон, а ГВП з баком акумулятором об'ємом в 300 л - 3300 кВт·год на рік. Генерація теплоти відбувається за допомогою стаціонарного газового котла. Зовнішні огороджувальні конструкції утеплені та мають металопластикові вікна. Теплове навантаження (ТН) будинку становить 10 кВт в розрахунку на мінімальну температуру зовнішнього повітря (-22 °С). Будинок споживає 60 кВт·год/м^2 за укрупненими показниками та знаходиться на приватній території, тому доцільне встановлення теплового насосу типу ґрунт – рідина.

Встановлення теплового насосу максимальної потужності не є доцільним, оскільки потреба в максимальній теплоті необхідна лише короткий проміжок часу. Вартість теплового насосу залежить від його продуктивності, тому раціонально підібрати ТН меншої потужності, щоб забезпечити будинок в теплоті більшу частину опалювального періоду (табл.), а пікові навантаження покривати за допомогою існуючого газового котла.

Застосування ТН потребує низькотемпературну систему опалення у вигляді теплої підлоги чи фанкойлів. При використання звичайних батарей опалення їх площа повинна бути збільшена. Для енергетичних розрахунків була розроблена програма в середовищі Excel.

Таблиця

Теплове навантаження за місяцями опалювального сезону

Місяць		Жовтень	Листопад	Грудень	Січень	Лютий	Березень	Квітень
Середня температура повітря	°С	7,5	1,30	-3,20	-3,80	-3,30	0,90	8,70
Середнє теплове навантаження	Вт	2625	4175	5300	5450	5325	4275	2325

Середнє теплове навантаження у найбільш холодному місяці складає 5,45 кВт, а при середній температурі опалювального періоду 0,1 °С - 4,5 кВт. Тривалість стояння температур нижче -14 °С, що відповідає опалювальній потужності у 8 кВт, складає 4% від опалювального періоду у нормативному році, а тривалість стояння температур нижче - 6 °С - 6 кВт, складає 22 %. Тому приймаємо ТН потужністю 8 кВт.

Тепловий насос AiK MINI m 8 (Україна) типу грунт-вода [1], тепловою потужністю 8 кВт коштує 3300 €, а загальна вартість системи без електропідключення обладнання, монтажних та пусконалагоджувальних робіт: 6550 €. Для теплового насосу NIBE F1126-8 (Швеція) типу грунт-вода, тепловою потужністю 8 кВт – 7120 € та 10400 € відповідно. Як бачимо, використання вітчизняного теплового насосу дозволяє зменшити вартість установки 35 %. Вартість теплового насосу NIBE F1126-6 меншої потужності у 6 кВт складає 6950 € і не дуже відрізняється у порівнянні з 712.€. Вартість бурових робіт, монтажу вертикального колектора, електропідключення обладнання та пусконалагоджувальних робіт складає від 43000 грн до 50000 грн.

Загальна вартість системи з ТН AiK MINI m8 250000 грн. При роботі ТН в бівалентному паралельному режимі вона буде генерувати 21600 кВт·год в опалювальний сезон (при нормативних температурах навколишнього середовища), витрачаючи 8980 кВт·год електричної енергії. При цьому ТН буде покривати 96 % потреб будівлі у теплоті, а 4 % буде забезпечувати додаткове електричне джерело потужністю 2,5 кВт витрачаючи 290 кВт·год електричної енергії. В більш теплий рік строк використання додаткового джерела зменшиться або взагалі не буде використовуватись.

Термін окупності встановлення опалювальної системи з ТН становитиме 11,5 років при заміні електричного котла та 14,5 років при заміні газового.

Система ГВП має рівномірний графік навантаження протягом року. Тому обрано три вакуумних сонячних колектора ВКВ-НР-58 / 1800-18 з тепловими трубками типу НР на 24 трубки з корисною площею 3,7 м^2 і вартістю 40500 грн.

Дана установка буде генерувати в середньому біля 9 кВт·год теплоти за добу (13,6 кВт·год в червні і 2,6 кВт·год в січні). Ступінь покриття теплового навантаження ГВП складає 70 %, а інші 30% покриваються додатковим джерелом теплоти. Це дасть змогу зекономити біля 500 м^3 природного газу або 4420 кВт·год електричної енергії. Термін окупності встановлення сонячної системи з СК (загальна вартість без урахування монтажних робіт – 87 тис. грн.) складатиме 18 років при використанні додаткового електричного котла або 38 років при використанні газового.

Слід зазначити, що обрані колектори виробляють у літні місяці на 1,6 кВт·год теплоти більше ніж потрібно для ГВП -12 кВт·год. Тому для запобігання стагнації СК та зменшення строку окупності необхідно більш ретельно обирати площу колектора. При використанні вакуумних трубок це зробити можливо.

Література

1. Інформаційний сайт http://progress21.com.ua/.

Тащеєв Ю.В.
викладач
Одеський національний економічний університет (Україна)

ОЦІНКА ЧАСТКИ ВІДНОВЛЮВАНОЇ ЕНЕРГІЇ В ЗАХОДАХ З ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

Виходячи з визначення механізму енергозбереження і на підставі методик розрахунку показників енергозбереження, загальної ефективності та ін., можна зробити висновок, що існує два типи енергозбереження, перший – це пряме скорочення споживання енергії в результаті сукупності організаційних, економічних, управлінських, інституційних, інноваційних, а також технологічних методів та складових (а), другий – це результат структурної трансформації енергозабезпечення при якому відбувається заміна викопного палива на відновлюваний ресурс (див. рис.).

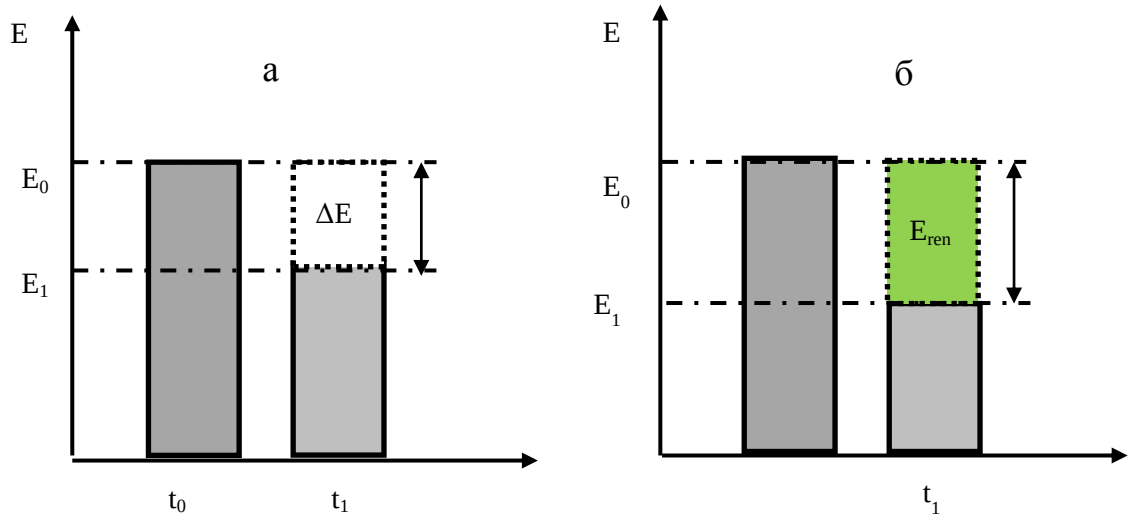


Рис. Енергозбереження за рахунок скорочення споживання енергії та заміни викопного палива на відновлюваний ресурс

Джерело: розроблено автором

Тобто можливо загальне енергозбереження представити у вигляді наступної формули:

$$\Delta EOv = E_0 - E_1 + E_{ren}\,, \qquad (1)$$

де ΔEOv – загальне енергозбереження;

E_0 – щорічна сума використаної енергії до реалізації заходів;

E_1 – розрахункова щорічна сума використаної енергії після реалізації заходів;

E_{ren} – розрахункова щорічна сума використаної енергії з відновлюваних джерел енергії.

Відносну величину структури (питому вагу) d_i за видами енергій окремих частин E_i у загальному обсязі сукупності $\sum E_i$ нам представляється можливим розрахувати за такою формулою:

$$d_i = \frac{E_i}{\sum E_i} \tag{2}$$

де d_i – питома частка і-го виду енергій;
E_i – енергія і-го виду.

Зазначивши при цьому, що сума всіх питомих часток енергій буде дорівнювати одиниці:

$$\sum d_i = 1. \tag{3}$$

Тоді структуру енергозабезпечення підприємства в загальному вигляді з урахуванням відновлюваної енергії доцільно представити в наступному вигляді:

$$\sum d_i = \frac{E_c}{\sum E_i} + \frac{E_{ren}}{\sum E_i}, \tag{4}$$

де $\sum d_i$ – сума всіх питомих часток енергій;
E_c – сума використаної енергії з викопного палива;
$\frac{E_c}{\sum E_i}$ (d_c) – питома частка енергій з викопного палива;
$\frac{E_{ren}}{\sum E_i}$ (d_{ren}) – питома частка енергій з відновлюваних джерел енергії;

Легко показати, що енергозбереження за рахунок скорочення споживання енергії та заміни викопного палива на відновлюваний ресурс за видами енергій окремих частин на підставі формул (1) - (4) можна представити в наступному вигляді:

$$\Delta d = \frac{\sum E_i^0}{\sum E_i^0} - \frac{\sum E_i^1}{\sum E_i^0} = \frac{\sum E_i^0}{\sum E_i^0} - \frac{\sum E_c^1}{\sum E_i^0} + \frac{\sum E_{ren}^1}{\sum E_i^0}, \tag{5}$$

де Δd – відносне повне енергозбереження;
E_i^0 – енергія і-го виду до реалізації заходів енергозбереження;
E_i^1 – енергія і-го виду після реалізації заходів з енергозбереження;
E_c^1 – енергія і-го виду з викопного палива після реалізації заходів;
E_{ren}^1 – енергія і-го виду з відновлюваних джерел після реалізації заходів.

Література

1. Літвінов О. С. Фактори енергоємності продукції промислового підприємства: монографія / О. С. Літвінов. – Одеса : ОНЕУ, 2006. – 242 с.

Кирильчук І.Г.
Національний координатор проекту *UNIDO/GEF* (Україна),
Тащеєв Ю.В.
викладач
Одеський національний економічний університет (Україна)

ПОТЕНЦІАЛ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ПЕРВИННИХ ВИКОПНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ ЗА РАХУНОК СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

Виділивши із загального енергетичного балансу України електроенергію, спожиту економічними суб'єктами за видами економічної діяльності за 2014-2016 рр. (табл. 1), представляється можливим провести економічний аналіз для визначення потенціалу енергозбереження. Сьогодні енергозабезпечення підприємств електроенергії в Україні відбувається в основному за рахунок «брудних» і небезпечних технологій.

Таблиця 1

Структура споживання електроенергії споживачами за видами економічної діяльності в Україні за 2014-2016 рр.

Основні галузі промисловості та групи споживачів	**2014**		**2015**		**2016**		
	Фактичне ел. спож. (млн. кВт*·год)	Питома вага, %	Фактичне ел. спож. (млн. кВт*·год)	Питома вага, %	Фактичне ел. спож.(млн. кВт*год)	Питома вага, %	Приріст до 2014 р.
1. Промисловість у тому числі основні галузі:	60929,8	45,2	50200,3	42,3	49995,4	42,3	-10934,4
у тому числі основні галузі:	–	–	–	–	–	–	–
Паливна	7381,3	5,5	4284,6	3,6	3597,5	3	-3783,8
Металургійна	33933,2	25,2	28755,0	24,2	28872,3	24,4	-5060,9
Хімічна та нафтохімічна	3821,7	2,8	3084,7	2,6	2968,5	2,5	-853,2
Машинобудівна	4367,9	3,2	3669,8	3,1	3706,4	3,1	-661,5
Будів. матеріалів	2221,1	1,6	2067,4	1,7	2198,8	1,9	-22,3
Харчова та переробна	4492,5	3,3	4066,2	3,4	4214,3	3,6	-278,2
Інші	4712,2	3,5	4272,7	3,6	4437,5	3,8	-274,7
2.Сільгоспспоживачі	3482,8	2,6	3342,3	2,8	3513,2	3	30,4
3. Транспорт	7342,3	5,5	6807,0	5,7	6795,5	5,7	-546,8
4. Будівництво	851,8	0,6	747,6	0,6	814,1	0,7	-37,7
5. Комун.-побутові споживачі	16580,7	12,3	15194,9	12,8	15190,7	12,8	-1390
6. Інші непромислові споживачі	6493,3	4,8	5954,9	5	6031,9	5,1	-461,4
7. Населення	38972,2	28,9	36480	30,7	35917,3	30,4	3054,9
Споживання електричної енергії споживачами (нетто)	134653,0	100	118726,9	100	118258	100	-16395

Джерело: розроблено авторами на основі даних[1]

Для аналізу переведемо фактичне споживання електроенергії за 2016 р. визначене у кВт*год. у тони нафтового еквівалента (т н.е.). Використовуючи коефіцієнт переведення 0,086, ми отримаємо наступну величину 10170188 т н.е., що можна записати як 10170*103 т н.е.

У свою чергу, для того, щоб зробити оцінку максимально можливої кількості виробленої електроенергії з відновлюваних джерел (сонячного випромінювання) потрібно оцінити потенціал сонячного випромінювання для України. Це представляється можливим на початковому етапі при аналізі річного випромінювання на поверхню Землі (кВт*год/м^2 на рік) [2].

В загальному вигляді максимальне енергозбереження (ΔE_{max}) за рахунок переходу на відновлювані джерела (сонячного випромінювання), представляється можливим записати у вигляді наступної формули:

$$\Delta E_{max} = E_{\text{ф}} - E_{pv,max}, \quad (1)$$

де E_{ϕ} – фактичне споживання електроенергії;

$E_{pv,max}$ – максимально можливе виробництво електроенергії з відновлюваного джерела.

Зробимо кількісну оцінку скорочення споживання енергоресурсу для виробничого сектора в результаті можливого заміщення вуглецьвмісного ресурсу на відновлювані джерела. Умовно припустивши три варіанти розвитку події: заміщення генерації електроенергії за рахунок сонячного випромінювання на 25%, 50% та 100%, результати якої представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Варіанти заміщення вуглецьвмісного ресурсу на відновлювані джерела

Основні галузі промисловості та групи споживачів	**2016**		**25%**		**50%**		**100%**	
	Фактичне ел. спож. (млн. кВт·год)	Тисяч тонн нафтового еквівалента (т н.е.*10^3)	Економія (млн. кВт·год)	Можлива економія т н.е.*10^3	Економія (млн. кВт·год)	Можлива економія т н.е.*10^3	Економія (млн. кВт·год)	Можлива економія т н.е.*10^3
1. Промисловість	49995,4	4299,6044	12498,85	1074,9011	24997,7	2149,8022	49995,4	4299,6044
у тому числі основні галузі:	–	–	–	–	–	–	–	–
Паливна	3597,5	309,385	899,375	77,34625	1798,75	154,6925	3597,5	309,385
Металургійна	28872,3	2483,0178	7218,075	620,75445	14436,15	1241,5089	28872,3	2483,0178
Хімічна та нафтохімічна	2968,5	255,291	742,125	63,82275	1484,25	127,6455	2968,5	255,291
Машинобудівна	3706,4	318,7504	926,6	79,6876	1853,2	159,3752	3706,4	318,7504
Будів. матеріалів	2198,8	189,0968	549,7	47,2742	1099,4	94,5484	2198,8	189,0968
Харчова та переробна	4214,3	362,4298	1053,575	90,60745	2107,15	181,2149	4214,3	362,4298
Інші	4437,5	381,625	1109,375	95,40625	2218,75	190,8125	4437,5	381,625
2.Сільгоспспоживачі	3513,2	302,1352	878,3	75,5338	1756,6	151,0676	3513,2	302,1352
3. Транспорт	6795,5	584,413	1698,875	146,10325	3397,75	292,2065	6795,5	584,413
4. Будівництво	814,1	70,0126	203,525	17,50315	407,05	35,0063	814,1	70,0126
Всього	–	–	15279,525	1314,03915	30559,05	2628,0783	61118,1	5256,1566

Джерело: розраховано авторами

Література

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/

2. European Commission, Joint Research Centre Energy Efficiency and Renewables, PVGIS [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://re.jrc.ec.europa.eu/pvgis.html

8. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОГО ОТОЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Яковлєв А.І.
д.е.н., професор
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут» (Україна)

ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Розвиток міжнародних економічних зв'язків, в тому числі розширення діяльності ТНК потребують визначення методів оцінки їх діяльності. Однак, засоби розрахунку при цьому у теперішній час розроблені недостатньо, в тому числі, в роботах автора [1-2], що потребує їх подальшого розвитку.

В цілому величина ефекту від транснаціональних інноваційних розробок визначається на основі широко розповсюджених у світовій практиці показників – таких, як чиста поточна вартість, її коефіцієнт, внутрішня норма доходності, строк окупності інновацій. Однак, мають місце і певні особливості при виконанні відповідних розрахунків.

Одна з них полягає в тім, що розрахунки за готовий продукт у різних країнах проводяться або в загально прийнятій міжнародній валюті в умовних одиницях (у.о.) – в доларах США, або в національній валюті з перерахуванням її в одну з валют, прийнятних у міжнародному обігу. Тому сумарний ефект у валюті E за реалізовану в інших країнах власної продукції являтиме собою подвійну суму з урахуванням кількості використаних валют і валютного курсу у різних країнах. Слід ураховувати також додаткові витрати на пристосування даної продукції до місцевих умов. Вони включатимуть як додаткові капітальні витрати, так і поточні – навчання персоналу і т. ін. Вважаємо, що інші капітальні витрати - на придбання товару і т. ін. увійшли до величини ефекту - E_{ij}. Відповідно

$$E = \sum_{i=1}^{n} \sum_{j=1}^{m} (E_{ij} - З_{д}) \qquad (1)$$

де E_{ij} – ефект від продажу товару в i-й країні при розрахунках у валюті даної країни з переводом її в найбільш поширену валюту j – умовних одиниць (у.о.), n – кількість використовуваних валют, одиниць (од.), m – курси національних валют по відношенню до міжнародної валюти, од., $З_{д}$ – додаткові витрати, пов'язані з пристосовуванням імпортного товару до місцевих умов (тис. у.о.)

При розрахунку у більш розповсюдженій валюті складова формули (1) спрощується до $\sum_{e=1}^{k} E_{ie}$, де E_{ie} – ефект від продажу *е-того* товару у *і-й* країні, тис. у.о.; k – асортимент проданих товарів, од.

Інша особливість полягає в тім, що на міжнародному ринку, частіше ніж на внутрішньому, надходять нові, більш конкурентоспроможні товари і ефект

від реалізації товарів конкретної фірми, що надійшов на ринок раніше, зменшується за період життєвого циклу товару. До цього призводить також безперервна наукова технічна революція, постійне зменшення попиту на ринку попередніх товарів.

Однак розвиток ТНК привів і до негативних наслідців. Це сталось тому, що керівництво цілого ряду компаній зосередилось в руках одного відсотка міжнародних олігархів, які розглядають ТНК, як засіб одержання надприбутків. Це позначилось, зокрема на погіршенні економічних показників цілого ряду країн, в тому числі США [3, с. 18-26]:

1) зменшення кількості власних робочих місць;

2) зменшилась заробітна плата власних висококваліфікованих фахівців;

3) зменшується стимулювання фахівців середнього класу.

Тому необхідно віддати пріоритет національним інтересам. На це націлюють і вітчизняні фахівці В.М. Геєць [4, с. 35], А.А. Гриценко [5, с. 47] та ін. У той же час, необхідно звернути увагу і на захист вітчизняного виробника. Наприклад, з України вивозиться сира деревина, алюмінієва сировина, а з закордону надходять дорогі готові товари, вироблені з української сировини. Це зменшує обсяги виробництва вітчизняних суб'єктів підприємництва, скорочує відповідні робочі місця. Щоб запобігти цьому, потрібна відповідна державна політика. При нестачі вітчизняних товарів, аналогічних зарубіжним, слід видавати держзамовлення на виробництво такої продукції на українських підприємствах. І тільки після цього дозволяти відправляти подібну продукцію на експорт. Вводити штрафи для порушників, позбавляти їх права на кілька років отримувати державну підтримку, провадити раціональну товарно-регулятивну політику. Наведені рекомендації сприятимуть покращенню зовнішньоекономічної діяльності в Україні в сучасних умовах.

Література

1. Яковлєв А. І. Удосконалення методів визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності / А. І. Яковлєв // Фінанси України. – Київ : Мінфін, № 9, 1998. – С. 28-34.

2. Яковлєв А. І. Комерціалізація інтелектуальної власності : проблеми визначення та правого забезпечення / А. І. Яковлєв, О. П. Косенко, М. М. Ткачов // в книзі «Інновації в маркетингу і менеджменті» за ред. Ілляшенко С. М. – Суми : ТОВ «Друкарський дім» «Папірус», 2013. – С. 234-243.

3. Фокс Дж. Торговельна політика США – час починати спочатку / Економіка України. – К. : Мінекономрозвитку, Мінфін, НАНУ, № 5/6, 2017. – С. 16-30.

4. Геєць В. М. Чому знову настав час починати спочатку / Економіка України. Київ : Мінекономрозвитку, Мінфін, НАНУ, № 5/6, 2017. – С. 31-38.

5. Гриценко А. А. Логіко-історичні засади кардинальних економічних змін і переходу до реконструктивного розвитку / Економіка України. Київ : Мінекономрозвитку, Мінфін, НАНУ, № 5/6, 2017. – С. 39-56.

Grzybowska-Brzezińska M.
Prof., dr hab.,
Kuberska D.
Ph.D.
University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

GENERATION "Z" ON THE LABOR MARKET CHALLENGES FOR HUMAN RESOURCE MANAGERS

Generation Z is slowly starting to operate in the labor market. The situation becomes complicated, as four generations operate in this market simultaneously: Baby Boomers, Generation X, Generation Y and generation Z. The youngest generation is completely different, which means that employers do not understand the motives and behaviors of young people in the workplace [1, pp.37; 2, pp.125].. That is why it is certainly worth paying attention to the characteristics of the Generation Z. The aim of the article is to draw attention of human resources managers to those preparing to enter the labor market or the generations of young people functioning in it, described as Generations Z or C. The article attempts to describe the general characteristics of the representatives of Generation Z, who they are and how to describe the predictions related to their employability skills. The article addresses the problem of assessing the levels of education and preparation of young people for the modern labor market [3, pp.45-60; 4, pp.40; 6, pp.49].

Generation Z, which operates in the Internet world, expects that modern technology will also be present in the workplace, in the communication with superiors, colleagues and clients. Financial motivators are not the most important for them. The styles of learning and acquiring knowledge specific to Generation Z will force changes in the existing training methods. In the assessment of the effectiveness of education systems and the level of satisfaction with the preparation of young people to enter the labor market, half of the respondents assess the level of their skills obtained during studies as sufficient.

References

1. Mazurek G. 2012. Znaczenie wirtualizacji marketingu w sieciowym kreowaniu wartości./G.Mazurek// Poltext, Warszawa.-2012- pp. 26-35.
2. Mirońska D. 2014. Zachowania nabywców na rynku – trendy i wpływ na działanie przedsiębiorstw./ D. Mirońska// SGH, Warszawa.-2014- pp. 124-130.
3. Olchowski J., Mencel M. 2012. Internet jako narzędzie komunikacji globalnej./ J.Olchowski, M.Mencel// Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, Poznań.-2012- pp. 45-60.
4. Pawlak P. 2011. Internet jako narzędzie imperializmu kulturowego./P.Pawlak// Poznańskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk, Poznań.-2011-pp. 39-48.
5. Polańska K. 2013. Sieci społecznościowe. Wybrane zagadnienia ekonomiczno-społeczne./K. Polańska// Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.-2013- pp. 47-67.

Goncharuk A.G.
Dr.Ec.Sc., PhD, Full Professor
International Humanitarian University (Ukraine)

WHAT THEY REALLY NEED: A STUDY OF THE MOTIVATION OF MEDICAL STAFF

Our recent study [1] found that Ukraine has the most ineffective and inefficient healthcare system among 32 European countries. This country launches the healthcare reform in 2018. So, it should be relevant to find discrepancies in the proposed system of labour incentives from the actual motivators (needs) of medical staff. Hence, we should to detect the latter and compare those with the former. The results would be helpful to correct the reform plan to reach the goal of improving the performance of healthcare system in that country.

Since the motivators for people of different ages, professions and gender can differ, it makes sense to test the hypothesis of different motivators for these groups of medical staff.

Thus, the purposes of this study are to identify the true motivators (needs) of medical staff, compare them with the current labour incentives, and detect possible differences in motivators for main groups of medical staff.

The study of Odessa hospitals and medical institutions helped us to identify the true motivators (needs) of medical staff and students. It enabled to confirm the hypothesis of the different motivators for groups of medical staff with different ages, professions and gender. These differences and features led to the following conclusions.

Generally, men in the medical professions are more motivated by internal motivators (the desire to help people, interesting, exciting and responsible work), while women are more motivated by external benefits (flexible working hours, comfortable working conditions, job opportunities, salary level).

If at the stage of obtaining medical education future doctors are interested in both external and internal motivators, then, having learned and received work on the speciality, their motivation shifts in favour of internal stimuli: interesting, exciting, complex and responsible work; ability to make a significant contribution to society. This can be explained by inflated optimistic youthful expectations from the chosen profession, which unfortunately are not justified in most cases in the existing healthcare system.

However, Ukrainian nurses, in the conditions of low career expectations and opportunities to travel, mostly expect from their work the internal motivators (interesting and responsible work, prestige and demand for the profession), as well as comfortable working conditions.

With age of men in medicine, the influence of the vast majority of motivators being studied decreases, with the exception of comfortable working conditions, interesting and safe work, a desire to help people and work with them in close contact. To a large extent, they lose interest with age in the prestige (status) and

originality of their profession, the flexibility of the work schedule and the respect of society. At the same time, women in medicine with age lose interest in their profession and career opportunities and they are beginning to be interested in a greater degree of social benefits, close work with people and the opportunity to travel.

We found significant differences between the motivation of Ukrainian health workers and their colleagues from other countries. So in comparison with Australian nurses, Ukrainian medical staff has a higher optimism, an active desire to recognize the merits of society, less altruism and a higher involvement of external motivators. In addition, Ukrainian health workers extremely low assess their material motivators. While their Russian colleagues give the highest place to the level of wages in the hierarchy of motivators.

Such differences between countries make doubtful attempts to adopt effective systems of motivation in other countries. Probably because of mentality, current well-being, society's attitude to health and medicine, and other circumstances, medical staff in different countries has different needs. Therefore, for the effective motivation of medical staff in a particular country, preliminary study like this is needed.

Discovered significant differences in the motivation of different groups of medical staff should be taken into account for the development of motivation system during the reforming Ukrainian healthcare system.

The main conclusion of this study is as follows. No matter how we would like to satisfy gender and age equality, all people are individual and what is good for an elderly male doctor cannot be acceptable for a young female nurse. Therefore, forming the motivation system for employees of medical institutions, it is necessary to take into account the age, gender, professions and other characteristics of each employee. In this way, we can achieve the highest healthcare performance.

The results of this study can be useful for adjusting the initiated healthcare reform in Ukraine, as well as for other countries with low performance of healthcare systems.

This study is a part of Cost Cares project by European Network for cost containment and improved quality of health care. Its results have been published in the International Journal of Health Planning and Management [2].

References

1. Lo Storto C. Efficiency vs Effectiveness: a Benchmarking Study on European Healthcare Systems / C. Lo Storto, A. G. Goncharuk // Economics and Sociology. – 2017. – Vol. 10, No. 3. – pp. 102-115.

2. Goncharuk A. G. Exploring a motivation of medical staff / A. G. Goncharuk // International Journal of Health Planning and Management. – 2018. – Vol. 34. – DOI: https://doi.org/10.1002/hpm.2555

Мельник О.Г.
д.е.н., професор,
Тодощук А.В.
к.е.н.,
Адамів М.Є.
к.е.н.
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ МИТНОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ*

В умовах європейської інтеграції України простежується активізація зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Так, за січень-квітень 2018 р. обсяг експорту товарів з України збільшився на 12,6 % порівняно із аналогічним періодом 2017 р., при цьому, у країни Європейського Союзу він зріс на 26,6 % за вказаний період. Щодо обсягів імпорту, то у цій сфері також простежується зростання у січні-квітні 2018 р. на 15,1 % порівняно із відповідним періодом попереднього року [1]. Зовнішньоекономічна діяльність є одним із перспективних видів діяльності для вітчизняного бізнесу, адже на засадах використання преференцій Європейського Союзу українські підприємства можуть наростити обсяги виробництва та збуту продукції, підвищити фінансову ефективність, диверсифікувати діяльність за географічним та товарним принципами, здобути нові конкурентні переваги, одержати дешевшу сировину тощо.

Невід'ємним етапом реалізації експортно-імпортних операцій є пряма чи опосередкована взаємодія із митними органами у контексті проходження митного оформлення товарів, що переміщуються через кордон країни. У будь-якій розвиненій європейській державі митниця позиціонується як орган влади, що, насамперед, сприяє здійсненню міжнародної торгівлі на законних підставах, а також захищає державу та її громадян від небезпечних і неякісних товарів. У межах цих ключових векторів функціонування митної системи держави існує й фіскальна функція, яка є похідною та випливає із основних функцій – безпекової, захисної та сервісної. Натомість, в Україні на сучасному етапі розвитку фіскальна сфера є домінуючою в межах національної митної системи, тим самим нівелюючи пріоритетність таких ключових сфер, як безпекова, захисна та сервісна. Це спричинено, насамперед, функціонуванням митної системи в межах Державної фіскальної служби України та відсутністю окремого незалежного органу влади, котрий б курував виключно митні питання та забезпечував прогресивний розвиток митної сфери.

На підставі аналізування чинного стану митної системи України було виокремлено такі ключові проблеми у цій сфері:

* Публікація містить результати досліджень, проведених при грантовій підтримці Держаного фонду фундаментальних досліджень за конкурсним проектом Ф83/81-2018

- відсутність окремого незалежного органу влади, котрий забезпечував б реалізацію виключно митних функцій, пов'язаних, передусім, із підвищенням рівня національної безпеки, захистом держави та її громадян від заборонених неякісних та небезпечних товарів, сприянням реалізації зовнішньоекономічних операцій;

- необґрунтоване домінування фіскальної функції митних органів над основними безпековими, захисними та сервісними функціями;

- неоптимальне функціональне навантаження працівників митних органів, що передбачає, наприклад, виконання обслуговуючих функцій, пов'язаних із утриманням та будівництвом пунктів пропуску, що перешкоджає ефективному здійсненню та зосередженню на виконанні основних функцій;

- низький рівень розвитку міжнародного митного співробітництва, що пов'язано із відсутністю в організаційній структурі управління митних органів конкретних підрозділів, котрі б забезпечували реалізацію таких завдань. Міжнародна взаємодія є одним із ключових напрямів функціонування митних органів будь-якої розвиненої держави, що дає змогу одержувати рекомендації визнаних міжнародних організацій щодо реформування митної системи, реалізовувати спільні митні проекти із органами влади інших держав, відстоювати національні митні інтереси на міжнародному рівні тощо;

- суперечливість нормативно-правового законодавства, що регулює митну сферу, а також невиконання положень ключових законодавчих митних документів як міжнародного, так і національного рівня, що не сприяє розвитку митної системи відповідно до європейських стандартів;

- низький рівень ефективності заходів щодо сприяння законній міжнародній торгівлі (недієвість Інституту уповноваженого економічного оператора, низький рівень розвитку Інституту Уповноваженого (схваленого) експортера та механізму національного «єдиного вікна» при переміщенні товарів через митний кордон країни, а також високий рівень бюрократії та недостатній рівень автоматизації митних процедур);

- низький рівень ефективності боротьби з митними правопорушеннями (відсутність оптимального механізму взаємодії митних органів з іншими органами влади у контексті боротьби із митними правопорушеннями, дієвих засобів митного контролю та протидії корупції, низький рівень розвитку автоматизованої системи управління ризиками та системи інформаційно-аналітичного забезпечення митної діяльності);

- низький рівень розвитку матеріально-технічного забезпечення митних органів та митної інфраструктури, що спричинено застарілістю та відсутністю як високотехнологічних, так і простих технічних засобів митного контролю на митних постах, відсутністю достатньої кількості пунктів пропуску та неналежним їхнім станом і облаштуванням тощо.

Література

1. Економіка України за січень-травень 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukurier.gov.ua

Пунько Б.М.
д.е.н., професор
(Україна)

МІЖНАРОДНИЙ БІЗНЕС ТзОВ «КПП-ЦЕНТР»

Виробничі території ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» знаходяться за адресою: Львівська обл., Городоцький район, с. Черляни. ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» здійснює міжнародний бізнес у відповідності з чинним законодавством України, пріоритетним завданням є удосконалення механізму ділового співробітництва з перевізниками країн СНД, з Білорусією, Молдовою, Казахстаном і Грузією. Характеристика зовнішньоекономічних операцій, які здійснює ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» наведена у табл.

Таблиця

Характеристика зовнішньоекономічних операцій ТзОВ «КПП-Центр»

Види операцій	Зміст і особливості здійснення	Бренди, зарубіжні партнери
Імпорт техніки	Імпорт обладнання, запчастин для ремонту авто, редукторів, зчеплень	▪ ZF – коробки передач, Німеччина ▪ Euroricambi – коробки передач, редуктори, Італія; ▪ Eaton – коробки передач, системи автоматики ▪ Scania – запчастини до автобусів, спецтехніки і вантажівок, Швеція ▪ Volvo – запчастини до автобусів, спецтехніки і вантажівок, Швеція ▪ MAN - запчастини до автобусів, спецтехніки і вантажівок, Німеччина
Обмін-науково-технічними знаннями та досвідом	Стажування спеціалістів у професійних сервісних центрах Європи по ремонту АКПП	Ірландія, Німеччина

Усі зовнішньоекономічні операції базуються на умовах, які зазначені у зовнішньоекономічному договорі і у разі їх порушення, одна із сторін може звернутися до арбітражного суду. Основними умовами договору між ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» та зарубіжними контрагентами є: предмет договору; якість та кількість товару; умови поставки обладнання; ціни та загальна вартість; умови розрахунків; упакування та маркірування; відвантаження; допуск ваги; санкції; гарантії; арбітраж; експортні ліцензії; страхування; форс-мажор; юридичні адреси сторін. ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» тісно співпрацює із відомими іноземними виробниками TIR-запчастин, має чіткі завдання для розвитку на міжнародному ринку, вчасно виконує платіжні доручення і ремонтні роботи для перевізників Білорусії, Молдови, Казахстану, Грузії.

Схема здійснення вказаних імпортних операцій наведена на рис. 1. Зарубіжні партнери, такі як Scania, MAN працюють із ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» на умовах попередньої оплати, що передбачено у зовнішньоторговельному контракті, схема розрахунків у формі попередньої оплати зображена на рис. 2.

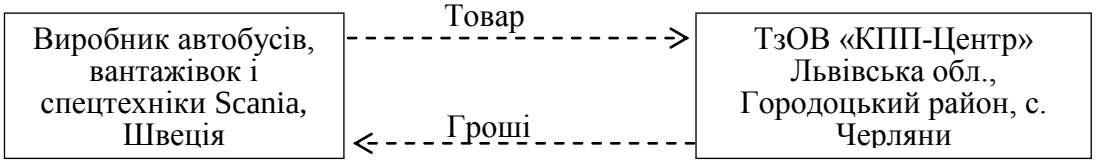


Рис. 1. Схема здійснення імпортних операцій між ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» і постачальниками запчастин

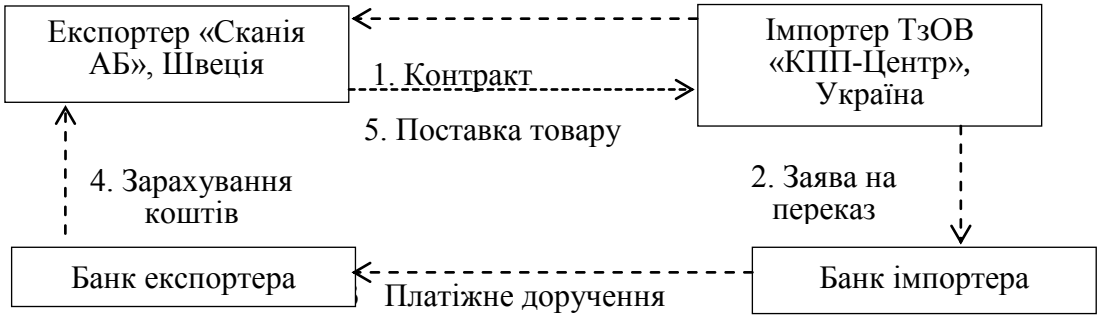


Рис. 2. Схема розрахунків у формі попередньої оплати

Діагностика господарської діяльності ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» проводиться на основі оцінки структури і динаміки майна і джерел фінансування, показників платоспроможності, фінансової стійкості і рентабельності. Динаміка активів (необоротних і оборотних) і капіталу (власного і запозиченого) ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» за 2015-2017 роки зображена на рис. 3.

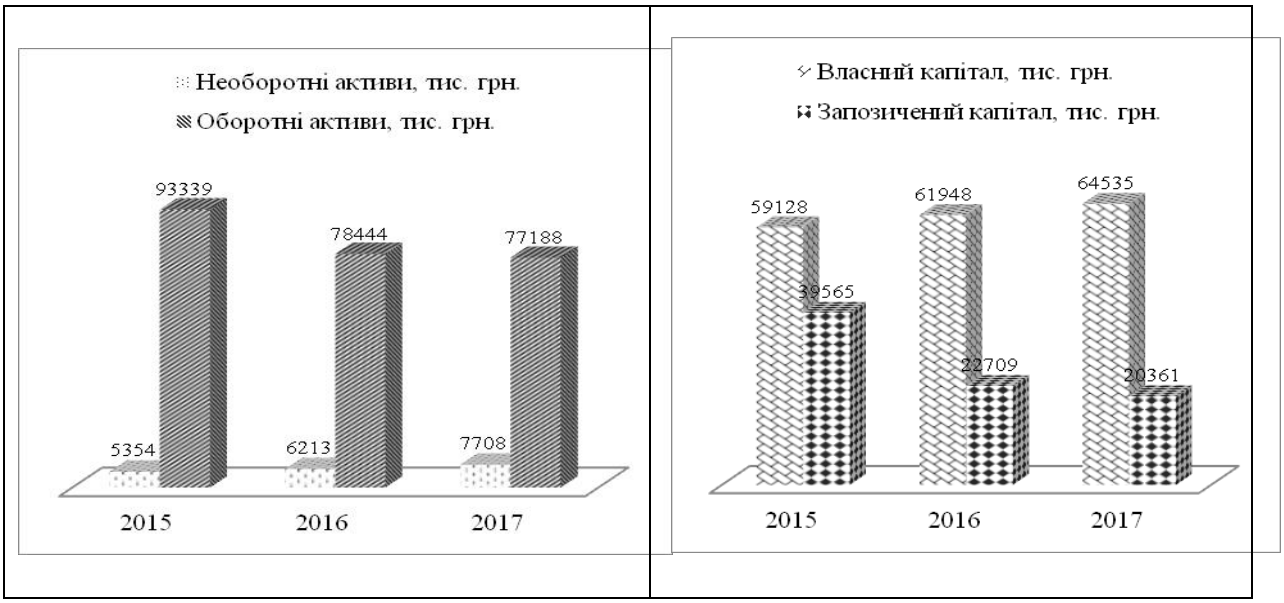


Рис. 3. Динаміка активів (необоротних і оборотних) і капіталу (власного і запозиченого) ТзОВ «КПП-ЦЕНТР» за 2015-2017 рр.

За даними рис. 3 бачимо, що найбільшу частку у структурі активів складають оборотні активи, а у структурі капіталу – власний капітал. Така структура вказує на фінансову стійкість і платоспроможність підприємства, достатність оборотного капіталу для фінансування господарської діяльності товариства у сфері міжнародного бізнесу.

Степанов В.Н.
д.э.н., профессор
Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАНУ
(Украина)

О ВНЕШНЕЙ ПОДСИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ НЕЛИНЕЙНОСТИ

Развитие какой-либо экономической подсистемы, например, предприятия, рассматривается как закономерное изменение ее на основе адаптации внутренне присущих ей механизмов самоорганизации к влияниию ее внешней среды, являющейся, в свою очередь, также подсистемой.

В данном случае под самоорганизацией, согласно Г. Хакену [1], принимается следующее: спонтанное образование высокоупорядоченных структур из зародыша или даже из хаоса; спонтанный переход от неупорядоченного к упорядоченному состоянию за счет совместного корпоративного (согласованного, синхронного) действия многих подсистем.

Что касается внешней среды предприятия, то она может трактоваться как все, что воздействует на предприятие из окружающей среды. В широком понимании это воздействие является многомерным, и может включать в себя следующее [2]:

производственная среда – физико-химические и биологические условия в производственных помещениях, которые, в свою очередь, слагается из внешних природно-антропогенных воздействий (природный фон, влияние всей промышленной зоны, транспорта и др.), условий труда в цехе (общий шум, зоны лености, плохое освещение и т.п.);

социально-психологическая среда – внешнеэкономические отношения между людьми, включающие степень внимания друг к другу, взаимоуважение (или неуважение), интерес (или безразличие) к общему делу и успехам каждого человека, единство (или различие) вкусов, устремлений, предпочтений и т.п.;

среда производства – воздействие на предприятие потребителей, конкурентов, поставщиков, правительственных учреждений, финансовых организаций, источников трудовых ресурсов и др.

Рассмотренная выше внешняя среда предприятия является исключительно сложной, которая с точки зрения теории нелинейного управления должна рассматриваться как нелинейная среда.

Рассмотрим несколько подробнее особенности внешней нелинейной среды исходя из известной нелинейной аксиоматики [3; 5].

С позиций современной постнеоклассической методологии, описывающей сложные, неустойчивые с высоким уровнем неопределенности развивающиеся системы, нелинейную среду можно трактовать следующим образом:

нелинейная среда – это среда, которая может развиваться различными путями, таившими в себе неустойчивости, хаос (чередующиеся с порядком и и

устойчивостью); таит в себе бифуркации – точки ветвления возможных путей развития системы; в этой среде нарушается принцип аддитивности.

С точки зрения математической аксиоматики, процессы нелинейной среды должны описываться нелинейными уравнениями. При этом нелинейность означает определенный вид математических уравнений, которые должны:

а) содержать искомые величины в степенях больших (или меньше) 1 или коэффициенты, которые зависят от свойств среды;

б) иметь (как правило) несколько (более одного) качественно различных решений.

С точки зрения подготовки каких-либо мер по реагированию на влияние нелинейной внешней среды необходимо принимать во внимание следующее [3, с. 222] :

- многовариантность путей развития среды;
- наличие выбора из альтернативных путей развития;
- необратимость процессов развития;
- периодическое чередование различных стадий протекания процессов, которые могут иметь различные формы – интеграции и частичного распада, эволюции и инволюции, усиления и ослабления интенсивности процессов стягивания к центру и растекания от него.

Литература

1. Haken H. Can Synergetics Be of Use as Management Theory? H. Haken//Self-organization and Management of Social Systems. Insights, Doubts and Questions - Berlin: Springer, 1984.
2. Мельник Л. Г. Экономика и информация : экономика информации и информация в экономике : Энциклопедический словарь / Л. Г. Мельник. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2005. – 384
3. Князева Л. Г. Основы синергетики : человек, конструирующий себя и свое / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2011. – 264 с.
4. Степанов В. Н. Нелинейное управление социо-эколого-экономическими процессами как новое научное направление / В. Н. Степанов // Проблемы науки. – 2015. – № 11. – С.19-22.
5. Степанов В. Н. Методологические принципы постнео-классической науки в исследовании социо-эколого-экономических процессов // В. Н. Степанов. – Одесса : ИПРЭЭИ НАН Украины, 2015. – 122 с.

Grzybowska-Brzezińska M.
Prof., dr hab.,
Kuberska D.
Ph.D.
University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

DIMENSIONS OF PERCEPTING OF ECOLOGICAL ATTRIBUTES OF FOOD PRODUCTS IN CONSUMER ELECTIONS

Increasing consumer awareness about the impact of nutrition on health, manifested in the search for health-promoting products inspires more and more interest in healthy eating [3,pp314; 4,pp.242-253;5,47-58]. The modern consumer has at his disposal a wide range of food products and those who pursue the "health & wellness" lifestyle are looking for organic food offer. In the next stage of consumer concentration on the organic food market, the development of conscious consumption or activation of promoting sustainable development can be taken into account [1,pp.27-38; 2, pp.98-112;6, pp.57-68].

The aim of the article is to present the problem of consumer behavior on the organic food market (food having Polish or European certifications for organic food and organic farming). The characteristics of the ecoconsumer were described and the specificity of green marketing instruments and the legitimacy of its application were presented. The article presents the results of quantitative research (direct interview) and qualitative research (market experiment) carried out in 2015 among consumers of organic food in north-eastern Poland. The aim of the research was to determine the dimensions of perception in relation to the ecological attributes of food products, to determine the impact of information on the ecological characteristics of food and brand on the perception of food attributes, and to diagnose the declared price level (WTP) regarding the offer of ecological food attributes. The research results and their analysis constitute an important source of information helpful in identifying consumer behavior, their preferences and expectations on the organic food market.

Among consumers who declare eco-consumption are those who do so mainly for health reasons, while the lack of interest in purchasing organic food is influenced by the following factors: accessibility to organic food, availability of information on this food category and places of sale and price level. The choice of organic products is an opportunity for consumers to consciously implement the attitude to the growing problems of environmental and food contamination. Opting for organic food creates a situation in which a client with developed ecological awareness simultaneously pursues consumption goals and strengthens the economic position of the producer. Thus, the selection of ecoproducts shapes the consumer's ecological attitude in addition to satisfying their needs. Therefore, it is important to emphasize not only the health and taste values of organic food: it is necessary to capture the consumer behavior and ecological attitude that are realized in the choice of organic food. Developing trends of sustainable consumption or conscious consumption will trigger interest in food products with certain natural qualities.

References

1. Domańska K., Komor A., Krukowski A. Nowak A. 2015. Functioning of selected links in the food chain in Poland in the context of the development of the bio-economy./ K. Domańska, A.Komor, A. Krukowski, A Nowak // Lublin University of Life Sciences in Lublin.-2015-pp.27-38.
2. Grzybowska-Brzezińska M. 2013. Preferencje konsumentów w kształtowaniu atrybutów produktu żywnościowego./M.Grzybowska-Brzezińska// Wyd. Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Olsztyn.-2013-pp.98-112.
3. Grzybowska-Brzezińska M., Rudzewicz A., 2015, Environmental management systems in food processing and production as a source of product value for the customer on the organic food market./M.Grzybowska-Brzezińska, A.Rudzewicz //. International Journal of Business Performance Management.2015-16(Nos. 2/3), pp.314.
4. Grzybowska-Brzezińska M., 2011, Świadomość ekologiczna konsumentów a ich zachowania na rynku żywności, Studia i Materiały Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą. / M.Grzybowska-Brzezińska.//-2011-(51), pp.242-253.
5. Grzybowska-Brzezińska M., 2013, Wpływ instrumentów marketingu ekologicznego na zachowania konsumentów na rynku produktów spożywczych./ M.Grzybowska-Brzezińska// Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 775 Problemy Zarządzania, Finansów i Marketing.-2013-, (30), pp.47-58.
6. Grzybowska-Brzezińska M., Grzywińska-Rąpca M. 2016. Atrybuty żywności ekologicznej determinujące wybory konsumentów. Ekonomika i organizacja gospodarki żywnościowej. /M.Grzybowska-Brzezińska, M.Grzywińska-Rąpca// Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie, nr 114.-2016- pp.57-68.

Король С.Я.
д.е.н., доцент
Київський національний торговельно-економічний університет (Україна)

ЗАЦІКАВЛЕНІ І ЗАІНТЕРЕСОВАНІ СТОРОНИ ЯК УЧАСНИКИ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Проект Стратегії сталого розвитку України до 2030 р. передбачає участь всіх заінтересованих сторін на національному, регіональному та місцевому рівнях у реалізації відповідних рішень. У документі чітко визначено склад заінтересованих сторін, а саме: ділові і промислові кола, місцеві громади, місцеві органи влади, громадські організації, профспілки, науковці і, з рештою, освітяни [1, с. 21]. Кожна із названих сторін відіграє певну роль у життєдіяльності суб'єкта господарювання або проявляє зацікавленість щодо його діяльності та результатів. Залишимо поза увагою питання щодо складу сторін у цьому переліку (в кожному разі вона обумовлена призначенням та сферою регулювання відповідного нормативного документу, метою та

предметом дослідження тощо), але звернемо увагу на термін «заінтересовані сторони».

Даний термін цікавить нас з огляду на те, що у вітчизняних публікаціях зустрічаємо переважно термін «зацікавлені сторони». У зарубіжних виданнях такої проблеми не існує, оскільки автори використовують термін «стейкхолдери» (від англ. *stakeholders*). Звідти дане поняття й було сприйняти вітчизняними авторами та нерідко застосовується у первинному вигляді, поповнивши список запозичень в українській мові.

Тож виникає питання щодо використання названих термінів в україномовних публікаціях та їх змістових відмінностях.

Вікіпедія ставить в один ряд зацікавлені сторони (особи), заінтересовані сторони, причетні сторони, стейкхолдерів та визначає їх як фізичних і юридичних осіб, які *мають легітимний інтерес у діяльності організації, тобто певною мірою залежать від неї або можуть впливати на її діяльність* [2]. Зауважимо, що стейкхолдери, у широкому значенні, не лише забезпечують можливості для життєдіяльності певної системи чи є джерелом вимог до неї. Але, що не менш важливо, вони можуть виступати в ролі користувачів чи відчувати на собі вплив її продуктів (результатів) або, як зазначено у IEEE 15288:2015, мають право, частку, вимоги або інтерес в системі або у володінні її характеристиками, що задовольняють їхні потреби та очікування [3, с. 7]. При цьому, як зауважено у стандарті, інтерес може стосуватись будь-якого впливу на ту чи іншу систему (зокрема, суб'єкт господарювання та його діяльність), а саме технологічного, ділового, експлуатаційного, організаційного, політичного, економічного, юридичного, регулюючого, екологічного та соціального.

Можемо припустити, що саме від характеру впливу стейкхолдерів на підприємство та впливу підприємства на них залежить результат вибору між термінами «зацікавлені сторони» і «заінтересовані сторони».

Підставою для такого твердження є, по-перше, зміст базових понять в українській мові. Великий тлумачний словник української мови [4] для слова «зацікавлений» пропонує кілька варіантів, зокрема: (1) який виражає *цікавість* (оснований на увазі, інтересі до чого-небудь); (2) зв'язаний з чим-небудь якоюсь *вигодою* або іншими *інтересами*. Натомість слово «заінтересований» має такі варіанти: (1) який має або може мати від кого-, чого-небудь *користь*, зв'язаний з кимсь, чимсь *певною вигодою*; (2) не байдужий до чого-небудь, хоче здійснення чогось певним чином. Таким чином, маємо діапазон посилань на мотив виникнення зв'язку між суб'єктом і об'єктом відносин між певними сторонами від цікавості до користі. Зрештою словник пропонує такі приклади застосування розглянутих слів, як «заінтересовані особи» та «заінтересовані сторони».

Відповідна практика існує у вітчизняному законодавстві, наприклад у Господарський кодекс України, Митний кодекс України, Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» та ін. Найбільш чітко досліджуване поняття визначено Цивільним процесуальним кодексом України. Так, у науково-практичному коментарі до нього (стаття 26)

зазначено, що в основі групування суб'єктів (учасників) правовідносин і визначення їх правового статусу лежить *критерій юридичної заінтересованості або зацікавленості (інтересу)* у результатах розгляду справи [5]. Характер і ступінь юридичної зацікавленості осіб, які беруть участь у справі, не однакові. За таким критерієм їх розподіляють на дві підгрупи в залежності від наявності у них матеріально-правового інтересу. При цьому процесуальний інтерес (тобто зацікавленість у результатах процесу) характерний для обох груп осіб.

Проводячи паралель із зацікавленими-заінтересованими сторонами, які мають зв'язки з економічними процесами, зауважимо наступне. Серед названих вище осіб окремі можуть не мати матеріально-правовий інтерес, наприклад громадські організації, науковці і освітяни, але всіх їх об'єднує зацікавленість у результатах економічних процесів і, зокрема, діяльності певного суб'єкта господарювання. Як правило, суб'єкта господарювання із заінтересованими сторонами, на відміну від зацікавлених сторін, пов'язують чітко визначені зобов'язання та відповідальність, що має не лише юридичний або етичний характер, але й економічний [6, с. 32].

Таким чином, дотримуємось думки, що поняття «зацікавлені сторони» є більш широким поняттям, яке може використовуватись для позначення цілого ряду учасник суспільних відносин, що мають технологічний, експлуатаційний, організаційний, політичний, юридичний або соціальний інтерес чи зацікавленість, спостерігають, контролюють, аналізують чи регулюють діяльність суб'єктів господарювання, але не мають власних економічних інтересів. Разом з тим, «заінтересовані сторони» як учасники соціально-економічних відносин мають чітко визначені економічні інтереси, які, зокрема, знаходять відображення у бухгалтерському обліку діяльності та фінансовій звітності підприємства.

Література

1. Проект Стратегії сталого розвитку України до 2030 року [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу : http://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf.

2. Зацікавлені_сторони : Вікіпедія. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Зацікавлені_сторони

3. ДСТУ ISO/IEC/IEEE 15288:2016 (ISO/IEC/IEEE 15288:2015, IDT) Інженерія систем і програмного забезпечення. Процеси життєвого циклу систем.

4. Великий тлумачний словник сучасної української мови. – Київ : Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. — 1736 с.

5. Науково-практичний коментар Цивільного процесуального кодексу України (статті 26) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://legalexpert.in.ua/komkodeks/gpk/93-gpk/4666-26.html

6. Король С. Я. Соціальна відповідальність бізнесу : теорія та методологія обліку : монографія. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 455 с.

Шандова Н.В.
д.е.н., доцент
Херсонській національний технічний університет (Україна)

ВИКОРИСТАННЯ СЦЕНАРНОГО ПІДХОДУ В ДОСЛІДЖЕННІ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розпізнавання та попередження можливих проблем при реалізації стратегії розвитку підприємства набуває актуальності через наростання швидкості змін середовища їх діяльності. У якості методу системного відображення, опису й аналізу бізнес-середовища підприємства доцільно використовувати сценарний підхід. Він дозволяє виявити в процесі аналізу альтернативні сценарії розвитку середовища підприємства й використовувати методи аналізу й найкращих рішень із усіх можливих.

На користь сценарного підходу до опису й аналізу бізнес-середовища підприємства можна використовувати багато доводів. Наприклад, Дж. Рингланд у роботі «Сценарне планування для розробки бізнес-стратегії», дає визначення «Сценарний підхід – це спосіб аналізу складного середовища, у якому є присутніми безліч значимих тенденцій і подій, що впливають одне на одне», і визначає сценарій як «елемент стратегічного планування, який заснований на способах і технологіях управління невизначеністю майбутнього» [1]. На думку П. Шварца, сценарний підхід є «інструментом упорядкування наявних уявлень про можливі умови діяльності в майбутньому, у яких ухвалене рішення виявиться правильним» [2]. За допомогою вміло розроблених сценаріїв можна скоротити велику частину невизначеностей до декількох найбільш імовірних альтернативних напрямків, які разом містять найбільш імовірні невизначеності [3]. Таким чином, сценарний підхід можна розглядати як один з методів зменшення фактору невизначеності, а отже, розпізнавання та попередження можливих проблем при реалізації стратегії розвитку підприємства.

Використання сценарного підходу стосовно розпізнавання та попередження можливих проблем при реалізації стратегії розвитку підприємства дозволить відобразити логічно пов'язаний ланцюг подій, дій і управлінських рішень, які забезпечують найбільш ефективне досягнення поставлених стратегічних цілей підприємства, можливостей і умов їх досягнення. З відомих типів сценаріїв найбільший інтерес, з погляду вирішення проблеми попередження можливих проблем у розвитку підприємства, представляють контрастні сценарії, що дозволяють досліджувати умови, у яких будуть прийматися рішення, оцінювати прийняті концепції й ураховувати значимі фактори, сприяючи прийняттю найбільш обґрунтованих рішень.

Застосування сценарного підходу в дослідженні бізнес-середовища є актуальним для машинобудівної галузі, що пояснюється наступними причинами:

1. Сучасний стан вітчизняних машинобудівних підприємств значно відрізняється від стану закордонних підприємств за рівнем використання новітніх виробничих, управлінських технологій, ресурсного потенціалу.

Застосування сценарного підходу дозволить розвинути альтернативні уявлення про майбутнє й знайти нові напрямки розвитку, що забезпечать ефективне використання ресурсів підприємств з метою досягнення ринкової конкурентоспроможності.

2. Машинобудування найбільш чутливе до коливань економічної кон'юнктури у порівнянні з іншими галузями економіки. Воно сильно залежить від інвестицій, що надходять до промислових комплексів і є довгостроковими. Для машинобудівної галузі довгострокові проекти звичайне явище, їх життєвий цикл реалізується протягом 10 років, тому підприємствам необхідно планувати власну діяльність хоча б на 15 років уперед. І якщо застосовувати сценарний підхід, то можливо заздалегідь виробити дії, що дозволять уникнути небезпек у майбутньому, врахувати якісні дані й стратегії всіх зацікавлених у даному проекті осіб, тим самим створити умови підтримки попиту на продукцію машинобудування.

Вивчення технології сценарного підходу дозволяє визначити послідовність етапів організації розробки сценаріїв бізнес-середовища машинобудівних підприємств [4]:

- визначення ключових факторів макро- і мікрооточення зовнішнього середовища машинобудівних підприємств;
- визначення можливих варіантів розвитку подій по кожному ключовому фактору, оцінка ступеню впливу ключових факторів на бізнес-середовище машинобудівних підприємств;
- формування сценаріїв розвитку бізнес-середовища машинобудівних підприємств;
- інтерпретація сценаріїв, з оцінкою впливу на розвиток машинобудівних підприємств.

Застосування сценарного підходу дозволить конкретизувати ситуацію й відслідковувати зміни бізнес-середовища машинобудівних підприємств, паралельно коректуючи стратегію їхнього розвитку; визначити й, при необхідності, відкоригувати причинно-наслідкові зв'язки сукупності стратегічних цілей; попередньо визначити заходи, ресурси, строки й відповідальність, необхідні для реалізації встановлених цілей.

Література

1. Рингланд Д. Сценарное планирование для разработки бизнес- стратеги : пер. с англ. / Д. Рингланд. – 2-е изд. – М. : Диалектика, 2008. – 559 с.

2. Сценарный подход // Большая энциклопедия нефти и газа. URL : http://www.ngpedia.ru/ id276758p1.html

3. Антонец В. Л., Нечаева Н. В., Хомкин К. А., Шведова В. В. Инновационный бизнес : Формирование моделей коммерциализации перспективных разработок. – М. : Издательство Дело, 2009 г.

4. Шандова Н. В. Сценарний підхід до визначення напрямків розвитку підприємства / Н. В. Шандова // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки, 2017. – №1(79). – С. 165-169.

Погорєлова Т.В.
к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет (Україна)

ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Сучасний етап розвитку нашої країни характеризується зростанням ролі агробізнесу по відношенню до національної економіки. Аграрний бізнес України на сьогоднішній день стає опорою економіки країни і приносить за експертними висновками близько 12 % ВВП. Незважаючи на кризисні явища, ефективність сільського господарства зростає, відтісняючи на другий план промисловість. Цей факт свідчить про перспективний напрямок виходу з кризи економіки країни. Тому статистичний аналіз ефективності аграрного підприємництва, визначення напрямку основних тенденцій і факторів, що впливають на його розвиток є не тільки актуальним, але й необхідним на сьогоднішній день.

Ефективність діяльності сільськогосподарського підприємництва знаходить своє відображення у досягнутих фінансових результатах, які характеризуються розміром одержаного прибутку. Абсолютна сума прибутку агробізнесу дає досить повне уявлення про підприємницьку діяльність, але зростання прибутку не завжди досягається кращим використанням матеріальних, трудових ресурсів. Тому з аналітичною метою доцільно розраховувати та використовувати відносні показники прибутковості (рентабельності).

Державною службою статистики України, провідними аналітичними агенціями розраховується кілька показників рентабельності, зокрема, показники рентабельності операційної діяльності, рентабельності звичайної діяльності, рентабельності продукції та інші. Усі вони базуються на статистичній та фінансовій звітності, яка відповідає світовим стандартам.

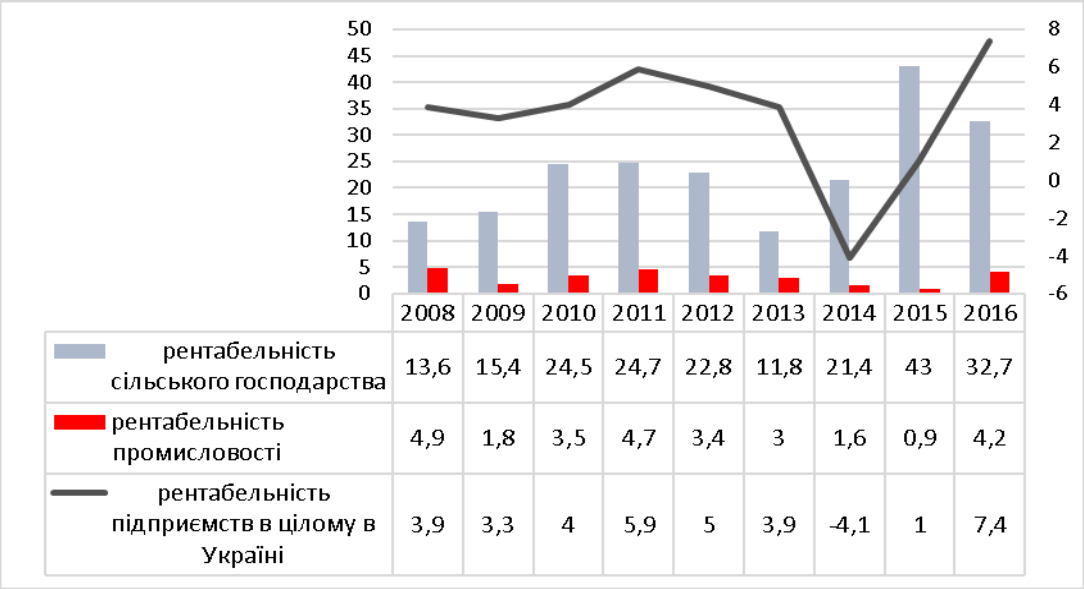
Рентабельність операційної діяльності свідчить про ефективність операційних витрат, пов’язаних з формуванням виробничої собівартості, загальногосподарським управлінням і збутовою діяльністю та іншими операційними витратами. Відмітимо, що означені витрати безпосередньо беруть участь у виготовленні та реалізації продукції та сприяють створенню прибутку від операційної діяльності.

Рентабельність операційної діяльності характеризує для підприємства вигідність виробництва продукції, надання послуг, продажу товарів та являє собою витратний показник рентабельності, тобто відображує ефективність здійснених витрат. Зауважимо, що у скрутні часи для підняття економіки потрібно аналізувати саме витрати, їх напрямки та можливості мінімізації. Тому проаналізуємо ефективність розвитку агробізнесу України саме з цих позицій.

Окрім того, аналіз ефективності агробізнесу доцільно виконувати у порівняльній характеристиці прибутковості сільського господарства,

промисловості та економіки країни в цілому, оскільки агробізнес народився на злитті аграрного, промислового та торгового капіталів, що поглибило інтеграційні зв'язки між сільським господарством та промисловістю.

На рис. представлено динаміку рентабельності операційної діяльності підприємств України за видами економічної діяльності за період 2009-2016 рр.



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
рентабельність сільського господарства	13,6	15,4	24,5	24,7	22,8	11,8	21,4	43	32,7
рентабельність промисловості	4,9	1,8	3,5	4,7	3,4	3	1,6	0,9	4,2
рентабельність підприємств в цілому в Україні	3,9	3,3	4	5,9	5	3,9	-4,1	1	7,4

Рис. Динаміка рентабельності операційної діяльності підприємств України за видами економічної діяльності, %

Складено автором за даними [1]

Наведена на рис. інформація свідчить, що рентабельність операційної діяльності на порядок перевищує рентабельність промисловості та рентабельність усіх підприємств України.

Протягом 2009-2016 рр. ефективність здійснених витрат сільського господарства щорічно в середньому збільшувалася на 11,6 % , а в цілому в Україні – на 8,3 %. У той же час, ефективність операційних витрат промисловості щорічно в середньому зменшувалася на 1,9 %. Отже, тенденції розвитку ефективності сільського господарства, промисловості та економіки країни в цілому не збігаються.

Якщо порівняти середні річні швидкості зростання в 2009-2016 рр., то можна відмітити, що середня відносна швидкість зростання ефективності сільського господарства випереджає середню швидкість зростання ефективності економіки України майже в 1,4 рази. Саме тому для України головним напрямком розвитку доцільно обрати аграрний тип економіки та трансформувати його відповідно сучасним вимогам.

Література

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua

Куклінова Т.В.
к.е.н., доцент,
Левченко С.П.
магістрант
Одеський національний економічний університет (Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

В умовах сучасної кризи, Інтернет-торгівля є перспективним напрямком для розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності в умовах глобалізаційних процесів.

Рамки Інтернет-торгівлі визначаються не географічними чи національними кордонами, а розповсюдженням комп'ютерних мереж. Інтернет-торгівля дозволяє навіть самим дрібним постачальникам досягти глобальної присутності та займатися бізнесом у світовому масштабі. Замовники також отримують можливість глобального вибору з усіх потенційних постачальників, що пропонують необхідні товари або послуги незалежно від географічного розташування. Інтернет-торгівля сприяє зростанню обсягів світової торгівлі за рахунок прискореної і більш дешевої комунікації. Зниження витрат на оренду, на персонал дає можливість продавати товар за більш низькою ціною, ніж у роздрібних мережах. Також до її переваг можна віднести економію грошей і часу споживачів, вибір способів оплати.

Інтернет-торгівля – один із найбільш динамічних секторів української економіки. Так, за 2017 р. він виріс на 30% і складає приблизно 50 млрд. грн. [1]. Кількість суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у 2016 р. склала 1865631 од. без урахування результатів діяльності бюджетних установ, що свідчить про потенціал даного сектору економіки [2]. Укладення угоди електронним шляхом на порядок зменшує вартість витрат на обслуговування.

Таким чином, будь-який бізнес-процес, у якому можна використовувати електронну взаємодію між людьми, має потенціал для скорочення витрат, що, у свою чергу, спричинить за собою зниження цін для замовників.

Більше того, це один з тих небагатьох ринків, яким криза пішла тільки на користь – прагнучи мінімізувати витрати на оренду, виробники все активніше відкривали свої представництва в мережі [3-5]. Інтернет-торгівля дозволяє постачальникам підвищувати конкурентоздатність, стаючи «ближче до замовника», підвищуючи якість обслуговування. Використовуючи засоби електронної взаємодії, компанії можуть отримувати докладну інформацію про запити кожного індивідуального замовника і автоматично надавати продукти та послуги, що відповідають індивідуальним вимогам. Інтернет-торгівля часто дозволяє скорочувати шлях товару від постачальника до замовника. Товари доставляються безпосередньо від виробника споживачеві, що скорочує витрати.

Основна мета електронних торгових майданчиків (ЕТМ) – спростити взаємодію між підприємствами, постачальниками і замовниками незалежно від їх розмірів, географічного положення і галузевої приналежності. Компанія, яка

бажає здійснити закупівлю, розміщує на ЕТМ умови закупівлі. З бази даних система підбирає відповідні варіанти зареєстрованих постачальників і надсилає їм запит на прийняття участі в конкурсі. Постачальники, які бажають взяти участь у конкурсі, виставляють свою пропозицію з вказаною ціною та іншими умовами поставки. Закупник аналізує пропозиції постачальників, їх активність і рейтинги в системі, вибирає переможця торгів і укладає з ним угоду. З допомогою ЕТМ B2B-сектору до 70% торгово-закупівельного процесу підприємств може бути автоматизовано. Електронні торги дозволяють знизити трудомісткість організації торгово-закупівельної діяльності, скоротити час на підготовку та укладання угод, скоротити внутрішній документообіг компанії і скоротити витрати на пошук інформації.

Українські торгові майданчики знаходяться тільки на стадії розвитку, тоді як російські гравці прийшли на український ринок вже з готовими технологіями, потужним функціоналом і продуманим менеджментом і маркетингом (оскільки ринок ЕТМ Росії в розвитку на десяток років випереджає український).

Україна поступово вносить законодавчі зміни, необхідні для розвитку ринку електронних торгів. Прийнято цілий ряд законодавчих актів та змін до законів, але не вистачає підзаконних актів, які б дозволили працювати прийнятими законами. Крім того, бракує закону, який би регламентував діяльність самих електронних майданчиків. Отже, важливо не тільки прийняти закони, але і врахувати в них всі потреби сучасного ринку. Необхідно вдосконалити законодавчу базу і закласти основи електронної комерції і в B2B, і в B2G-сегментах для подальшого стимулювання їхнього розвитку.

Література

1. 10 цифр про украинский e-commerce по итогам 2017 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ain.ua/2018/01/22/10-cifr-pro-ukrainskij-e-commerce
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/
3. Кризису вопреки. E-commerce становится двигателем украинской экономики [Електронний ресурс] : – Режим доступу : https://www.capital.ua/ru/publication/67743-krizisu-vopreki-e-commerce-stanovitsya-dvigatelem-ukrainskoy-ekonomiki
4. Гармідер Л. Д., Орлова А. В. Особливості розвитку вітчизняної електроної комерції / Л. Д. Гармідер, А. В. Орлова // Європейський вектор економічного розвитку, 2015. – № 1 (18). – С. 58-65.
5. Боднарчук О. Г. Інтернет-торгівля в Україні : суперечності розвитку та напрямки гармонізації / О. Г. Боднарчук, О. І. Боднарчук // Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. – 2018. – № 1. – С. 101-103.
6. Юринець З. В. Інноваційні технології та інструменти та інструменти розвитку сфери торгівлі / З. В. Юринець // Науковий вісник НЛТУ України, 2016. – Вип. 26.2. – С. 125-129.

Бошота Н.В.
к.е.н., старший викладач
Мукачівський державний університет (Україна)

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна безпека туристичного підприємства є складною системою, яка включає певний набір внутрішніх характеристик, спрямованих на забезпечення ефективності використання корпоративних ресурсів за кожним напрямом діяльності. Економічна безпека туристичних підприємств здійснюється під впливом суб'єктів зовнішнього середовища. В результаті державного та регіонального прямого та опосередкованого впливу з боку органів державної влади змінюється рівень економічної безпеки туристичних підприємств. Елементами державного регулювання економічної безпеки туристичної діяльності виступають нормативно-правові акти; заходи з сприяння просування туристичного продукту на внутрішньому та світовому туристичному ринку; ліцензування і стандартизація суб'єктів туристичної індустрії та елементів комплексного туристичного продукту; виділення прямих бюджетних асигнувань; податкове та митне регулювання; надання пільгових кредитів; сприяння розвитку наукових досліджень в сфері туризму тощо.

Основне завдання системи внутрішнього контролю полягає в забезпеченні спостереження і перевірки функціонування будь-якого об'єкта внутрішнього контролю на предмет відповідності їх діяльності законам, стандартам, планам, нормам, правилам, наказам, що приймаються управлінським рішенням. Встановлюючи відхилення від вимог цих документів і виявляючи причини їх виникнення, система внутрішнього контролю сприяє своєчасній розробці власниками і виконавчими органами управління підприємством заходів щодо їх усунення.

Наявність ефективно працюючої системи внутрішнього контролю є найважливішим фактором зростання конкурентоспроможності туристичного підприємства і забезпечення його економічної безпеки в сучасних умовах. Як показує міжнародна практика, наявність системи внутрішнього контролю створює реальні передумови успішного розвитку бізнесу, в зв'язку з:

- появою потенціалу ефективно управляти використанням матеріальних і трудових ресурсів господарюючого суб'єкта та проводити ефективну цінову політику.
- появою можливості на вигідних умовах залучати інвестиції шляхом підвищення якості фінансової звітності господарюючого суб'єкта;
- появою у власників ймовірності контролювати діяльність топ менеджменту на відповідність його дій цілям бізнесу господарюючого суб'єкта[1].

У режимі стійкого функціонування туристичному підприємству слід акцентувати головну увагу на підтримку нормального ритму виробництва та надання послуг, на запобіганні матеріального або фінансового збитку, на

недопущенні несанкціонованого доступу до службової інформації та руйнування комп'ютерних баз даних тощо.

У кризові періоди розвитку найбільшу небезпеку для туристичного підприємства представляє руйнування його потенціалу (виробничого, технологічного, науково-технічного і кадрового) як головного фактора життєдіяльності підприємства, його можливостей.

Заходи підвищення економічної безпеки сфери туризму включають:

- підвищення конкурентоспроможності туристичних дестинацій на внутрішньому і міжнародному ринках шляхом: підвищення якості туристських товарів і послуг, поліпшення якості обслуговування та умов праці, створення сприятливого ділового середовища, розвитку бренд-менеджменту, підвищення рівня безпеки туристів і місцевого населення, формування професійних кадрів у сфері туризму;
- розвиток внутрішнього і в'їзного туризму;
- скорочення сезонності попиту за рахунок: розвитку поза сезонних видів туризму (соціального, ділового, лікувального, подієвого), розвитку зимових видів туризму;
- використання в процесі виробництва туристичної послуги продуктів і товарів місцевого виробництва;
- стійкий розвиток туризму внаслідок: збереження природної і культурної спадщини, підтримки розвитку співпраці та поліпшення якості життя в умовах активного розвитку туризму, зменшення використання природних ресурсів і виробничих відходів, розвитку якісної екологічної туристської інфраструктури та розробки стандартів безпеки всіх послуг, що входять до складу туру, і особистої безпеки туриста.

Комплексна система економічної безпеки туристичного підприємства повинна включати комплекс взаємопов'язаних заходів організаційно-правового характеру, які здійснюються спеціальними органами, службами, підрозділами туристичного підприємства, спрямованих на захист життєво важливих інтересів особистості, підприємства і держави від протиправних дій з боку реальних або потенційних фізичних або юридичних осіб, які можуть привести до суттєвих економічних втрат і забезпечення економічного зростання в майбутньому.

Література

1. Орлик О. В. Економічна безпека підприємства : властивості, стратегія та методи забезпечення [Текст] / О. В. Орлик // Економічна безпека в умовах глобалізації світової економіки : [колективна монографія у 2 т.]. — Дніпропетровськ : «ФОП Дробязко С.І.», 2014. – Т. 2. – С. 176-182.
2. Шевченко І. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. Шевченко // Наука молода. – 2010. – № 10. – С. 178-181.

Прунцева Г.О.
к.е.н., керівник
ГО “Інституціональні реформи” (Україна)

КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ОСНОВ ФІЗИЧНОЇ ЕКОНОМІЇ

Глобальні проблеми розвитку людства зумовлюють необхідність застосування таких методик оцінки економічних процесів, що здатні одночасно враховувати як екологічні, природні, енергетичні фактори впливу на розвиток системи економічних відносин так і соціальні, політичні, технологічні фактори. У зв’язку з погіршенням екологічної, демографічної, соціальної ситуацій у світі все більшого визнання набувають концептуальні ідеї фізіократів Франсуа Кене та Анн Робер Жака Тюрго, представників української школи фізичної економії В. Вернадського, С. Подолинського, М. Руденка, які у своїх працях виокремлювали важливість збереження природного середовища та необхідність дотримання законів природи як концептуальної основи розвитку системи економічних відносин. Інструментом реалізації основ фізичної економії можна вважати концепцію “сталого розвитку”, яка підкреслює важливість природного середовища для подальшого розвитку людства.

Представників економічної школи фізіократів можна вважати фундаторами фізичної економії, які в своїх працях наголошували на необхідності поєднання економічної, природної та соціальної складових розвитку суспільства, що є основою концепції “сталого розвитку”. Франсуа Кене підкреслював необхідність об'єктивного розуміння важливості природних ресурсів для розвитку суспільства, виокремив “природне право”, що спирається на вчення про “природний порядок”, під яким розумілися закони суспільства, що діють як закони природи.

Анн Робер Жак Тюрго зосереджував увагу на розвитку аграрного виробництва, як основи капіталізації через використання потужних важелів ринкового механізму, що повинен був не тільки зберегти основи природного середовища, але й забезпечувати постійний приріст його основних благ як основи розвитку інших галузей [1, с. 7].

На існуванні тісного взаємозв’язку між працею людини та природним середовищем у системі господарських відносин наголошував український вчений С. Подолинський, який досліджував вплив праці людини на розподіл енергії та наголошував на необхідності ефективного використання земельних ресурсів. Володимир Вернадський розглядає людину як геохімічну силу, що в усе зростаючих масштабах чинить вплив на природне середовище.

М. Руденко наголошував на необхідності забезпечення гармонічної єдності суспільства і природи, і зазначав, що при реалізації індустріальних проектів необхідно аналізувати потенційні можливості українських

чорноземів. Сучасні українські вчені також зосереджують увагу на необхідності забезпечення гармонійної взаємодії людини та природи.

В. Шевчук підкреслює залежність життя на землі від економічної науки та обумовлює необхідність проведення господарських реформ, що мають сприяти життєдіяльності людства [2].

В. Зінченко зосереджує увагу на існуючій взаємодії між розподілом ресурсів та добробутом людини і зазначає, що будь-яка економічна система має своєю метою прагнення до стану максимальної ефективності, а максимальна ефективність виникає при розподілі ресурсів таким чином, щоб найбільшою мірою задовольнити потреби кожного – так, щоб жодна людина не могла б поліпшити свій добробут, не погіршивши добробуту когось іншого [3, с. 16].

Отже, положення, що представлені в працях представників фізичної економії, а саме врахування основ природозбереження, оптимальне використання обмежених ресурсів, забезпечення підвищення добробуту всіх верств населення є основними засадами забезпечення високого рівня життя населення та концептуальними засадами сталого розвитку суспільства.

Необхідно виокремити важливість реалізації стратегії сталого розвитку в діяльності підприємств та організацій, практична реалізації якої проявляється у застосуванні концепції корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах, що дозволяє враховувати інтереси всіх стейкхолдерів, реалізовувати заходи з оптимального використання ресурсів та збереження довкілля.

Таким чином, застосування основ концепції сталого розвитку, як інструменту реалізації фізичної економії, дозволить зменшити негативний вплив техногенного середовища на довкілля, покращити соціальну та демографічну ситуацію у світі, забезпечити підвищення рівня продовольчого забезпечення та якості харчування всіх верств населення тощо

Література

1. Несенко П. П. Наукова та реформаторська діяльність школи фізіократів як приклад для вирішення деяких сучасних соціально-економічних проблем України / П. П. Несененко // Економіка харчової промисловості. – 2015. - № 1(25). – С. 3-12.

2. Шевчук В. Ідеї фізичної економії та європейська інтеграція України [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ufin.com.ua/analit_mat/drn/155.htm.

3. Зінченко В. В. Фізична економіка як модель управління конкурентним плануванням максимальної ефективності / В. В. Зінченко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. - № 8 (134). – С. 10-17.

Чухраєва Н.М.
к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ ПІРАМІДИ

Сьогодні в сучасному світі близько 1,1 млрд. чоловік як і раніше не має доступу до електрики, 663 млн. живе без чистої питної води та близько у 2,5 млрд. відсутні можливості користуватись елементарними об'єктами санітарії [1]. Ці факти набувають вагомого значення для економічного і соціального розвитку суспільства. І в цьому сенсі сучасні технології покликані допомогти якісно змінити життя мільйонів людей в усьому світі та забезпечити прогрес у всіх областях розвитку.

Одним із шляхів зниження межі бідності в країнах, що розвиваються, є збільшення державних і міжнародних субсидій, а також підтримка різних гуманітарних організацій. Іншим способом покращення рівня життя малозабезпечених верств населення є ринковий підхід, заснований на отриманні прибутку. Найбідніші люди в світі – це величезний, необґрунтовано незайманий ринок. Тому компанії, які зможуть задовольнити потреби малозабезпечених верств населення, відкриють нові горизонти для свого бізнесу, одночасно допомагаючи людям вирватися з убогості. Формування споживчої піраміди – це 4,5 млрд. осіб, що живуть менш ніж $ 2 на день. Разом вони утворюють значний ринок, розмір якого оцінюється в $ 5 трлн [2].

Засновниками ринку споживчої піраміди стали великі транснаціональні компанії, що працюють в сферах виробництва споживчих товарів, телекомунікації, мікрофінансування і сільського господарства. Прикладом є успішний досвід поширення мобільного зв'язку в країнах, що розвиваються, де у 2009 р. кількість клієнтів сотових операторів досягло 50% [3; 4]. Сьогодні у віддалених районах найбідніших країн майже в кожній сім'ї є мобільний телефон. Це приносить як економічні дивіденди у вигляді доступу до ринків праці, можливості відслідковувати динаміку цін, фінансового сервісу, так і соціальні – доступ до медичного сервісу, контакт з родичами.

Сьогодні становище найбідніших регіонів у світі ускладнюється обмеженим доступом значної частини населення до надійної та безпечної енергії, чистої питної води й сучасним санітарним системам. Найбільш великі міжнародні організації та інститути погоджуються з думкою, що доступ до енергії та чистої води є ключовим фактором на шляху підвищення якості життя та ліквідації бідності в країнах, що розвиваються, а так само основою для вирішення найбільш гострих проблем в інших областях, включаючи освіту та охорону здоров'я. При цьому, разом з нестачею енергії, в бідних країнах гостро постає питання зміни клімату та запобігання екологічним катастрофам. Економічна залежність від сільського господарства, а також розташування багатьох країн, що розвиваються в кліматичних зонах, схильних до стихійних

природних лих, робить їх найбільш уразливими до зміни клімату. Крім того, зростання активних споживачів у світі супроводжується масштабним знищенням лісів, забрудненням навколишнього середовища. Саме тому, сьогодні впровадження сучасних технологій набуває стратегічного характеру.

У свою чергу, вирішення гострої проблеми забезпечення бідних районів країн чистою енергією і водою має перспективні можливості для розвитку бізнесу. Застосовуючи сучасні технології для задоволення потреб бідного населення, компанії можуть розробити інноваційні продукти, сервіси та бізнес-моделі з великим потенціалом економічного зростання. При цьому, створення технологічних рішень, доступних для малозабезпечених верств населення, виявляється непростим завданням. Багато великих компаній в сфері чистих технологій, включаючи розробників масштабних проектів сонячної та вітряної енергетики як і раніше скептично ставляться до ринків з низьким рівнем доходу. Висока чутливість малозабезпечених споживачів до ціни, вимагає від компаній значного скорочення витрат і створення доступних продуктів. У найбідніших регіонах світу неможливо застосовувати традиційні стратегії розвитку бізнесу та економічні моделі, які ефективно працюють в розвинених країнах. Ринки формування піраміди вимагають нетрадиційних підходів та інновацій.

Як результат, вирішення проблем бідного населення спонукає підприємців в країнах, що розвиваються, розробляти нові, доступні продукти та послуги, а також створювати соціально відповідальні бізнес-моделі. Звертаючи увагу на основні елементи бізнесу, такі як капіталомісткість, матеріали, що входять до нього, дизайн продукту, виробництво, продаж, логістику та технічне обслуговування, молодим компаніям в країнах, що розвиваються вдається створювати рентабельні товари та послуги, доступні для малозабезпечених верств населення.

Здатність до інновацій відповідно до вимог ринку і вирішення складних завдань з обмеженою кількістю ресурсів є безперечною перевагою в сучасному світі. Таким чином, сьогодні формування споживчої піраміди стає не тільки місцем виробництва і збуту товарів, що розроблені в розвинених країнах, але і джерелом нових інноваційних продуктів і бізнес-моделей.

Література

1. IDA. The World Bank Group, 2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.worldbank.org

2. Prahalad, C.K., The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits. – Philadelphia: Wharton School Publishing, 2005.

3. Саммит ООН. Информационный бюллетень. Цели развития тысячелетия № 8, 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.un.org/ru/mdg/pdf/fact_sheet_goal_8.pdf

4. Частный корреспондент. Развивая мир. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.chaskor.ru/article/razvivaya_mir_28338

Паливода Т.В.
головний спеціаліст – юрисконсульт
Міністерство культури (Україна)

СТРАТЕГІЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЕЛЕМЕНТІВ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ

В сучасних умовах задля збереження і розвитку України постає актуальне питання щодо постійного пошуку і ефективної реалізації джерел фінансування. У даному науково-практичному огляді представимо стратегію фінансового менеджменту таких джерел фінансування як правове забезпечення авторського права для серійного виробництва вітчизняної продукції із застосуванням елементів нематеріальної культурної спадщини України. Варто зазначити, що такі елементи нематеріальної культурної спадщини, як пісня, вишиванка, петриківський розпис тощо формують не тільки духовні цінності, а є потенційним джерелом фінансового забезпечення промислових підприємств України. Отже, коротко представимо власну розробку стратегії фінансового менеджменту елементів нематеріальної культурної спадщини України, що складається із таких основних етапів:

Етап 1. Аналізування і моніторинг зовнішніх і внутрішніх чинників впливу на формування елементів нематеріальної культурної спадщини, як джерела фінансування. До основних зовнішніх чинників варто відзначити такі: безпека в державі; систематизація законодавства та правове регулювання шляхом внесення необхідних змін до чинного законодавства щодо включення елементів нематеріальної культурної спадщини як джерела фінансового забезпечення підприємства, установи, організації. Зазначимо такі внутрішні чинники: професіоналізм працівників (освіта, професійна підготовка, майстерність тощо); формування кошторису видатків і доходів підприємства із врахуванням окремих статей кошторису: елементи нематеріальної культурної спадщини.

Етап 2. Організування фінансового менеджменту елементів нематеріальної культурної спадщини. Важливим питанням ефективної реалізації даного етапу є взаємовідносини вертикальні, тобто від держави до підприємства, та горизонтальні - між підприємствами.

Етап 3. Контролювання і регулювання фінансового менеджменту елементів нематеріальної культурної спадщини. Основою контролювання і регулювання фінансового менеджменту елементів нематеріальної культурної спадщини є інформаційне забезпечення достовірної та вичерпної статистичної, комерційної інформації. Важливими є також у процесі контролювання та регулювання застосування спеціальних фінансових пільг (часткове, повне звільнення від податків) та фінансові санкції (накладання штрафів чи пені).

Отже, сутність елементів нематеріальної культурної спадщини України як джерела не тільки духовного збагачення народу, але фінансового забезпечення потреб суспільства, вимагає науково-практичного дослідження економістами, юристами, психологами, державними службовцями, науковцями, фахівцями у сфері культури.

Петрушенко Н.В.
аспірант
Херсонський національний технічний університет (Україна)

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Туризм – це особлива сфера підприємницької діяльності, яка відрізняється інтегрованим характером економічних відносин взаємодії й взаємозалежності об'єктів виробничих і невиробничих галузей, які пропонують універсальний продукт (набір послуг, різноманітні видо робіт, різнопрофільні товари) [2].

Україна має величезний потенціал для розвитку туристичної галузі, але в той же час сучасна економічна і політична обстановка вносить суттєві корективи у розвиток підприємств, які пропонують споживачам послуги з організації всіх видів туризму.

Зовнішнє середовище в туризмі – це комплекс факторів, що безпосередньо впливають на виробничу й фінансово-господарську діяльність підприємства, регіону, країни загалом [1].

Всі зовнішні фактори безпосереднього впливу на розвиток туристичної галузі в Україні можна розділити на дві великих групи, а саме прямі і непрямі.

До першої групи відносяться:

- користувачі – очевидно, що від попиту на конкретні позиції залежить, які пропоновані послуги будуть користуватися успіхом; сам же попит напряму пов'язаний з масою факторів найважливішими з яких є фінансові можливості туристів, рівень їхньої обізнаності, культури, спектр вподобань, сімейний стан тощо;
- постачальники – вони відповідають за забезпечення трудовими й матеріальними ресурсами підприємства туристичної галузі;
- конкурентне середовище – завдяки цьому фактору впливу підприємці визначають найприбутковішу стратегію виведення на ринок і просування свого туристичного продукту;
- органи влади – формують законодавчо-нормативну базу, визначають пріоритетні напрямки розвитку і фінансування, розробляють і стежать за дотриманням фіскальної політики в державі, стежать за захистом прав споживачів, просувають туристичні продукти на зарубіжні ринки, вкладають кошти в розвиток інфраструктури;
- профспілки – представляють інтереси співробітників, безпосередньо задіяних в туристичній галузі.

До непрямих відносять:

- економічний стан в країні (мінімальний і середній рівень заробітної плати, рівень інфляції, співвідношення вартості

національної валюти до американського долара і євро, рівень безробіття, мілітаризація економіки) – від цього напряму залежить платоспроможність потенціальних споживачів туристичних продуктів;

- політичний стан в країні – нестабільна обстановка, наявність внутрішніх й зовнішніх конфліктів, рівень вдоволеності населення владою, прихильність внутрішніх та зарубіжних інвесторів формують клімат для розвитку туризму в країні;
- рівень розвитку науки і техніки – наявність сучасних засобів комунікації, обсяги використання комп'ютерної техніки, оснащеність місць відпочинку напряму впливають на бажання туристів скористатися тою чи іншою послугою;
- соціально-демографічні – збільшення загального добробуту населення, рівень його старіння, збільшення тривалості життя, тенденція пізнього вступу в шлюб, ріст кількості самотніх людей працездатного віку.

Таким чином, рівень розвитку підприємств туристичної галузі в Україні напряму залежить від комбінації перерахованих вище факторів, ступінь впливу кожного з яких потребує подальшого більш детального дослідження і опрацювання.

Література

1. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич : підручник. – К. : Знання, 2008. – 661 с.

2. Романова М. М. Формирование индустрии гостеприимства как механизм стратегического развития региона : диссертационная работа канд. экон. наук. – М., 2006. – 172 с.

Поддубная В.Г.
аспирант
Одесский национальный экономический университет (Украина)

АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО БАНКА В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЙ BIG DATA

Почему технологии Big Data оказывают такое преобразующее воздействие на бизнес-модели? Огромные, постоянно обновляемые массивы данных позволяют проводить подробные классификации объектов, которые обеспечивают точное понимание взаимосвязи тех или иных характеристик и действий отдельного человека или корпоративного клиента, находить корреляции между самыми различными параметрами, событиями, и на основе аналитических выводов определять наиболее оптимальный способ воздействия, для того, чтобы помочь банку принять более обоснованные решения. Лидерами по внедрению Big Data являются Nasdaq, Facebook, Google, IBM, VISA, Master Card, Bank of America, Citigroup. На пример банк Citigroup, в котором я работала в г. Киеве, принял полностью основанный на Big Data подход к управлению ростом бизнеса и расширением услуг. В качестве основы для стратегии Citigroup создал собственную интегрированную архитектуру платформы Big Data, которая называется «Virtual Enterprise Data Lake». Платформа получает наборы данных из разных приложений, которые поглощают многочисленные потоки информации из транзакционных магазинов, отзывов клиентов и источников данных бизнес-процессов.

В связи с тем, что Big Data стали общепризнанным трендом, возникло впечатление, что это нечто само собой разумеющееся и иллюзия о том, что эта технология применяется повсеместно. Анализ фактических данных показывает, что дело обстоит совсем не так. Украинские банки используют термин Big Data в маркетинговых целях, а применяют старую бизнес-аналитику. Не находят особых причин для внедрения этой технологии и государственные розничные банки, имеющие преференции в части гарантирования вкладов, а они составляют на рынке банковских услуг более 55% по активам и 57% по обязательствам. Многие банки не обладают большими вычислительными мощностями и только высказывают свои подозрения в том, что Big Data, это уловки маркетологов, желающих заработать на модных инновациях.

Сложность внедрения Big Data заключается в том, что эта технология состоит из огромных массивов неструктурированной, разнородной информации, непрерывно пополняемой в режиме он-лайн. Для ее накопления необходимы специальные программные платформы, где информация структурируется и хранится в удобной для анализа форме как единое целое. Для ее обработки требуется статистический инструментарий, алгоритмы распознавания образов, нейронные сети, построенные по аналогии с нервной системой, а для анализа и получения результатов в форме, понятной для человека необходимы квалифицированные специалисты. Пока на Украине, по сравнению с западными странами практически нет спроса на специалистов по

Big Data. В то же время исследование, проведенное институтом «McKinseu Global institute» показало острую нехватку таких специалистов. Только Соединенные Штаты в 2018 г. столкнутся с нехваткой 190 тыс. чел., обладающих навыками, для работы с Big Data. Разрыв спроса на специалистов по Big Data может превысить 60 процентов предложения на американском рынке труда [1, с. 11]. Lloyds Bank разместил объявление о поиске сотрудников для анализа информации Big Data и предлагает зарплату 56 тыс. фунтов стерлингов и гибкий график [2].

Украинские банки практикуют применение технологии Big Data на условиях аутсорсинга. ПАТ «Правекс Банк», в рамках новой стратегии, решил пересмотреть расположение своих отделений и разместить их там, где находится больше всего целевого сегмента клиентов. За обращением банка, «Киевстар» разработал карту мест наибольшего скопления таких клиентов, которые определялись на основе модели Big Data. Благодаря сотрудничеству с "Киевстар", банк получил динамическую карту, которая давала сравнение мест пребывания клиентов с текущим расположением отделений. В результате, ПАТ "Правекс Банк" решил переместить в новые точки восемнадцать отделений [3].

Широкие перспективы для применения этой технологии открывает недавно появившийся так называемый «бодинет», который включает в себя систему прямого интерфейса компьютер-человек, вживление подключенных к интернету чипов и имплантов, используемых в диагностических и лечебных целях. Big Data имеет потенциал, который поможет банку понять данные, поступающие от этих устройств и создать новые возможности для удовлетворения интереса банков к средствам населения - ключевой статьи формирования ресурса активных операций и получения процентного дохода, учитывая, что население Украины в 2018 г. хранит в банках 470 млрд. грн., в том числе 68% на срочных депозитах, а корпоративные клиенты более 70 % денег держат на счетах до востребования. Применение Big Data приведет к появлению новых категорий банковских продуктов, более персонализированной ценовой политике и, в конечном итоге, созданию инновационной культуры в целом.

Литература

1. McKinseu Global institute. Big Data. The next frontier for innovation, competition, and productivity. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Big%20data%20The%20next%20frontier%20for%20innovation/MGI_big_data_exec_summary.ashx
2. Big Data Expert - Hadoop - Lloyds Banking Group. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://careers.lloydsbankinggroup.com/candidate/VacancyInformation.aspx?VacancyId=156916
3. Как Big Data от Киевстар помогает Правекс Банку находить клиентов. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://kyivstar.ua/ru/mm/news-and-promotions/kak-big-data-ot-kievstar-pomogaet-praveks-banku-nahodit-klientov.

Фролова Н.Л.
здобувач
Український державний університет залізничного транспорту (Україна)

ДЕСТРУКТИВНІ ФАКТОРИ МАКРООТОЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сьогочасний розвиток суб'єктів малого та середнього підприємництва в Україні відбувається під впливом низки деструктивних факторів, що призводить до скорочення підприємницького сектору, зниження обсягів реалізації продукції малими та середніми підприємствами, погіршення їх фінансово-економічного стану і загострення проблеми неплатоспроможності, зменшення чисельності зайнятих працівників у сфері підприємництва.

Останніми роками спостерігається стале скорочення сектору малого та середнього підприємництва. Так, у 2016 р. порівняно до попереднього року кількість суб'єктів малого та середнього підприємництва скоротилась на 2,6 % та 5,5 %, відносно до 2010 р. – на 29,2 % та 14,4 %. У результаті скорочення суб'єктів підприємницької діяльності сталося зменшення кількості зайнятих працівників у цій сфері. У 2016 р. порівняно до попереднього року кількість зайнятих осіб зменшилась на 0,9 %, а відносно до 2010 року – на 24,7 %. Це, у свою чергу, у значній мірі обумовило підвищення рівня безробіття та бідності населення, і, відповідно, активізацію трудової міграції громадян закордон.

Звичайно, відбулися зміни в обсягах реалізації продукції суб'єктами підприємництва. Так, у 2016 р. відносно до 2015 р. відбулося зростання обсягу реалізації продукції суб'єктами середнього та малого підприємництва на 22,8 % та 25,2 %, порівняно до 2010 р. – на 89,5 % і 112,0 % відповідно. Проте, подібні тенденції обумовлені здебільшого впливом цінових факторів при одночасному зменшенні споживчого попиту на ринку.

Аналізуючи діяльність суб'єктів малого та середнього підприємництва, виявлено значне погіршення їх фінансово-економічного стану. Попри зростання питомої ваги малих та середніх підприємств, діяльність яких характеризується позитивним фінансовим результатом, відбувається зниження розміру отриманого прибутку і одночасне нарощення збитковості підприємств. Так, у 2013-2016 рр. фінансові втрати збиткових підприємств коливалися у межах від 138922,6 млн. грн. до 523547,8 млн. грн., у той час як позитивний фінансовий результат прибуткових підприємств досягав максимальної позначки лише в 261961,0 млн. грн. [1]. У найбільш кричний період 2014 р. від'ємний фінансовий результат збиткових підприємств перевищував позитивний вклад прибуткових суб'єктів малого та середнього підприємництва у 3,8 разів.

Дослідження проблематики розвитку суб'єктів малого та середнього підприємництва в Україні, дозволило зробити висновок, що наразі найбільш вагомий деструктивний вплив на функціонування малих та середніх підприємств здійснюють такі фактори макрооточення як:

- *нестабільність економічної та політичної ситуації в країні*, що стало результатом дії таких факторів як загострення міждержавних конфліктів та

погіршення взаємовідносин з іншими країнами; зниження рівня довіри громадян до державних органів влади та політичних інститутів; поглиблення кризових явищ в економіці; загострення проблеми державних боргових запозичень; зниження реальної купівельної спроможності населення; загострення корумпованості суспільних взаємовідносин; підвищення волатильності національної валюти; погіршення курсових та інфляційних очікувань; зниження інвестиційного та кредитного рейтингів держави тощо;

- *недосконаліть державної регуляторної політики у сфері малого та середнього підприємництва,* що викликано ускладненою системою бухгалтерського та податкового обліку і фінансової звітності підприємств; складністю процесу державної реєстрації підприємств і недосконалістю процедури їх банкротства; обтяжливим характером діючої податкової системи; надмірним адміністративним тиском на діяльність підприємств; швидкими темпами зміни діючого законодавства, його складністю та неоднозначністю; дублюванням функцій державними органами виконавчої влади тощо;

- *низький рівень інформаційно-консультативного та комунікативного забезпечення малих та середніх підприємств,* що стало результатом дії низького рівня інституціональної зрілості професійних організацій підтримки малого та середнього підприємництва; відсутністю тісної взаємодії державних установ та професійних об'єднань суб'єктів підприємницького сектору; вузьким спектром інформаційно-консультативних послуг діючих національних платформ розвитку малого та середнього підприємництва тощо;

- *низька ступінь державної підтримки і стимулювання розвитку малих та середніх підприємств,* що викликано використанням формалізованого підходу до виконання завдань, визначених програмами та стратегіями розвитку підприємництва; декларативним характером реалізації інструментів державної підтримки розвитку малих та середніх підприємств; низьким рівнем використання механізму державно-приватного партнерства; складністю доступу малих та середніх підприємств до державного замовлення;

- *обмеженість доступу малих та середніх підприємств до фінансово-кредитних ресурсів,* що обумовлено впливом таких факторів як: обмеженість застосування державних гарантій при залученні кредитних ресурсів; складність отримання державних субсидій і дотацій малими та середніми підприємствами; низький рівень розвитку системи пільгового кредитування підприємств; високі відсоткові ставки за кредитними угодами; відсутність єдиної інформаційної бази щодо джерел отримання фінансово-кредитних ресурсів малими та середніми підприємствами тощо.

Література

1 Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва 2016 рік: стат. зб. // Державна служба статистики України. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 12.07.2018).

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
СЬОМОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

Підписано до друку 16.08.2018. Формат 60*84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. лист. 14,41
Тираж 300 прим.

Типографія «Атлант» ВОІ СОІУ
65029, м. Одеса, Ольгієвський узвіз, 8
Свідоцтво ДК №3564 від 31.08.2009
Тел.: 728-45-71
e-mail: ev_atlant@ukr.net