

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА:
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА
ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
ВОСЬМОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

Одеса
Видавець Бондаренко М. О.
2019

УДК 334.716 (043.2)
Е 40

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції з незначною загальною правкою укладачів

Укладачі – науковці кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності Одеського національного економічного університету:

Янковий О. Г. – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України;

Семенова В. Г. – доктор економічних наук, професор;

Єгунов Ю. А. – кандидат економічних наук, доцент;

Дегтярєва О. О. – кандидат економічних наук, доцент;

Кошельок Г. В. – кандидат економічних наук, доцент;

Бабій О. М. – кандидат економічних наук, доцент;

Танасюк І. М. – кандидат економічних наук, доцент;

Літвінова В. О. – кандидат економічних наук, доцент.

Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики:

Е 40 Матеріали восьмої міжнар. наук.-практ. конф., 13-14 вересня 2019 р. – Одеса: Бондаренко М. О., 2019. – 294 с.

ISBN 978-617-7829-02-6

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

УДК 334.716 (043.2)

ISBN 978-617-7829-02-6

© Одеський національний економічний університет, 2019

ЗМІСТ

1. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Шкільний О.О.	Конкурентне позиціонування підприємств індустрії гостинності із залученням механізмів управління інтелектуальним капіталом	10
Янковий О.Г., Мігуш О.Д.	Аналіз дебіторської заборгованості на підприємстві	12
Levitskaia A.	Development of the potential of viticulture and wine tourism	14
Левкіна Р.В., Левкін А.В., Котко Я.М.	Формування бренду органічних аграрних підприємств	16
Вігуржинська С.Ю. Довбуш В.І.	Стандарти як напрям розвитку нематеріальних активів Конкурентоспроможності та фактори успіху готельних підприємств	18 20
Kazibudzki P.	Management performance impact of business simulation gaming	22
Кічук О.С., Ніценко Ю.Є.	Конкурентоспроможність підприємства в сучасних ринкових умовах	24
Кічук О.С., Власюк О.В. Коваленко С.І.	Стимулювання персоналу як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства Транскордонний кластерогенез як фактор конкурентоспроможності підприємств морської галузі України	26 28
Кудрицька Н.В. Літвінов О.С., Малишко А.В. Мартинюк Л.А.	Оцінка конкурентоспроможності морських портів Управління інтелектуальним капіталом як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства Гармонізація стандартів як складова реформування системи технічного регулювання в Україні	30 32 34
Паленичак О.В.	Роль та проблемні аспекти розвитку органічного сільського господарства	36
Семенова К.Д.	Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств України	38
Сорочак О.З., Михалюньо Ю.	Підходи до формування системи показників конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я	40
Тернова І.А., Жмурко Д.С. Траченко Л.А.	Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств Концептуальна модель формування систем управління якістю підприємств сфери інжинірингових послуг	42 44
Бедрадіна Г.К.	Проблеми імплементації міжнародних стандартів якості на туристичних підприємствах	47
Капталан С.М.	Позитивні й негативні наслідки інтеграційних процесів в агропромисловому комплексі України	49
Сотченко Ю.К., Соколова А.С. Береза І.В., Хлівна А.М.	Підвищення конкурентоспроможності «вінтажного» бізнесу за 10 трендами клієнтського сервісу Підвищення ефективності використання основних засобів залізничного транспорту в конкурентному середовищі	51 53

2. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Шиян Д.В.	Окремі аспекти визначення рівня інноваційності виробництва пшениці в сільськогосподарських підприємствах	55
Брюховецька Н.Ю., Іваненко Л.В.	Інтелектуалізація виробництва: інноваційні рішення та проблеми їх реалізації на машинобудівних підприємствах в Україні	57
Гонтарева І.В.	Інноваційно-інвестиційний напрям розвитку підприємницької діяльності в сучасних умовах	59
Карпенко Л.М., Воронжак П.В., Варещенко В.І. Корогаєв С.Л., Немеровец А.В.	Політика інвестиційного контролінгу та інноваційно-інвестиційне проектування розвитку підприємництва Коммерціалізація результатів НТД на підприємствах Беларусі: актуальні питання обліку	61 63
Майорова І.М.	Інноваційна інфраструктура сучасного промислового підприємства	65
Плахотнік О.О., Копейкіна Є. Семенова В.Г.	Державна підтримка інноваційного кредитування суб'єктів реального сектору економіки України Трансфер технологій в сучасних умовах розвитку	67 69
Бабій О.М., Тимченко К.С. Біловодська О.А., Топтун Ю.М. Долгова Л.І.	Формування інвестиційної стратегії виноробних підприємств Стартапи у процесі комерціалізації інноваційної діяльності Інноваційні методи мотивації та управління персоналом	71 73 75
Дробішева О.О., Мошенський І.О. Дюк А.А.	Розвиток інноваційно-інвестиційного процесу підприємства в сучасних умовах соціальне підприємництво як інноваційна форма організації бізнесу	77 79
Ігнашкіна Т.Б.	оцінювання інвестиційної привабливості промислових підприємств дохідним методом	81
Катерна О.К. Кіжаєв С.О.	Сучасний стан вантажних авіаперевезень в Україні Теоретико-правові аспекти трансформації інтелектуальної власності ВНЗ в інноваційний продукт	83 85
Нікілева Н.О.	Механізм фінансового забезпечення інноваційної активності підприємства	87
Самотоєнкова О.В., Ольвінська Ю.О. Сіволап Л.А.	Особливості залучення та використання капітальних інвестицій в промисловості Стратегія збуту інноваційного товару промислового підприємства	89 91
Супрун А.А.	Вплив інновацій на фінансовий сектор: можливості та загрози	93
Теплюк М.А.	Забезпечення ділової досконалості як чинник інноваційного розвитку підприємства	95
Тертична Л.І. Хаустович Н.А., Черкас Е.А.	Особливості менеджменту інтелектуального капіталу Перспективи розвитку підприємств в інноваційній економіці	97 99

Черненко С.М.	Особливості соціального спрямування інноваційної політики України	101
Чухраєва Н.М.	Особливості інвестиційно-інноваційної діяльності українських підприємств в сучасних умовах	103
Богущька О.А.	Краудінвестинг як альтернативне джерело фінансування інвестиційних проєктів підприємств	105
Македон Г.М.	Перспективи використання зернових ф'ючерсів сільськогосподарськими підприємствами України	107
Шкригун В.Л., Хазанова Н.М., Шкригун Ю.О., Ivanova A.G.	Теоретичні засади інноваційно-інвестиційного розвитку в сучасних умовах	109
Піддубна В.Г.	Investment potential as the basis of investment activity of machine-building enterprises Управління ризиками інноваційного циклу банківських продуктів	111 113

3. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Баранник Л.Б.	Стратегія розвитку підприємства в умовах податкових новацій: зарубіжний досвід	115
Гавкалова Н.Л., Прохорова В.В., Карлова О.А.	Теоретико-методичні аспекти формування стратегії ефективного менеджменту підприємства Стратегічні підходи в плануванні розвитку підприємства теплоенергетики	117 119
Karpenko L.	The methodological platform of process modelling of enterprises international strategies	121
Самофатова В.А.	Організаційно-економічний механізм сталого та інклюзивного розвитку підприємств агропродовольчої сфери	123
Партин Г.О., Загородній А.Г., Довбня С.Б., Чабанець Т.М.	Інформаційне забезпечення стратегічного управління витратами підприємства Комплексний механізм стратегічної діагностики	125 127
Єфремова Н.Ф., Коваленко О.В., Николюк О.М., Пивовар П.В., Мартинчук І.В., Павленчик А.О.	Роль людського капіталу в реалізації стратегії конкурентоспроможності підприємства Сутність економічної категорії «гнучкість бізнес-системи» Парадигма застосування маркетингового інструментарію в умовах стратегії провадження успішного бізнесу	129 131 133
Пилипенко Л.М., Тивончук О.І., Поленкова М.В.	Нефінансова звітність як інструмент досягнення цілей сталого розвитку Start-up – нематеріальний актив стратегічного розвитку підприємства	135 137
Ситник О.Ю.	Налагодження соціального діалогу як запорука підвищення трудових ресурсного потенціалу	139
Смутчак З.В.	Проблема трудової міграції в контексті стратегічного розвитку підприємства	141
Танасюк І.М.	Реалізація стратегії підприємства в умовах організаційного розвитку	143

Коренман Є.М.	Стратегічні напрями розвитку підприємств плодоовочевої консервної промисловості	145
Ващенко О.П.	Роль корпоративної культури в системі управління людськими ресурсами підприємства	147
Грицай О.І., Паньків М.М.	Ідентифікація витрат на економічну безпеку підприємства: відображення в обліку та звітності	149
Присвітла О.В., Коваленко А.Є.	Соціальна відповідальність бізнесу як складова стратегії соціально-економічного розвитку підприємства	151
Танасюк І.М., Малишко А.В.	Формування конкурентних переваг ТОВ «Телекарт-Прилад» у сучасних умовах	153
Захаренко О.О., Безугленко О.Ю.	Стратегії підприємств на ринку капіталу	155

4. ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Пантелеев В.П.	Контроль над підприємствами за глобальними принципами управлінського обліку	157
Шалімова Н.С.	Вплив тристоронніх відносин на формат договорів на виконання завдань з аудиту інтегрованих структур	159
Крюкова І.О., Олійник О.О.	планування грошових потоків бізнес-суб'єктів аграрної економіки	161
Єгунов Ю.А., Єгунова І.М.	Підвищення коректності розподілу непрямих витрат в умовах багатомініклатурного виробництва	163
Максимова А.В.	Необхідність податкового планування в сучасних умовах діяльності підприємств	165
Малишко В.С., Малишко А.В.	Планування започаткування підприємницької діяльності у сфері послуг автосервісу	167
Чухраєва Н.М., Муха Г.В.	Бюджетування як ефективна технологія оптимізації процесу управління на підприємстві	169
Курносів О.В.	Оптимізація податкового планування на підприємствах-учасниках зовнішньоекономічної діяльності	171
Чернова В.В.	Практичні аспекти впровадження системи бюджетування на промисловому підприємстві	173
Ісаншина Г.Ю.	Вимоги розкриття та рівень довіри до інформації у фінансових звітах компаній	175
Марій О.Т.	Стан та проблеми логістичної діяльності підприємств торгівлі	177

5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Баюра Д.О.	Ефективність корпоративного управління у поведінковій економіці	179
Купінець Л.Є.	Моделі корпоративного управління в умовах розвитку екологізації економіки	181
Гончаренко О.М., Слатвінська М.О.	Методичні аспекти оптимального управління підприємством	183
Янковий О.Г., Белік С.О.	Показники ефективності використання й забезпечення підприємства основними виробничими фондами	185

Янковий О.Г., Подмазко М.В. Базалійська Н.П., Федчик А.В. Гура О.Л. Іваницька С.Б., Бондаревська О.М. Кошельок Г.В. Кошельок Г.В., Шевченко Д.О. Кузьменко Г.І.	Бізнес інжиніринг в процесі прийняття оптимізаційних рішень Рекрутинг як сучасна технологія з підбору персоналу на підприємстві Програмне забезпечення для хмарного бізнесу Особливості формування сприятливого соціально- психологічного клімату в трудовому колективі Методи збалансування грошових потоків підприємства Використання інжинірингових послуг як фактор зниження собівартості продукції Вибір критеріїв оцінки ефективності системи інформації про податковий потенціал підприємства Управління товарними запасами в торгівлі Концептуальний підхід до оцінки потенціалу підприємницької діяльності	187 189 191 193 195 197 199 201 203
Літвінова В.О. Сабадирьова А.Л.	Технології управління персоналом в контексті інноваційного розвитку Технології грейдингу та соціометрії як інструменти ефективного управління підприємством Трансформація організаційної культури підприємств в умовах цифрової економіки Теоретичні підходи до розвитку інтегрованих систем управління підприємств	205 207 209 211
Сочинська- Сибірцева І.М. Степанова Д.С., Степанова І.В. Трушкіна Н.В., Ринкевич Н.С. Горлова О.П.	«Model factory» як сучасний засіб підвищення продуктивності праці на підприємствах України Методичні засади оцінки прихованих активів підприємства	213 215

6. МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Янковий О.Г., Буздиган М.О. Кулинич Р.О.	Ділова активність підприємства: теоретичні, методологічні та практичні аспекти аналізу Статистична функціональна теоретична модель виробничої функції	217 219
Linok D., Matskul M., Matskul V.	The use of various models of time series in the study of economic processes	221
Грінченко Р.В.	Використання математико-статистичних методів при управлінні адаптацією підприємств до змін	223
Чаговець Л.О., Чаговець В.В.	Угрупування економічних об'єктів методом дерев класифікації	225
Коляда Ю.В., Шатарська І.Ф. Янковий В.О.	Аналітичне оцінювання ризику поведінки змінних моделі Вольтерри-Лотки Прогнозування обсягів реалізації продукції хлібопекарської галузі України за допомогою виробничої функції Кобба-Дугласа	227 229
Яшкін Д.С.	Класифікація регіонів України за транспортними ризиками	231
Буздиган М.О.	Заходи з підвищення ділової активності підприємств-аутсайдерів	233

7. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГЕТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Дегтярєва О.О.	Інформаційна структура енергетичного контролю	235
Дубровська В.В., Шкляр В.І., Ганжа Д.Г.	Сонячні колектори для гарячого водопостачання	236
Дубровська В.В., Шкляр В.І., Гловацький Д.В.	Фотоелектрична система для енергозабезпечення школи	238
Шкляр В.І., Дубровська В.В., Лівіщенко А.А.	Техніко-економічний аналіз модернізації котельні школи	240
Шкляр В.І., Дубровська В.В., Фіцай М.М.	Визначення строку окупності встановлення турбіни «Каплан» на міні-ГЕС	242
Пудичева Г.О.	Енергозабезпечення як логістичний бізнес-процес підприємства	244
Прунцева Г.О.	Енергія як джерело розвитку суб'єкта господарювання у системі природно-економічних відносин	246
Ташев Ю.В.	Відновлювана енергетика: підходи до моделювання декарбонізації енергетичних систем	248

8. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОГО ОТОЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Яковлєв А.І.	Втрати від проведення операцій ООС на Донбасі	250
Карпінський Б.А.	Податкова культура підприємства як відображення державотворчого патріотизму нації	252
Melnychenko O.	Application of artificial intelligence in the control systems of economic activities	254
Grzybowska-Brzezińska M., Grzywińska-Rapca M.	Illegal manipulation techniques in advertising	256
Grzybowska-Brzezińska M., Kuberska D.	Instruments of marketing activities and consumer behavior in the organic food market	257
Hilmar Þór Hilmarsson	The climate crisis and the global investment regime	258
Павленчик Н.Ф.	Трудовий потенціал України	261
Дідух С.М.	Передумови виникнення концепції інклюзивного розвитку	263
Доброва Н.В.	Шляхи підвищення інвестиційної привабливості Одеської області	265
Долінський Л.Б.	Проблемні питання кредитно-інвестиційної діяльності банків в Україні	267
Житар М.О.	Підходи щодо визначення терміну «фінансова архітектура економіки»	269
Милашко О.Г.	Джерела та напрямки формування кінцевого споживання секторів економіки	271
Погорелова Т.В.	Оценка развития предпринимательства в аграрном секторе Украины	273

Кизенко О.О., Кизенко Д.О. Романчик Т.В., Романчик А.В. Кичук О.С., Дубилей Д.А. Кічук О.С., Кузнецова К.П.	Конвергентне інформаційне середовище бізнесу: економіко-правові аспекти Визначення ризиків ринкової взаємодії Проблематика розвитку бирж в Україні Хеджування як метод регулювання валютних ризиків	275 277 279 281
Кічук О.С., Літвінова Д.О.	Використання методу реальних опціонів для оцінки ефективності інтелектуального капіталу підприємства	283
Кічук О.С., Полякова І.В. Колодійчук І.А.	Фондові біржі в Україні: проблеми та шляхи підвищення ефективності функціонування Умови формування рециркуляційної системи управління відходами	285 287
Кучкова О.В.	Адаптація промислового підприємства до нестабільного зовнішнього середовища	289
Дехтяр С.С.	Макрофінансові загрози та економічна безпека підприємства	291

1. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Школьний О.О.

д.е.н., професор

Уманський національний університет садівництва (Україна)

КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ІЗ ЗАЛУЧЕННЯМ МЕХАНІЗМІВ УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ

Розвиток економіки знань зумовив підвищення ролі нематеріальних активів у формуванні конкурентних стратегій. За ресурсною теорією організації, унікальні ресурси надають підприємствам можливість отримувати економічну ренту. При цьому важлива роль належить інтелектуальному капіталу. Основу останнього формують нематеріальні ресурси, які можуть використовуватися підприємствами індустрії гостинності з метою пропозиції нових інноваційних видів послуг та ескалації доданої вартості.

Людський капітал може сформувати фірмовий стиль та позитивну атмосферу, спроможну забезпечити прихильність клієнтів. Як вважають Г. В. Мисака та І. А. Дерун, на етапах становлення та розвитку компанії найважливішу роль відіграє людський капітал, а значення організаційного (структурного) капіталу зростає на стадіях зрілості та спаду [1, с. 51].

Оцінку капіталів освіти, здоров'я та культури необхідно закласти в основу аналізу стратегії управління людським капіталом, а формування стратегії управління організаційним капіталом повинне базуватися на ефективному використанні патентів, ліцензій, ноу-хау, товарних знаків, інформаційного та програмного забезпечення, системи мотивації праці [3, с. 177]. Налагоджені зв'язки з ринковими контрагентами та економічна оцінка брендів відображають рівень розвитку капіталу взаємодії.

Створення нових господарських комплексів та розширення мережі збуту послуг вимагає залучення можливостей вертикальної інтеграції, зокрема застосування франчайзингу, що передбачає придбання прав користування торговою маркою та стандартизованими процедурами надання послуг. В.Ф. Семенов, Л.В. Бортник вказують на переваги вступу до готельної мережі на правах франчайзингу: допомога в оформленні документів та консультування, використання відомої готельної марки в рекламуванні, вдосконалення технологій згідно зі стандартами франчайзера, доступ до систем бронювання, отримання знижок під час купівлі обладнання, зростання престижу, можливість отримання додаткових доходів [4, с. 71]. При формуванні унікального портфеля прав інтелектуальної власності необхідно також ураховувати необхідність дотримання принципів економічної безпеки.

Гудвіл та ділова репутація можуть бути виражені правами інтелектуальної власності на засоби індивідуалізації послуг суб'єктів підприємництва індустрії гостинності. Географічні зазначення, як нематеріальні

активи, що є носіями традиційних знань та особливої культури, значною мірою зумовлюють цінність брендів та відповідних регіонів. При цьому особливий інтерес представляють механізми управління інтелектуальною власністю в аграрних регіонах, спроможних зміцнювати потенціал гостинності у сільській місцевості на основі поєднання місцевого колориту та усталених традицій.

Механізм управління інтелектуальним капіталом охоплює як кадри управління інтелектуальним капіталом, так і організаційну, виробничу, маркетингову та фінансову сфери [2, с. 120]. Внесок матеріальних та нематеріальних активів у додану вартість може бути оцінений за допомогою інтелектуального коефіцієнта доданої вартості (VAIC). Конкурентне позиціонування в індустрії гостинності значною мірою підтримується інноваційними технологіями, які, незважаючи на необхідність значних інвестицій, постійного оновлення, вирішення ергономічних проблем та підтримки умов економічної безпеки, сприяють відображенню запитів споживачів, підвищенню рівня продуктивності праці, зменшенню поточних витрат, забезпеченню операційного контролю та впорядкуванню інформаційних потоків. При цьому слід вказати на важливість застосування автоматичних систем з використанням мікропроцесорів, а також новітніх систем бронювання (smartphone check-in, GDS, ADS), управління взаємовідносинами з клієнтами (Saas - Libra OnDemand CRM), контролю за використанням енергоресурсів (EMS, PTAC, HVAC/PTAC) та перепустки (зокрема ELS).

В умовах глобалізації підприємства вимушені здійснювати вдосконалення засобів виробництва та втілювати в життя стратегії ринкового позиціонування. При формуванні підприємницьких стратегій необхідно враховувати передумови здобуття підприємствами сфери гостинності стійких конкурентних переваг, серед яких відзначаються обмеження для конкуренції, а також низький рівень мобільності окремих економічних ресурсів та їх гетерогенність.

Література

1. Мисака Г. В., Дерун І. А. Трансдисциплінарний підхід в підвищенні ефективності управління інтелектуальним капіталом компанії. *Облік і фінанси*. 2019. №1 (83). С. 49-54.
2. Пермінова С. О., Башкіна А. С. Управління інтелектуальним капіталом у контексті загальної стратегії збільшення вартості компанії. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Випуск 6-1 (06). С. 118-122.
3. Ротань Н. В. Удосконалення організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом підприємств. *Інтелект XXI*. 2018. № 3. С. 173-177.
4. Семенов В. Ф., Бортник Л. В. Франчайзинг як метод організації і розвитку готельного бізнесу. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 2 (49). Ч. 1. С. 68-75.

Янковий О.Г.
д.е.н., професор,
Мігуш О.Д.
магістрант

Одеський національний економічний університет (Україна)

АНАЛІЗ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Дебіторська заборгованість – це заборгованість підприємств, організацій, осіб даному підприємству. Це як безвідсоткова позика клієнтам. Розмір дебіторської заборгованості визначається умовами підприємства щодо розрахунків зі своїми клієнтами. Якщо ці умови суворі, менше клієнтів купують його товари в кредит, зменшується обсяг реалізації, отже, зменшується величина дебіторської заборгованості за рахунками клієнтів. З іншого боку, якщо розрахункові умови послаблюються, з'являється більше замовників, зростає обсяг реалізації і сума дебіторської заборгованості за рахунками клієнтів. Послаблення умов розрахунків має як переваги, так і недоліки. Переваги – це зростання обсягу реалізації і прибутку. Недоліки – можливість збільшення суми безнадійних боргів.

Саме тому якість оборотного капіталу, фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від стану розрахункової дисципліни і від розміру, якості та ліквідності дебіторської заборгованості. В сучасних умовах багато підприємств потрапили в зону господарської невизначеності і підвищеного ризику, стали перед необхідністю об'єктивної оцінки платоспроможності і надійності своїх партнерів, постійного контролю за якістю розрахунково-фінансових операцій і розрахункової дисципліни. Тому, перш за все вивчають, які зміни відбулися в складі та структурі дебіторської заборгованості на кінець звітного періоду порівняно з початком, а також у питомій вазі дебіторської заборгованості щодо загальної суми поточних активів. Доцільно визначити терміни зростання дебіторської заборгованості й порівняти їх із минулими періодами. Більш високі темпи зростання порівняно з минулими періодами, пов'язані з неплатежами, свідчать про погіршення платоспроможності підприємства.

Оцінюючи надійність дебіторської заборгованості, необхідно пам'ятати, що перетворення значної частини її в грошові кошти, як правило, неможливе без скорочення обсягу реалізації. Тривалість інкасування дебіторської заборгованості залежить і від стратегії ринку. Підприємство може бути зацікавлене в тім, щоб мати покупців, які затримують платежі, які сприяють тому, що підприємство є прибутковим. Тобто прибуток від реалізації компенсує те, що покупець використовує дедалі більший обсяг грошових коштів даного підприємства. Таким чином, при аналізі дебіторської заборгованості необхідно брати до уваги зв'язок рівня дебіторської заборгованості з рівнем реалізації прибутку.

Важливим у процесі аналізу дебіторської заборгованості є контроль за

співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості. Результатом такого аналізу може бути виявлення: а) збільшення або зменшення дебіторської заборгованості; б) збільшення або зменшення кредиторської заборгованості. Як збільшення, так і зменшення дебіторської і кредиторської заборгованості можуть призвести до негативних наслідків для фінансового стану підприємства. Так, зменшення дебіторської заборгованості проти кредиторської може статися через погіршення стосунків з клієнтами, тобто через зменшення кількості покупців продукції. Збільшення дебіторської заборгованості проти кредиторської може бути наслідком неплатоспроможності покупців.

Розглянемо співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості ТОВ «Савранський завод продовольчих товарів» за 2015-2017 рр. (див. табл.).

Таблиця

Порівняльний аналіз дебіторської та кредиторської заборгованості ТОВ «Савранський завод продовольчих товарів»

Показники	Роки, тис. грн.			Відхилення (+, -) до 2015			
	2015	2016	2017	у сумі тис. грн.		у %	
				2016	2017	2016	2017
1. Дебіторська заборгованість	767,0	742,0	1592,0	-25,0	+825,0	-3,3	+107,6
2. Кредиторська заборгованість	394,0	154,0	1679,0	-240	+1285,0	-60,9	+326,1
3. Активне сальдо	-	-	87,0	-	+87,0	-	-
4. Пасивне сальдо	373,0	588,0	-	+215	-	+57,6	-
Баланс	767,0	742,0	1679,0	-25,0	+912,0	-3,3	+118,9

Джерело: побудовано авторами

Як бачимо, у 2015-2016 рр. підприємство має пасивне сальдо, так як дебіторська заборгованість значно перевищує кредиторську заборгованість: у 2015 р. в 2 рази, а у 2016 р. майже в 5 разів (рис.).

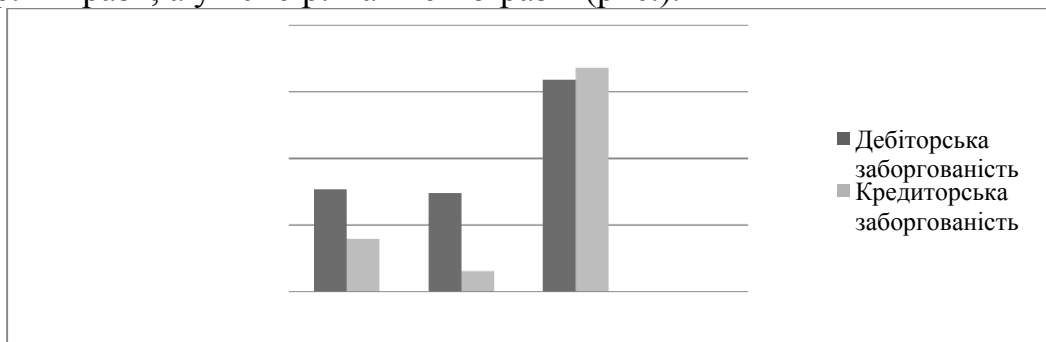


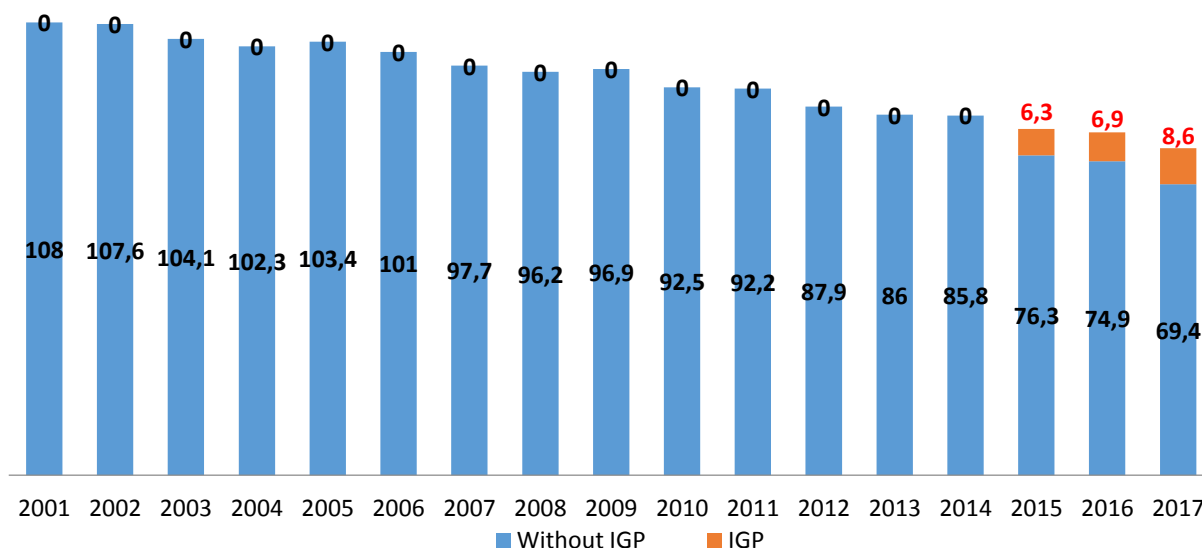
Рис. - Порівняльний аналіз дебіторської та кредиторської заборгованості ТОВ «Савранський завод продовольчих товарів»

Це свідчить про неефективне використання оборотних коштів, оскільки підприємство дозволяє іншим суб'єктам господарювання користуватися своїми коштами. У 2017 р. ситуація змінилась, підприємство має активне сальдо, тобто кредиторська заборгованість перевищує дебіторську заборгованість, але на незначну суму (87 тис. грн.). Активне сальдо означає неплатоспроможність самого досліджуваного підприємства.

DEVELOPMENT OF THE POTENTIAL OF VITICULTURE AND WINE TOURISM

The Republic of Moldova has the highest planted vineyards density in the world and ranked 19th among the countries that produce wine. The area of vineyards for wine grapes is 78,000 hectares (3rd place in the Black Sea basin). In total, there are 52,000 winemakers (farmers), 980 enterprises operating in the VWT sector, including nurseries, wineries, agricultural enterprises and cooperatives, engineering companies, packaging and service enterprises, 6 educational institutions, technology transfer, and research centers.

This industry generates about 150,000 jobs, i.e. every 4th able-bodied citizen is directly or indirectly involved in winemaking. For the last 15 years, about 600 million US dollars have been invested in the development of 30 thousand hectares of vineyards. 24 wineries and 5 specialized agencies in wine tourism are actively involved in viticulture tourism. Compared to 2016, there was an increase in the number of tourists visiting wineries by 31 per cent (175 thousand people), of which local residents are 64 per cent, foreigners – 36 per cent, whose stay in the country is 3.2 people/day and the amount of expenses is of 28.5 EUR/day. Thus, VWT generates about 7 million euro per year [1]. The industry forms 3 per cent of Moldova’s GDP and makes up about 12 per cent of exports.



Graph. The potential for the production of wines with Indicazione Geografica Protetta (IGP), ha

Source: National Bureau of Wine and Grapes (NBWG)

The vineyards of the Republic of Moldova are on the same latitude as the famous winemaking regions of Europe, whose unique terroir contributes to the

production of quality wines. According to the area of vineyards, the Republic of Moldova takes the 6th place in Europe, vineyards occupy 4 per cent of the country's territory and 7 per cent of the agricultural land area. Grape plantations occupy 140 thousand hectares, including 30 thousand hectares of young stands.

Graph 1 shows the area of vineyards in the farms of commodity production, with the exception of the areas located near the house and occupied and occupied by table grape. 8,600 hectares of land is registered under the sign with a protected geographical indication - IGP (Indicazione Geografica Protetta). The volume of grape processing by regions of the Republic of

Viticulture and viniculture tourism (VWT) is a motivational form of tourism, in order to visit wine-making enterprises and wine-making areas to combine the pleasure of tasting wine products with the opportunity to become familiar with local customs, rural lifestyle and cultural events.

The program "Wine Road in Moldova" [2] approved in 2004, marked the beginning of the promotion of the country's image on the basis of wine and viticulture (VWT) tourism. This type of tourism is recognized as "anchor" for the development of inbound and domestic tourism. This was facilitated by a comprehensive program to promote Moldova as a wine-tourist destination, including an online campaign, participation in specialized fairs and exhibitions, the organization of thematic events and study visits, etc.[3]

The participation of Moldova in the EU project to promote the Black Sea Wine Tourism Network has given a serious impetus to the development of winemaking [4]. The trend of increasing interest in Moldova is noticeable in the growth of the number of organized tourist groups arriving to get acquainted with local wines, cuisine, and national traditions.

Ecological potential plays a special role - vineyards planted on hillsides stop erosion and contribute to landscape conservation. The European Convention on Landscape Management and Planning has conducted a series of studies emphasizing the value of vineyards in environmental protection and positioning landscapes with vineyards as indicative of the promotion of ecotourism.

Conclusions:

1. Development of tourist destinations of Gagauzia based on active wineries
2. Formation of attractions of tourist destinations
3. Promoting the emergence and development of network interaction of the main players of tourism development

References

1. "Moldova wine in numbers," NOI MD, 2018. Available online: https://noi.md/ru/news_id/239697
2. Regulation No. 554 on approval of the National Tourism Program - Wine Road in Moldova, Official Monitor No. 88 – 90 of May 24, 2004.
3. More about wine tours in Moldova on: <http://www.businessclass.md/>
4. Available online: <http://blackseatourism.net/new/moldova/>

Левкіна Р.В.
д.е.н., професор,
Левкін А.В.
к.т.н., доцент,
Котко Я.М.

Харківський нааціональний технічний університет сільського господарства
ім. Петра Василенка (Україна)

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ОРГАНІЧНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Необхідність вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств вимагає нових підходів до формування маркетингової стратегії, її імплементації та реалізації, що з одного боку сприяє пошуку оптимальних шляхів товаропросування традиційної для підприємства продукції на ринку, а з іншого – дозволяє сформувати та збільшити попит якісно нові види продукції, до яких належить органічна продукція. Тому в умовах формування та перерозподілу світових ринків органічної продукції, посилення конкуренції серед провідних факторів успіху підприємств виділяються відносини зі споживачами і саме концепція брендингу, що дозволяє сформувати ефективний імідж для товаровиробників. Дослідженням методологічних підходів до формування бренду, еволюції розвитку та сутність різних концепцій маркетингу займалися такі науковці: Дж. Бернетт, Ф. Котлер, Е. Райс, Л. Бук, О. Зозульов, В. Пустотін, Є. Ромат та інші. Бренд є ключовим елементом, що визначає мету, ієрархію завдань, формує сутність, координує та узгоджує взаємодію всіх напрямків діяльності аграрного підприємства, а бренд-орієнтоване управління є підходом до управління підприємством, що дозволяє узгоджувати всі дії [1].

Діяльність аграрного підприємства еколого-економічного спрямування (виробляє екологічно безпечну/органічну продукцію) повинна формувати власну концепцію бренду органічної продукції. Важливим є використання традиційних інструментів (цінова, товарна, комунікаційна, товаропросувна політика підприємства) та споживчих цінностей. Так відбувається позиціонування підприємства та його продукції на ринку [2]. Споживачам, як правило, зрозумілі підсилювальні конкурентні переваги бренду розвитку і модифікації товару. У разі формування товарної політики без урахування концепції бренду, а лише за технічними можливостями підприємства, часто виникає ситуація нівелювання асортиментом унікальних споживчих цінностей бренду або неповного втілення всіх можливостей бренду в асортименті товару, що знижує рівень можливого прибутку. В сучасних умовах аграрна сфера перебуває у складній ситуації, занепокоєння викликає галузь овочівництво, невирішені проблеми якої з часом призвели до незворотного стану. Так виробництво овочів залишається у приватному секторі економіки, який наразі пропонує більше 80% валових зборів. Уряд намагається поступово змінити дане співвідношення у бік крупно товарного виробництва але ситуація залишається незмінною. З іншого боку тяжіння населення до самозабезпечення овочами

власного виробництва на присадибних ділянках поступово зменшується. Ситуацію уповільнюють психологічні фактори та відносно низький рівень врожайності у деяких регіонах України. Саме можливість забезпечення власних потреб у екологічно чистій овочевій продукції, сприяє підтриманню більшої частки виробництва в приватному секторі галузі. Відповідно до цього висуваємо припущення про певну залежність розвитку овочівництва від практичної реалізації іміджу виробників екологічно чистої продукції, яким довіряють споживачі.

Проблематика формування іміджу аграрних підприємств є доволі цікавою, а тому викликає інтерес у широкого кола дослідників, які вивчали питання функціонування підприємств у конкурентному середовищі, в яких розглянуто теоретичні основи маркетингу та конкурентоспроможності підприємств, їх продукції. Відповідно овочівницької продукції, формування бренду органічної продукції питання були досліджені вітчизняними науковцями: Т.В. Боровик [2], О.В. Марковою, В.В. Писаренком [3] та ін. Проте у більшості наукових праць визначення терміну "конкурентоспроможність продукції" в основному пов'язується з кінцевою метою діяльності підприємства – його прибутком, та зацікавленістю споживача у якісній продукції за нижчою ніж у конкурентів ціною. Це є логічним і не підлягає сумніву, бо вибір продукції на ринку здійснює споживач, а виробники та посередники не можуть працювати на збиток. Проте в умовах високої конкуренції важко визначитися із вибором продукції, коли при вузькому асортименті ціна не суттєво відрізняється. Тоді споживачі приділяють увагу саме якісним характеристикам продукції, її асортименту, позиціонуванню підприємства на ринку. Враховуються: ділова репутація фірми, її бренд, імідж, які, як правило, привертають до себе увагу і працюють на підприємство. Безперечно, імідж і бренд підприємства спрямований на маскування недоліків, що в умовах інформатизації та диджиталізації не просто та вимагає постійної адаптації до зовнішніх та внутрішніх факторів. Згідно принципу відповідності бренд, пов'язаний зі стратегією підприємства, рівнем його розвитку. Всебічний аналіз особливості формування та використання бренду аграрних підприємств дозволяє визначити та підтримувати стійку позицію на агропродовольчому ринку та здійснювати ефективне управління.

Література

1. Івашова Н. В. Місце брендингу в сучасних маркетингових концепціях. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4, Т. II. С. 87-97.
2. Левкіна Р. В. Стратегічне управління виробничою діяльністю підприємств овочівництва: теорія, методологія, практика: монографія. – Херсон: Гринь, 2013. 348 с.
3. Боровик Т. В. Маркетингове забезпечення виробництва органічної плодоовочевої продукції в Україні. *Науковий вісник ПУСКУ*. Полтава: ПУСКУ, 2009. № 4(35). С. 114-120.

Вігуржинська С.Ю.

к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій (Україна)

СТАНДАРТИ ЯК НАПРЯМ РОЗВИТКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ

В сучасному світі діяльність будь-якого підприємства здійснюється в умовах посилення конкуренції та розвитку нових інформаційних технологій. Саме тому відбувається зміщення акцентів в веденні бізнесу на користь нематеріальних ресурсів. Істотно посилюється роль нематеріальних активів в ефективному функціонуванні організації та збільшенні вартості бізнесу в цілому.

Для українських підприємств орієнтація на інноваційну сферу – єдиний шанс зайняти гідну нішу серед провідних гравців світового ринку. Первісною задачею, свого роду «training'гом», міг би стати випуск високотехнологічної конкурентоспроможної продукції, поступове заміщення імпортованих товарів на власному ринку. Активна участь у міжнародній торгівлі можлива при умові введення міжнародної стандартизації для товарів, які виготовляють для зовнішнього ринку.

Ключовим елементом успішної виробничої діяльності і ділової ефективності підприємства є досягнутий рівень інноваційного розвитку. Він визначається наявними нематеріальними ресурсами, раціональністю їх використання та відповідністю виробництва міжнародним стандартам.

Сферу нематеріальних активів можна уявити у вигляді декількох основних категорій:

I. Ділова репутація і унікальність (виняткові ознаки і переваги компанії на тлі конкурентів).

II. Кадровий потенціал (кваліфікація робітників та ділова порядність керівників).

III. Інтелектуальний капітал (власні технологічні, інформаційні та рекламні напрацювання).

Варто зазначити, що наведе розділення достатньо умовне, так як названі групи мають ряд спільних ознак, а їх підсистеми перетинаються (див. рис.).

Особливо хотілося б зупинитися на необхідності введення міжнародних стандартів продукції. Це необхідно для створення на належному рівні узгоджених і визнаних вимог в забезпеченні якості продукції. Звичайно, сертифікація і періодичне підтвердження відповідності стандартам вимагає значних зусиль, а іноді і істотної перебудови всього виробництва. Однак тільки такий підхід дозволить компанії виводити на ринок конкурентоспроможні продукти нарівні із західними постачальниками.

Одним з найбільших в світі генераторів технічних стандартів є Американське товариство інженерів-механіків (ASME). ASME – визнана у всьому світі професійна некомерційна організація, яка спеціалізується на проблемах навчання в інженерній, технологічній сфері інспекторів та власників

підприємств. ASME має більш ніж столітню історію формулювання стандартних правил безпеки, в тому числі ємностей високого тиску, транспортних цистерн і компонентів ядерних енергетичних установок. У функції комітету також входить контроль в процесі експлуатації об'єктів, а їх інженерна оцінка повинна узгоджуватися з принципами стандартів ASME.

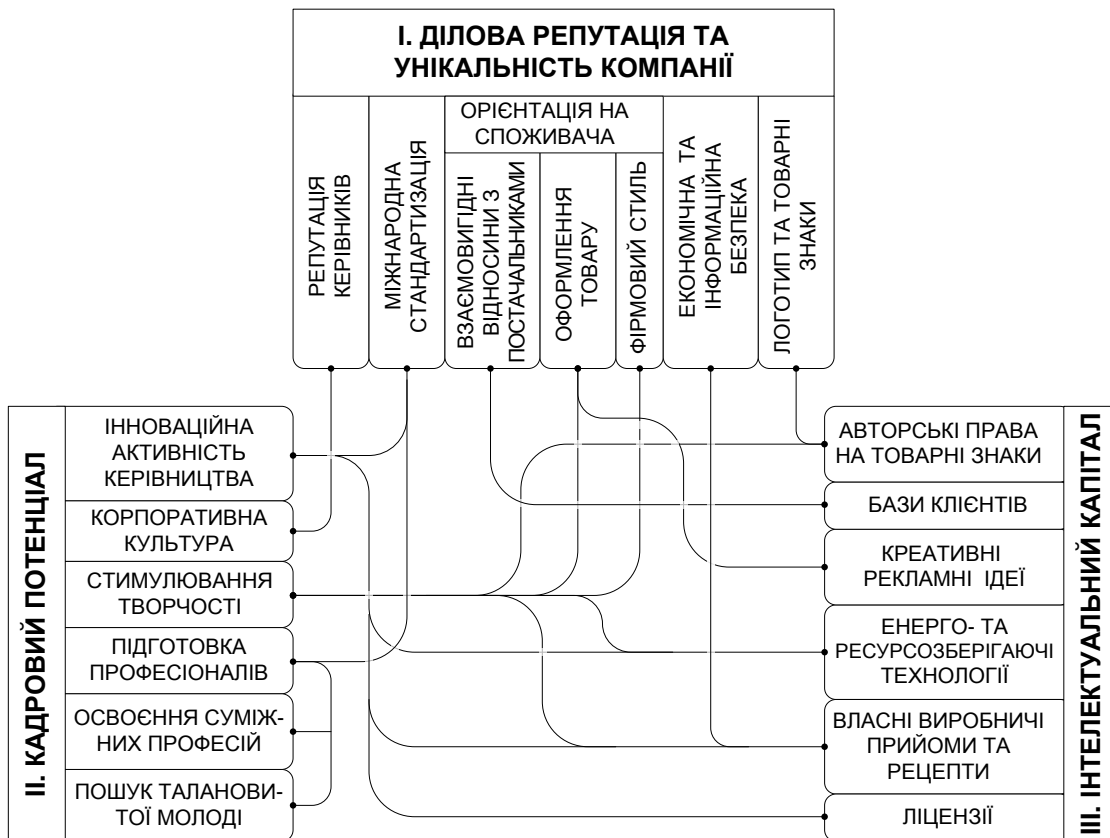


Рис. Підсистеми нематеріальних активів та їх взаємозв'язок.

Джерело: складено автором

Найбільшою і найбільш представницькою регламентуючою організацією є Міжнародна Система Стандартів (ISO). Членами ISO є 164 країни і понад три тисячі організацій. Крім суто технічних документів ISO впевнено «втручається» у сферу методичних (методологічних) регламентів. Наприклад, система менеджменту якості ISO 9001 охоплює управлінські питання і, частково, сегмент кадрової політики. Вона рекомендує клієнтоорієнтований підхід, коли працівники утворюють своєрідний виробничий ланцюжок, що працює на покупця.

Сучасні стандарти спрямовують інтелектуальні ресурси на отримання нових даних, синтез знань та досвіду, визначення ключових понять і напрямків технологічної модернізації виробництва, визначають стимули та мотиви безперервного вдосконалення діяльності людини та залучають інтелектуальні ресурси – наукові, конструкторські, виробничі та освітні з метою досягнення необхідного результату.

Довбуш В.І.

к.е.н., доцент

Київський національний університет технологій та дизайну (Україна)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА ФАКТОРИ УСПІХУ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна сутність готельної індустрії полягає у нематеріальному характері її діяльності. Результатом виробничо-експлуатаційної діяльності готелів є головний продукт у формі особливого виду послуг – послуг гостинності, особливість яких пов'язується із тим, що вони створюються і реалізуються в межах одного підприємства. Виробництво продукту гостинності не може здійснюватись окремо від матеріального продукту, тобто виробничого використання матеріально-технічної бази (споруди, комунікацій, устаткування, інвентарю), є основою одночасного виробництва та реалізації послуг. Згідно особливостей обслуговування у готельному господарстві, де поєднуються виробництво та споживання послуг, цей процес визначається поняттям «надання послуг».

Незважаючи на різні науково обґрунтовані підходи до визначення суті поняття «конкурентоспроможність», усі дослідники відмічають порівняльний і часовий характер цього показника. Конкурентоспроможність – це складне, багаторівневе поняття:

- по-перше, це спроможність готельного підприємства створювати та надавати послуги, якості яких привабливіші з наявними в конкуруючих суб'єктів господарювання;
- по-друге, це здатність відповідати запитам споживачів порівняно з аналогічними послугами;
- по-третє, це здатність функціонувати в довгостроковому періоду завдяки наявності ефективної стратегії.

Вихідним елементом у трактуванні терміну «конкурентоспроможність підприємств готельного господарства» можна вважати вподобання та вибір споживачів готельних послуг. Саме конкурентоспроможність виступає запорукою успішного переходу від кастомізації до персоналізації клієнтського досвіду [1]. У такому випадку конкурентоспроможність готелю може бути описана наступною формулою.

$$\text{Конкурентоздатність готелю} = \text{КГП} + \text{Б} + \text{М}, \quad (1)$$

$$\text{КГП} = \text{Ціна послуги} + \text{Якість послуги} + \text{Культура обслуговування}, \quad (2)$$

де КГП – конкурентоздатність готельних послуг;

Б – бренд готелю;

М – місце розташування готелю.

Наведені залежності, дозволяють стверджувати, що саме якість послуг сьогодні виступає головним пріоритетом в діяльності готельних підприємств. Відповідно, можна стверджувати, що управляти конкурентоспроможністю означає забезпечити оптимальне співвідношення названих складових, а також спрямувати основні зусилля на підвищення якості продукції, зниження витрат виробництва, підвищення економічності й рівня обслуговування.

Для повного розуміння змісту поняття, враховуючи особливості діяльності готелів, на основі PEST-аналізу, можна сформулювати перелік ключових факторів успіху готельного підприємства [2]. Виявлення цих факторів здійснюється за підходом Р. Гранта та узагальнені в табл.

Таблиця

Визначення ключових факторів успіху для готельного підприємства

Аналіз попиту	Аналіз конкуренції	Ключові фактори успіху
Висока цінова чутливість споживачів. Дуже високі вимоги до якості. Сформоване коло покупців конкретного бренду. Споживчі переваги (розширений перелік додаткових послуг). Місце розташування підприємства.	Досить помітні бар'єри входу в галузь. Потужна група лідерів ринку. Насиченість ринку. Конкуренція носить як ціновий, так і неціновий характер. Високі можливості лідерів.	Ефективний операційний менеджмент. Прогресивність технологій. Запровадження нових стандартів якості. Ефективна маркетингова кампанія. Швидке реагування на зміни попиту та появу нових готельних комплексів.

Таким чином, основною та невичерпною особливістю PEST – аналізу є оцінка макросередовища функціонування готельного підприємства, при цьому зовсім не враховуються стан мікросередовища (внутрішнього середовища), що і обумовлює обмеженість його використання.

Отже, конкурентоспроможність підприємств готельного господарства включає великий комплекс соціально-економічних характеристик, що визначають становище суб'єкта господарювання на ринку. Управління конкурентоспроможністю допоможе підприємству постійно вдосконалюватися та керувати усіма процесами, які забезпечуватимуть його конкурентними перевагами.

Література

1. Подлепіна П. О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування діяльності готельних підприємств. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2013. № 1042. С.128-131.
2. Брижань І. А., Чевганова В. Я. Порівняння методів оцінювання конкурентоспроможності підприємств. *Економіка и управление предприятием*. 2015 р. № 4/5(24). С. 10-15.

Kazibudzki P.
Ph.D., Assistant Professor
Jan Dlugosz University in Czestochowa (Poland)

MANAGEMENT PERFORMANCE IMPACT OF BUSINESS SIMULATION GAMING

Dick Duke, one of the founding fathers of the International Simulation and Gaming Association (ISAGA), invited once people to join him at the meeting in Bad Godesberg – a municipality located in Germany. The meeting and eventually the first ISAGA conference became a stunning success. Today, ISAGA is one of the oldest communities of people involved in the domain of gaming and simulation, starting back in the seventies of the previous century.

Nowadays, combining simulation gaming, interactive media, serious gaming, and new learning technologies in a powerful mix to solve many complex decisional challenges became highly relevant. As the field of simulation gaming requires a mix of views to be successful, it evolved into three disciplines: science, art and craft.

External validity of simulation gaming is a part of the science which focuses on systematic and methodologically correct evaluation of serious gaming and simulation methods. Other part of that science is a field of serious gaming impact on human learning by experience [2]. It is argued that humans do not think at their best when they try to reason via logic and general abstract principles detached from experience. It occurs that people think best when they reason on the basis of patterns which they have acquired through their actual experiences, patterns that although generalized over time, are rooted and embedded in experience [1]. It occurs that human mind is a powerful *pattern recognizer*.

The above stated findings are especially interesting from a perspective of business training opportunities involving Simulation Aided Gaming (SAG), a term recognized either as managerial simulation games or business simulation gaming.

There are no doubts that a key issue in effective and efficient managing of any organization is a decision-making process and effective and efficient management simply means ‘wise’ decisions. Other words, such decisions which enable elimination of threats, preserve high efficiency of organizational day-to-day activities, and assure faultless identification and making the best of prospective opportunities. There is no doubt that contemporary managers must depend on their own cognition abilities i.e. experience, know-how, capabilities and timing. There is either no doubt that these characteristics should be developed – for better understanding of internal and external environment, better analytical skills, better ability to anticipate things to come, and most of all to make better individual and collective decisions [3].

The question arises then, does simulation aided gaming contribute to humans’ experiential learning process in the way it can improve management performance in business and/or public sectors? The survey was being conducted periodically during the last three years on respondents from Polonia University in Czestochowa (PUC) to find answer for this question. The respondents were international students of PUC – mostly from Cameroon and India, but also from Mexico, Kenya, Nepal, as well from

a few European countries e.g. Georgia, Ukraine, Romania and Belarus. Participants used Ecopolicy® (the cybernetic strategy game) and Virtonomics® (the economic strategy game). Three closed questions were asked to 115 respondents. The survey questionnaire contained five answers in standard Likert's scale [4].

Table

The response structure for the survey questionnaire? %

The questions	SAG	AG	IND	DSA	SDS
Before some product is introduced to the market, sometimes it is tested on a sample market in order to gain response. Taking the above into consideration, do you agree that a participation in strategic simulation aided games is a valuable source of gaining experience in how to operate under conditions provided by real life?	32,174	50,435	9,565	7,826	0
	$\Sigma=82,609$		9,565	$\Sigma=7,826$	
Basing on your experience with high external validity simulation aided games, do you agree that experience obtained during simulation aided gaming can improve your competence for pattern recognition (the perceptual ability to see relations among seemingly unrelated phenomena) in the environment provided by real life conditions?	40	52,174	4,348	3,478	0
	$\Sigma=92,174$		4,348	$\Sigma=3,478$	
Assuming the high external validity of simulation aided gaming, do you agree that it may be used to verify the participant's capability to see the real world problems from their holistic perspective i.e. their interwoven and interconnected character?	19,130	61,739	8,696	9,565	0,869
	$\Sigma=80,869$		8,696	$\Sigma=10,435$	

* SAG – strongly agree, AG – agree, IND – indifferent, DSA – disagree, SDS – strongly disagree. Source: Author's research data

The survey is not representative as respondents were not randomly selected however it possesses its cognitive value. Its results allow to conclude that: SAG is perceived as a valuable source of gaining experience concerned performance under conditions provided by real life, SAG can improve humans' competence for pattern recognition, and it may be used to verify humans' capability to see the real world problems from their holistic perspective.

References

1. Gee J. P. What Video Games Have to Teach Us about Learning and Literacy. New York: Palgrave Macmillan. 2007. 249 p.
2. Kazibudzki P. T. A Philosophy of Managerial Competencies Validation with a Business Simulation Method // Scientific Journal of Polonia University. 2009. V.1, № 3. pp. 163-179.
3. Kazibudzki P. T., Stejskal J., Křupka J. (eds.) Simulation aided gaming as an experiential learning tool for public administration // Proceedings of the 12th International Scientific Conference 'Public Administration 2018'. Pardubice: University of Pardubice. 2018. pp. 94-102.
4. Likert R. A technique for the measurement of attitudes // Archives of Psychology. 1932. V.22, № 140. pp. 5-55.

Кічук О.С.
к.е.н. доцент,
Ніценко Ю.Є.
студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Важливим атрибутом ринкової економіки є конкуренція. Сам ринок, механізм його дії не може нормально існувати без розвинутих форм конкуренції. Конкурентоспроможність є одним з головних вимірювачів успішної діяльності підприємства. В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція підприємств. Практично, це завжди конкуренція з відомими світовими виробниками.

Сьогодні існує велика кількість трактувань терміна «конкуренція». Як економічна категорія, конкуренція – це економічне змагання, суперництво виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах [2].

На думку Мазаракі А.А., можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Для виживання в умовах ринку суб'єкти господарювання повинні вміти перемагати конкурентів. Здатність досягати економічних, організаційних чи технічних переваг означає досягнення суб'єктами господарювання конкурентоспроможності на ринку [3].

Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, тобто основна увага приділяється фінансовій стороні діяльності підприємства, зазначає Азоєв Г.Л. [1].

Справедливою є думка С. Шевельової, яка вважає, що конкурентоспроможність підприємства – це його здатність підтримувати стійкі позиції на ринку, функціонувати прибутково, бути привабливим для інвесторів, заслужити добрий імідж серед споживачів та різноманітних суб'єктів господарювання [4].

Узагальнивши погляди авторів, конкурентоспроможність підприємства визначається такими параметрами: здатність підприємства ефективно функціонувати на внутрішньому та зовнішньому ринках; спроможність продукції даного підприємства конкурувати на ринку з аналогічною продукцією; отримання підприємством конкурентних переваг на основі продукції відповідної якості; ефективне використання технологій, ресурсів, методів управління, навичок і знань персоналу, компонентів маркетингової діяльності, які відображаються в якості та конкурентоспроможності продукції, прибутковості підприємства.

Вчені визначають три рівні суб'єктів конкурентної боротьби: мікрорівень (певні види продукції підприємства); мезорівень (галузі, корпоративні об'єднання підприємств та організації конгломеративного рівня); макрорівень (народногосподарські комплекси).

Підвищення конкурентоспроможності підприємства потрібно розглядати як довготерміновий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довготермінового розвитку, із врахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив.

Головними завданнями вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства є: визначення критеріїв конкурентоспроможності й формування системи показників її вимірювання; розроблення методів оцінки рівня конкурентоспроможності; розроблення методів формування алгоритмів (програм) підвищення конкурентоспроможності [5].

Конкурентоспроможність підприємства визначається такими чинниками як споживчі властивості товарів, міра маркетингової підтримки, характеристика цільових ринків, поведінка споживачів, потенціал і ресурси підприємства.

Основними завданнями у сфері підвищення конкурентоспроможності можна визначити такі: усунення бар'єрів підприємницькій діяльності, зменшення податкового тиску; удосконалення законодавства в галузі підприємницької діяльності, розроблення антимонопольного законодавства; забезпечення платоспроможного попиту населення; державна підтримка новостворених підприємств: створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, перспективні ринки збуту; фінансове стимулювання інноваційної діяльності підприємств щодо створення нових товарів і послуг.

Перелічені заходи будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності не тільки підприємства та його продукції, а й усієї економіки загалом.

Конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства проектувати та виготовляти продукцію, яка користується більш пріоритетним попитом у споживачів за умови ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкретного ринку.

Можна стверджувати, що однією з головних проблем розвитку економіки України є підвищення ефективності суспільного виробництва при зосередженні зусиль на випуску конкурентоспроможної продукції і одночасному забезпеченні повної зайнятості працездатного населення.

Література

1. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. М.: Новости, 2000. 256с.

2. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 384с.

3. Мазаракі А. А., Лігоненко Л. О., Ушакова М. М. Економіка торговельного підприємства / за ред. М. М. Ушакової. К. : Хрещатик, 1999. 707 с.

4. Шевельова С. О. Конкурентоспроможність молочного під комплексу : монографія. Тернопіль: Збруч, 2001. 408 с.

5. Близнюк С. В., Остапенко А. В. Конкурентний потенціал підприємництва як категорія сучасних економічних досліджень. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 7. с.41-42.

Кічук О.С.

к.е.н., доцент,

Власюк О.В.

студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема використання трудових ресурсів є досить актуальною, з одного боку, через значний рівень плинності кадрів, з іншого, – значний рівень безробіття населення. В результаті, підприємства збільшують витрати на навчання нового персоналу, що негативно відображується на кінцевих фінансових показниках. Отже, необхідною умовою сталості підприємства та, відповідно, підвищення його ефективності є формування ефективної системи стимулювання персоналу.

На думку Польської Г.А., стимулювання – «це поєднання економічних форм та методів спонукання працівників на посилення зацікавленості за результати діяльності» [1, с. 16]. Однієї думки щодо визначення даного поняття немає, проте дослідники сходяться на тому, що стимулювання праці є одним з основних механізмів впливу на ефективність діяльності працівника.

Стимулювання трудової діяльності працівника є управлінським процесом, в якому з метою спонукання, спрямування і підтримки необхідної моделі трудової поведінки працівника використовується сукупність благ, які є значущими для нього, отримати які він зможе, лише домігшись відповідних результатів праці, а, з іншого боку, система покарань. Таким чином для ефективної діяльності кадрового потенціалу підприємства необхідна раціональна система стимулювання персоналу, яка б максимально задовольняла їхні потреби.

В процесі створення системи стимулів важливо враховувати як матеріальні, так і нематеріальні аспекти. Так, матеріальні стимули трудової діяльності персоналу можуть бути виражені як у грошовій (заробітна плата, премії та бонуси, заохочувальні надбавки, компенсаційні виплати тощо), так у нематеріальній (послуги медичної допомоги, надання службового автомобіля,

окреме робоче місце, введення гнучкого графіка роботи тощо) формах.

Дослідивши праці вчених, можна виділити декілька форм стимулів, метою яких є підвищення продуктивності праці трудового колективу: примус, матеріальне заохочення, моральне заохочення та самоствердження. Самоствердження, досить індивідуальна риса характеру, на яку з зовні вплинути важко, то така форма стимулів як примус навпаки лише погіршить ставлення персоналу до виконуваної роботи, і, як наслідок, – знизиться якість її виконання. А ось матеріальне й моральне заохочення широко застосовується при організації управління персоналом і мають найвищі показники ефективності [2, с. 101; 3, с. 152].

Стимулювання праці має враховувати, з однієї сторони, заохочувальний вплив на мотивацію конкретного працівника, а, з іншого, - бути орієнтованим на всіх співробітників організації, з третього, - враховувати мету і завдання організації, етапи її життєвого циклу, фінансове становище, ситуацію з трудовими ресурсами. Не менш вагома і роль макроекономічних факторів (наприклад, показники зайнятості населення, зайнятість в конкретній галузі та ін.).

Для стимулювання важливим є системний підхід, коли система побудована на єдиних підставах і охоплює: цілі (наприклад, досягнення основної мети організації шляхом залучення високопрофесійних фахівців і утримання їх в організації; підвищення продуктивності праці), і завдання (наприклад, забезпечення конкурентоспроможного рівня оплати праці), стратегію і політику організації в області стимулювання праці, принципи стимулювання та оплати праці (наприклад, комплексність стимулів, їх диференціація, справедливість розподілу, адресність, оперативність, гнучкість та ін.), технологію та форми, стимулювання.

Підсумовуючи, слід відзначити, що необхідною умовою підвищення ефективності діяльності підприємства є стимулювання праці персоналу. При цьому важливим інструментом модифікації процесу заохочення працівників є перенесення адаптованого до реалій ринку праці в Україні закордонного досвіду системи оплати праці персоналу, що дозволить здійснити доцільні трансформації в управлінні підприємством в цілому.

Література

1. Польська Г. А. Матеріальне стимулювання труда как фактор динамичного развития : автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. екон. наук. Белгород : Ника, 2013. 26 с.

2. Філіппов В. Ю., Кучинський А. С. Використання заробітної плати в якості інструменту мотивації управлінського персоналу. *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. 2015. № 3 (19). С. 99–103. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n3.html>

3. Шацкова Л. П. Стимулювання розвитку человеческого капитала предприятия: Матеріали I міжнар. наук.-практ. конф. *Економіка: реалії часу і перспективи*. м. Одеса, 20-21 лютого 2014 р. ОНПУ, 2014. Т.3. С. 150-153.

Коваленко С.І.

к.е.н., доцент

Дунайський інститут Національного університету «Одеська морська академія»
(Україна)

ТРАНСКОРДОННИЙ КЛАСТЕРОГЕНЕЗ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Економіка морського транспорту стає полем кластеризації, індукуючи цей процес в суміжних галузях. При цьому, процес транскордонного кластерогенеза (набуваючи безлічі інваріантних проявів і форм) найбільш масштабно і динамічно розгортається на територіях, що виконують місію найважливіших гео економічних транспортних "коридорів" країни, її провідних інноваційно-комунікаційних центрів [1].

Євро регіони Чорноморського басейну не лише мають в розпорядженні найбільш сприятливі умови для економічного кластерогенеза, але і особливим чином (завдяки морським портам і зв'язаній з ними інфраструктурі) "схильні" до локалізації транскордонних феноменів і контактів, до генерування ефекту політрансграничності. Транскордонні морські кластери являють собою одну з базових форм організації сучасного морегосподарського комплексу, що характеризується такими атрибутивними ознаками, як певна ступінь однорідності, однопорядковиті основного числа елементів, їх свержсуммативна емерджентність і просторова концентрація при високому ступені автономності складових, а також внутрісистемному балансі конкуренції і співробітництва. В контексті посилення глобальної взаємозалежності саме через механізми кластеризації на регіональному та місцевому рівнях реалізується імператив підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності компаній морської галузі, і це поєднується зі здатністю кластерів забезпечувати потребу в додатковому ресурсі інформаційно-технологічного, виробничого, торгово-логістичного взаємодії і кадрового обміну, приростає в разі активізації транскордонних контактів між складовими кластера, розташованими по різні боки кордону.

Розширення Європейського Союзу в контексті трансформації структурних пріоритетів та глобалізації світової економіки, викликає необхідність пошуку підходів до адаптації Чорноморського євро регіону до нових викликів, насамперед у аспекті зростання конкурентоспроможності підприємств морської галузі. Транскордонний кластерогенез виступає сьогодні одним з найперспективніших процесів, що відповідають поставленим завданням у сфері реформування морегосподарського комплексу України і його відповідності сучасним умовам господарювання на світовому ринку морських перевезень. Як об'єкти стратегічного планування пропонується розглядати *транскордонні кластерні системи* (ТКС), під якими розуміються територіально-локалізовані соціально-економічні системи, утворені групою незалежних економічних суб'єктів по обидві сторони кордону, організаціями органів виконавчої влади країн євро регіону та громадянського суспільства,

стабільно взаємодіють один з одним шляхом обміну інформацією, послугами, людьми і капіталами і забезпечує більш високу ефективність у порівнянні з іншими, не системно організованими об'єктами. ТКС можуть стати центрами регіонального розвитку: залучення інвестицій, поширення інновацій, формування людського капіталу нової якості, культури ділових відносин, розвитку адекватних інститутів тощо, орієнтованих на вирішення завдань модернізації економіки країни в цілому [2].

ТКС розглядається як мережева організація територіально взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих підприємств розташованих по обидві сторони кордону (включаючи спеціалізованих постачальників, у тому числі послуг, а також виробників і покупців), об'єднаних навколо науково-інноваційного центру, яка пов'язана вертикальними зв'язками з місцевими органами влади з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств, регіонів і національної економіки. У випадку досягнення ефективності кооперації виникає синергетичний ефект. Цей ефект проявляється в зниженні інтегральних корпоративних витрат, що виникає за рахунок багатофункціонального використання ресурсів. Користь, отримана в результаті синергетичного ефекту, тобто від комбінування двох або більше елементів, збільшується таким чином, що продуктивність цієї комбінації вище, ніж сума її окремих елементів [3].

Кластерна стратегія транскордонної кооперації передбачає формування територіально локалізованих кластерних об'єднань прикордонних регіонів навколо іноземних компаній-інноваторів, мережеві агенти яких (виробники інноваційних продуктів і послуг, постачальники, об'єкти інфраструктури, науково-дослідні центри, ВНЗ) кооперуються на основі конкуренції і кооперації, генеруючи синергетичний ефект, взаємно доповнюючи один одного і посилюючи конкурентні переваги, як самих компаній, так і кластера в цілому.

Самоорганізація морегосподарського кластера забезпечить розвиток міжнародних транспортних коридорів і реалізацію проектів по модернізації, реконструкції і будівництву сучасних перевантажувальних комплексів. Концептуальною перевагою кластера є створення нових можливостей розвитку за рахунок синергетичних ефектів у процесі комплексного підходу до розвитку морської галузі [4].

Література

1. Porter M. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. N.Y., 1980.
2. Портер М. *Международная конкуренция* / пер. с англ. М.: *Международ. отношения*, 1993. 896 с.
3. Войнаренко М. П. Кластери як полюси зростання конкурентоспроможності регіонів. *Економіст*. № 10. 2008. С. 27-30.
4. Осипов В. М., Єрмакова О. А. Світовий досвід створення та функціонування морських кластерів. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Збірник наук. праць. Одеса: ОДЕУ. 2009. № 36. С. 305-311.

Кудрицька Н.В.
к.е.н., старший науковий співробітник
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Україна)

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОРСЬКИХ ПОРТІВ

Ефективне використання можливостей морегосподарського комплексу є суттєвим важелем для стабілізації та розвитку економіки України. Зростаюча конкуренція на міжнародних ринках, сучасні інтеграційні процеси, а також економічні реалії визначають необхідність чіткого розуміння завдань щодо розвитку, реформування та підвищення ефективності роботи системи морського транспорту [1].

При розрахунку Індексу глобальної конкурентоспроможності за методологією *World Economic Forum* інфраструктура оцінюється наступними показниками: індекс сполучення доріг; якість доріг; щільність залізниць; ефективність залізничних послуг; доступність аеропортів; ефективність обслуговування повітряним транспортом; *індекс обслуговування лінійним судноплавством; ефективність послуг морського порту*; швидкість електрифікації; втрати на передачу та розподіл електроенергії; вплив небезпечної питної води; надійність водопостачання.

Індекс обслуговування лінійним судноплавством складається з п'яти компонентів: а) кількість суден; б) провізна здатність суден; в) максимальний розмір суден; г) кількість судноплавних ліній; д) кількість компаній. У 2016 р. за цим показником найкраще становище мали Марокко, Єгипет, Китай, Корея, Панама, Колумбія, Шрі-Ланка, Індія та Сінгапур [2]. Для збільшення індексу обслуговування лінійним судноплавством є 3 шляхи:

- зростання вантажної бази портів за рахунок розширення внутрішніх регіонів, які обслуговує порт;
- забезпечення конкурентних ринків;
- забезпечення необхідних глибин у акваторіях портів та берегових контейнерних перевантажувачів.

У табл. 1 наведені дані щодо індексу обслуговування лінійним судноплавством України за період 2010-2018 рр.

Таблиця 1

Індекс обслуговування лінійним судноплавством України

Рік	Пункт індексу	Місце у рейтингу
2010	21,06	52
2011	21,35	54
2012	24,47	49
2013	26,72	48
2014	27,72	47
2015	30,06	49
2016	28,30	48
2017	30,06	47
2018	30,15	43

За даними ЮНКТАД [2] протягом останніх 12 років кількість перевізників лінійного судноплавства у розрахунку на одну країну скоротилася на 34 %: з 21,2 у 2004 р. до 14,6 у 2016 р., що може свідчити про тенденцію до падіння рівня конкуренції на ринку морських перевезень у деяких країнах світу.

Як визначено у Стратегії розвитку морських портів України на період до 2038 р. «від ефективності функціонування морських портів, рівня їх технологічного та технічного оснащення, відповідності системи управління та розвитку інфраструктури сучасним міжнародним вимогам залежить конкурентоспроможність вітчизняного транспортного комплексу на світовому ринку» [3].

У звіті Глобальної конкурентоспроможності за 2018 р. [4] індекс обслуговування лінійним судноплавством України був оцінений 43 позицією серед 140 країн світу, за *ефективністю послуг морських портів* Україна отримала оцінку 3,8 бала зайняла 77 місце. Морські порти України четвертий рік поспіль покращують свої позиції в рейтингу глобальної конкурентоспроможності (табл. 2).

Таблиця 2

Якість морських портів України

Рік	Оцінка	Місце у рейтингу
2010	3,6	94
2011	3,7	96
2012	4,0	75
2013	3,7	94
2014	3,27	107
2015	3,2	108
2016	3,4	96
2017	3,5	93
2018	3,8	77

Таким чином, слід відмітити, що протягом останніх років відбуваються позитивні трансформації, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності морських портів України на міжнародному ринку надання послуг.

Література

1. Стратегічний план розвитку морського транспорту на період до 2020 року. URL: <https://mtu.gov.ua/projects/39>.
2. Обзор морского транспорта за 2016 год. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/rmt2016_ru.pdf.
3. Стратегія розвитку морських портів України на період до 2038 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/548-2013>.
4. The Global Competitiveness Report 2018. URL: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>

Літвінов О.С.
к.е.н., доцент,
Малишко А.В.
магістрант

Одеський національний економічний університет (Україна)

УПРАВЛІННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМ КАПІТАЛОМ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Встановлення складових підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств (далі – КП) являє собою одну з найважливіших складових частин прикладних наукових досліджень. Їх результативність безумовно створює можливість для продукування стратегії і тактики діяльності суб'єктів господарювання на ринку, вибору правильного та ефективного шляху підвищення ефективності функціонування.

Різноманітним питанням управління КП присвячені наукові праці багатьох вчених. В той же час не вирішеність ряду питань цієї проблематики зумовлює необхідність нових досліджень, що базуються, насамперед, на інноваційних шляхах розвитку економіки. Зазначимо, серед шляхів підвищення КП в останні роки основного значення набуває підвищення ролі інтелектуального капіталу підприємств (далі – ІКП). В той же час, в силу недооцінки цього потужного важеля формування конкурентних переваг та підвищення рівня КП на внутрішньому і зовнішньому ринках, важливіша науково-практична проблема ефективного управління інтелектуальним капіталом (далі – ІК) на рівні підприємства, залишається недопрацьованою.

Як наслідок, об'єктом досліджень все частіше стає процес використання та відтворення ІК, аналіз складових його впливу на КП. Відповідно метою своїх досліджень науковці обирають теоретичне та практичне обґрунтування особливостей використання та відтворення ІК на підприємстві.

На наш погляд, алгоритм дій щодо її досягнення повинен охоплювати низку важливих кроків, які мають важливе значення для підвищення КП.

По-перше, необхідне з'ясування сутності ІК. Слід зазначити, що опрацювання термінологічного визначення ІКП свідчить про наступні специфічні ознаки цього питання, а саме: воно базується на знаннях та інтелекті, виступає водночас ресурсом і результатом здійснення підприємницької діяльності; одночасно функціонує у сферах виробництва та обігу; його нагромадження є важким завданням, оскільки в результаті невикористання останній може зникати або швидко втрачати свою цінність; під час ужитку, на відміну від матеріального чи фінансового капіталів, не зношується, а примножується, розвивається, збагачується; економічна цінність відображається різницею між ринковою та балансовою вартістю суб'єктів господарювання та таке інше. Тому, на наш погляд, інтелектуальний капітал – це сукупність соціально-економічних відносин, які пов'язані із формуванням, використанням та відновленням знань;

По-друге, необхідно визначити склад ІКП. Повинна бути розроблена класифікація складових ІКП за різними ознаками;

По-третє, здійснити аналіз основних економічних показників діяльності підприємства, в першу чергу, фінансового стану;

По-четверте, використати в якості методологічної основи дослідження загальнонаукові та спеціальні методів, серед яких: метод індукції та дедукції, аналізу та синтезу, метод порівняння, метод абстрагування; вертикальний та горизонтальний аналізи; методичний апарат економіко-математичного моделювання, а саме: факторний та регресійний аналізи;

По-п'яте, сформулювати розуміння того, якою повинна бути система складових елементів ІКП для того щоб оцінити та розробити реальні управлінські заходи, щодо найбільш ефективного використання і відтворення ІК.

По-шосте, здійснити дослідження ефективності використання та відтворення ІКП досліджуваних підприємств. Для удосконалення теоретико-методичного забезпечення цього процесу доцільно здійснювати розробку відповідних показників та їх корегування. Зазначимо, що дослідження ефективності відтворення ІК має велике теоретичне та практичне значення. На наш погляд, його не можна здійснити, насамперед, без вірної оцінки вартості ІК та окремих його складових;

По-сьоме, здійснити обґрунтування та впровадження низки заходів щодо покращення ефективності управління складовими ІКП і, в першу чергу, їх відтворення. На сучасному етапі функціонування економіки, на жаль, не кращим чином, проводиться робота по відтворенню складових ІК. Ці завдання можливо вирішити завдяки використанню розробок О.С. Літвінова [1, с. 42-44; 2, 68-70; 3, с. 105-108; 4, с. 100-101].

Виконання запропонованого алгоритму дій в об'єднанні з іншими заходами дозволить, на нашу думку, суттєво збільшити КП.

Література

1. Літвінов О. С. Ефективність відтворення нематеріальних ресурсів підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 6 (168). С. 39-47.
2. Літвінов О. С. Оцінка інтелектуального капіталу підприємства. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. 2018. Vol. 4, Issue 5. S. 64-74.
3. Літвінов О. С. Витратна модель оцінки вартості інтелектуального капіталу підприємства. *Актуальні наукові дослідження у сучасному світі*. 2018. № 9 (41), ч. 1 С. 103-110.
4. Літвінов, О. С. Теоретичні засади відтворення інтелектуального капіталу підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. Збірник наук. праць (ISSN 2313-4569) / за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. Одеса: Одеський національний економічний університет. 2018. № 3 (67). С. 91-103.

Мартинюк Л.А.

к.е.н., доцент

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка (Україна)

ГАРМОНІЗАЦІЯ СТАНДАРТІВ ЯК СКЛАДОВА РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Загальновідомо, що 1 вересня 2017 р. після досить тривалого процесу ратифікації Угода про асоціацію між Україною та ЄС набула чинності у повному обсязі. Угодою передбачена поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та ЄС, що визначає правову базу для вільного переміщення товарів, послуг, частково робочої сили, а також регуляторного наближення, спрямованого на поступове входження економіки України до ринка ЄС. У цьому контексті основним завданням для України є приведення національної системи технічного регулювання у відповідність до європейських вимог, оскільки головними перешкодами у торгівлі з Європейським Союзом є не митні, не тарифні бар'єри, а технічні бар'єри, що являють собою вимоги до безпечності та якості продукції, її характеристик, процедури оцінки відповідності.

Важливим напрямом реформування системи технічного регулювання є гармонізація національних стандартів з міжнародними та європейськими аналогами. Кожна країна ЄС формує фонд нормативних документів, який включає національні, європейські та міжнародні стандарти, які упроваджені на національному рівні. До національних органів стандартизації країн-членів ЄС висувається чітка вимога щодо впровадження на національному рівні усіх прийнятих у ЄС європейських стандартів. Країни, які прагнуть на вступ до ЄС (до яких належить і Україна) повинні гармонізувати не менше 80 % національних стандартів зі стандартами чинними у ЄС. При цьому, якщо національні стандарти міститимуть певні суперечності, вони повинні бути скасовані.

В Україні одним із індикаторів реалізації «Стратегії розвитку системи технічного регулювання до 2020 р.» є розроблення та прийняття до 5000 стандартів; щорічно передбачено приймати до 1000 стандартів. Станом на 1.04.2019 р. фонд національних стандартів України нараховує 21758 стандартів [1]. Роботи щодо гармонізації національних стандартів з європейськими провадяться в Україні вже більше 10 років. Однак, рівень гармонізації національних стандартів з міжнародними та європейськими становить 64 %. До 2022 р. заплановано забезпечити не менше 80 % гармонізації. До прикладу – у Туреччині такий показник дорівнює 99 %.

Ефективність процесу гармонізації великою мірою залежить від методів прийняття стандартів. Впровадження національних стандартів, гармонізованих з європейськими та міжнародними, в Україні здійснюється відповідно до вимог ДСТУ 1.7 – 2015. Цей стандарт передбачає прийняття міжнародних та європейських стандартів, як на національній мові, так і мовою

оригіналу. Згідно даного стандарту міжнародні документи можна приймати 2 методами: підтвердження та перевидання. Метод перевидання включає в себе передрук, переклад, перероблення [2] (табл.).

Таблиця

Переваги та недоліки методів приймання європейських стандартів

Метод	Результат	Переваги та недоліки
1. Метод підтвердження	Нормативним є текст офіційною мовою Європейського комітету зі стандартизації (CEN)	Найпростіший, найдешевший метод. Практичному застосуванню стандартів, прийнятих таким методом, заважає неналежний рівень знання іноземних мов фахівцями підприємств
2.1 Метод передрукування	Нормативним є текст офіційною мовою CEN. Текст українською мовою має довідковий характер	Найбільш привабливий метод. Такі стандарти зручно застосовувати як усередині країни, так і для роботи з європейськими партнерами
2.2. Метод перекладання	Нормативним є текст українською мовою	Такі стандарти зручно застосовувати усередині країни, однак недоліки перекладу можуть негативно впливати на роботу з європейськими партнерами

Джерело: наведено на основі [3].

В Україні європейські стандарти приймаються, в основному, на основі методу підтвердження. Такий підхід є виправданим, оскільки тематика стандартів є досить різноманітною та вузькоспеціалізованою, а фахових перекладачів не так багато. Так, у 2018 р. методом підтвердження прийнято 1152 стандарти: з них 502 гармонізовані з міжнародними стандартами; 650 – з європейськими. Методом передруку прийнято лише 16 стандартів [4].

Таким чином, з метою активізації процесу гармонізації національних стандартів з європейськими потрібно забезпечити покращення мовної підготовки фахівців дотичних до даної роботи; напрацювати усталену термінологію науково-технічної інформації; забезпечити належний рівень фінансування такої діяльності (кошти державного бюджету та суб'єктів господарювання); покращити інформованість вітчизняного бізнесу щодо переваг застосування гармонізованих стандартів.

Література

1. Результати діяльності МЕРТ у сфері технічного регулювання за 1 квартал 2019 р. URL: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=ZagalnaInformatsiiaSchodoSferiTekhnichnogoReguliuvannia&pageNumbe>
2. ДСТУ 1.7-2015 Національна стандартизація. Правила і методи прийняття та застосування міжнародних і регіональних стандартів. URL: file:///C:/Users/Admin/Desktop/dstu_1.7-2015.pdf
3. Гінзбург М. Д., Ключь А. М. Постійне поліпшення перекладів європейських стандартів як засіб забезпечувати якість роботи газотранспортної системи України. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2019. № 2. С. 10-21
4. Звіт про роботу національного органу стандартизації України за 2018 р. URL: <http://uas.org.ua/wp-content/uploads/2019/03/zvit2018.pdf>

РОЛЬ ТА ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

На сучасному етапі розвитку аграрного сектору вітчизняної економіки особливої актуальності набуває проблема зміцнення позицій сільськогосподарських товаровиробників на внутрішньому і зовнішньому ринках. Важливим фактором зростання конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є виробництво органічної продукції. Нині Україна посідає перше місце у східноєвропейському регіоні щодо сертифікованої площі органічної ріллі (421,2 тис. га), що в свою чергу відіграє роль потужного фактора зростання конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Проте слід зазначити, що розвиток вітчизняного органічного виробництва в значній мірі зумовлений закордонними проектами: у вирішенні проблем економічного зростання та конкурентоспроможного розвитку підприємств аграрного сектору доречною є адаптація провідного іноземного досвіду.

Проведені дослідження показують, що у порівнянні із традиційним землеробством витрати на гектар вирощування органічної продукції без добрив, пестицидів та інших хімікатів нижчі щонайменше вдвічі, але внаслідок меншої врожайності сільськогосподарських культур витрати на одиницю продукції вищі, а якщо враховувати реалізаційну ціну органічної продукції, то вона вища більше ніж на 50 % [1].

У Карпатському регіоні значна площа сільськогосподарських угідь відноситься до екологічно чистих, що має важливе значення для впровадження органічного виробництва з метою забезпечення різних категорій населення якісною продукцією. Широке впровадження екологічного маркетингу у виробничій діяльності аграрних підприємств, розвиток системи оптової та роздрібної торгівлі органічної продукції з використанням торгової марки (бренду), розширення її асортиментної групи на основі автентичності або крафтовості слугуватимуть важливою передумовою зростання конкурентоспроможності органічних господарств й удосконалення функціонування регіонального продовольчого ринку.

Аналіз сучасного стану органічного сільського господарства і природокористування на загальнодержавному рівні дає змогу виділити основні проблемні аспекти, які гальмують або зменшують його результативність (табл.).

З ініціативи Міністерства аграрної політики та продовольства України виданий Наказ «Про створення робочої групи з розвитку органічного виробництва», у якому зазначається, що одним із основних завдань робочої групи є підготовка пропозицій стосовно формування й реалізації державної

політики у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції.

Таблиця

Проблемні аспекти розвитку органічного сільського господарства в Україні

Законодавчо-інституційні	Відсутність системних підходів на державному, регіональному та місцевому й локальному рівнях до організації, управління і регулювання у сфері виробництва й обігу органічної продукції. У регіонах питання фінансової підтримки виробників органічної продукції розглядається по різному
	Складна та довготривала процедура (до трьох років) органічної сертифікації такої продукції за діючими європейськими стандартами
	Відсутність державної цільової фінансової підтримки у відповідній сфері
	Недосконалість нормативно-правової бази сфери контролю якості
Організаційно-економічні	«Грінвошинг», або так званий зелений камуфляж, коли неорганічна продукція видається за органічну з метою введення в оману покупців, збільшення обсягів і ціни продаж
	Низькі квоти на поставку такої продукції до країн ЄС
	Відсутність чіткої державної фінансової підтримки фермерів, що переходять на виробництво органічної продукції
	Значний дефіцит висококваліфікованих фахівців у сфері надання консультаційних послуг, проведення контролю, стандартизації і сертифікаційних процедур органічного агровиробництва
	Відсутність розвинутого ринку вітчизняних органічних продуктів і ефективною ринковою інфраструктури

Джерело: складено автором на основі [2; 3]

Залучення представників державних органів влади й безпосередніх агровиробників, які займаються вирощуванням органічної продукції сприятиме вирішенню ряду проблемних аспектів розвитку органічного сільського господарства в Україні та удосконалення управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств на різних рівнях.

Література

1. Emergence of public development: financial and legal aspects : monograph / Yu. Pasichnyk and etc.: [Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Pasichnyk Yu.] : Collective monograph. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2019. P. 389.

2. Новак Н. П. Формування і реалізація стратегічних засад розвитку органічного виробництва. *Причорноморські студії*. 2016. Вип. 4. С.75.

3. Артеменко Л. Б. Стан та перспективи вітчизняного органічного виробництва на ринках Європи. V Міжнародна науково-практична Інтернет – конференція «Сучасний рух науки». Дніпро. 2019. С. 22. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/27805>

4.

Семенова К.Д.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку економіки України підприємства змушені здійснювати постійну мобілізацію всіх наявних ресурсів для того, щоб не лише підтримувати свою діяльність, але й далі розвиватися. Усе більшого значення в цьому процесі відіграє аналіз фінансових результатів діяльності підприємств, який дозволяє виявити сильні та слабкі сторони їх діяльності, встановити напрямки та ефективність використання ресурсів і сформувати найбільш раціональну структуру вкладання коштів.

Фінансові результати діяльності підприємств характеризується системою показників, основними з яких є фінансовий результат від операційної діяльності та фінансовий результат від усієї діяльності (до оподаткування). У табл. наведено динаміку фінансових результатів діяльності підприємств України за останні роки.

Таблиця

Динаміка фінансових результатів діяльності підприємств України

Рік	Фінансовий результат від операційної діяльності		Фінансовий результат до оподаткування	
	млн. грн.	% до попереднього року	млн. грн.	% до попереднього року
2013	108626	-	11335,7	-
2014	-131792	-	-564377	-
2015	46341,6	-	-348472	61,74
2016	321242	693,21	69887,8	-
2017	449077	139,79	236952	339,05
2018	373261	157,53

Джерело: розраховано за даними [1]

Аналізуючи дані табл., можна відмітити, що протягом 2013-2017 рр. прибутки від основної діяльності рентабельних підприємств України перевищували збитки нерентабельних. Від'ємним сальдо фінансового результату від операційної діяльності підприємств було лише у 2014 р. Але починаючи з 2015 р. ситуація змінилася і в 2016 р. прибуток від основного виду діяльності підприємств зріс майже в 7 разів. У 2017 р. зростання прибутку продовжилося і склало 39,79 %.

Якщо проаналізувати динаміку фінансового результату від операційної діяльності прибуткових і збиткових підприємств України (рис.), то можна побачити, що протягом усього аналізованого періоду відбувалося зростання прибутку від операційної діяльності рентабельних підприємств. У той же час від'ємний фінансовий результат збиткових підприємств почав зменшуватися

лише з 2015 р., а у 2014 р. він був найбільшим, сягнувши суми майже 800 млрд. грн.

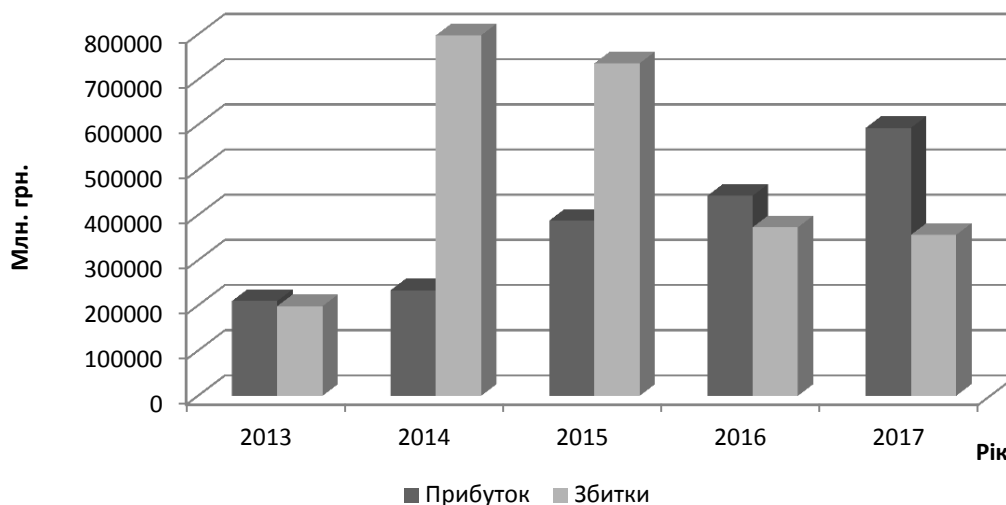


Рис. Фінансовий результат від операційної діяльності прибуткових і збиткових підприємств України

Джерело: побудовано за даними [1]

А якщо порівняти 2017 р. з 2013 р., то у цілому зросли і збитки підприємств, і прибутки (на 79,4 % та 182,6 % відповідно), що у першу чергу можна пояснити значними темпами інфляції в країні.

Серед основних секторів економіки від'ємне сальдо фінансового результату від операційної діяльності у 2014 р. було лише у підприємств оптової та роздрібної торгівлі. Підприємства промисловості та сільського господарства протягом усього аналізованого періоду отримували прибутки. При цьому найбільшим позитивне сальдо фінансового результату від операційної діяльності у промисловості було у 2017 р., а в сільському господарстві – у 2015 р. У будівництві від'ємний фінансовий результат операційної діяльності був у 2013 р. та 2015-2016 рр.

Деяко іншою була ситуація з фінансовим результатом за усіма видами діяльності підприємств (табл.): він був від'ємним не тільки у 2014 р., а й у 2015 р. І лише починаючи з 2016 р. прибутки рентабельних підприємств України почали перевищувати збитки нерентабельних.

Отже, за результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що протягом останніх років зростання позитивного фінансового результату рентабельних підприємств України перевищує збитки нерентабельних, причому це відбувається не лише в основних видах діяльності підприємств, а й у цілому за всіма видами їх діяльності.

Література

1. Офіційна сторінка Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 16.07.2019).

Сорочак О.З.

к.т.н., доцент

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна),

Михалюньо Ю.

докторант

ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом» (Україна)

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Останнім часом, в зв'язку з реалізацією в Україні реформи системи охорони здоров'я, в наукових колах все частіше піднімається питання оцінювання конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я. Це пов'язано як зі зміною принципу фінансування цих закладів («гроші йдуть за пацієнтом») так і з появою значної кількості приватних закладів, які згідно реформи також можуть претендувати на частково бюджетне фінансування, якщо укладуть договір з НСЗУ про медичне обслуговування населення за програмою медичних гарантій. Саме залежність обсягу фінансування закладу охорони здоров'я від кількості підписаних пацієнтами декларацій з його лікарями суттєво актуалізував проблему оцінювання його конкурентоспроможності.

Зокрема, в роботах [1; 2] О.С. Літвінов виділяє дві групи факторів конкурентоспроможності медичних закладів: медичні та комерційні. До медичних факторів конкурентоспроможності закладу охорони здоров'я ним пропонується віднести: 1) асортимент та номенклатуру послуг, які надає заклад охорони здоров'я; 2) якість надання медичних послуг; 3) технічне оснащення закладу; 4) рівень кваліфікації медичних працівників; а до комерційних факторів: 1) кон'юнктуру ринку медичних послуг; 2) вартість послуг закладу охорони здоров'я та 3) імідж закладу. Проте в даних роботах не конкретизовані показники оцінки цих факторів.

Також проблема конкурентоспроможності медичних послуг розглянута в роботі [3], автори якої Е.Ц. Ясинська та М.З. Вацик зазначають, що «конкуренція в охороні здоров'я – це стан і процес взаємовідносин суб'єктів виробництва і споживання медичних послуг в рамках специфічної цивілізованої форми суперництва між медичними працівниками (лікарями) по досягненню найвищого ступеню задоволення цільових потреб пацієнта». Виходячи з цього визначення можна стверджувати, що в основу оцінювання конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я доцільно поставити саме потреби пацієнтів, тобто застосувати маркетинговий підхід.

Загальноприйнятою концепцією так званого маркетингового комплексу по відношенню до товарів є «4-Ps», що включає такі компоненти як товар, ціна, методи просування і канали збуту. Але оскільки медичне обслуговування з маркетингової точки зору є послугою, то до нього доцільним є застосування маркетингового комплексу «7-Ps», компоненти якого та показники оцінювання

конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я за ними представлені в табл.

Таблиця

Показники оцінювання конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я на основі маркетингового комплексу «7-Рs»

«7-Рs»	Показники оцінювання
Послуга (<i>product</i>)	1. Якість медичної допомоги, бали або середня кількість ліжко-днів. 2. Рівень спеціалізації (лікування певних захворювань), коефіцієнт.
Ціна (<i>price</i>)	1. Середня вартість витрат на діагностику, грн./особу. 2. Середня вартість витрат на медикаменти, грн./особу. 3. Середня вартість медичних процедур, грн./особу.
Методи просування (<i>promotion</i>)	1. Річні витрати на рекламу, грн. 2. Імідж закладу ОЗ, бали.
Методи розповсюдження (<i>place</i>)	1. Зручність доступу до закладу ОЗ, бали. 2. Рівень застосування ІТ-технологій, бали.
Персонал (<i>personnel</i>)	1. Рівень кваліфікації лікарів (середній стаж роботи), роки. 2. Рівень укомплектованості посад згідно штатного розпису, %. 3. Мотивація (середня заробітна плата лікаря), грн.
Процеси (<i>process</i>)	1. Рівень стандартизації медичних процедур, %. 2. Рівень автоматизації лабораторних досліджень, %.
Середовище обслуговування (<i>physical evidence</i>)	1. Якість ремонту приміщення, бали. 2. Якість облаштування місць для очікування пацієнтів, бали. 3. Рівень покриття відкритою зоною Wi-fi, %.

Перспективи подальших досліджень полягають у формуванні економіко-математичної моделі для знаходження інтегрального індексу конкурентоспроможності закладу охорони здоров'я за переліком запропонованих у табл. часткових показників.

Література

1. Літвінов О. Визначення факторів конкурентоспроможності закладів охорони здоров'я в умовах інноваційного розвитку. *Науковий вісник* [Одеського національного економічного університету]. 2017. № 4. С. 58-69. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nv_2017_4_7.
2. Літвінов О. С. Управління закладами охорони здоров'я в умовах конкурентного середовища. Електронний журнал «Ефективна економіка» № 2. 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5418>.
3. Ясинська Е. Ц., Вацик М. З. Сучасні погляди на конкуренцію в охороні здоров'я. Інтелект-портал Nauka.zinet.info. URL: <http://nauka.zinet.info/34/yasynska.php>.

Тернова І.А.
к.е.н., доцент,
Жмурко Д.С.
студент

Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна (Україна)

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Економічний розвиток підприємства обумовлений не тільки систематичним утриманням показників конкурентоспроможності на стабільно високому рівні, а й запровадженням заходів щодо їх підвищення. Задля ефективного використання важелів впливу на даний процес підприємство враховує специфіку взаємодії як між внутрішньо фірмовими елементами організації, так і між елементами зовнішнього оточення, що в свою чергу допомагає виявити і прийняти правильне стратегічне рішення в області підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

З точки зору підходів до реалізації заходів щодо підвищення конкурентної позиції підприємства розглядаються шляхи підвищення конкурентоспроможності безпосередньо підприємством, що орієнтується на тенденції ринку, а також шляхи сприяння підвищенню його конкурентоспроможності з боку органів державної влади та держави в цілому. [1, с. 124]

У рамках цієї концепції розглянуто наступні шляхи підвищення конкурентоспроможності (табл.).

Таблиця

Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства та результати їх впровадження

Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства	Результат впровадження заходу
Ініціація інноваційних розробок	Випуск продукту з покращеними характеристиками із можливістю його подальшого просування і конкуренції на міжнародному ринку
Забезпечення високого контролю якості сировини та матеріалів протягом всього циклу виробництва	Мінімізація надходження браку кінцевому споживачеві, отримання більш лояльної до продукції аудиторії
Пошук більш досконалих, нових форм втілення товару	Отримання диференційованого продукту, здатного сприйматися споживачем як унікальний
Систематичне проведення маркетингових заходів та аналізу ринку	З'ясування точних потреб споживачів
Покращення умов праці і матеріальної зацікавленості робітників	Створені умови для реалізації потенціалу робітників, оптимізація та скорочення витрачених людино-годин на одиницю продукції

Продовження таблиці	
Знаходження перспективних сегментів ринку для реалізації товару, що пред'являють високі вимоги до якості і сервісного обслуговування	Отримання державних і світових сертифікатів якості продукції
Вивчення поведінки конкурентів для виявлення сильних і слабких сторін виробництва	Розробка і реалізація зовнішньої і внутрішньої конкурентоспроможної політики і стратегії підприємства
Бенчмаркінг	Виявлення еталонного зразку конкретного продукту, внесення змін в технологію з метою вдосконалення власної продукції
Безперервне навчання і перепідготовка кадрів	Професійні кадри, що здатні забезпечити підприємство найактуальнішою інформацією і новими оптимізаційними рішеннями
Залучення систем ощадливого виробництва	Зниження витрат по доставці та зберіганню продукції, зниження собівартості, покращення конкурентної позиції підприємства
Реєстрація товарного знаку та використання фірмових марочних виробів	Підвищення впізнаваності бренду, диференціація своєї продукції

Джерело: складено на основі [2]

Ключова роль у перспективному досягненні підприємством належного рівня конкурентоспроможності віддається державному сектору, на який покладається завдання по усуненню бар'єрів підприємницькій діяльності, зменшенню податкового тиску, розробленню антимонопольного законодавства, створенню інформаційних служб про появу новітніх технологій, перспективних ринків збуту конкретних товарів з метою активізації підприємств, заохочування їх до винаходження нових систем та підходів щодо організації бізнесу [2, с. 224].

Отже, розглянувши вищенаведені шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства, варто зазначити, що досягти високого рівня конкурентних переваг можливо лише за рахунок реалізації принципово нових підходів до оцінки конкурентоспроможності конкретного підприємства на ринку та заздалегідь продуманої комплексної стратегії реалізації конкурентних переваг, виходячи із власних можливостей та напрямку підтримки розвитку підприємницької діяльності з боку держави, що в перспективі забезпечить вітчизняним підприємствам успіх на міжнародній арені та надасть можливість входження до глобальних рейтингів.

Література

1. Паршина О. А. Теоретичні та прикладні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємств : Колективна монографія у 4 т. / за ред. О. А. Паршиной. Дніпропетровськ: «Герда», 2018. Т. 2. 334 с.
2. Станіславик О. В., Коваленко О. М. Актуальні шляхи та фактори підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. *Економічний форум*. 2018. № 2. С. 223-231. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_2_39

Траченко Л.А.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ІНЖИНІРИНГОВИХ ПОСЛУГ

Аналіз світової практики дозволяє дійти висновку, що сучасні підходи і методи з управління якістю на підприємствах сфери інжинірингових послуг нерозривно пов'язані зі створенням цілісної та дієвої системи управління якістю (СУЯ) в контексті вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015. Саме такий підхід є ефективним засобом забезпечення належної якості виконання робіт, підвищення їхньої конкурентоспроможності, досягнення цілей бізнесу.

Згідно до вимог стандарту ISO 9001:2015, СУЯ організації містить взаємоузгоджені процеси, які мають бути інтегровані в загальний менеджмент підприємства. В основі моделі СУЯ є процесний підхід із застосуванням циклу Демінга, який містить чотири основні функції: планування, виконання, оцінювання (моніторинг) та коригувальні дії (поліпшення). Очевидно, цей факт має важливе значення щодо позиціонування СУЯ підприємства як важливого інструменту ведення успішного бізнесу.

З іншого боку, на нашу думку, суттєвим є визначення та координація підсистем СУЯ інжинірингового підприємства. Нами запропоновано концептуальну модель ефективного формування та функціонування СУЯ інжинірингового підприємства (див. рис.).

Розроблена модель містить два рівні: керуючу підсистему СУЯ та керовану. На наш погляд, такий підхід дозволяє окреслити підпорядкованість та концепцію взаємодії ключових напрямків функціонування СУЯ інжинірингового підприємства. Керуюча підсистема включає в себе: політику у сфері якості; принципи управління якістю; функції та відповідальність; складові СУЯ; методи. Політика у сфері якості – один із важливих документів СУЯ підприємства, що містить основні концепції, стратегічні напрямки функціонування й поліпшення СУЯ. Вище керівництво повинне сформуванню, запровадити та актуалізувати політику у сфері якості, яка відповідає призначенню й середовищу організації та підтримує її стратегічний напрямок; надає основу для встановлення цілей у сфері якості; містить зобов'язання задовольняти застосовні вимоги та зобов'язання щодо постійного поліпшення системи управління якістю [1, с. 3].

В основу формування, функціонування та поліпшення СУЯ підприємства в контексті вимог міжнародного стандарту ISO 9001:2015 покладено такі принципи управління якістю: орієнтація на замовника; лідерство; задіяність персоналу; процесний підхід; поліпшення; прийняття рішень на підставі фактичних даних; керування взаємовідносинами.

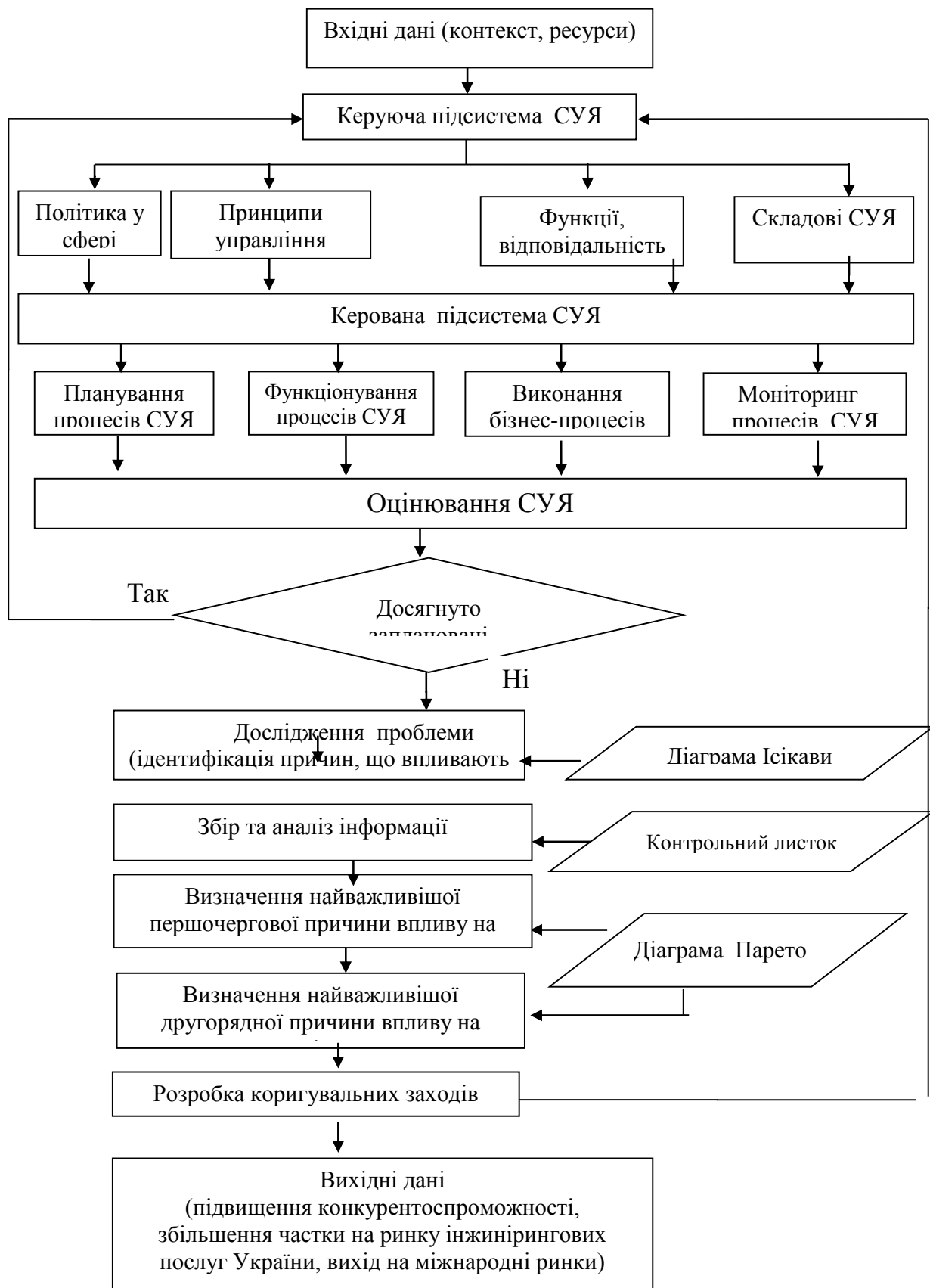


Рис. Концептуальна модель системи управління якістю інжинірингового підприємства

Джерело: власна розробка автора

Функції та відповідальність щодо виконання процесів СУЯ мають забезпечувати їхню результативність, ефективність, поліпшення. Нечіткий розподіл функцій та відповідальності, відсутність контролю за їхню реалізацією суттєво ускладнюють планування, функціонування процесів СУЯ, у тому числі дії над ризиками, управління бізнес-процесами, моніторинг та оцінювання процесів.

Саме тому вище керівництво інжинірингового підприємства має акцентувати увагу, перш за все, на визначенні та розподілі функцій, повноважень і відповідальності, які мають бути відображені в документованій інформації СУЯ, зокрема в посадових інструкціях.

Складові СУЯ інжинірингового підприємства є важливим елементом керуючої підсистеми. До них віднесено: кадрове забезпечення, техніко-технологічне, методологічне, організаційне, нормативне, інтелектуальне, інформаційне, фінансове та документальне.

Щодо методів, як елементу керуючої підсистеми, то доцільно обирати саме ті, які є прийнятними, зрозумілими та доступними як керівництву так і персоналу підприємства. Практичний досвід діяльності у сфері СУЯ свідчить про те, що доцільно застосовувати прості статистичні методи управління якістю такі як: діаграма Ісікави (причинно-наслідкова), контрольний листок, діаграма Парето. Доцільно акцентувати увагу на економічних і соціологічних методах, анкетуванні, які дозволяють забезпечувати зворотній зв'язок із замовниками, аналізувати їхні потреби й очікування щодо виконання робіт у сфері інжинірингу.

Керовану підсистему складають: планування процесів СУЯ, їх функціонування, виконання бізнес-процесів, моніторинг процесів СУЯ з метою поліпшення. На нашу думку, виконання бізнес-процесів – суттєвий елемент керованої підсистеми, оскільки вказує на інтеграцію СУЯ в бізнес-процеси інжинірингового підприємства та дає змогу керівництву компанії забезпечити формування ефективної СУЯ як основи для ведення успішного бізнесу.

Аналіз та оцінювання СУЯ – обов'язкова вимога ефективного її функціонування та поліпшення. Заплановані результати СУЯ підприємства не завжди досягаються – виникають проблеми (невідповідності), тому необхідно своєчасно визначати причини їх виникнення та формувати коригувальні заходи. У концептуальній моделі пропонується застосування причинно-наслідкової діаграми Ісікави, контрольного листка та діаграми Парето.

Література

1. Системи управління якістю. Вимоги: ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT). Видання офіційне. Київ, ДП «УкрНДНЦ». 2016. 22 с.

Бедрадіна Г.К.
к.е.н., старший викладач
Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРОБЛЕМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В умовах глобалізації ринків якість туристичних послуг стає не лише складовою конкурентоспроможності, а і є необхідною передумовою формування попиту на послуги туристичних підприємств. На сучасному етапі суспільного розвитку оптимальне співвідношення критеріїв «ціна – якість» продукту є визначальним у забезпеченні високого іміджу та кращої конкурентної позиції підприємства на ринку. Звідси випливає необхідність постійної, цілеспрямованої діяльності підприємств із підвищення якості своєї продукції та послуг.

Вирішальний вплив на сучасну теорію і практику забезпечення якості мали роботи таких всесвітньовідомих фахівців, як У. Шухарт, Е. Демінг, Дж. М. Джуран, Ф. Кросбі, А. Фейгенбаум, К. Ісікава, Г. Тагуті та ін. Ці роботи стали підґрунтям професійної концепції якості та стали класичними.

У процесі еволюції та розвитку підходів і методів управління якістю поняття та сутність системи якості підлягає постійному динамічному вдосконаленню. Зокрема, у стандарті ДСТУ 3230-95 «Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення» [1] систему якості визначено як сукупність організаційної структури, методики, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення управління якістю. В інших законодавчих джерелах (Закон України «Про підтвердження відповідності», втратив чинність) під системою управління якістю розуміється сукупність органів та об'єктів управління, які взаємодіють за допомогою матеріально-технічних та інформаційних засобів під час управління якістю продукції [2].

У свою чергу, у стандартах ДСТУ ISO 9000-2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник» і ДСТУ 9001-2009 «Системи управління якістю. Вимоги» розглядається поняття «системи управління якістю», яке визначається як система управління, що спрямовує та контролює діяльність організації щодо якості.

Згідно з інформаційними документами Міжнародного Форуму з Акредитації IAF ID 9:2015 та IAF ID 10:2015, після опублікування нової версії стандарту ISO 9001:2015 «Системи управління якістю. Вимоги» організаціям, сертифікованим на відповідність діючій версії ISO 9001:2008, буде наданий 3-річний період для переходу на нову версію стандарту. Попередня версія стандарту вимагала документувати Політику, Цілі, Настанову у сфері якості, 6 обов'язкових методик і передбачити 22 форми записів. Нова версія містить прямі вказівки на 4 документи: Сфера застосування, Політика, Цілі, Виробничі інструкції, а також 21 раз вимагає зберігати документовану інформацію (записи).

Стандарт ISO 9000:2015 дає визначення задокументованої інформації, як інформації (та її носія), яку організація має контролювати та підтримувати в актуальному стані. Задокументована інформація може бути подана в будь-якому форматі та на будь-яких носіях і походити з будь-якого джерела. Основними завданнями ISO 9001 є забезпечення впевненості зацікавлених сторін в здатності організації постійно надавати клієнтам відповідні товари та послуги, підвищення задоволеності клієнтів.

На даний час існує безліч напрямів і способів підвищення якості послуг туристичних підприємств, які можуть істотно відрізнитися ступенем досягнення поставленої мети. Ми же пропонуємо для туристичних підприємств, які вже досягли значних успіхів і мають досвід та «власне ім'я» на ринку туристичних послуг, пройти процедуру сертифікації відповідно стандартам ISO 9001:2015 та отримати відповідний сертифікат якості.

По перше, в Україні дуже незначна кількість туристичних підприємств має такий сертифікат відповідності, а саме їх можна перелічити по пальцях, у зв'язку з цим наявність такого сертифікату одразу ставить такі підприємства на більш високу сходинку в рейтингу туристичних підприємств України.

По друге, туристичне підприємство в ході підготовки до проходження процедури сертифікації трансформує свою систему якості у відповідності до міжнародних стандартів, тим самим отримує значні конкурентні переваги.

По третє, наявність сертифікації ISO 9001:2015 надає можливість розширяти міжнародні зв'язки, знаходити нових партнерів по всьому світу, а для туристичних підприємств які працюють, як оператори внутрішнього ринку заключати договори з міжнародними туристичними операторами відносно прийому, розміщення, екскурсійного обслуговування іноземних туристів на території України.

Таким чином, хоча сертифікація відповідно стандартам ISO 9001:2015 не є обов'язковою, і на сьогоднішній день далеко не всі туристичні підприємства країни мають відповідне бажання та можливості, але провідним туристичним компаніям України, а саме компаніям-операторам наявність сертифікації ISO 9001:2015 не тільки б не завадила а й могла би принести реальні результати, такі як підвищення ефективності діяльності підприємства та підвищення іміджу країни, як туристичного бренду в цілому.

Література

1. ДСТУ 3230-95. Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення [Втратив чинність]. Київ. 1996. 37 с. (Інформація та документація). URL: www.ukrcsm.kiev.ua/index.php/uk/2009-02-03-14.../325--2009.
2. Закон України «Про підтвердження відповідності» від 17.05.2001 № 2406-III. [Втратив чинність]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2406-14>.

ПОЗИТИВНІ Й НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРОПРОМИСЛОВОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ

Реалії розвитку економічних відносин в Україні в останні роки свідчать про посилення значення для економіки країни результатів діяльності сільськогосподарських підприємств та підприємств, які економічно і технологічно пов'язані з ними. Так, об'єднання підприємств, які працюють в межах АПК відбувалось протягом всіх останніх десятиліть.

Початковим етапом інтеграції в сільському господарстві була горизонтальна інтеграція, коли земельні паї об'єднувались фермерами з метою отримання можливості ведення господарства із застосуванням механізації.

До позитивних рис горизонтальної інтеграції можна віднести, можливість: збільшити обсяг виробництва сільськогосподарської продукції; здійснювати самокоординацію виробників з метою покращення планування структури виробництва продукції; зменшити собівартість і підвищити прибуток сільськогосподарських підприємств. При суттєвих позитивних характеристиках горизонтальної інтеграції вона призводить й до певних негативних наслідків, а саме: зменшення числа зайнятих (в тому числі осіб-підприємців) в сільському господарстві; монополізація ринку сільськогосподарської продукції, що призводить до цінової та іншої дискримінації споживачів та інших суб'єктів зовнішнього середовища [1].

Після здійснення горизонтальної інтеграції сільськогосподарські підприємства отримали певні позитивні здобутки, які дозволили значно покращити їх результати діяльності за рахунок вдосконалення техніко-економічних характеристик їх внутрішнього середовища. Але із часом розвитку економічних відносин обумовив необхідність поглиблення інтеграції у вертикальному напрямку.

Початковою причиною вертикальної інтеграції, на відміну від горизонтальної, було не бажання, а вимушеність до об'єднання (поглинання) сільськогосподарських підприємств з промислово-фінансовими установами через декапіталізацію сільського господарства [2].

Як і будь яке явище, вертикальна інтеграція має свої позитивні й негативні наслідки. До позитивних сторін вертикальної інтеграції можна віднести: зменшення витрат на виробництво і реалізацію продукції та підвищення прибутку; зменшення ризиків ведення бізнесу; стійке забезпечення сільського господарства всіма видами ресурсів (в т. ч. фінансовими). Ці позитивні наслідки й обумовлюють об'єктивну природу процесу вертикальної інтеграції в АПК. Сам АПК є однією з форм вертикальної інтеграції сільськогосподарських підприємств із суміжними галузями. Поряд з позитивними наслідками вертикальної інтеграції в неї є й

негативні: монополізація не лише сільгоспвиробництва, а й переробки, постачання, логістики й збуту агропромислової продукції; завищена капіталізація сільськогосподарського підприємництва, що ускладнює вхід на цей ринок нових суб'єктів підприємницької діяльності; виникнення соціальних проблем в сільській місцевості, оскільки підприємці перестають бути пов'язаними із селом на ментально-культурному рівні; «виснаження» землі в наслідок надмірної інтенсифікації виробничого процесу; виведення значної частини доданої вартості створеної в АПК України за кордон.

Останнім видом інтеграції є диверсифікована інтеграція, об'єднання підприємств АПК з іншими підприємствами з метою диверсифікації діяльності. Даний вид інтеграції історично з'явився останнім і був викликаний ані необхідністю реагування на розвиток НТП, ані кризовим станом в сільському господарстві. Диверсифікована інтеграція з'явилась в результаті збільшення економічної привабливості АПК для підприємців, які здійснюють діяльність у сферах, які не мають відношення до АПК.

Також як і у горизонтальній й вертикальній інтеграцій, у диверсифікованій інтеграції теж є певні позитивні й негативні риси. Позитивними наслідками диверсифікованій інтеграції є: зменшення ризику від негативного впливу зовнішнього середовища на не агропромислових ринках; збільшення обсягів доходу і прибутку за рахунок порівняльного збільшення прибутковості діяльності. Тоді як негативними наслідками диверсифікованій інтеграції є: відносне збільшення рівня витрат на гривню доходу у зв'язку із відсутністю економії на масштабах, як при горизонтальній інтеграції, та збільшенням транзакційних і логістичних витрат в порівнянні із вертикальною інтеграцією; завищена капіталізація підприємств АПК; поглиблення соціальних проблем в сільській місцевості; «виснаження» землі в наслідок інтенсифікації виробничого процесу.

Таким чином, із трьох видів інтеграції два види (горизонтальна й вертикальна) мають достатньо об'єктивний характер, з переважанням позитивних сторін над негативними, що буде позначатися у їх подальшому розвитку із досягненням певної точки рівноваги між ними, яка залежить від стану економіки та рівня розвитку економічних відносин в АПК в окремі періоди часу. Тоді як третій вид – диверсифікована інтеграція – є скоріш тимчасовою реакцією на кризові явища в економіці та відносну надприбутковість АПК, аніж об'єктивним відображенням економічної доцільності.

Література

1. Лузан Ю. Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: теоретико-методологічний аспект. *Економіка АПК*. 2011. Т. 2. С. 3-12.
2. Басюркіна Н. Й. Особливості концентрації агропромислового виробництва України. *Економічні інновації*. 2013. №. 52. С. 38-49.

Сотченко Ю.К.
старший викладач,
Соколова А.С.
магістрант

Інженерний інститут Запорізького національного університету (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ «ВІНТАЖНОГО» БІЗНЕСУ ЗА 10 ТРЕНДАМИ КЛІЄНТСЬКОГО СЕРВІСУ

Вінтажні прикраси – актуальний тренд останнього десятиліття. Зростаюча конкуренція змушує представників «вінтажного» бізнесу переглядати сформовану практику обслуговування клієнтів, бо економічна ефективність підприємницької діяльності у сучасних умовах має прямо пропорційну залежність від ефективної роботи з покупцями товару.

У поточних ринкових умовах підвищення рівня клієнтського сервісу є основою зростання фінансової ефективності компанії. Представникам «вінтажного» бізнесу треба впроваджувати заходи, які сприятимуть позитивному клієнтському досвіду, який формується емоціями клієнта при зустрічі з компанією в точці контакту.

Існує 10 трендів клієнтського сервісу, які підвищують конкурентоспроможність «вінтажного» бізнесу:

1. Формування особистого бренду. У сегменті вінтажних прикрас для покупця є важливим особистий приклад продавця: його обізнаність у питаннях ідентифікації та оцінки, почуття стилю, зовнішній вигляд, манера спілкування. Вінтажні Інтернет-магазини, у яких немає особистого бренду, поступаються за популярністю онлайн-магазинам, які представляють конкретну людину.

2. Надання позитивного враження на клієнта. Наприклад, варто зрозуміти, які дії робить покупець, коли розпаковує ваш продукт. Простий прийом нашарування упаковок надає покупці значимість, і покупцеві легше пояснити собі, чому він зробив вибір на користь такої дорогої речі.

3. Забезпечення прости та безпечної доставки прикрас. Продавцеві слід встановити безкоштовну доставку, щоб покупцеві не потрібно було вираховувати самотійно, на скільки подорожчає його прикраса за урахуванням вартості доставки. Треба запровадити надійну тару для прикрас, яка захистить їх від пошкоджень в дорозі. Прийнятний варіант – пластиковий контейнер.

4. Використання всіх онлайн-можливостей. Продавцям вінтажу потрібно будувати стратегію цифрової присутності в Інтернеті, щоб клієнти могли за допомогою будь-якого гаджета налагодити з ним комунікацію (питання, покупка, консультація, оплата) та не чекати відповіді дуже довго.

5. Підтримка парадигми «клієнт є найвищою цінністю компанії». Продавець повинен спілкуватися з покупцями доброзичливо і давати компетентні роз'яснення з усіх питань, замість того, щоб спілкуватися зверхньо, використовувати психологічні прийоми для продажу товару, грубіянити йому. Наприклад, коли клієнту потрібні додаткові фотознімки товару, то треба їх

надати у той кількості, яка буде потрібна (з усіх можливих ракурсів, при світлі сонця та у тіні).

6. Демонстрація відповідності товару прихованим потребам споживача. Покупець віддає перевагу тим товарам, які відповідають його латентним (обумовленим, передбачуваним) потребам (може навіть сам про них не здогадуватися). Приховані потреби покупця вінтажних прикрас: підкреслити унікальність (я не як всі); зробити подарунок собі коханому (я гідний), взяти участь в змаганні (хочу бути краще, ніж той, у кого цього немає) і т.д. Демонструвати можна за допомогою надання фото сторінок із каталогів, де показано про прикрасу, вінтажних постерів, реклами у газетах та журналах тих років, фото видатних людей у вінтажних прикрасах, кадри з фільмів, де прикраса демонструється на акторах.

7. Надання повної інформації. Продавець повинен вказати своє місцезнаходження, способи доставки та оплати, умови здійснення покупки. Щодо прикраси повинно бути вказано: її розміри, правдивий стан, назву бренду, наявність маркування, вік.

8. Обрання ніші. Треба зразу надавати інформацію щодо того, на яких прикрасах продавець спеціалізується, наприклад, тільки на брендах, які існують до сьогодні, на брендах, які більше не існують та ін.. Недопустимим є одночасний продаж оригіналів і підробок.

9. Відкриття шоу-руму. У ньому бажаючі зможуть подивитися прикраси та приміряти їх. Тут же потрібно викласти каталоги для ознайомлення та запропонувати стенд з китайськими підробками, щоб клієнти могли побачити різницю з оригіналами.

10. Покращення якості фото. Вінтажні прикраси не підлягають обміну та поверненню, тому покупець повинен чітко розуміти, що хоче придбати. Враховуючи, що такий специфічний товар продається частіше усього через Інтернет (продавець і покупець знаходяться на великій відстані, наприклад, у різних країнах), то єдиний засіб продемонструвати товар – якісні фотознімки. Для цього треба залучати професійних фотографів.

Впровадження цих трендів у «вінтажний» бізнес сприяє підвищенню його конкурентоспроможності та, як наслідок, покращує економічну ефективність підприємницької діяльності.

Література

1. John Tschohl. The Customer Is Boss: A Practical Guide for Getting What You Paid for and More // Best Sellers Publishing, 2001. 220 с.

2. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ. под ред. В. Д. Щетинина. М. : Международные отношения, 2016. 307 с.

3. Прескотт Дж., Миллер С. Конкурентная разведка: уроки из окопов / пер. с англ. М. : Альпина, 2004. 336 с.

Берега І.В.
аспірант
Хлівна А.М.
магістр

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,
Дніпровський національний університет залізничного транспорту
ім. академіка В. Лазаряна (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Розвиток конкурентних взаємин, в тому числі у транспортному секторі, призвело до потреби адаптації через реформування структури управління залізничним транспортом України [3]. Основними цілями такої реформи виступали: підвищення безперебійності, надійності транспорту, забезпечення безпечного переміщення з високою якістю транспортних послуг; вдосконалення національної транспортної системи; зниження транспортної складової в ціні продукції підприємств національної економіки [2].

Відсутність раціонального поновлення гранично зношених основних засобів залізничного транспорту стає стримуючим фактором розвитку національної економіки. Рішення проблеми власними ресурсами неможливо. Для цих цілей необхідно залучення коштів із зовнішніх джерел. Ще одним стримуючим фактором є низька якість продукції залізничного транспорту. Хоча більша частина вантажовласників вважає важливим для себе саме якість транспортних послуг і адекватний тариф на перевезення [1; 4].

У підсумку, назріла система аргументів для ініціалізації питання про інтенсивне формування вантажних вагонів приватного парку. Це дозволить: залучити приватні інвестиції в оновлення парку вантажних вагонів; задовольнити попит вантажовласників за рахунок розвитку клієнто-орієнтованих операторських компаній; знизити нераціональність використання інфраструктури, тягового ресурсу, внаслідок зниження питомої ваги порожнього пробігу; знизити масовість зустрічного переміщення порожніх потоків однотипного рухомого складу, що істотно обмежує пропускну і провізну спроможності; зменшити час завантаження інфраструктурних об'єктів порожніми вагонами, що простоюють в очікуванні надприбуткової роботи [2].

Без якнайшвидшої реалізації заходів з оновлення основних засобів посилюються ризики, які можуть призвести до суттєвих втрат, через нераціональне використання рухомого складу і об'єктів транспортної інфраструктури, що підсумку призведе до недоотримання прибутку через дефіцит ресурсів, що виникає внаслідок їх нераціонального використання [4]. У результаті – несвоєчасне забезпечення вантажовласників рухомим складом і порушення термінів доставки вантажів, пошти, багажу.

Дослідження функціонування рухомого складу розкривають гостру потребу вдосконалення нормативно-правової бази в сфері перевезень вантажів, а також збільшення інвестицій в розвиток інфраструктурних об'єктів [5].

В конкурентному середовищі результуючим показником є фінансовий результат управління вагонним парком. Удосконалення експлуатаційних показників використання вагонів – інструмент підвищення прибутковості.

Стала проявлятися закономірність – зниження ефективності експлуатаційної діяльності призводить до збільшення кількості вагонів, що потрібні для забезпечення попиту на перевезення.

При розробці тарифів оператори виходять з нормативної добової вартості користування вагоном. Підвищення оборотності вагона раціонально знижує час використання вагона, що безпосередньо впливає на повну вартість доставки.

Внаслідок чітко не визначеної дати передачі вантажу одержувачу власник вантажу збільшує запаси сировини для гарантованого забезпечення виробництва, що відволікає обігові кошти від виробничої сфери і заморожує їх.

Представлені фактори розкривають ключові причини зниження ефективності використання основних засобів і збільшення собівартості продукції клієнтів залізничного транспорту.

Література

1. Береза І. В., Міщенко М. І. Модель розрахунку величини плати за доступ до об'єктів міської пасажирської інфраструктури з урахуванням участі підприємств транспортного будівництва у процесах її розвитку. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Одеса: ОНЕУ. 2018. № 11(263). С. 30-44.

2. Мищенко М. И. Методологические основы определения платы за пользование путевой инфраструктурой с учетом опыта зарубежных железных дорог. *Вестник экономической интеграции*. М. 2013. Вып. 11(68). С. 67-72.

3. Потапов М., Міщенко М., Чернова Н. Європейський досвід тарифоутворення у вантажному секторі залізничного транспорту. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Одеса: ОНЕУ. 2019. № 2(265). С. 157-172.

4. Тараненко А., Міщенко М. Вдосконалення методології тарифоутворення як засіб покращення фінансового стану підприємств міського транспорту. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Одеса: ОНЕУ, 2018. № 9(261). С. 102-116.

5. Мельник В. О., Марценюк Л. В., Міщенко М. І., Власова О. П. Розробка науково-методичного підходу до планування процесів інноваційного розвитку залізниць : Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». Дніпро: Дніпровський державний аграрно-економічний університет. 2019. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=2&y=2019>

2. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Шиян Д.В.

д.е.н., професор

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Україна)

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПШЕНИЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В останні роки сільське господарство України досягло певних успіхів в своєму розвитку. В першу чергу слід відмітити позитивні тенденції в збільшенні виробництва продукції рослинництва. Валова продукція галузі рослинництва у постійних цінах 2010 р. в сільськогосподарських підприємствах у 2018 р. збільшилась порівняно з 1999 р. у 2,81 рази. За цей же період виробництво зернових та зернобобових культур збільшилось з 24,5 млн. т до 70,0 млн. т, а їхня урожайність з 19,7 ц/га до 52,2 ц/га. Подібні тенденції є свідченням суттєвих інвестицій не тільки капіталу, а і інноваційних технологій та методів організації виробництва. В той же саме час вникає питання яким чином і за якими критеріями можна виділити підприємства які використовують інноваційні технології та методи організації виробництва.

Саме слово “інновація” походить від латинського “інноваре” (“відновлення”, “оновлення”). Англійське слово та поняття “innovation” відповідає нашому ”введення нового” чи “введення новацій”. Тобто практичне використання новації з моменту її виробництва та розповсюдження у якості нових продуктів або послуг є нововведенням (інновацією) [1].

В економічній літературі немає єдиного визначення інновації. Засновник інноваційної теорії, Йозеф Шумпетер запропонував концепцію інновацій, де він розглядав інновацію в динаміці, як інноваційний процес, а саме: «виготовлення нового продукту, а не «новий» продукт – упровадження нового методу, а не «новий метод»; освоєння нового ринку; отримання нового джерела сировини» [2].

Що стосуються індикаторів інноваційності виробничого процесу в сільському господарстві, то пропонується виділяти наступні [3]:

1. Технологічні, пов'язані з оптимізацією використання матеріальних оборотних засобів.

2. Технічні, пов'язані з використанням необоротних активів.

3. Мотиваційні, пов'язані з розвитком системи матеріального стимулювання працівників підприємства.

4. Управлінські та маркетингові, впровадження яких супроводжується змінами в накладних витратах, що включаються в собівартість реалізованої продукції.

З нашої точки зору, рівень інноваційності виробництва окремих сільськогосподарських культур може характеризуватись наступними показниками:

1. Урожайність культури, ц/га.
2. Рівень витрат на насіння, мінеральні добрива, пальне, грн./га.
3. Витрати на амортизацію, грн./га

Інноваційним може вважатись ті підприємства, які мають високу урожайність, високий рівень насіння, мінеральних добрив та амортизації. В той же самий час сучасні технології дозволяють зменшити витрати палива. Однак, не завжди низький рівень витрат палива обумовлений високим рівнем інноваційності виробництва. Саме за цими критеріями було вирішено відокремити групу підприємств, які можуть вважатись інноваційними.

Для цього на першому етапі було визначено коло підприємств, які мали рівень урожайності пшениці суттєво вищим ніж вона була в середньому по області. Так, при середньому рівні урожайності пшениці в сільськогосподарських підприємствах на рівні 33,7 ц/га були обрані підприємства з рівнем урожайності 50 ц/га та вище. Внаслідок цього сукупність, що досліджується, скоротилась з 492 підприємств до 131 підприємства. Після цього було вирішено виділити з даної сукупності ті підприємства, які мали рівень витрат вищий за середній по області на насіння, мінеральні добрива, паливо та амортизацію. Внаслідок цього таких підприємств залишилось лише 25. Результати діяльності даних підприємств та середні показники по області за обраними показниками наведенні в табл.

Таблиця

Окремі показники рівня інноваційності виробництва пшениці у сільськогосподарських підприємствах Харківської області у 2018 р.

	Урожайність, ц/га	Витрати на га, грн.			
		насіння	мінеральні добрива	пальне	амортизація
В середньому по області	33,7	806,4	2514,9	1177,1	792,4
Інноваційні підприємства	63,7	1561,7	5986,2	3217,8	1698,4

Наведені данні дають підстави зробити висновок, що між показниками віднесеним до інноваційних та середніми даними по всій сукупності підприємств має місце суттєва різниця. Вона обумовлює як різницю в рівні урожайності, так і у рівні витрат, який, в свою чергу, в значній мірі пов'язаний з технологіями.

Література

1. Хомік В. В. Теоретичні дослідження інноваційної активності регіону. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_re/2010_7_5/26.pdf.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития [Текст]. М. : Прогресс, 1992. 231 с.
3. Смукла О. І. Відображення інноваційних процесів у витратах сільськогосподарських підприємств. *Агросвіт*. 2018. № 17. С. 71-76.

Брюховецька Н.Ю.

д.е.н., професор,

Іваненко Л.В.

к.е.н., науковий співробітник

Інститут економіки промисловості НАН України

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА: ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ТА ПРОБЛЕМИ ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ

В сучасному світі провідним фактором розвитку економічних відносин стають інформаційно-комунікаційні технології, а інформація набуває ролі одного із найважливіших ресурсів. Розвиток інфосфери, – сфери діяльності, в рамках якої здійснюється виробництво та споживання інформації інформаційної структури, суб'єктів інформаційних відносин, а також системи регулювання виникаючих при цьому суспільних відносин [1, с. 69], – та інформаційного простору змінюють практично всі галузі економіки: виробництво, торгівлю, фінанси, транспорт тощо. Підприємства стають частиною динамічного інформаційного простору, вступаючи у взаємодію з іншими його суб'єктами. Від ефективності його освоєння залежать поточні результати діяльності підприємств та потенціал розвитку в майбутньому [2, с. 11].

Інформаційно-комунікаційні технології, розширюючи можливості щодо створення розповсюдження інформації, даних, знань, ідей, потребують запровадження ефективних інструментів управління підприємствами, націлених на забезпечення ефективної комунікації, підвищення здатності до капіталізації можливостей майбутнього виробництва. Кардинальні зміни, які відбуваються під впливом бурхливого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, поширюються і на промисловий сектор. Дієвим фактором підвищення конкурентоспроможності підприємств машинобудування стає *інтелектуалізація виробництва* – процес ефективного поєднання інформаційних та традиційних технологій виробництва.

Ринок інформаційно-комунікаційних технологій наразі пропонує ряд інноваційних рішень, які можуть стати основою трансформації систем управління виробництвом на підприємствах машинобудування, серед яких [2]: *MRP (manufacturing resource planning)* – планування виробничих ресурсів; *BI (business intelligence)* – комп'ютерні методи та інструменти обробки і аналізу ділової інформації; *EAM (enterprise asset management)* – прикладне програмне забезпечення управління основними засобами підприємства; *MDM (master data management)* – сукупність процесів і інструментів для безперервного управління даними підприємства; *АСМ (adaptive case management)* – система управління проектами і співробітниками в режимі «реального часу»; *ATS (applicant tracking system)* – програмне забезпечення, націлене на автоматизацію рішень рекрутингових завдань; інші рішення та технології.

Інтелектуалізація машинобудівного підприємства передбачає запровадження систем комп'ютерної автоматизації його бізнес-процесів, які забезпечували б можливість реалізації парадигми «програмування без програмістів» і включає, серед іншого, таке: налагодження системи управління підприємством в режимі «реального часу» завдяки повному переходу до електронного управлінського і конструкторсько-технологічного документо-обігу: від проектування виробу до його виробництва і постачання замовнику; цифровізацію оперативного-календарного планування виробничих циклів виробів у взаємозв'язку із системами управління персоналом і матеріальними запасами, логістикою; цифровізацію систем контролю та оперативного управління виробничими процесами; інтеграція до електронних торговельних площадок та систем публічних закупівель.

Результатом реалізації проектів інтелектуалізації бізнес-процесів машинобудівних підприємств є: прискорення підготовки виробництва виробів на 30-40 % за рахунок оптимізації виробничих циклів; скорочення часу виведення на ринок нової продукції на 20-30 %; суттєве скорочення ціни матеріалів за рахунок забезпечення прозорості закупівель, і, як наслідок, виробничої собівартості продукції; забезпечення виконавчої дисципліни та ін.

Можна зазначити, що темпи впровадження інформаційних технологій вітчизняними промисловими підприємствами відстають від темпів інтелектуалізації фінансової, торговельної та соціальної сфер. Причинами цього є низька інвестиційна активність підприємств, відсутність перспективного планування і стратегічного управління на багатьох підприємствах, низька мотивація топ-менеджменту до впровадження нововведень, відсутність ефективної системи збору і передачі передового досвіду в провадження ІТ-систем і ІТ-інфраструктури в практику організації та автоматизації внутрішніх процесів, що ускладнює для ІТ-компаній реалізацію проектів створення корпоративних інформаційних систем і приводить до підвищення їх вартості для підприємствам. Інертність вітчизняних підприємств реального сектору економіки у впровадженні інформаційних технологій знижує готовність підприємств до виробництва майбутнього, тенденції до формування якого проявляються вже сьогодні.

Література

1. Соловьев И. В. О происхождении и содержании понятия «инфосфера». Инфосфера как объект исследования наук об информации. *Технические науки*, 2013. № 6. С. 66-71. URL: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=31415>.
2. Брюховецька Н. Ю., Булеєв І. П. Ресурси і механізми інвестиційно-інноваційного розвитку промислових підприємств України. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 1(36). С. 11-25.
3. Современные ИТ-решения для управления бизнесом // ИТ-Enterprise: офіційний сайт, 2019. URL: <https://www.it.ua>.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Інноваційно-інвестиційний напрям розвитку є процесом використання принципово нових прогресивних технологій, що характеризуються переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними і управлінськими рішеннями в підприємницькій діяльності. Між техніко-технологічними, організаційними і економічними параметрами інноваційного розвитку існує комплементарний (взаємодоповнюючий і взаємно посилюючий) зв'язок. З економічної точки зору, інновація – це новий або кардинально вдосконалений спосіб задоволення постійно кількісно і якісно зростаючих потреб суспільства. З технологічної точки зору, інновація – це процес отримання нових знань і трансформація їх в товар, послугу, технологію, метод і спосіб діяльності. З організаційної, інновація – це формування оптимальних умов для створення знань, їх матеріалізації і комерціалізації [1]. Готовність до інноваційно-інвестиційного розвитку оцінюється на основі індексу глобальної конкурентоспроможності (рис.).

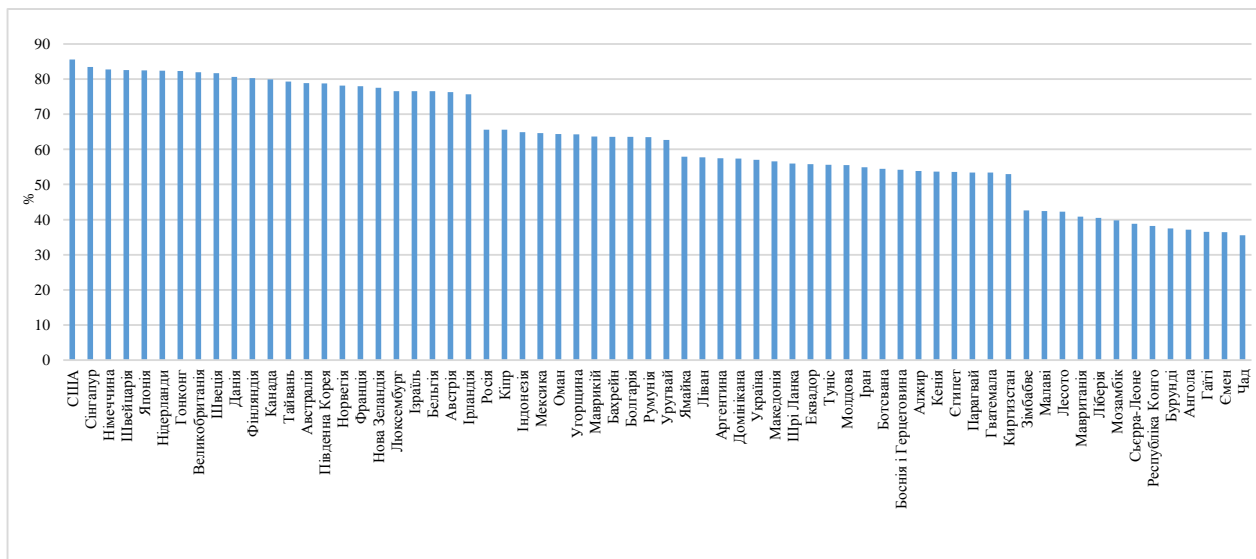


Рис. Готовність до інноваційно-інвестиційного розвитку країн світу на основі індексу глобальної конкурентоспроможності [2]

Таким чином, рейтинг очолили США та Сінгапур. До десятки найбільш конкурентоспроможних увійшли Німеччина, Швейцарія, Японія, Нідерланди, Гонконг, Великобританія, Швеція, Данія. Останнє місце в рейтингу займають такі країни, як Чад, Ємен, а Україна посідає 83 місце. В табл. наведена динаміка індексу глобальної конкурентоспроможності України за період 2009-2017 рр. за складовими.

Динаміка індексу глобальної конкурентоспроможності України [2]

Складові	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. Якість інститутів	3,10	2,96	2,98	3,13	2,99	2,98	3,2
2. Інфраструктура	3,39	3,83	3,87	4,10	4,07	4,16	3,9
3. Макроекономічне середовище	3,96	3,20	4,21	4,40	4,20	4,14	3,5
4. Охорона здоров'я та початкова освіта	5,41	5,70	5,64	5,78	5,84	6,14	6,0
5. Вища освіта та професійна підготовка	4,38	4,61	4,58	4,70	4,75	4,93	5,1
6. Ефективність ринку товарів	3,74	3,53	3,58	3,82	3,81	3,99	4,0
7. Ефективність ринку праці	4,57	4,54	4,44	4,44	4,18	4,12	4,0
8. Розвиток фінансового ринку	3,56	3,31	3,39	3,52	3,46	3,54	3,1
9. Технологічна готовність	3,37	3,37	3,47	3,60	3,28	3,50	3,8
10. Розмір ринку	4,67	4,53	4,54	4,60	4,60	4,58	4,5
11. Конкурентоспроможність підприємств	3,63	3,48	3,48	3,70	3,68	3,66	3,7
12. Інновації	3,21	3,11	3,11	3,16	3,03	3,16	3,4

Згідно динаміці, наведеній у табл., більшість підприємців все ж намагаються окупили спочатку внесені інвестиції. Чим більше було зроблено раніше інвестицій в певну технологію як окремими підприємцями, так і в цілому по галузі або країні, тим вище вірогідність, що сама технологія і її продукт обростуть різними стандартами, регламентами і правилами (інституалізуються) і тим дорожче буде перехід в інший стан. Чим більше підприємців або країн приєднуються до таких інститутів, тим сильніше мережевий ефект і тим більше шансів на їх закріплення. У міжнародній торгівлі це дозволяє закріпити розподіл спеціалізації і кооперації, що склався, між країнами. В результаті залежності від більше ранніх стадій процесу економічного розвитку і інерційності, що виникає від цього, процес розвитку стає циклічним і включає такі стадії як: кількісне зростання прибічників нововведення і збільшення об'ємів його використання (дифузія нововведення); трансформація нововведення (еволюційний, адаптивний розвиток); синхронізація дій стейкхолдерів нововведення; поява досконалішого зразка; криза, що викликана дисинхронізацією в поведінці стейкхолдерів; подолання кризи за рахунок прискореної дифузії нововведення.

Подальший прогрес досягається достатніми і погодженими інвестиціями в розвиток людського капіталу, вдосконалення продукції, модернізацію техніко-технологічної бази, підвищення рівня організації виробництва і інноваційного розвитку підприємницької діяльності в цілому.

Література

1. Гонtareва І. В. Складові організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком підприємства. *Моделювання регіональної економіки*. Збірник наук. праць. Івано-Франківськ : ДВНЗ «Прикарпатський університет ім. Василя Стефаника». 2015. № 2(26). С. 421-427.

2. The Global Competitiveness Index. URL:
<http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>

Карпенко Л.М.
д.е.н., професор,
Воронжак П.В.
к.е.н., доцент,
Варещенко В.І.
аспірант

Одеський регіональний інститут державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

ПОЛІТИКА ІНВЕСТИЦІЙНОГО КОНТРОЛІНГУ ТА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

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. За таких умов особливого значення набуває обґрунтування теоретичних засад і практичних заходів щодо розвитку підприємництва за рахунок формування та реалізації політики інвестиційного контролінгу у системі моделювання стратегічних програм. Інноваційний розвиток вимагає необхідного інвестування, в той час як стимулювання інвестиційної діяльності має розглядатися в контексті загального інноваційного вектора стратегічного розвитку держави. Активізація інвестиційно-інноваційних процесів у підприємницької галузі повинна супроводжуватися створенням сприятливого інвестиційного клімату та прозорості відносин в інвестиційно-інноваційній сфері, створенням умов для нарощування внутрішніх інвестиційних ресурсів, стимулюванням припливу іноземних інвестицій, стимулювання розвитку науки і освіти [1].

Дослідивши суть контролінгу та беручи до уваги основні трактування щодо його концептуальних складових, сформовано власне бачення головних напрямів системи контролінгу. Слід відмітити, що наукові підходи до трактування сутності поняття «контролінг» дещо відрізняються, проте основоположними елементами даної категорії повинні бути: системне спостереження; аналізування; планування (бюджетування); прогнозування; контроль (моніторинг) як установлених показників, так і виявлених фактичних відхилень; регулювання виявлених відхилень; підвищення ефективності прийняття управлінських рішень на основі комплексу котролінгових заходів.

Інвестиційний контролінг – це система методів та інструментів, яка спрямована на підтримку інвестиційного менеджменту, що охоплює інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг. Відповідно, головною метою інвестиційного контролінгу є забезпечення відпрацювання управлінських рішень в сфері інвестиційної діяльності організації задля найкращого досягнення стратегічних цілей.

До числа основних напрямків діяльності інвестиційного контролінгу слід

віднести: планування і координацію інвестиційної діяльності в рамках стратегічного і оперативного планування у регіоні; реалізацію інвестицій (проект-контролінг); контроль за реалізацією інвестицій, що включає поточні перевірені розрахунки, а також контроль бюджету інвестиційного проекту [2, с. 1-6]. До завдань контролінгу інвестицій входять також ініціювання нових інвестиційних проектів і вироблення пропозицій щодо їх реалізації. В першу чергу це відноситься до нових інвестиційних проектів, що забезпечують довгострокові потенціали успіху [3, с. 662].

Дослідження інструментальної бази інвестиційного контролінгу та її реалізація у системі моделювання розвитку підприємництва проводилось на прикладі м. Миколаїв. За даними головного управління статистики у Миколаївській області, обсяг прямих іноземних інвестицій станом на 01.01.2019 склав 134 155,3 тис. дол. США. Кількість інвестиційних проектів за галузевою ознакою свідчать про сталий розвиток м. Миколаїв та інвестиційну привабливість території. Економіко-статистичний екскурс та дослідження інвестиційного паспорту м. Миколаїв в координатах галузевої аналітики дозволяють виділити пріоритетні напрямки розвитку міста Миколаїв за інвестиційною спрямованістю:

- відродження підприємств машино - та суднобудування;
- відновлення роботи колишніх підприємств, модернізація існуючих, створення нових підприємств;
- модернізація та розвиток житлово-комунального господарства;
- впровадження енергозберігаючих технологій та альтернативних джерел енергії;
- впровадження інноваційних технологій на промислових підприємствах міста;
- розвиток транспортної інфраструктури (будівництво транспортних розв'язок, мостів, шляхопроводів, розширення вулиць тощо);
- реалізація соціально значущих для міста інвестиційних проектів;
- розвиток туризму.

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), 1-11.
2. Karpenko, L., Pashko P., Voronzhak P., Kalach H., Nazarov, M. (2019). Formation of the system of fair businesspractice of the company under conditions of corporate responsibility. *Academy of Strategic Management Journal, London*, 18 (2), 1-8. (Print ISSN: 1544-1458; Online ISSN: 1939-6104)
3. Karpenko L. Base alternatives and the paradigm of impact investing development in the coordinates of globalization changes and euro integration. In Lidiia Karpenko, Pavlo Voronzhak (ed). *Proceedings of the 4 th International Conference on European Integration 2018*. Ostrava: VSBTechnical University of Ostrava, 2018, pp.659-668. ISBN 978-80-248-4169-4, ISSN 2571-029X.

Коротаев С.Л.
д.э.н., профессор
Белорусский государственный экономический университет (Беларусь),
Немеровец А.В.
директор аудиторской компании ООО «АудитИнком» (Беларусь)

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ НТД НА ПРЕДПРИЯТИЯХ БЕЛАРУСИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА

В целях повышения эффективности использования бюджетных средств в Беларуси в 2013 г. был принят Указ № 59 [1], в соответствии с которым созданные в ходе выполнения научно-исследовательских, опытно-конструкторских и опытно-технологических работ (далее – НИОКТР) результаты научно-технической деятельности (далее – результаты НТД) подлежат коммерциализации, под которой понимается обязательное получение экономических и социальных выгод. При этом Указом установлено, что в случае некоммерциализации результатов НТД в течение 3 лет бюджетные средства, использованные на НИОКТР, при выполнении которых такие результаты были созданы, подлежат возврату в бюджет. Данное новшество потребовало организации соответствующей системы учета получаемых предприятиями имущественных прав (далее – ИП) на результаты НТД и их последующего отчуждения третьим лицам либо использования на нужды Исполнителя НИОКТР. Во исполнение Указа Министерством финансов Беларуси был разработан нормативный правовой акт, регламентирующий отдельные вопросы учета таких операций [2].

Вместе с тем, несмотря на произведенные новации и их правовую учетную регламентацию, у организаций по-прежнему возникают вопросы, на которые не имеется однозначных ответов:

- каков порядок отражения в учете государственных средств, получаемых организациями (исполнителями) на выполнение НИОКТР от Заказчика?

- на какую дату должны показываться в учете ИП на результаты НТД, созданные при выполнении НИОКТР, с учетом поэтапного выполнения НИОКТР и их поэтапной оплаты?

- необходимо ли полученные Исполнителем ИП на результаты НТД, созданные при выполнении НИОКТР, списывать со счета учета вложений в долгосрочные активы на счет учета нематериальных активов (далее - НМА) с последующей их амортизацией?

- как поступать в случае, если ИП на результаты НТД, принадлежащие Исполнителю, не могут быть отнесены к НМА и не отчуждены третьим лицам в течение периода, установленного для их коммерциализации?

- каким образом операцию по отчуждению третьему лицу ИП на результаты НТД отразить в учете Исполнителя с учетом того, что принятие этих прав на учет в соответствии с правовым актом по учету [2] осуществляется в корреспонденции со счетом учета доходов будущих периодов?

В результате проработки обозначенных выше вопросов, связанных с коммерциализацией ИП на результаты НТД, создаваемые при выполнении НИОКТР, считаем возможным констатировать следующее:

1. Государственные средства, получаемые Исполнителем НИОКТР за выполненные им для Заказчика работы, должны рассматриваться как выручка от реализации НИОКТР.

2. ИП на результаты НТД, созданные при выполнении НИОКТР, могут отражаться в бухгалтерском учете Исполнителя как по факту выполнения этапа, подтвержденного актом выполнения этапа работ, так и по факту выполнения работы в целом. Конкретный способ признания ИП на результаты НТД целесообразно оговаривать в учетной политике Исполнителя НИОКТР.

3. ИП права на результаты НТД, созданные при выполнении НИОКТР и идентифицированные в качестве НМА организации, используемых для собственных нужд, следует списывать со счета учета вложений в долгосрочные активы на счет учета НМА с последующей их амортизацией и отнесением сумм амортизации на счета учета затрат.

4. Если ИП на результаты НТД, созданные при выполнении НИОКТР, предназначены для последующего их отчуждения третьим лицам, такие активы до момента их коммерциализации, но не позднее 3 лет с даты их приобретения, могут учитываться на счете учета вложений в долгосрочные активы.

5. ИП на результаты НТД, коммерциализируемые путем их отчуждения третьим лицам, подлежат списанию со счета учета вложений в долгосрочные активы на счет учета прочих доходов и расходов на момент их коммерциализации – если эти права отчуждены до истечения 3-х лет со дня приобретения, либо на момент истечения 3-х лет – если коммерциализация активов путем отчуждения не состоялась и не было принято решение об их использовании для собственных нужд.

6. Отчуждение Исполнителем ИП прав на результаты НТД, созданные при выполнении НИОКТР, с учетом того, что ИП поставлены на учет Исполнителя по дебету счета учета вложений в долгосрочные активы в корреспонденции со счетом учета доходов будущих периодов, следует отражать следующими записями: по дебету счета учета прочих доходов и расходов – кредиту счета учета вложений в долгосрочные активы и дебету счета учета доходов будущих периодов - кредиту счета учета прочих доходов и расходов» - на стоимость отчуждаемых ИП, по которой они числятся в учете Исполнителя; по дебету счетов учета расчетов, денежных средств и др. счетов и кредиту счета учета прочих доходов и расходов – на отпускную стоимость ИП.

Литература

1. О коммерциализации результатов научной и научно-технической деятельности, созданных за счет государственных средств : Указ Президента Респ. Беларусь от 04.02.2013 г. № 59.

2. Инструкция по бухгалтерскому учету нематериальных активов : утв. постановлением Мин-ва финансов Респ. Беларусь от 30.04.2012 г. № 25.

Майорова І.М.

д.е.н., професор

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (Україна)

ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА СУЧАСНОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасна інноваційна діяльність за власною природою є ризикованою, складно передбачуваною, дорогою, витратною за ресурсами і часом. Складовими інноваційної діяльності завжди виступали інтелектуальні і фінансові витрати в тісному і обов'язковому поєднанні тривалого співробітництва між різними суб'єктами за умов, що це співробітництво доповнює кожного із них додатковим функціями, можливостями і ресурсами. На даний час не існує в світі такого «чудового» підприємства, яке одноосібно володіє всім необхідним набором для відтворення і здійснення інноваційного процесу. Сучасні підприємства співпрацюють між собою не тільки в рамках однієї галузі, а іноді і декількох галузей національних господарств і світового господарства в цілому. На рівні мікроекономічних відносин підприємства співпрацюють один з одним у сферах матеріально-технічного забезпечення, тобто постачальниками, і споживачами; фінансовими установами; кредитними інститутами; науково-дослідними організаціями. «Підтримка такого співробітництва вимагає розвиненої інноваційної інфраструктури, суб'єкти якої надають послуги з пошуку фінансування та споживачів, консультують з питань оцінки вартості та забезпечення охорони прав на об'єкти інтелектуальної власності, проводять технологічний аудит інновації, як об'єкту комерціалізації та інші. Тому інноваційна інфраструктура є не менш важливою ланкою в інноваційному ланцюзі, ніж виробництво, наука чи освіта та має вирішальне значення для розвитку інноваційної екосистеми країни» зазначають автори дослідження [1].

На сучасному відрізку розвитку людства раніше існуюче уявлення про інновації, як лінійну послідовність зміни етапів: знання – дослідження і розробки – інноваційний продукт – збут – просування на ринку – отримання прибутків – вкладання їх в нові знання, дійсно при цьому функціонують і існують учасники цих етапів, змінюється на інше. Сучасне уявлення інноваційного процесу, це хаотичний процес, який є підсумком одночасної взаємодії великої більшості учасників, яких об'єднують комунікації, взаємозв'язки і цілі. Інтенсивність таких зав'язків, їх підвищена взаємодія характеризують ефективність інноваційної системи в державі. В умовах відсутності, або нездатності учасників процесу до взаємодії виникають гальма всього процесу і його зведення на унівець.

В дослідженні [1] з посиланням на джерело [2] відмічено, що саме промисловість є рушійним двигуном інноваційної діяльності, «...на її частку припадає 80 % експорту Європи; 65 % інвестицій, які спрямовуються на дослідження й розробки, надходить від галузей переробної промисловості» [1]. В статті [3] автори доводять таке: «...перед Україною після розпаду

соціалістичного оточення і реформування на капіталістичний лад управління, власності, інститутів соціального розвитку, об'єктивно стало питання: формувати економіку як самодостатню, що базується на принципах максимально можливого самозростання, використання перш за все внутрішніх ресурсів, чи вбудуватись в економіку розвинутих країн (союзів), в технологічні ланцюги ТНК. Україна обрала шлях розвитку своєї економіки у напрямі вбудови її в економіку Європейського Союзу та в економіку ТНК США та інших країн. При цьому було зруйновано перспективні напрями розвитку високотехнологічних галузей промисловості, різко послаблено фундаментальну науку, вищу освіту, охорону здоров'я, духовність, цінності та ін. У результаті до цього часу стан соціально-економічного розвитку країни не досяг рівня 1991 р., йдуть процеси деіндустріалізації, міграції населення (перш за все праце спроможного віку). Стрімко падає рівень інноваційно-інвестиційної активності суб'єктів господарської діяльності» [3].

В публікації [4] автори провели дослідження обмежуючих чинників щодо інноваційної діяльності серед вітчизняних промислових підприємств і показали, що на українському ринку, особливо в регіональних його сегментах, обмежена кількість бізнес-груп, що не сприяє підтримці вільної та чесної конкуренції. Серед обмежувальних чинників дослідники назвали «...орієнтованість більшості промислових підприємств на внутрішній ринок, де вони, зазвичай, не стикаються з інноваційною конкуренцією, а тому мають слабку мотивацію до ризикованої інноваційної діяльності, а, отже, інвестують незначні кошти в інновації» [4]. Несприятливе бізнес-середовище, тобто показники часу реєстрації, кількість необхідних дозволів і ціни за послуги в Україні найгірші в порівнянні із країнами ЄС – виступають другим чинником, який обмежує інноваційну діяльність в країні.

Література

1. Вишневський В. П., Єгоров І. Ю., Ляшенко В. І., Антонюк В. П., Князев С. І., Підоричева І. Ю., Ковчуга Л. І. До питання про стратегію інноваційного розвитку України або якою має бути стратегія інноваційного розвитку України. *Вісник економічної науки України*. 2018. №2(35). С. 183-198.
2. Роль технологий и инноваций во всеохватывающем и устойчивом промышленном развитии. Обзор. Организация Объединенных Наций по промышленному развитию. Вена, 2015. 77 с. (С. 41). Innovation. European Commission. 2018. URL: https://ec.europa.eu/growth/industry/innovation_en
3. Брюховецька Н. Ю., Булеев І. П. Ресурси і механізми інвестиційно-інноваційного розвитку промислових підприємств України. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 1(36). С. 11-25.
4. Ляшенко В. І., Підоричева І. Ю., Кучеров А. В., Тесновський П. В. Напрями інтеграції України до європейських науково-освітніх та інноваційних просторів в умовах Угоди про асоціацію з Європейським Союзом. *Економічний вісник Донбасу*, 2018. № 3(53). С. 147-179.

Плахотнік О.О.
д.е.н., професор,
Копейкіна Є.
здобувач

Дніпровський державний технічний університет (Україна)

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО КРЕДИТУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сьогодні інноваційний розвиток країни визначає її положення у світовому суспільстві, рівень конкурентоспроможності та ступінь залучення до міжнародних інтеграційних процесів, а ефективність використання досягнень науки і техніки перетворюється на ключовий фактор інтенсифікації зростання національної економіки. Але, на жаль, Україна поки не може конкурувати на світових ринках товарів і послуг ні за ціною, ні за якістю, ні за ексклюзивністю пропозиції.

Однією з причин такого становища є брак фінансових ресурсів для здійснення інноваційної діяльності. Суб'єкти господарювання все частіше звертаються до зовнішніх джерел, таких як сумісні розробки, фінансування замовником кінцевого продукту, отримання у лізинг устаткування, кредити банків тощо. У зв'язку з цим інноваційне кредитування стає потенційним джерелом фінансування інноваційної діяльності та одним із заходів підтримки інноваційного розвитку економіки.

Суттєвий внесок у розроблення фундаментальних основ теорії та практики управління інноваційним кредитуванням, методичних положень щодо оцінки кредитних ризиків зробили відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, такі як: Т. Васильєва, О. Жихор, О. Кавкін, В. Кравчук, С. Колодій, Л. Костирко, О. Хмеленко та ін. Водночас усе ще залишаються невирішеними проблеми управління інноваційним кредитуванням суб'єктів реального сектору економіки на національному рівні, забезпечення державної підтримки інноваційного процесу через фінансово-кредитні установи.

На основі аналізу стану інноваційного кредитування в Україні, можна зробити висновок, що інноваційний розвиток ще не став задачею державної важливості. Без інвестування в цей сектор та без гідного державного регулювання, стимулювання та координації фінансування розвитку науки і техніки Україна не зможе зайняти гідного місця в міжнародному поділі праці.

На даному етапі розвитку економіки України виникла гостра потреба здійснити не розрізнені й точкові заходи в національній економіці, а провести кардинальні перетворення в економічній системі країни. Сформована ринкова система господарства в результаті роздержавлення й приватизації за минулі двадцять років незалежності України, не забезпечує стійкий, конкурентоспроможний, соціально-орієнтований та інноваційний розвиток країни.

Труднощі в інноваційній сфері пов'язані з внутрішніми проблемами

держави, як у науково-технічній сфері, так і в інших сферах суспільства (економічній, політичній, соціальній). Саме держава повинна створити сприятливі умови для успішного функціонування науково-технічної сфери та підтримки інноваційного кредитування суб'єктів реального сектору економіки. Для цього організація системи державної підтримки інноваційного кредитування повинна відбуватися за наступними напрямками (рис).



Рис. Напрямки державної підтримки інноваційного кредитування в Україні

Але реалізуючи ці завдання, необхідно пам'ятати про економічну самостійність суб'єктів господарювання, які повинні самі вирішувати, за якими напрямками їм доцільніше працювати. Держава має лише створювати сприятливі умови та дбати про результативність й працездатність механізму.

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ

Інтелектуальна діяльність є рушійною силою розвитку світової економіки та суспільства в цілому. Різноманіття сучасних інноваційних напрямків охоплює усі сфери життєдіяльності: від побутової до високотехнологічних галузей економіки. Інтенсивність створення та впровадження інновацій є важливим індикатором розвитку окремих країн. Спроможність вітчизняних підприємств до інноваційних змін визначатиме у найближчій перспективі можливість переходу від сировино-орієнтованої економіки до економіки виробництва та інноваційного розвитку. Проведені дослідження інноваційних процесів на підприємствах в Україні дозволили зробити наступні висновки:

- протягом тривалого часу відбувається скорочення кількості винаходів та корисних моделей;
- винахідницька діяльність не розвинена на вітчизняних підприємствах, які орієнтовані, в основному, на забезпечення власної продукції відповідними знаками для товарів та послуг;
- у більшості українських підприємств інтелектуальна власність є незначним чинником конкурентних переваг;
- більшість вітчизняних підприємств не проводять активну інноваційну діяльність щодо створення об'єктів інтелектуальної власності [1, с. 193].

До основних перешкод на шляху активізації інноваційного розвитку підприємств, процесів створення об'єктів інтелектуальної власності та трансферу технологій можна, на нашу думку, віднести:

- недосконалість законодавчої бази щодо стимулювання інноваційної діяльності вітчизняних підприємств (протиріччя в існуючих законах та нормативних актах);
- відсутність дієвих загальнодержавних та регіональних інноваційних програм підтримки трансферу технологій;
- недосконалість механізмів та критеріїв відбору перспективних інноваційних проектів;
- нерозвиненість інноваційної інфраструктури (центри трансферу технологій, інноваційній інкубатори тощо);
- відсутність підтримки на загальнодержавному рівні раціоналізаторства та винахідництва;
- обмеженість державного фінансування пріоритетних інноваційних програм;
- недосконалість механізму формування сприятливого інвестиційного клімату в Україні тощо.

Однак, зважаючи на орієнтацію вітчизняної економіки на тісну взаємодію з міжнародним ринковим середовищем, виникає нагальна необхідність у

сприятні на усіх рівнях (макро- та мікро-) активізації інноваційного розвитку, зокрема, шляхом формування відповідної інфраструктури для супроводження та реалізації інноваційних проектів та трансферу технологій. Крім того, набуває важливого значення долучення вітчизняних підприємств до міжнародного трансферу технологій. Міжнародний трансфер технологій є сьогодні важливим інструментом залучення та освоєння передових технологій, особливо для країн, що розвиваються, а тому й важливим чинником інноваційного розвитку.

Дослідження, проведені Українським інститутом науково-технічної експертизи та інформації свідчать про деяке погравлення протягом останнього періоду діяльності вітчизняних підприємств та організацій у напрямку міжнародного трансферу технологій. Зокрема науковці зазначають, що «Пріоритетними напрямками для українських винахідників на світовому ринку є медицина, стоматологія, фармація, сільське господарство з харчовою промисловістю, виробництво матеріалів (у т. ч. для будівництва і виробництва тари), інформаційно-комунікаційна сфера та очищення води. Пріоритети щодо фармації, сільського господарства та харчової промисловості, інформаційно-комунікаційних технологій співпадають із пріоритетними напрямками патентування в Україні у національному офісі» [2, с. 93-94].

До першочергових завдань з активізації міжнародного трансферу технологій, на нашу думку, відносяться:

- побудова інтегрованої мережі трансферу технологій, яка об'єднає існуючі центри інновацій та трансферу технологій в єдину мережу для формування спільної стратегії виходу на міжнародні ринки та координації напрямків забезпечення міжнародної співпраці;
- формування та фінансування інноваційних державних програм, спрямованих на активізацію пріоритетних напрямків технологічного розвитку;
- удосконалення системи захисту прав інтелектуальної власності;
- розвиток державної програми підтримки винахідництва і раціоналізаторства та сприяння участі вітчизняних винахідників у міжнародних конкурсах та програмах.

Можна зробити висновок, що трансфер технологій є важливим чинником розвитку як окремих підприємств, так і економіки в цілому. Створення ефективної інноваційної структури, підтримка держави та регіональних органів влади є основними напрямками забезпечення цих процесів.

Література

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

2. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2017 році: аналітична довідка / Т. В. Писаренко, Т. К. Кваша та ін. К.: УкрІНТЕІ. 2018. С. 93-94.

URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/innovatsii-transfer-tehnologiy/monitoring-prioritet/stan-id-2017-f.pdf>

Бабій О.М.
к.е.н, доцент,
Тимченко К.С.
здобувач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ВИНОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виноградарство та виноробство в Україні традиційно були важливими видами економічної діяльності. У процесі розвитку ринкової економіки в Україні перед вітчизняними виноробними підприємствами постає проблема вибору пріоритетних напрямків діяльності. Інтеграція України до СОТ та незбалансована державна політика у цій сфері призвели до неспроможності виноробних підприємств ефективно працювати у жорсткому конкурентному середовищі.

Однією з проблем виноробних підприємств є низька конкурентоспроможність на внутрішньому і зарубіжному ринках, яка супроводжується негативними наслідками господарювання: погіршення показників ефективності виробництва; сортовий склад насаджень не задовольняє потреби галузі; погіршення технології вирощування винограду; відсутність відповідної торговельної мережі збуту та напрямів цільового використання вирощеного врожаю; скорочення обсягів переробки винограду і виробництва виноробної продукції; загрозливі масштаби фальсифікованої виноробної продукції. Одним із ефективних методів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств є розробка і впровадження інвестиційної стратегії.

Інвестиційна стратегія – це є система довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємства, що обумовлені загальними завданнями його розвитку та інвестиційною ідеологією, а також вибір найефективніших шляхів їх досягнення [1, с. 24]. Вихідною передумовою формування інвестиційної стратегії виноробного підприємства є загальна стратегія економічного розвитку підприємства. По відношенню до неї інвестиційна стратегія носить підлеглий характер і повинна бути погоджена з нею за цілями та етапами реалізації. Інвестиційна стратегія при цьому розглядається як один з факторів забезпечення ефективного розвитку підприємства у відповідності до обраної ним загальної економічної стратегії.

Розробка інвестиційної стратегії виноробного підприємства зорієнтована на довгострокові цілі, які в майбутньому ведуть до розробки управлінських рішень і реалізації інвестиційних програм і проектів. Формування інвестиційної стратегії виноробних підприємств базується на прогнозуванні окремих умов здійснення інвестиційної діяльності і кон'юнктури інвестиційного ринку як в цілому, так і у розрізі окремих його сегментів. Складність процесу формування інвестиційної стратегії полягає в тому, що вона вимагає постійного коректування з урахуванням зовнішніх умов, що постійно змінюються і нових

можливостей розвитку виноробного підприємства. Основні етапи процесу формування інвестиційної стратегії представлено на рис.



Рис. Основні етапи процесу формування інвестиційної стратегії виноробних підприємств

Джерело: складено автором за матеріалами [1; 2]

Отже, щоб ефективно працювати на ринку, виноробним підприємствам необхідно удосконалити матеріальну і технологічну базу, підвищувати конкурентоспроможність, розробляючи ефективну інвестиційну стратегію. Застосування запропонованого інструменту формування інвестиційної стратегії виноробних підприємств дасть змогу їм у довгостроковій перспективі збільшити прибутковість та забезпечити зростання конкурентоспроможності.

Література

1. Каламан О. Б., Каламан Ю. Б. Формування інвестиційної стратегії розвитку виноградарсько-виноробних підприємств. *Економіка харчової промисловості*. 2014. № 4. С. 21-25.

2. Відоменко І. О., Калугіна К. О. Інвестиційна стратегія – інструмент формування конкурентної переваги виноробних підприємств. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка": Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2013. № 778. С. 227-232.

Біловодська О.А.

д.е.н, доцент,

Топтун Ю.М.

студент Навчально-наукового інституту фінансів, економіки та маркетингу ім.

Олега Балацького

Сумський державний університет (Україна)

СТАРТАПИ У ПРОЦЕСІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Інноваційна діяльність відіграє важливу роль у розвитку країни. Адже завдяки інноваціям зростає економіка, підвищується конкурентоспроможність товарів і, в кінцевому результаті, рівень життя населення. Тому керівники розвинених країн створюють усі умови для інноваційної діяльності [1].

В Україні для удосконалення організації інноваційної діяльності прийнято ряд законів щодо, у тому числі закон України «Про інноваційну діяльність». Згідно з цим законом мета інноваційної діяльності – перетворення досягнень науково-технічного прогресу на виробництво й соціальну сферу.

Значна частина інновацій створюється або стабільними, функціонуючими підприємствами різного масштабу, або новими гравцями ринку – стартапами.

Стартап – молода компанія, яка базується на нових, унікальних бізнес-ідеях. Він знаходиться на стадії аналізу ринку, попиту та конкурентних переваг [3].

Основна ціль будь-якої компанії чи бізнесу – отримання прибутку. Його збільшення проводиться двома основними шляхами:

1. Нарощення грошового потоку.
2. Зменшення витрат.

Тож у випадку з підприємством усі інновації створюються під заздалегідь сплановану систему комерціалізації. Насамперед, через виведення інноваційних продуктів чи технологій на ринок або через створення інноваційних технологій оптимізації та покращення процесів виробництва [4].

Комерціалізація дозволяє залучити інвесторів до фінансування та реалізації інновацій, які у разі успіху принесуть прибуток. Основну роль у комерціалізації відіграє держава. Адже потрібно виділяти кошти на фінансування інноваційних проектів, підтримувати просування вітчизняних об'єктів на закордонні ринки, захищати права інтелектуальної власності. Стимулювання комерціалізації інноваційної діяльності в країні, у результаті приведе до економічного зростання, збільшення податкової бази і надходження коштів до державного бюджету [2].

Це підтверджує процес відбору інновацій через економічне обґрунтування кожної з них та планування грошових надходжень в песимістичному, нормальному та оптимістичному сценаріях розвитку подій.

У випадку зі стартапами, головною метою їхнього існування – створення прибуткової бізнес моделі та перехід у стадію підприємства. Тобто вони

дозволяють реалізовувати свою ціль через залучення коштів інвесторів. Тому в умовах підвищеної конкуренції та боротьби за ресурси стартапи повинні бути чітко відбудовані від усіх своїх конкурентів. Найпоширенішим методом відбудови є інновації. І не важливо, чи це інновація в логістиці та роботизації складів, як відбулося з «Amazon», чи інновація в процесі замовлення таксі, як з «Uber».

Можна зробити висновок, що стартапи розробляють інновації під задалегідь спланований процес комерціалізації.

Тож чому інновації створюються для одержання коштів? По-перше, процес створення та реалізації інновацій гарантовано призводить до значних витрат. По-друге, в умовах сучасної економіки та жорсткості ринку всі витрати повинні бути економічно обґрунтованими, короткостроковими або довгостроковими результатами у вигляді будь-якого об'єктивного покращення ситуації суб'єкта інноваційної діяльності. По-третє, інновації, які несуть користь, але не можуть бути економічно обґрунтовані, не можуть пройти процес відбору та аналізу інноваційних гіпотез.

З цих позицій процес комерціалізації можна умовно розділити на чотири етапи.

1. Оцінюються декілька варіантів інноваційних продуктів та обираються ті, які принесуть найбільший прибуток. Оцінку можна здійснювати за допомогою експертизи. До уваги береться строк окупності, чиста вартість, потенціал та затребуваність інноваційного продукту на ринку.

2. Складається фінансовий план, у якому підприємство детально описує усі витрати, яких потребує інноваційний продукт. Якщо підприємство не має достатніх коштів, то на цьому етапі проводиться пошук інвестора.

3. Починає офіційне оформлення інноваційного продукту. Якщо був залучений інвестор або зовнішнє підприємство, яке також бере участь у створенні інновації, то між усіма учасниками розділяються права на інновацію.

4. Починається організація виробництва інноваційного продукту.

Отже, процес комерціалізації починається з самої ідеї інноваційної діяльності. Саме їх розробка базується на майбутньому економічно вигідному використанні інновацій. Якщо при початковому економічному аналізі інновація не вигідна, то вона не може бути реалізована.

Література

1. Коммерциализация инноваций. URL: <http://futureaccess.ru>
2. Сучасні підходи. URL: <http://conf.management.fmm.kpi.ua>
3. Що таке стартап? URL: <https://biznes-plan.com.ua/startap/shho-ce-take>
4. Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури. URL: http://77.121.11.9/bitstream/PolNTU/908/1/EPI-2015_01.pdf

Долгова Л.І.

к.е.н., доцент

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
(Україна)

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

В умовах становлення “нової економіки” культура бізнесу суттєво змінилася, разом з тим змінилися й уявлення про цінність співробітників. Люди із знаряддя праці перетворилися на найцінніший актив організації. Такі зміни вимагають перегляду не лише підходів до управління персоналом, а й концептуальних змін у комунікації між керівниками та працівниками.

Перш за все, слід розпочати з постановки проблеми даного дослідження. Суспільство, як і економіка в цілому, переживає низку видозмін, що опосередковано залежать від розвитку індустріально-технологічних галузей. Робототехніка, комунікації та інформаційний простір кожних п'ять років інтегрується з надсучасними інноваціями настільки швидко, що низка проблем на побутовому і глобальному рівнях вже перестають бути перепорою для повноцінного функціонування і існування в умовах стійкої глобалізації. Це й може вплинути на часткову заміну деяких напрямків діяльності в робочому світі, однак ніколи не зможуть замінити людську працю. Вона, як основний механізм і двигун прогресу, завжди буде цінуватися на світовому рівні. Це стосується й компетентності керівників, що організовують цю працю, однак застарілі методи априорі не можуть розцінюватись як певна аксіома, незмінне поняття, що вимагає чіткого дотримання правил. Умовно поділяючи робочу силу на спеціалістів та менеджерів, можна сказати, що обом класам досить важко перестрибнути з одного розряду в інший без спеціальних знань, умінь, навичок і що найважливіше – хисту. Про інноваційні системи управління та мотивації персоналу останніх ми поговоримо більш детально.

Коли ми говоримо про якості менеджера, ми одразу уявляємо собі ідеалізований лідерський стан людини, що якісно вирізнялася б серед собі подібних. Однак всесвітня практика управління персоналом свідчить зовсім про інше. Якщо казати про розмежування за повноваженнями, то слід згадати про модель уведення C-level посад, головні керівники, відповідальні за певний відділ з підвідділами. Це досить робоча та павутино подібна система, що дієва з точки зору організації управлінських систем на підприємстві. Проте коли йде мова про безпосередню мотивацію та гнучкість управління персоналом, то слід згадати дрібні або компанії середньої ланки з людиною орієнтованою корпоративною культурою.

Простір для горизонтального та вертикального розвитку, особистісний розвиток, створення робочого мікроклімату, починаючи з дизайну робочого місця, закінчуючи загальним емоційним рівнем інтелекту робочого колективу, достатня само вмотивованість персоналу на фоні спільних цілей, місії, візії та цінностей команди працівників з управлінським складом, – усе це й притаманне

тим славнозвісним компаніям з героїчними історіями створення, що розпочиналися з ідеї, двох-трьох чоловік, гаражу та мрії.

Під вищезазначені критерії часто відноситься найбільш неоднозначний сектор економіки – ІТ. У них, зазвичай, і беруть початок найвідоміші світові методології управління персоналом та організації праці. Щоправда, саме на їх прикладі можна стверджувати, що навколишній світ відкритий для інновацій, а менеджмент є найбільш вразливою точкою для них.

Scrum – це авторська гнучка методологія розробки з нестандартним розподілом ролей в команді і унікальною організацією ітерацій. Scrum, як і інші agile методи управління проектами, сповідує командний підхід, короткі ітерації і безперервне поліпшення в процесі роботи. Ці принципи реалізуються через набір особливих ролей, правил, процесів та інструментів, завдяки яким команди виробляють продукти вдвічі швидше.

Опираючись на цей метод, слід сказати і про людську свідомість. Уміння вдало користуватися своїм часом та об'єктивно оцінювати свої можливості тільки сприяє розвитку колективу, як організму, в цілому. Ні для кого не секрет, що кількість годин у добі для усіх однакова, проте те, як ними користуються люди, нас і відрізняє.

Топ-менеджери топ-компаній люблять похизуватися один перед одним кількістю робочого часу, що вони приділяють своїй справі, але якщо це не ефективна праця – це ніщо порівняно з тими двома годинами, що може провести спеціаліст у певній галузі перед монітором комп'ютера з доступом в Інтернет (повертаємося до теми спеціаліст-менеджер, що згадувалася раніше). Те саме стосується й адекватної самооцінки. Менеджеру неможливо визначити об'єктивно обсяг роботи, що може виконати працівник, якщо він не тверезо оцінює свої здібності.

Тоді слід звернутися до Таксономії Блума, цілі навчання у когнітивній сфері якої можуть бути виражені через такі елементи засвоєння: знання, розуміння, застосування, аналіз, синтез і оцінка.

Відповідно, Scrum методологія вирішує низку таких факторів за правильного застосування у формі мотивації та управління персоналом: методичність, ритуали, ролі, створювані об'єкти, прозорість, короткі ітерації, часті релізи, звіт змін, постійне покращення.

Керівники-лідери мають створювати конкурентне оточення, до якого працівники будуть активно залучені.

Мотивація – це емоційний стан і втратити його дуже легко. Тому менеджери мають постійно пам'ятати про це та підживлювати мотивацію співробітників, якщо вона починає знижуватися.

Література

1. Биканова О. Мотивація праці як важливий чинник забезпечення ефективного управління персоналом підприємства. URL: <http://conf-cv.at.a/forum/53-482-1>

Дробишева О.О.

к.е.н., доцент,

Мошенський І.О.

Інженерний інститут Запорізького національного університету (Україна)

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Підтримка відповідного розвиненим країнам рівня конкурентоспроможності вимагає впровадження в виробничий процес інновацій. Розробка інновацій може здійснюватися лише за наявності необхідного обсягу ресурсів, формуванню яких сприяє інвестиційний процес.

Інвестиційно-інноваційний розвиток можна визначити як процес розробки, створення або впровадження інноваційного продукту за допомогою залучення для цих цілей інвестиційних ресурсів [1, с. 387].

На будь-якій стадії інноваційно-інвестиційного процесу може виникнути потреба в інвестиційних ресурсах – як відразу ж після виникнення інноваційної ідеї, так і на етапі її впровадження у виробництво. У цей час виникає питання про джерела фінансування інноваційно-інвестиційного процесу, які можна розділити на внутрішні і зовнішні (рис.1).



Рис. 1. Джерела інвестиційних ресурсів при здійсненні інноваційного процесу

Джерело: складено автором

Формування інноваційного проекту починається з ідеї і закінчується скороченням обсягів реалізованих інновацій по етапах: ідея, прикладні науково-дослідні роботи, дослідно-конструкторські роботи, технологічна підготовка виробництва, виробництво, реалізація [2, с. 77].

Інвестиційно-інноваційний процес являє собою складну систему. На рис. 2 наведено структуру джерел фінансування інновацій в Україні.

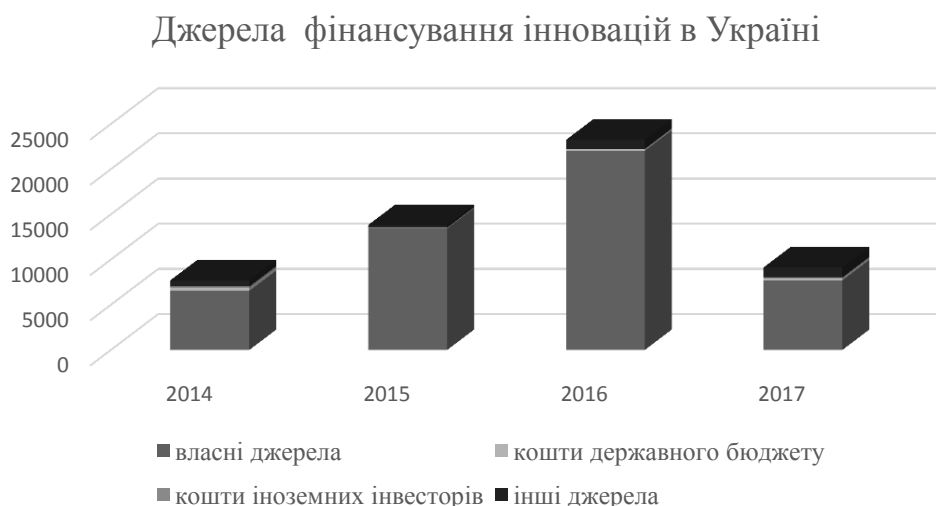


Рис. 2. Джерела фінансування інновацій в Україні
Джерело: складено автором за матеріалами [3]

Загальна сума витрат на інновації в Україні в 2014 р. склала 7,7 млрд. грн., в 2015 р. вона збільшилася на 79 % до 13,8 млрд. грн., в 2016 р. – збільшилася ще на 123 % і склала 23,25 млрд. грн., в 2017 р. – скоротилася на 61 % і склала 9,1 млрд. грн. [3]. Найменшу частку в структурі фінансування інновацій займають кошти іноземних інвесторів, яка знижується протягом аналізованого періоду – з 0,2 % в 2014 р. до 0,1 % в 2017 р. Кошти з державного бюджету також складають невелику частку в структурі фінансування інновацій і мають негативну тенденцію – від 0,4 % у 2014 р. до 0,2 % в 2017 р.

Література

1. Транченко Л. В. Напрями інноваційного розвитку в промисловості України. Інновації як пріоритетна сфера інвестування в Україні : [колективна монографія]. К. : НДЕІ, 2010. С. 387–390.
2. Інноваційна економіка : теоретичні та практичні аспекти : [моногр.] / Вип. 1; за ред. д.е.н., доц. Є. І. Масленнікова. Херсон : Гринь Д. С. 2016. Вип. 1. 854 с.
3. Статистична інформація. Наука та інновації. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>

Дюк А.А.
к.е.н., доцент
Вінницький національний аграрний університет (Україна)

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Сучасні умови розвитку економіки і суспільства базуються на тенденціях систематичного пошуку інноваційних шляхів організації вирішення економічних, господарських, соціальних та багатьох інших проблем з якими стикається людство. Для цього впроваджується інновації у розвитку підприємництва, формуванні його організаційних моделей за цілями, сферами здійснення бізнесу.

Актуальною для сучасності, інноваційною формою організації бізнесу є соціальне підприємництво. Важливість цього питання для науки і практики очевидна, адже в сучасному світі підприємництво як явище виходить далеко за межі економічної складової, проникаючи у соціальну, екологічну, природничу та інші сфери.

Реалізація соціальних цілей, виконання підприємництвом ролі фактора задоволення потреб членів суспільства, постійно потребує інновацій, у тому числі організаційного спрямування. Базовою основою побудови процесу підприємницької діяльності залишаються класичні принципи, сформульовані ще Й. Шумпетером. Згідно з його вченням підприємницький підхід до реалізації господарських та інших цілей в економічній системі означає креативне поєднання праці, капіталу, підприємницького таланту з метою отримання прибутку [1].

Традиції ведення, організації підприємництва ідеологічно базуються на класичній моделі, але змінюються, з'являються інноваційні форми, типи структур організації бізнесу, до яких відноситься соціальне підприємництво. Концепція соціального підприємництва має наукову і практичну перспективу. Соціалізація результатів діяльності людини, поширенням благ серед широких верств населення означає, на нашу думку, критерій інноваційності організації бізнесу.

В теорії соціального підприємництва, розуміння характеристик цього явища пов'язане із соціальною діяльністю на підприємницьких засадах, а основою даного процесу є характеристики підприємництва на соціальних засадах. Цей висновок у значній мірі означає сутність соціального підприємництва як інноваційної форми організації бізнесу.

Аналізуючи еволюцію соціального підприємництва як інноваційної форми організації бізнесу зазначимо, що визнаним фундатором теоретичних основ цього явища на сучасному етапі розвитку людства є М. Юнус [2] лауреат Нобелівської премії за результативні дослідження саме з цієї проблематики.

Теорія соціального підприємництва як самостійна дисципліна виникла на базі систематизації традицій з надання соціальних послуг і є новітньою сферою.

Проте, теоретичні положення дослідження соціального аспекту підприємництва формувалися з поступовим розвитком людства.

Формуючи бачення висновку з оцінки чинників еволюції теорії соціального підприємництва, вважаємо, що її основу становить загальна теорія, знання основ класичного підприємництва і засад соціальних відносин.

Еволюція соціального підприємництва як практичної діяльності і наукової теорії пов'язана із розвитком економіки, соціуму, формуванням добробуту. Мотивації створювати соціальні підприємства забезпечуються економічними можливостями, а також залежать від стану, спроможностей людей задовольняти потреби. Соціальне підприємництво пов'язують з діяльністю неприбуткових організацій, а їх засновники, учасники, обирають за пріоритет не отримання прибутку, а вирішення соціальних, суспільних проблем [3]. Головна вигода для соціального підприємця – вирішення суспільних проблем спільноти людей зі спільними інтересами, території тощо.

Вчені дійшли висновку і ми його цілком поділяємо про те, що для соціального підприємництва характерні принципи: соціальної відповідальності; зацікавленості у допомозі і взаємній підтримці; колегіальності у прийнятті рішень; кооперування.

Концепція соціального підприємництва як така, що базується на переважанні соціальних вигод над економічними – моделі побудови економіки, у якій соціальні чинники переважають над економічними.

Таким чином, соціальне підприємництво як інноваційну форму організації бізнесу ідентифікують за ознаками: спрямуванням діяльності – неприбутковий характер; структурною позицією в економічному середовищі – агент змін у соціальному секторі ринку; організаційною структурою – формою правового впорядкування відносин засновників; функціональною спрямованістю – сферою, завданнями статутної діяльності; галузевою приналежністю – сферою представлення створеного продукту на ринку.

Література

1. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку [Текст] : дослідж. прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. пер. [з англ.] Василя Старка. К. : Києво-Могилянська академія, 2011. 242 с.

2. Юнус М., Жоли А. Создавая мир без бедности. Социальный бизнес и будущее капитализма. М. : Альпина Бизнес Букс, 2010. 307 с.

3. Босак І. П. Соціальне підприємництво: основні ознаки та особливості розвитку. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2017. Вип. 1 (54). С. 99-104.

Ігнашкіна Т.Б.

к.е.н., доцент

Національна металургійна академія України (Україна)

ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ДОХІДНИМ МЕТОДОМ

Розвиток будь-якої країни, регіону, галузі, підприємства в значній мірі залежить від можливостей залучення вітчизняного та іноземного капіталу, його масштабів та напрямів. Це, у свою чергу, серед низки інших питань, з цим пов'язаних, передбачає визначення інвестиційної привабливості відповідних об'єктів. Завданням цієї роботи є розгляд методичних і практичних аспектів оцінювання інвестиційної привабливості підприємства як основного суб'єкта господарської діяльності країни.

Аналіз фахової літератури з досліджуваного питання показав, що найбільш використовуваним є інтегральний підхід, принцип дії якого заснований на ієрархічному послідовному агрегуванні відносних характеристик низки конкретних техніко-технологічних та фінансово-економічних показників в окремі складові, а окремих складових – в один узагальнюючий індикатор інвестиційної привабливості [1-3]. Цей метод має багато різновидів, в залежності від того, яким чином пропонується вирішувати ті чи інші методичні питання. Зокрема, це обґрунтування типології складових інвестиційної привабливості, власно формування системи оціночних показників в межах кожної складової, вибір їх еталонних значень для отримання стандартизованої оцінки, залучення експертів для встановлення вагомості окремих складових, окремих показників, підбір формули згортки для отримання інтегральної оцінки.

Інший шлях – це використання методів оцінки вартості підприємства, які фахівцями поділяються на три групи: 1) витратний (майновий); 2) результатний (дохідний); 3) порівняльний (аналоговий). Кожна група представлена низкою конкретних методичних прийомів, принципова сутність яких в узагальненому вигляді надана, наприклад, у джерелі [4].

Для оцінки інвестиційної привабливості підприємства у нашому випадку прийнято метод капіталізації, що входить до другої групи. За цим методом поточна вартість оцінюваної власності визначається як відношення фінансового результату від володіння цією власністю до ставки капіталізації.

Основними питаннями, що потребують вирішення при застосуванні даного методу, є вибір показника і його величини, яка буде капіталізована, та ставки капіталізації.

В якості фінансового результату обрано показник EBITDA (обсяг прибутку до вирахування витрат за відсотками, сплати податків та амортизаційних відрахувань) як один із розповсюджених у зарубіжній і вітчизняній практиці індикатор очікуваного повернення вкладень інвестора. За

даними одного з трубних заводів України, який обрано нами для оцінки, згідно звітних даних показник EBITDA становив 290,7 млн. грн.

Ставку капіталізації визначено як різницю між ставкою дисконту і очікуваними середньорічними темпами зростання EBITDA. Існують різні методики визначення ставки дисконту, найбільш поширеними з яких є модель оцінки капітальних активів, метод кумулятивної побудови, модель середньозваженої вартості капіталу. У роботі прийнято метод кумулятивної побудови, що заснований на експертній оцінці ризиків, пов'язаних з вкладенням коштів в оцінюваний бізнес. Ставка дисконту розраховується шляхом додавання всіх виявлених ризиків і збільшення їх суми до безризикової ставки доходу на %-ну суму усіх ризиків. Безризикову ставку доходу (16,4 %) визначено як таку, що дорівнює ефективній прибутковості до погашення облігацій внутрішньої державної позики з тривалістю погашення облігацій, порівнянню з передбачуваними термінами інвестування коштів в оцінюване підприємство. Для розрахунку величини премії інвестора за ризик вкладення коштів в конкретне підприємство виділено типові фактори ризику (якість управління, розмір компанії, фінансова структура, товарна диверсифікованість підприємства та клієнтури, рівень та прогнозованість фінансового результату, інші) кожен з яких оцінено групою фахівців-експертів в інтервалі 0-5 %. Сумарна поправка на ризик, визначена по досліджуваному підприємству, становить 18,0 %, а, отже, ставка дисконту – 34,4 %. Прогноз щодо довгострокових темпів зростання EBITDA оцінюваного підприємства на 3 найближчі роки виконано шляхом побудови кількісної моделі прямої лінії. Далі розраховано середньорічний темп зростання загалом за 9 років (91,7%), включаючи звітний та прогнозний періоди. Тобто у нашому випадку темп зниження EBITDA становитиме 8,3 %, відповідно, ставка капіталізації складе 42,7 %.

Таким чином, за розрахованих величин показника EBITDA (290,7 млн. грн.) та ставки капіталізації (0,427) поточна вартість оцінюваного трубного підприємства становитиме 680,8 млн. грн. За умови реалізації інвестиційного проекту з розширення сортаментної структури продукції показник EBITDA може зрости до 295,0 млн. грн., а вартість підприємства – до 690,9 млн. грн., тобто на 1,5 %, що свідчить про підвищення його інвестиційної привабливості.

Література

1. Ендовицкий Д. А., Бабушкин В. А., Батурина Н. А. Анализ инвестиционной привлекательности организации: научное издание. Под ред. Д. А. Ендовицкого. М. : КНОРУС, 2010. 376 с.
2. Крамаренко К. М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. *Економіка та управління підприємствами*. 2016. № 10. С. 101-104.
3. Трясцина Н. Ю. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности предприятий. *Экономический анализ*. 2012. №18. С.18-28.
4. Довбня С. Б., Ігнашкина Т. Б., Гончарук О. В. Економічна діагностика. Ч.2 : навч. посібник. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2012. 115 с.

Катерина О.К.

к.е.н., доцент

Національний авіаційний університет (Україна)

СУЧАСНИЙ СТАН ВАНТАЖНИХ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ

Ряд аеропортів України замислюються про те, що необхідно зробити для поліпшення процесів, щоб вони були логістичними центрами. Створення сучасного транспортно-логістичного центру стане стимулом для розвитку нових маршрутів. Наприклад, Міжнародний аеропорт Бориспіль, і його стратегічне розташування зробило з нього один з важливих хабів країни і для бізнесу, що є «оптимальною моделлю». Держава і надалі буде розвивати цю транспортну інфраструктуру [4]. Кінцевою метою тут має бути розвиток аеропорту до рівня «логістичного хаба», так як вигідне геополітичне положення економічної зони є головною перевагою, яке дозволяє Україні грати важливу функцію сполучної ланки між країнами Європи та Азії в сфері логістики. Твердий намір українського уряду здійснити економічний розвиток з широким залученням інвестицій може сприяти розвитку аеропортів України до рівня найбільшого в Східній Європі міжнародного логістичного центру.

Вантажообіг головного порту Києва як складової ланки транспортного комплексу зростає, авіаційні перевезення стають все більш і більш затребуваними. В 2018 р. доставка вантажів через українські аеропорти збільшилась на 19 % або до 99 тис. тон (рис.). Це один з кращих показників за весь час незалежності України [2].

Востаннє стільки вантажів перевозили у 2013 р. Більше було лише у 2012 р., коли перевалка склала 122,6 тис. тон.

Втім, основою для такої перевалки були товари, замовлені через інтернет-магазини (Amazon, AliExpress та ін.), а також доставка поштової та дипломатичної кореспонденції. Інші 20 % вантажообігу зайняли специфічні товари. Наприклад, щомісяця Львівський авіаремонтний завод приймає по 10-12 тон вантажів, доставлених через місцевий аеропорт.

Щороку з України до США постачають алкоголь, олії, масла та кондитерських виробів сумарно на \$10 млн. Переважно такий товар постачається саме повітряним транспортом, свідчать дані Мінагрополітики. Також українські повітряні гавані працюють на відправку гуманітарних вантажів від нашого уряду до інших країн світу [2].

Відносно невеликий вантажопотік визначив і специфіку використання авіапарку. Товари доставляють переважно звичайні пасажирські літаки у своїх багажних відсіках, а не спеціалізовані вантажні літаки.

Для кожного цивільного літака існує обсяг комерційного навантаження, котрий включає у себе вагу пасажирів, їх багажу та можливого додаткового вантажу. Наприклад, для літака «Боїнг 737-800» такий показник сягає 20,5 тон, для «Ан-148» – 9,7 тон. Для порівняння, транспортний Ан-26 здатен взяти на борт 5,5 тон тільки самого вантажу.

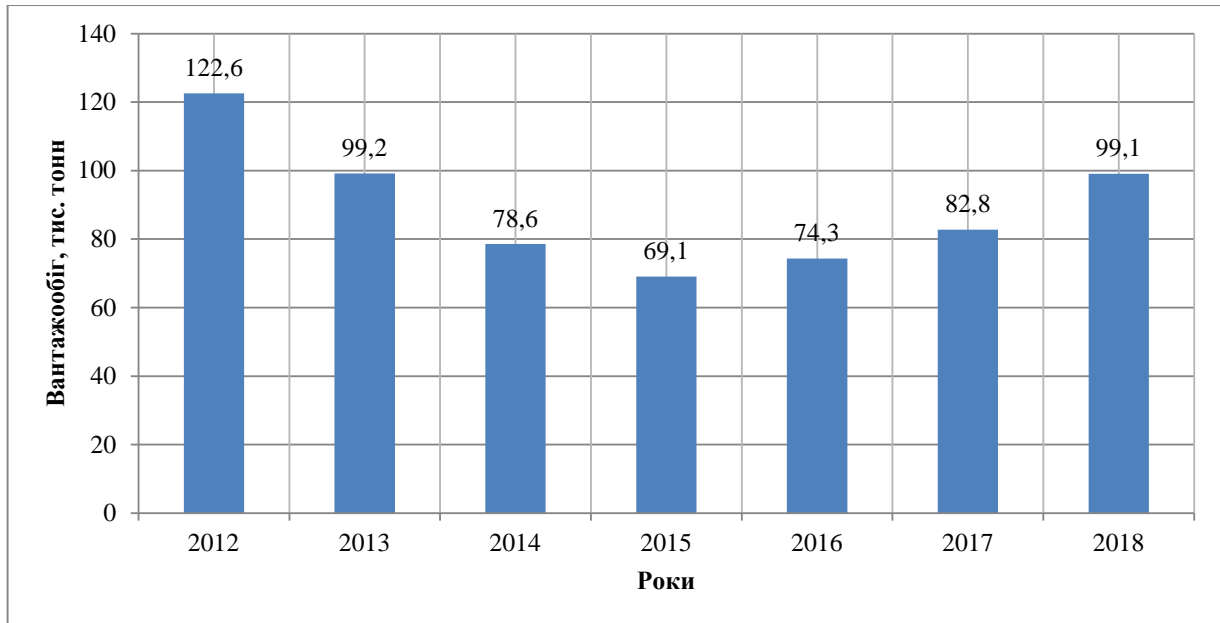


Рис. Обсяги перевезень вантажів в Україні авіатранспортом за 2012-2018 рр.

Джерело: Державна служба статистики України [1]

Розміщені на сайті Мінінфраструктури дані свідчать про те, що у 2017-2018 рр. 20 % всього повітряного вантажопотоку припадало на регулярні рейси. Інші 80 % – на чартерні [1]. Лідерами перевалки були авіакомпанії МАУ, а також держпідприємство «Антонов». 99 % всіх вантажних рейсів було проведено саме в міжнародному сполученні [2].

У 2018 р. половину усіх вантажів повітряного транспорту, або 48 тис. тон, прийняв столичний аеропорт «Бориспіль» [4]. Інші дві третини – аеропорти Львову, Одеси, Харкова, Запоріжжя, Дніпропетровська та «Київ» (Жуляни).

Завдання, які стоять перед керівництвом аеропортів України, – це зниження ризиків і розробка систем, здатних синхронізувати інформацію на кожному етапі різних процесів для можливості централізованого управління на основі логістичної системи.

Література

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Міністерство інфраструктури України України. URL: <https://mtu.gov.ua/>
3. Інформаційний портал міжнародної ради аеропортів (Airports Council International, ACI). URL: <https://aci.aero/>
4. Стратегічний план розвитку Державного підприємства «Міжнародний аеропорт «Бориспіль» в період 2015–2019 рр., затверджений Міністерством інфраструктури України 28.06.2015. URL: https://kbp.aero/docs/Strategy_ukr.pdf

Кіжаєв С.О.

к.т.н., доцент

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет (Україна)

ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ВНЗ В ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ

Пріоритетним завданням системи вищої освіти України є підвищення конкурентоспроможності вітчизняних університетів серед провідних світових науково-освітніх центрів. Сучасний конкурентоспроможний на світовому рівні університет – це інноваційний і підприємницький, який реалізує триєдину функцію: освіти, наукових досліджень та інноваційної діяльності («трикутник знань»). Інноваційна діяльність ВНЗ є обов'язковою складовою інноваційної політики держави, тому що ефективна співдружність "виробництво – університети" значно більш продуктивна, ніж створення нових компаній для інноваційної діяльності [1].

Згідно теорії сформульованої П. Друкером інноваційна економіка характеризується: зростанням економіки за рахунок безперервних інноваційних змін; провідною роллю в економіці людей, що діють на свій страх і ризик, самостійно приймають рішення; інтелектуалізацією праці як основним процесом розвитку виробництва і поширенням знань як головною формою інвестицій; завданням науки – сприяння інноваціям; головною формою власності – є інтелектуальна, що структурує суспільство і визначає його розвиток [2].

В новому Законі України «Про вищу освіту» інноваційна складова діяльності ВНЗ є ключовою, а у статтях 65, 66, 67, 68 визначено організаційно-правові форми впровадження інновацій, внесено зміни щодо фінансової самостійності вищого навчального закладу [3]. Інноваційна діяльність спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок інноваційних продуктів – нових конкурентоспроможних товарів і послуг. Відповідно до ч. 1 ст. 325 ГК України інноваційна діяльність здійснюється на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери.

Інноваційна діяльність є підставою створення нового знання та інтелектуальних продуктів – об'єктів права інтелектуальної власності. Відповідно до ст. 418 ЦК України право інтелектуальної власності трактується як «право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або інший об'єкт права інтелектуальної власності, визначений цим Кодексом та іншим законом» [4]. Як результат інноваційної діяльності інтелектуальна власність може стати і товаром (нематеріальний актив) і капіталом (витрати на освіту та вкладання у нематеріальні активи) [5].

Рівень ризику, пов'язаного з технологічною інновацією, залежить від

джерела ідеї нового товару. За Ж. Ламбенем, товари можна розділити на "втягуйте попитом", тобто викликані до життя потребами (йдуть від ринку), і на "втискуються лабораторією", тобто засновані на фундаментальних дослідженнях і можливостях технології (йдуть з лабораторії) [6].

Як свідчать результати європейських та американських досліджень, приблизно 60-80 % вдалих нововведень має ринкове походження проти 20-40 %, що виходять з лабораторії (НДІ, КБ). Тобто стратегія інновації, яка спирається на аналіз потреб ринку з подальшим переходом в лабораторію, більш ефективна, ніж стратегія зі зворотним траєкторією [7].

Інноваційна економіка базується на трансфері передових технологій. Згідно Закону України «трансфер технології» – це передача технології, що оформлюється шляхом укладання двостороннього чи багатостороннього договору між фізичними та/або юридичними особами, якими встановлюються, змінюються чи припиняються майнові права та зобов'язання стосовно технології чи/або її складових [8].

Трансфер технологій є основним інструментом інноваційного процесу і може містити у собі: передачу прав на будь-які об'єкти права інтелектуальної власності, ліцензування, інжиніринг, інформаційний обмін, спільне проведення досліджень, організацію спільних господарчих структур тощо.

Трансфер технологій є одним із провідних напрямків науково-технічної політики всіх розвинених країн світу та забезпечує їхній прискорений розвиток.

Створення центрів трансферу технології на базі ВНЗ дозволяє більш ефективно управляти інноваційним процесом трансформації інтелектуальної власності в інноваційний продукт.

Література

1. Інноваційна діяльність університетів України: аналітичний огляд URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9718>.
2. Бизнес и инновации. URL: <https://altairbook.com/go2/3178885.html#form>
3. Закон України «Про вищу освіту»: Ст. 65, 66, 67, 68. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
4. Цивільний кодекс України [Текст]: зі змінами та допов. На 25 серпня 2010 року. К.: Алерта; КНТ; ЦУЛ, 2010. 260 с.
5. Підпригора О. А., Бутнік-Сіверський О. Б., Дроб'язко В. С. Право інтелектуальної власності: академ. Курс [Текст]: підруч. 2-ге вид. перероб. та доп. К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2004. 672 с.
6. Менеджмент, ориентированный на рынок. URL: https://www.studmed.ru/lamben-zh-zh-menedzhment-orientirovanny-na-rynok-strategicheskii-i-operacionny-marketing_9a67b8f9753.html
7. Інноваційні продукти та їх класифікація. URL: https://stud.com.ua/16569/investuvannya/innovatsiyni_produkty_klasifikatsiya
8. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій Закон України за станом на 05 груд. 2012 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=143-16>

Нікілєва Н.О.

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет (Україна)

МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ще за часів Й. Шумпетера відомо, що збільшення обсягів виробництва, підвищення продуктивності праці відбувається завдяки винаходам [1].

На сьогодні в Україні надзвичайно гострою є проблема впровадження і фінансування інновацій та пошуку інвестиційних ресурсів, необхідних для оновлення капіталу на підприємствах, що сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності в ринкових умовах. Фірма (підприємство) здатна сприймати інновації при наявності фінансового механізму їх забезпечення.

Механізм фінансового забезпечення інновацій, як свідчить світова та вітчизняна практика, включає: систему матеріальної мотивації; фінансову підтримку науково-дослідницьких установ; систему економічної підтримки бізнесу; систему фінансового заохочення працівників до нововведень, підвищення їх кваліфікації; формування впевненості в перспективному розвитку; систему переконань в необхідності інновацій та гарантування кар'єрного росту; податкові пільги; вільний доступ до кредитних та інвестиційних ресурсів.

При налагодженні «роботи» інноваційного фінансового механізму повинно забезпечуватися формування відповідної поведінки суб'єктів господарювання та мінімізуватися втрати при впровадженні інновацій. Слід зазначити, що механізм фінансової підтримки інновацій обов'язково включає державне регулювання інноваційної сфери, про що свідчить, наприклад, досвід таких країн як В'єтнам, Китай, Південна Корея. Саме дії державних інституцій забезпечують методологічно-правове впровадження інновацій.

Сучасний стан економіки України свідчить про слабку державну інноваційну політику, низькі стимули для перетворення результатів досліджень та розробок у нову продукцію. Незначний рівень інновацій у вітчизняній економіці привів до зменшення питомої ваги підприємств, в економічних інтересах яких інновації займають першочергове місце. Проблемним питанням залишається фінансування інноваційних розробок підприємств. Криза національної банківської системи зробила вкрай обмеженим кредитування інновацій на підприємствах. Як відомо, в Україні майже усі комерційні банки є універсальними, а світові досягнення в інноваційно-інвестиційній сфері здобуті в результаті розвитку кредитних відносин суб'єктів господарювання саме з спеціалізованими банками та парабанками, завдяки яким забезпечується фінансування інноваційних проектів.

В Україні джерела фінансування інноваційної діяльності у відсотковому відношенні розподіляються наступним чином:

- власні кошти – 97,2 %;

- державний бюджет України – 0,39 %;
- місцеві бюджети – 0,28 %;
- позабюджетні фонди – 0,1 %;
- вітчизняні інвестори – 0,54 %;
- іноземні інвестори – 0,42 %;
- кредити – 0,82 %;
- інші кошти – 0,25 % [2, с. 25].

Із зазначено вище випливає, що переважна більшість інновацій фінансується за рахунок власних джерел; відслідковується байдужість держави до реалізації інноваційних проектів, а також недостає ефективних правових актів щодо підтримки інновацій. Як наслідок, це призводить до блокування інноваційних ініціатив і розриву між наукою і бізнесом. Ситуація, яка склалася в інноваційно-інвестиційній сфері України вимагає розробки нових сучасних інструментів механізму фінансування інвестицій.

Елементами прискорення зростання інновацій в сучасних умовах стають:

- банківське кредитування;
 - надання дослідницького та інвестиційного податкового кредиту (відстрочення податкових платежів у частині витрат з прибутку на інвестиційну діяльність);
 - емісія цінних паперів і проведення публічних розміщень акцій в країні та за кордоном;
 - надання пільг залежно від пріоритетності проектів, що виконуються;
 - зовнішнє фінансування;
 - внесення змін до складання державного бюджету України в бік перспективного багаторічного планування відрахувань з бюджету на інноваційні програми та заходи;
 - диференціація ставок оподаткування прибутку;
 - зменшення податків під приріст інноваційних витрат;
 - податкові преференції для створення комерційними банками власних страхових фондів з метою зниження ризику активних інвестиційних операцій [3].
- Впровадження в дію інноваційного механізму, орієнтованого на багато джерел фінансування, забезпечить швидке і ефективне впровадження інновацій.

Література

1. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. К.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2011. 242 с.
2. Амоша О. І., Саломатін Л. М. Інноваційний розвиток промислових підприємств у регіонах: проблеми та перспективи. Економіка України, 2019. № 3, С. 20-34.
3. Інноваційна діяльність в Україні як фактор забезпечення економічного розвитку та стабільності. Навч. посібник. Київ, 2018. 39 с. URL: www.centre-kiev.kiev.ua/bib/files/nmm/2018/id.pdf

Самотоєнкова О.В.

к.е.н., доцент,

Ольвінська Ю.О.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ПРОМИСЛОВІСТІ

У Законі України «Про інвестиційну діяльність» визначено: «Інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті чого створюється прибуток (дохід) та/або досягається соціальний та екологічний ефект [1]. У даний час для України особливо актуальним є відновлення та розвиток промислових підприємств, підвищення ефективності інвестицій на модернізацію виробництва, впровадження новітніх технологій, розробку та виробництво нових, конкурентоздатних видів продукції.

Важливе значення має дослідження динаміки, структури та ефективності використання капітальних інвестицій в промисловості.

У 2018 р. в економіку України надійшло 578,7 млрд. грн. капітальних інвестицій, з яких у промисловість – 199,9 млрд. грн. що склало 34,5 % загального обсягу. Порівняно з попереднім 2017 р. обсяг капітальних інвестицій в економіку збільшився на 130,2 млрд. грн. або на 29,0 %, при цьому в промисловості обсяг капітальних інвестицій збільшився на 39,5 % [2]. Тобто темп зростання капітальних інвестицій в промисловості значно випереджає темп зростання загального обсягу, що, безумовно, є позитивним зрушенням.

Аналіз структури капітальних інвестицій за джерелами фінансування показав, що найбільшу частку інвестицій складають власні кошти підприємств та організацій – 70,8 % у 2018 р., у 2016 та 2017 роках вона складала відповідно 69,1 % і 69,3 %. За ці роки також зросла частка інвестицій за рахунок коштів місцевих бюджетів – з 7,5 % у 2016 р. до 8,7 % у 2018 р. Але дуже негативним фактом є значне скорочення частки коштів іноземних інвесторів, яка в 2018 р. становила всього 0,3 % загального обсягу капітальних інвестицій проти 2,7 % у 2016 р.

Структура капітальних інвестицій за видами промислової діяльності за 2016-2018 роки наведена в табл. 1.

Дані табл. 1 показують, що за останні два роки в структурі капітальних інвестицій за видами промислової продукції відбулися суттєві зміни. Так, значно зросла частка інвестицій в добувну промисловість і розроблення кар'єрів – з 19,1 % у 2016 р. до 27,0 % в 2018 р., що може свідчити про збільшення коштів в напрямку видобутку власних енергоресурсів. Частка капітальних інвестицій в переробну промисловість та в такі види діяльності, як постачання електроенергії, газу, пари, кондиційованого повітря та

водопостачання; каналізація, поводження з відходами має тенденцію до зниження.

Таблиця 1

Структура капітальних інвестицій за видами промислової діяльності за 2016-2018 рр., %

Види промислової діяльності	2016	2017	2018
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	19,1	24,8	27,0
Переробна промисловість	52,8	51,6	50,5
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	26,1	21,6	20,9
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	2,0	2,0	1,6
Разом	100,0	100,0	100,0

Розраховано за джерелом інформації [2]

Ефективність капітальних інвестицій в промисловість визначається збільшенням виробництва та реалізації продукції, прибутку, рентабельності інвестицій. В табл. 2 наведено показники ефективності використання капітальних інвестицій в промисловості України за 2016-2018 рр.

Таблиця 2

Показники ефективності капітальних інвестицій в промисловості України

Роки	Капітальні інвестиції, млрд. грн.	Обсяг реалізованої промислової продукції, млрд. грн.	Обсяг реалізованої промислової продукції в середньому на 1000 грн. інвестицій, грн.
2016	117,8	2158,0	18319,2
2017	143,3	2625,9	18324,5
2018	199,9	3018,1	15098,0

Дані табл. 2 показують, що віддача капітальних інвестицій в промисловості України досить значна, незважаючи на те, що в 2018 р. відбулося її зниження порівняно з попередніми роками.

Такі дані свідчать про необхідність збільшення інвестицій в промисловість України з метою оновлення та модернізації основних засобів, розробки й впровадження інноваційних технологічних процесів, виробництва конкурентоздатної продукції.

Література

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 04. 07. 2002 року № 40-IV. Зі змінами від 23.03.2017 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1981-19>
2. Капітальні інвестиції в Україні. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/2018>
3. Підгорний А. З., Самоєнкова О. В. Статистика ринків : навч. посіб. Одеса : Атлант, 2015. 408 с.

Сіволап Л.А.

к.е.н., доцент

Донецький державний технічний університет управління (Україна)

СТРАТЕГІЯ ЗБУТУ ІННОВАЦІЙНОГО ТОВАРУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Проблема збуту інноваційного товару полягає в тому, що продуктові інновації на інноваційну діяльність підприємства мають комплексний характер впливу. Досить часто розробка нових інноваційних продуктів пов'язана з впровадженням і освоєнням нових інформаційних продуктів з: автоматизованого проектування; введення інформаційних баз даних, використання нового обладнання, приборів і апаратів, які самі є інноваційними в галузі науково-дослідницької і дослідно-конструкторської діяльності. Важливість інновацій продуктового характеру для підприємства визначається і рівнем конкурентоспроможності його продукції в системі конкурентоспроможності промислового підприємства, галузі, до якої відноситься підприємство.

Виготовлення інноваційного продукту може бути пов'язане з впровадженням на підприємстві нових видів технологій, обладнання, сировини і матеріалів, з використанням нових паливних джерел, що може викликати необхідність пошуку і роботи на нових ринках ресурсів і впровадження нових методів й прийомів роботи на цих ринках. Виробництво і збут інноваційних продуктів може викликати необхідність для підприємства розбудови нових структурних підрозділів, нових методів з оцінки якості роботи персоналу, зміни форми оплати його праці, зміни щодо вибору і роботи з посередницькими структурами, з зовнішнім оточенням.

Сформульоване вище дозволяє стверджувати, що інновації в продукт, або інноваційні продукти для будь якого підприємства виступають головним результатом інноваційної діяльності промислового виробника і займають вирішальну позицію в системі інновацій виробничого характеру за такими двома ознаками: по-перше, продукція займає ключову позицію в системі промислового виробництва. Конкурентоспроможність продукції в багатьох випадках визначає і конкурентоспроможність виробничого підприємства, галузі і цілої системи виробничих підприємств господарського комплексу країні в цілому; по-друге, кінцева продукція виступає головним елементом на який може і впливає виробник з метою підвищення конкурентоспроможності всієї системи промислового виробництва [1, с. 46].

В багатьох наукових працях часто використовується термін інноваційний рівень продукції, інноваційний продукт, інноваційна продукція, але чіткого, змістовного визначення цього поняття поки що не існує. Так, в статті 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» дається таке визначення, що таке інновація: «інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-

технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери». Інноваційний продукт: «інноваційний продукт – результат науково-дослідної і (або) дослідно-конструкторської розробки, що відповідає вимогам, встановленим цим Законом». Інноваційна продукція: «інноваційна продукція – нові конкурентоздатні товари чи послуги, що відповідають вимогам, встановленим цим Законом» [2].

Савчук О.В. дає таке визначення: «Під інноваційним рівнем промислової продукції розуміють відносну характеристику технічного удосконалення нової продукції, яка ґрунтується на збігу значень показників її повного набору споживчих якостей з відповідним їх значенням для найкращих / базових зразків даної продукції або вже сформованих потреб суспільства» [1, с. 61]. Воно, на думку автора, може бути використаним для продукції, яка: постає, як продукт модифікації вже існуючих аналогічних зразків; відповідає споживчим суспільним вимогам і її відповідні показники вже отримали кількісну і якісну апробацію і є прийнятними для суспільства; продукція, для якої притаманні одночасно дві вище названі категорії: тобто продукція несе принципово нові споживчі якості і має деякі модифіковані рішення, які властиві вже існуючим відомим аналогам [1, с. 61]. За таким підходом, інноваційний рівень розуміється як відносна характеристика. Виходить, що інноваційний рівень визначається і аналізується тільки тоді, як що для даного виду продукції вже існують аналоги, або за великий термін часу сформувалися споживчі вимоги в суспільстві, які ця продукція задовольняє.

Не простими виявляються і підходи до формування рівня конкурентоздатності інноваційної продукції. Виділимо наступні фактори, що впливають на рівень конкурентоздатності інноваційної продукції: по-перше, і конкурентоздатність і інноваційний рівень продукції прямим чином залежать від комплексу наборів компонент, які задають її споживчу характеристику; по-друге, на різних ринках збуту до промислової продукції одного і того ж виду може бути висунутий різний набір вимог відносно до її споживчих якостей, або набору останніх; по-третє, якщо інноваційний рівень продукції змінюється заплинністю часу, то рівень конкурентоздатності змінюється не тільки з часом, але при змінах ринків збуту, бо у різних ринків різні вимоги; по-четверте, досить часто на рівень конкурентоздатності продукції впливає обрана підприємством стратегія її просування на конкретному ринку збуту.

Література

1. Савчук А. В. Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности: Монография. НАН Украины. Институт экономики промышленности. Донецк. 2003. 448с.

2. Закон України «Про інноваційну діяльність» *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 2002, N 36, ст.266N 5460-VI (5460-17) від 16.10.2012, ВВР, 2014. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#o9>

Супрун А.А.

к.е.н., доцент

Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»
(Україна)

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ФІНАНСОВИЙ СЕКТОР: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» [1], інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Фінансові послуги мають яскраво виражену специфіку, яка впливає на інноваційну діяльність банків і компаній фінансового сектора. Фінансова послуга – операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, – і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів [2].

Специфікою фінансових послуг в основному є те, що в процесі своєї розробки, реалізації, обслуговування такі послуги не мають трансформації своєї ресурсної бази – і на вході, і на виході цією базою є монетарні активи. Специфіка впливає і на інновації в фінансовому секторі. З одного боку, це удосконалення самих послуг з позицій функціональності, а з іншого – використання сучасних цифрових технологій для реалізації послуг і обслуговування клієнтів.

Удосконалення фінансових послуг надає споживачам більше варіантів для розміщення своїх коштів. Але часто виникають загрози пов'язані з тим, що фінансові інструменти стають усе більш складними і менш зрозумілими для споживачів, а інколи і для продавців. Як приклад можна навести вислів найбільш відомого в світі інвестора Уоррена Баффета про деривативи – «Фінансова зброя масового знищення». Раніше думку про необхідність заборони похідних фінансових інструментів через їх складність і незрозумілість для більшості учасників ринку виказував відомий фінансист Джордж Сорос [3].

Безумовно, що є і позитивні форми удосконалення функціоналу фінансових послуг. Таким прикладом є інвестиційне страхування життя – послуга, яка поєднує операцію класичного накопичувального страхування життя з інвестиційною діяльністю на фондовому ринку. Послуга набрала поширення в багатьох країнах світу, сприяє розвитку страхування життя, фондового ринку і формуванню фінансової грамотності населення. В Україні досі не представлена через відсутність законодавчо-нормативного забезпечення. Фінансовим установам необхідно розробляти нові функціонали своїх послуг, але має ставитися завдання про зрозумілість продукту для споживача і зручність користування ним.

Найбільша інноваційність в фінансовому секторі пов'язана з цифровими технологіями (напевне як і в багатьох інших секторах економіки). Цифрові інновації в фінансовій сфері, з позицій пересічного споживача фінансових послуг – це, в першу чергу, забезпечення віддаленого доступу до свого рахунку та швидкість проведення трансакцій. Для фінансових установ ситуація є складнішою. Вже зараз є зрозумілим, що цифрові сервіси зменшують потребу в традиційних відділеннях та операціоністах. Але пошук оптимального співвідношення є складною задачею. Важко оцінити кількість, активність та платоспроможність споживачів фінансових послуг, що не мають або можливостей, або бажання користатися цифровими сервісами і віддають перевагу традиційним. Переведення усе більшої кількості грошових операцій та операцій з іншими монетарними активами в цифрову площу потребують усе більших вкладень в сферу кібербезпеки. Тут є і фінансовий і кадровий аспекти (в Україні є відповідні ІТ фахівці, але їх не так багато і часто вони не погоджуються з тією матеріальною винагородою, що пропонують вітчизняні фінансові установи).

Чи не найбільшу дискусійність має питання збільшення безготівкових (електронних) грошових розрахунків, аж до повної ліквідації готівки в обігу. Як нові можливості і переваги можна назвати – підвищення безпеки, зменшення кількості фінансових злочинів, відсутність витрат на управління коштами, збільшення прозорості економіки, стабілізація банківської системи і розширення можливостей для інвестицій. Але є недоліки і загрози цього процесу такі як зникнення конфіденційності, кібернетичні атаки, технічні збої систем, погіршення становища бідних, неконтрольоване збільшення комісій банками за трансакції, надмірне витрачання грошей через доступність споживчого кредиту та його «невідчутність» для споживача. Однозначно переведення більшої частки грошових та інших монетарних трансакцій в електронний формат збільшує ладу банків та їх вплив на суспільство і цей процес ще і не починав вивчатися.

Зміни в фінансовому секторі під впливом інновацій відбуваються занадто швидко, багато споживачів не встигають пристосовуватися до них, що також представляє загрозу. В сучасних умовах фінансові установи однозначно мають інвестувати більше коштів у розвиток фінансової грамотності населення. Таким чином, інновації в фінансовому секторі мають багато переваг і можливостей, але несуть в собі і серйозні виклики та загрози, які потребують детального аналізу і вивчення.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>
3. "Смертельная угроза". Уоррен Баффетт отказался от операций на фондовом рынке. URL: <https://iq.hse.ru/news/177772768.html>

Теплюк М.А.
к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЛОВОЇ ДОСКОНАЛОСТІ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток сучасного міжнародного ринкового середовища характеризується високим рівнем конкуренції, що ґрунтується на використанні ефективного управління ресурсами. Реалії сьогодення дозволяють стверджувати, що життєдіяльність сучасного підприємства можна розглядати як постійний процес удосконалення його господарської діяльності. Тому, основним постулатом досягнення успішності є побудова ефективної системи управління суб'єктом господарювання за ціннісними, компетентнісними та інтелектуальними складовими його функціонування. Разом, з тим, варто відмітити, що стратегічний вектор розвитку кожної бізнес-одиниці – це підвищення рівня ефективності його діяльності, що підкреслює актуальність дослідження методів і процедур щодо оцінювання результативності та успішності менеджменту ділової досконалості.

Соціально-економічні та геополітичні трансформації суттєво впливають на бізнес-процеси суб'єктів ринкових відносин. Зокрема, диверсифікація діяльності компаній на галузевому ринку, зростаючий рівень загострення конкурентної боротьби, швидка зміна потреб і запитів вибагливих споживачів спонукає топ-менеджмент оптимізувати свою господарську досконалість. Одним із найважливіших завдань вітчизняної економіки є забезпечення інноваційного розвитку [1]. Впровадження цифрових технологій, інноваційних моделей, адаптивних стратегій менеджменту, активне зростання науково-технічного прогресу, модернізація устаткування на підприємствах є ключовим завданням розвитку економіки України, в контексті четвертої промислової революції.

Враховуючи наукові напрацювання, доцільно відзначити, що поряд з існуючим різноманіттям інструментів менеджменту та маркетингу, модель ділової досконалості дає можливість ідентифікувати методи та елементні характеристики функціонування підприємства, що в свою чергу дозволить об'єктивно оцінювати ефективність і результативність будь-якої бізнес-одиниці. Доцільно зазначити, що відповідна модель може використовуватись у поєднанні з будь-яким набором інструментів у залежності від потреб організації, виконуючи роль об'єднаної структури для досягнення поставленої мети, у контексті обґрунтованої стратегії [2]. Враховуючи, латентний зв'язок між всіма суб'єктами ринкових відносин, ключовий аспект використання відповідної моделі полягає у систематизації, самим суб'єктом господарювання, всіх елементів господарської діяльності, особливо тих, що потребують першочергового поліпшення та вдосконалення. Досліджуючи європейський

досвід використання моделі ділової досконалості, підприємства здебільшого здійснюють найінтенсивнішу політику щодо підвищення якості продукції та жорсткішого контролю виробничих процесів [3]. Тобто, на сьогоднішній день, якість є ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності для європейських країн. Світова практика підтверджує наукову догму щодо зв'язку зростання якості продукції і продуктивності праці за рахунок дотримання постулатів моделі ділової досконалості.

Для мотивації і заохочення систематичного вдосконалення господарської діяльності підприємства існує чимало ефективних способів, націлених на навчання та перепідготовку співробітників, що встановлюють основні цілі, досягнення яких дозволяє організації продемонструвати успіхи співробітникам, постачальникам і споживачам. Доцільно відзначити, що компанії самі вирішують, на який рівень визнання ділової досконалості вони претендують в залежності від багатьох факторів, зокрема, досягнутої зрілості в галузі та потенційних можливостей.

Отже, сучасні динамічні умови інноваційного розвитку науки і техніки, виробництва високотехнологічних товарів та новітніх послуг в умовах різноманітності соціально-економічного середовища супроводжуються пошуком нових способів встановлення і підтримки довготривалих відносин між стейкхолдерами. Саме тому актуальною для європейських та українських компаній модель ділової досконалості, яка є основним інструментом для оцінювання діяльності підприємства. Досконалі підприємства використовують критерії моделі ділової досконалості з метою вдосконалення окремих аспектів своєї діяльності, зокрема: для визначення мети та стратегії, встановлення партнерських стосунків зі споживачами та постачальниками, мотивації та залучення персоналу, виробництва та продажу конкурентоспроможної продукції.

Література

1. Бондаренко С. М. Ділова досконалість підприємств як фактор конкурентоспроможності національної економіки України. *Економічний простір*. 2016. № 116. С. 200-208.
2. Сагайдак М. П., Хмелевський М. О., Теплюк М. А. Сучасні тенденції та можливості для сталого інноваційного розвитку економіки України в контексті Індустрії 4.0. *Вісник Хмельницького національного університету*. Серія «Економічні науки», 2018. № 5. Т.2. С. 139-143. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2018_5\(2\)_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2018_5(2)_31)
3. Швиданенко Г. О., Кирилюк О. В. Категоріально-понятійний аспект асиметрії розвитку підприємств в контексті технологічних змін. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2018. № 3(2). С. 73-76.

ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Інтелектуалізація виробництва є закономірною відповіддю сучасного господарювання на скорочення доступного до використання природного економічного потенціалу, а також на нову якість соціально-економічного простору, де значення людського потенціалу істотно зросло, перетворивши людський капітал в визначальний чинник сучасного розширеного відтворення, а інтелектуальний капітал – в основу людського капіталу особистості і суспільства. У зв'язку з цим, стратегічною основою сучасного виробництва є інтелектуальний капітал – все більш значущий чинник сучасного виробництва з притаманними йому особливостями.

Менеджмент інтелектуального капіталу містить в собі три ключових об'єкти і відповідно етапи впливу: інтелектуальний потенціал організації; інтелектуальний капітал організації; інтелектуальні нематеріальні активи організації.

Менеджмент інтелектуального капіталу покликаний вирішувати також наступні завдання: а) управління процесом трансформації інтелектуального потенціалу організації в відповідний інтелектуальний капітал, яке створює певну внутрішню організаційну технологічну взаємодію, що забезпечує адекватність і швидкість трансформації інтелектуального потенціалу в інтелектуальний капітал; б) управління процесом економічної реалізації інтелектуального капіталу в творчі нематеріальні активи, яке сприяє перетворенню творчих знань як таких в конкретні творчі знання: інституціональні знання; соціальні знання; технологічні знання.

Інституціональні знання, які є основою інституціонального капіталу організації – цінності у вигляді формальних творчих норм і неформальних обмежень, що забезпечують прибутковість і конкурентні переваги організації за допомогою скорочення внутрішніх і зовнішніх трансакційних витрат [1, с. 24]. Реалізація інституціональних знань розвиває членів персоналу організації шляхом їх обміну та спілкуванню, який організовує та здійснює підприємець, в ході якого створюються формальні і неформальні норми; це також організація «другого дихання» для вже чинних інститутів, що не вичерпали свій творчий потенціал та використання зовнішніх інститутів (інституціональний «імпорт»).

Основою соціального капіталу організації є соціальні знання, що забезпечують прибутковість організації за допомогою її залученості та відповідної діяльності в системі певних соціальних відносин. Розрізняють внутрішній та зовнішній соціальний капітал організації. На внутрішньому організаційному рівні необхідно створювати і відтворювати умови для «соціалізації» нових співробітників і для зміцнення зв'язків серед діючих співробітників. Формування та розвиток внутрішнього організаційного

соціального капіталу сприяє створенню сприятливого творчого «клімату» в межах організації, формує соціальний оптимізм колективу співробітників, що підсилює мотивацію до інноваційної діяльності в цілому [2, с. 223].

Однією з форм соціального капіталу є клієнтський капітал, під яким розуміють кількість клієнтів організації, які, з одного боку, купують товари і послуги, що створюються даною організацією, з іншого боку, виступають в якості пропагандистів і «рекламних агентів» організації, яка високою якістю своєї продукції викликає до себе довіру і повагу покупців. Тому соціальний капітал може бути значно ширше клієнтського капіталу, оскільки прихильники організації можуть не бути реальними і навіть потенційними покупцями її продукції. Узагальнюючим нематеріальним активом організації є інтелектуальний технологічний капітал, основою якого є інтелектуальні технологічні знання – знання про те, як і яким чином, здійснюється трансформація теоретичної та практичної інформації в новий інтелектуальний затребуваний продукт. Складовими елементами технологічних знань є: знання про те: які саме об'єкти теоретичної і практичної інформації можуть стати і стають предметом трансформації в нове благо; як створити сприятливі умови, в межах яких можливе виробництво очікуваного інноваційного блага; яка технологія створення нового блага; як забезпечити розширене відтворення наукових ідей і пов'язаних з ними нововведень.

Управління інтелектуальними технологічними знаннями може бути успішним лише в тому випадку, якщо буде органічно поєднувати в собі елементи управління інституціональними і соціальними знаннями організації. Формування сприятливих внутрішніх і зовнішніх умов для безпосередньо трансформаційного процесу є реалізацією інституціонального та соціального капіталу фірми. Технологія ж поєднує організацію виробництва, управління та відповідне застосування людиною різного роду технічних пристроїв і пристосувань.

Таким чином, забезпечення ефективної діяльності організації пов'язане з інтелектуальними здібностями менеджера, насамперед, вмінням визначити конкретний набір факторів виробництва, згрупувати персонал і наділити відповідними владними повноваженнями тих, хто несе певну відповідальність. Особливості управління виробництвом обумовлюють необхідність реалізації владних функцій усіма, хто наділений відповідними повноваженнями. Менеджмент інтелектуального капіталу пов'язаний, насамперед, зі здатністю науково обгрунтовано розподілити владні повноваження і, відповідно, грамотно розпорядитися цими повноваженнями.

Література

1. Кулебякин А. А. Институты экономики знаний: проблема соответствия институциональной системы и потребностей развития. *Социальные и гуманитарные знания*. 2016. № 1. Т. 2. С. 20-26.
2. Сыроваткина Т. Н. Факторы институционального развития экономики, основанной на знаниях. *Вестник ОГУ*. 2014. № 4 (165). С. 221-225.

Хаустович Н.А.

к.э.н., доцент

Белорусский государственный экономический университет (Беларусь),

Черкас Е.А.

магистрант

Санкт-Петербургский государственный экономический университет (Россия)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Что бы ответить на вопрос: действительно ли новый технологический уклад связан с нанотехнологиями и биотехнологиями, в своих предыдущих исследованиях, используя методологию контент-анализа при помощи онлайн-сервисов Google Books Ngram Viewer и Google Trends, нами была проанализирована частота использования терминов, отражающих шестой технологический уклад. В него входят: нанотехнологии, клеточные технологии, методы геной инженерии, системы искусственного интеллекта, глобальные информационные сети и др.

Исследования показали, что: во-первых, данные представленные сервисом Google Trends очень точно отражаются интересы людей к какому-либо явлению в реальном режиме времени; во-вторых, можно сказать, что сейчас нет некой доминирующей технологии, которую можно однозначно назвать ядром шестого технологического уклада. Вполне возможно, что био- и нанотехнологии преобразуют наш мир в будущем, но на сегодня интерес к ним не увеличивается, в сравнении с другими новыми технологическими трендами – Интернетом вещей и Индустрией 4.0 [1].

В условиях неопределенности крупных технологических изменений и при высокой насыщенности новых рынков на передний план выходят улучшающие инновации, что открывает такие возможности для малого и среднего бизнеса, которые связаны с индивидуализацией запросов потребителей и отсутствием у крупного бизнеса желания действовать в мелких рыночных нишах.

С другой стороны, инновационные малые и средние предприятия наилучшим образом подходят для тестирования перспективных технологических направлений методом проб и ошибок, поскольку их неудачи не вызовут столь плачевных для экономики последствий, как провалы крупных компаний.

Кроме того, данный сектор экономики является достаточно мобильным и может сгладить негативные процессы в сфере занятости населения, обеспечить социальную адаптацию высвобождающихся с крупных предприятий работников, а также сформировать новые рыночные ниши и точки экономического роста. Поэтому поддержка малого и среднего бизнеса может оказаться важной составляющей государственной промышленной политики в период неопределенности технологического развития.

Действия, предпринимаемые государством по развитию малого и среднего бизнеса на ближайшие годы, направлены на улучшение деловой среды, содействие вхождению Беларуси в число стран с наиболее благоприятными условиями для ведения бизнеса.

Так, в последние годы белорусские власти приняли ряд документов, которые нацелены на решение острых проблем белорусской экономики, раскрепощение предпринимательства и создание условий для долгосрочного экономического роста:

- Государственная программа «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2016-2020 годы;
- Декрет № 7 "О развитии предпринимательства" [2];
- Стратегия развития малого и среднего предпринимательства "Беларусь – страна успешного предпринимательства" на период до 2030 года [3].

В результате реализации стратегии при согласованных действиях госорганов и бизнеса долю субъектов малого и среднего предпринимательства в общем объеме валовой добавленной стоимости планируется довести к 2030 г. до 50 %.

В инновационной экономике сфера бизнеса в Республике Беларусь представляет собой перспективно развивающийся сектор экономики, постепенно увеличивающий свой вклад в обеспечение общего экономического роста. Это во многом содействует формированию конкурентной среды, а также значительно расширяет спектр предоставляемых населению услуг, что в целом придает дополнительную стабильность экономике Беларуси в условиях глобальной инновационной неопределенности.

Литература

1. Быков А. А., Хаустович Н. А., Сыс Е. А. Влияние технологических и организационных инноваций на экономический рост: описание на основе контент-анализа. *Экономическое возрождение России*. 2019. № 1(59). С. 99-118.

2. Дмитрий Матусевич. В Беларуси переформируют систему поддержки малого и среднего предпринимательства. URL: <https://www.belta.by/economics/view/v-belarusi-pereformatirujut-sistemupodderzhki-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-322146-2018/>

3. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства "Беларусь – страна успешного предпринимательства" на период до 2030 года. URL: <http://pravo.by/novosti/novosti-pravoby/2018/october/30884/?fbclid=IwAR06QxicUQUjwHs-wTTL93M2OnZZyA8xK92CimvdkqgLvvogdkvBjtQ2Qu4>

Черненко С.М.
к.е.н., старший науковий співробітник
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО СПРЯМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

В умовах складної соціально-економічної ситуації та суперечливого перебігу суспільно-політичних процесів в Україні особливої актуальності набувають питання пошуку нових засобів, здатних забезпечити вихід із кризового стану та сприяти досягненню суспільного прогресу. Соціальні інновації мають стати відправною точкою для оновлення нашого суспільства. Сьогоднішні проблеми України полягають не лише у короткострокових руйнівних ефектах військових подій на Сході, а й у більш глибоких зрушеннях, викликаних За рівнем інноваційності Україна знаходиться, згідно рейтингу у Європейському інноваційному табло, в останній групі країн, що наздоганяють. Зрозуміло, що для досягнення практичних позитивних зрушень в цьому напрямку необхідно, перш за все, проведення відповідної державної економічної політики, інвестиційного та інституційного забезпечення інноваційної активності на всіх рівнях господарювання.

Слід зазначити, що дослідження ролі інновацій в економічному і соціальному житті значно активізувалися останніми роками, особливо серед соціальних дослідників. Якщо раніше у вивченні інноваційної проблематики домінували інженерно-технологічні й економічні підходи, то з початку 80-х років і особливо з середини 90-х років ХХ ст. акценти зміщуються у бік соціальних чинників і наслідків інноваційної діяльності, у формат міждисциплінарних досліджень. Для дослідження інноваційної проблематики створені спеціальні наукові центри. Серед головних напрямів вивчення інноваційних проблем за кордоном слід назвати такі: інновації і підприємництво, інновації як засіб економічного розвитку, перехід від індустріальної революції до інформаційної, національні та регіональні системи інновацій, економіка промислових інновацій, джерела інновацій, моделі інновацій, дифузія інновацій, соціальні інновації. Чимало наукових публікацій присвячено аналізу взаємозв'язку навчання та інновацій, креативності та інновацій, інновацій і нерівностей, інновацій і добробуту, інновацій і безробіття тощо.

Головними напрямками численних досліджень інновацій є наступні: інноваційна діяльність, інноваційні цикли в економіці, інноваційний розвиток і конкурентоспроможність, інноваційна економіка, інноваційне підприємництво, інноваційний менеджмент і менеджмент інновацій, розвиток національних інноваційних систем, інноваційної інфраструктури, маркетинг інноваційного процесу, управління інноваціями на підприємстві, фінансування інновацій, показники інноваційного розвитку в економіці знань, статистичний аналіз інноваційного потенціалу, наука в інноваційній системі, роль держави і приватного бізнесу у формуванні національної інноваційної системи тощо.

Ознайомлення з існуючою науковою літературою з інноваційної проблематики підтвердило тезу про необхідність подолання надмірного акценту на техніко-технологічному й економічному аспектах дослідження інновацій (не применшуючи їх значущості) і зосередженні на аналізі інноваційного розвитку з позицій більш широкого соціального підходу. Сама інновація має розглядатися як складний соціальний, соціокультурний феномен, для виникнення і реалізації якого потрібне відповідне соціальне, соціокультурне середовище. У суспільстві має бути потреба в інноваціях, зацікавленість в їх генеруванні й реалізації. Мають бути сформовані відповідні цінності, розроблені і прийняті норми й закони, що регулюють життєвий цикл інновацій (інститути стимулювання, захисту інновацій тощо), створений відповідний інноваційний клімат. Тобто для реалізації інноваційного розвитку необхідно його соціокультурне й інституційне забезпечення.

На сьогоднішній день в українському суспільстві наявне протиріччя між задекларованим курсом на розвиток інноваційної економіки, об'єктивною потребою у здійсненні такого розвитку і реальною ситуацією інноваційного дефолту. Наукова проблема дослідження віддзеркалює цю реальну проблемну ситуацію в економічній сфері і полягає, по-перше, у розв'язанні суперечності між накопиченою в економічній і соціологічній науках аналітикою інновацій, інноваційного розвитку, соціальних аспектів економічного розвитку і потребою системної концептуалізації інноваційного економічного розвитку, а, по-друге, у пошуку дієвих шляхів забезпечення інноваційного економічного розвитку за рахунок підвищення ролі і максимальної реалізації соціального потенціалу. Але оцінка дій держави в сфері інноваційного розвитку економіки, за даними моніторингових та експертних опитувань, свідчить про те, що вона не виявляє зацікавленості у збереженні та розвитку освітнього потенціалу. Нездатність держави до забезпечення якісною освітою своїх громадян та належного рівня наукових досягнень, як правило, практично завжди консервує її економічний і соціальний розвиток в межах вже досягнутого, а й часто відкидає на десятиліття назад.

Дані міжнародних досліджень також засвідчують, на жаль, низький рівень інноваційності вітчизняної економіки і фіксують негативний тренд у її розвитку. Так, індекс глобальної конкурентоспроможності України, за даними сайту ВЕФ [1], коливався у 2007-2017 рр. від 3,98 балів у 2007 р. до 4,11 балів у 2017 р. (за 7-бальною шкалою), поступаючись не тільки економічно розвиненим країнам, а й країнам колишнього соцтабору. Причому за останні роки спостерігаються значна зміна більшості показників блоку «інновації» та «технологічної готовності». Оцінка здатності здійснювати інноваційну діяльність зросла з 3,8 балів у 2008 р. до 4,3 балів у 2017 р., а наявність новітніх технологій в країні знизилась – з 4,8 балів у 2013 р. до 4,1 балів у 2017 р.

Література

1. The Global Competitiveness Report 2017-2018. URL: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index-2017-2018/>

Чухраєва Н.М.

к.е.н., доцент

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
(Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Глобалізація бізнесу нерозривно пов'язана з появою нових можливостей для його модернізації, а саме використання роботизації і цифровізації в різних сферах галузі. На даному етапі сучасної економіки, яка характеризується високими темпами розвитку науково-технічних областей, визначальну роль відіграє інноваційна діяльність підприємств, яка відповідає активної зовнішньої і внутрішньої політики держави.

В умовах гострої конкурентної боротьби пошук нових рішень, впровадження їх в технологію і організацію виробництва з метою підвищення якості товару і оптимізації витрат – стає основним завданням підприємств в області інноваційної діяльності. Відзначимо, що досягнення в інноваційній діяльності однієї компанії безпосередньо чи опосередковано впливають і на всю галузь, в якій задіяне підприємство.

За багатьма соціально-економічними показниками інноваційна діяльність вітчизняних підприємств поступається зарубіжній практиці, в першу чергу це обумовлено необхідністю вкладення значних обсягів інвестицій, які мають високі ризики [1].

Для здійснення інноваційної діяльності підприємству необхідно проаналізувати економічні показники і визначити свій інноваційний потенціал, на основі якого, буде формуватися фінансова стратегія забезпечення інвестиційної діяльності компанії. Звідси зрозуміло, що інноваційна діяльність підприємства не можлива без його інвестиційної діяльності. Результати такого аналізу допоможуть оцінити підприємству економічний ефект від ведення інноваційної діяльності, врахувати можливі доходи і економію. Отримані дані формують інвестиційну привабливість проекту, яка повинна мотивувати інвесторів і надавати можливість залучати інвестиції.

Актуальні джерела фінансування інноваційної діяльності національних підприємств включають такі основні форми інвестування як: власні кошти, державна підтримка, приватні та іноземні інвестори [2]. Перше джерело фінансування (власні кошти) передбачає використання власних фондів – фонду амортизаційних відрахувань і інших фондів спеціального призначення, які формуються за рахунок амортизаційних відрахувань і прибутку [3]. Для прискорення процесу припливу нових інвестицій і збільшення їх обсягу організація може залучити ресурси, використовуючи різні варіанти фінансування – випуск цінних паперів, спільне ведення інноваційної діяльності, оптимізація витрат і економія коштів за рахунок лізингу тощо.

Приватні і іноземні інвестиції представлені такими формами фінансування інноваційної діяльності як венчурне фінансування, фінансування

інвестиційними організаціями і бізнес-ангелами. Венчурні фонди і компанії спеціалізуються на допомозі підприємствам, які знаходяться на різних етапах процесу комерційної реалізації інновацій. Особливістю венчурного фінансування є те, що результати інноваційної діяльності підприємства не можуть дати гарантії успіху і, отже, пов'язані з високими ризиками втрат [4]. Інвестиційні фонди і компанії є концентрацією різних інвесторів, бажаючих прибутково вкласти свої кошти і орієнтованих на інвестиційну діяльність. Бізнес-ангельське фінансування – внесок приватного інвестора в інноваційне підприємство на поворотній основі з часткою в капіталі організації, а також надання допомоги в становленні компанії на ринку, просування підприємства за рахунок свого авторитету тощо.

Особливу увагу сьогодні привертає розвиток фондового ринку в мережі. Цифрові та електронні рішення являють собою платформи для прямої взаємодії інвестора і підприємства. Такі платформи дозволяють економити на транзакційних і комісійних операціях [5] і залучати приватного інвестора без прив'язки до територіального розташування. Однак, через конфлікт централізованих усталених систем і зручних нових децентралізованих рішень, недоліком такого способу інвестування є недостатній рівень правового та юридичного регулювання процесів.

Огляд джерел коштів фінансування інноваційної діяльності, як одного із способів підтримки конкурентоспроможності підприємств і виходу їх на світові ринки показав, що в сучасних умовах українські компанії стикаються з низкою проблем, які не дозволяють ефективно і в повному обсязі здійснювати розробку і реалізацію інноваційних проектів.

Література

1. Яковлев А. І. Аналіз стану інноваційної діяльності в Україні та шляхи його поліпшення. URL: <http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/27493/1/P.98-99.pdf>
2. Колодяжна І. В., Борблік К. Е. Джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств України. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С.448-453.
3. Манаєнко І. М., Кравець А. І. Фінансування інноваційної діяльності підприємств: українські реалії та досвід ЄС. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 15. С.109-115.
4. Притуляк Н. М. Венчурне фінансування інноваційної діяльності (теоретичний аспект). *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 2. 5 с. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2013/5.pdf
5. Иванов С. В., Вишнеvский А. С. Электронные платформы как инструмент модернизации экономики Украины. *Вісник економічної науки України*. 2017. № 1 (32). С. 47-53.

КРАУДІНВЕСТИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНЕ ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ ПІДПРИЄМСТВ

Існуюча фінансова система та її інститути орієнтовані більш на фінансування стабільних інвестиційних проєктів. Проєкти Індустрії 4.0 не завжди підходять під стандарти традиційних фінансових інститутів та фінансово-економічних відносин. В умовах цифрової трансформації фінансових відносин українським підприємствам необхідно навчитися застосовувати і використовувати механізми задіяння не тільки традиційних, але й альтернативних джерел фінансування.

Альтернативні джерела фінансування – це джерела, що не задіяні в економіці. Інструментами, що дозволяють отримати доступ до альтернативних джерел фінансування є інструменти крауд-фінансування (краудлендинг та краудінвестинг), які засновані на функціонуванні інтернет-платформ, та із використанням яких реципієнти (фізичні або юридичні особи) можуть залучати інвестиційні ресурси.

Краудлендинг – це спосіб колективного фінансування юридичних і фізичних осіб через крауд-платформи, при якому інтерес особи, яка надає свої кошти, полягає в отриманні відсотка на суму наданих коштів. Фактично – це позика для підприємства, альтернатива банківському кредитуванню та іншим борговим фінансовим інструментам, при яких виникають такі ж ризики і бар'єри, а для потенційного інвестора – ще й ризик неповернення коштів.

А краудінвестинг – це пайове фінансування через крауд-платформи, при якому мікроінвестори вкладають кошти у інвестиційні проєкти в обмін на частку у бізнесі (майбутніх грошових потоках компанії або окремого бізнес-проєкту компанії та/або участі в управлінні). У світовій практиці краудінвестинг використовується для залучення фінансування у високотехнологічні стартапи, венчурні проєкти підприємствами, які не можуть дозволити собі боргове навантаження, тому що не мають стабільного грошового потоку. Розвиток краудінвестингу в Україні може частково вирішити низку проблем щодо розвитку економіки у цілому та залучення інвестицій в економіку України зокрема:

- підвищити інвестиційну активність приватних (непрофесійних) інвесторів – частково вивести кошти населення з депозитного ринку на ринок капіталів, залучити нові категорії інвесторів, які раніше не мали можливості брати участь в інвестиційному процесі.
- розширити можливості залучення інвестиційних ресурсів для стартапів та бізнесу, які не можуть собі дозволити боргового навантаження.
- підвищити гнучкість та швидкість акумуляції коштів, яке забезпечується шляхом скорочення кількості посередників, зниженням витрат

на проведення інвестиційних угод, прозорістю інформації на інвестиційному ринку.

- підняти підприємницьку активність в країні, оскільки відбір проектів на крауд-платформах менш бюрократизований та трудомісткий, ніж у традиційних джерел фінансування інвестицій (банківський кредит, державне фінансування).

- визначити балансований попит та пропозицію між запитом на створення інвестиційних об'єктів та установкою держави на підтримку таких ініціатив, визначити зацікавленість населення в розвитку тих або інших інфраструктурних об'єктів.

- сприяти появі нових і збереженню існуючих підприємств малого і середнього бізнесу, що призведе до утворення нових робочих місць.

- знизити рівень тіншового сектору, корупції та тенденцій «освоєння» інвестиційних коштів для своїх цілей під прикриттям здійснення інвестиційних проектів.

У цілому використання альтернативних джерел фінансування (крауд-фінансування) дозволить підприємствам залучити інвестиції від широкого кола непрофесіональних інвесторів. Розвиток ринку альтернативного фінансування також частково дозволить вирішити державні завдання, що закріплені у національних програмах розвитку економіки, а саме:

- налагодження системних дій та програм, які покращуватимуть загальну готовність промисловості до Індустрії 4.0 за показниками, де Україна має на сьогодні останні позиції у світі (захист прав власності; верховенство права; доступ до фінансових ресурсів; інституційна спроможність держави) – згідно із Головними стратегічними ініціативами та напрямками розвитку Індустрії 4.0;

- створення нових можливостей для інвестиційної діяльності, нових робочих місць, поштовху для розвитку вітчизняної ІТ-індустрії; підвищення доступу до капіталу для створення нових інноваційних виробництв – згідно з принципами цифровізації Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр.;

- забезпечення розвитку ринку FinTech, у тому числі створення «регулятивних пісочниць» для стимулювання розвитку FinTech компаній; забезпечення розвитку краудфандингу та створення законодавчого регулювання його діяльності – згідно із оновленою у 2018 р. Комплексною програмою розвитку фінансового сектору України до 2020 р.

Література

1. Стратегія розвитку «Індустрія 4.0» в Україні (проект). URL: <https://industry4-0-ukraine.com.ua/2019/01/02/ukrainska-strategiya-industrii-4-0-7-napriankiv-rozvutku/>.

2. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#n13>.

3. Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiini-povidomlennia/27244.html>.

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕРНОВИХ Ф'ЮЧЕРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ

Сільське господарство має свої специфічні особливості. Серед основних – сезонність виробництва, що створює багато проблем під час планування виробництва. Періоди збирання урожаю чи отримання продукції в галузі тваринництва, зазвичай, відбуваються сезонно, що призводить до волатильності цін у широкому діапазоні. У цій ситуації виробники, споживачі та переробні підприємства не захищені від негативного для кожного цінового коливання.

Виникає необхідність у появі нового інструменту, який би міг зафіксувати обов'язки учасників ринку в майбутньому. Це дало змогу краще планувати свою діяльність. Такими інструментами стали деривативи, в тому числі ф'ючерсні контракти [2].

На глобальних ринках аграрні ф'ючерси займають приблизно 9 % загальної біржової торгівлі ф'ючерсами. Протягом 2016-2018 рр. цей ринок швидко зростав. Зростання обсягу торгівлі угод з аграрними ф'ючерсами та опціонами становило 57 %! Це один з найбільш динамічних ринків, у тому числі і через те, що у світі зростає попит на продукцію аграрного сектору [5].

Ціна ф'ючерсного контракту формується безпосередньо на біржі залежно від співвідношення попиту та пропозиції. Ціна контракту – це сума грошей, що покупець (продавець) контракту зобов'язується заплатити (прийняти) під час купівлі (поставки) за встановлену кількість обговореного товару в момент закінчення строку контракту.

Найбільш правильним визначенням ф'ючерсного контракту є стандартизована угода на купівлю або продаж конкретного активу, яка буде виконуватися за ціною в ході відкритих біржових торгів. У принципі стандартизація є особливою відмінністю ф'ючерсних контрактів від інших. Водночас ціна у ф'ючерсному контракті фіксується, але виконується він за майбутньою ціною.

Купівля ф'ючерсного контракту не має на увазі передоплату всієї суми грошей, рівній ціні товару в кількості, певній контрактом. Необхідною вимогою є гарантійний депозит – так звана первісна маржа, величина якої змінюється залежно від ф'ючерсного продукту. У біржовій практиці маржа коливається від 2 до 10% від вартості кількості товару, обумовленої в контракті [2].

Маржа виконує функцію застави, що частково втримується під час повернення у випадку несприятливої динаміки ринку. Існує також варіаційна (підтримуюча) маржа.

Первинна маржа завжди більше варіаційної маржі, що необхідна для підтримки відкритої позиції. Якщо на станомому рахунку не вистачає засобів для підтримки варіаційної маржі, виникає маржинальна вимога про поповнення

маржинального рахунка. У цьому випадку, якщо протягом наступного робочого дня рахунок не поповнюється, брокер автоматично закриває позицію за поточною ринковою ціною.

На Українській біржі відкрита торгівля ф'ючерсними контрактами на зернові культури розпочалася в 2017 р. Особливість Поставна ф'ючерсу в тому, що в ході виконання контракту передбачається поставка зерна покупцеві, при цьому відбувається реальна зміна власника аграрної продукції.

У світовій практиці пшениця і кукурудза є біржовими товарами. Оскільки біржі були і залишаються одними з найбільш ефективних торгових майданчиків, продаж продукції через біржу дозволяє аграрним компаніям отримувати більш вигідну ціну на свій товар. Ф'ючерсні контракти користуються попитом у світі серед агровиробників, які з їх допомогою страхуються від цінових коливань або від негативних трендів на ринку аграрної продукції [3]. Ф'ючерс потрібен бізнесу і ринку, він створює нові можливості для виробників та фінансових посередників. Головна перевага – можливість хеджувати цінові ризики сільгоспвиробникам. Для успішності проекту потрібно міняти законодавство і створити регульований ринок з прозорим ціноутворенням.

Для зберігання зерна, яке є предметом біржових контрактів, будуть використовуватися елеватори Держрезерву, з яким Українська біржа підписала угоду про співпрацю. Очікується, що участь у проекті дозволить збільшити завантаження елеваторів і прибутковість хлібоприймальних підприємств [1].

Після того, як буде налагоджений механізм торгівлі ф'ючерсами на пшеницю, на біржі планують запуснути торгівлю контрактами на кукурудзу.

Як очікується, старт торгівлі ф'ючерсами на агропродукцію сприятиме більш ефективному та справедливому ціноутворенню на ринку сільгосппродукції і знизить ризики монополізації ринку зернових в окремих областях. Більше можливостей з'явиться і у дрібних сільгоспвиробників, наприклад, фермерських господарств, які мають власними елеваторами [4].

Оскільки цінові коливання, наприклад зниження цін на зернові, можуть привести до падіння прибутку або збитків, компанії на ринку сільськогосподарської продукції для управління ціновими ризиками використовують схеми хеджування.

Література

1. Agricultural Market Information System. URL: <http://www.amis-outlook.org>.
2. Журнал сучасного агропромисловця «Зерно». URL: <https://www.zerno-ua.com/journal/2019/aprel-2019-god>
3. Солодкий М. О. Біржовий ринок: навч. посіб. К.: Аграрна освіта, 2017. 565 с.
4. Сохацька О. М. Біржова справа: підручник. Т.: Карт-бланш, 2016. 602 с.
5. Стасіневич С. А. Ф'ючерсний контракт як інструмент цінового захисту сільськогосподарського виробника. *Економіка АПК*. 2018. № 3. С. 54-58.

Шкригун В.Л.

к.е.н.,

Хазанова Н.М.

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ (Україна),

Шкригун Ю.О.

ПП «Автомолл» (Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Єдиним можливим напрямом успішного розвитку країни є перехід економіки від сировинної до інноваційної.

Такий перехід здійснили більшість країн світу і кожний етап розвитку суспільства визначав певні умови переходу.

На сьогодні це перехід від індустріальної економіки до інформаційної.

Цей період передбачає певні напрями розвитку економічних процесів у світі та є об'єктивною потребою щодо створення умов забезпечення інноваційного розвитку.

Вони є такими:

- 1) перехід до «сітьової» структури економіки;
- 2) затребуваність проривних стартапів;
- 3) лібералізація економіки.

Теоретичними засадами формування таких систем має бути відповідність поняттям «система» та «інновація».

Для забезпечення інноваційного розвитку економіки будь-яка новація має проходити стадії комерціалізації й практичного застосування на відповідному рівні та як система плоть вхідних та вихідних параметрів, що трансформуються всередині, перетворюючись з новації в інновацію.

Ураховуючи зміни в економіці у сітьовому напрямі, поширення використання горизонтальних зв'язків і характеристики кінцевого продукту, інноваційні системи трансформувалися в інноваційні екосистеми.

Залежно від вирішуваних завдань екосистеми можуть бути такими: світові, національні, регіональні, локальні та навіть індивідуальні.

Світові інноваційні екосистеми покликані здійснювати глобальні проекти інноваційних проривів у передових сферах знань.

Національні екосистеми об'єднують учасників інноваційних проектів у фундаментальних сферах знань щодо визначення національних стратегічних пріоритетів.

Регіональні інноваційні екосистеми є найбільш ефективними, тому що попит та пропозиції інновацій є взаємообумовленими.

Локальні інноваційні екосистеми створюються спеціально для розробки та освоєння виробництва високотехнологічної продукції.

Не дивлячись на процеси глобалізації, які захлеснули світову економіку, відтепер інноваційна діяльність більшою мірою концентрується на

регіональному та навіть локальному рівнях. Цей процес має бути поширеним, бо він відповідає загальному напрямку економічної еволюції.

Формування інноваційної екосистеми це забезпечення умов створення і комерціалізації інновацій.

Саме інноваційна екосистема є взаємопов'язаною системою організацій, інститутів різної форми власності, яка забезпечує створення інноваційного продукту, що ґрунтується на нелінійних, природних зв'язках між незалежними учасниками.

Інноваційний розвиток регіону здебільшого залежить від загального розвитку регіону, наповнюваності міського бюджету, які у свою чергу залежать від наявності та ефективності функціонування промислових агломерацій, паливно-енергетичного потенціалу.

Зараз енергетична галузь має бути удосконаленою згідно зі світовими тенденціями інноваційного розвитку та має бути саморегулюючою системою забезпечення енергетичної безпеки завдяки оптимізації виробництва та споживання енергетичних ресурсів у відповідності з природними, економічними та соціальними умовами регіону.

Такими тенденціями є: диверсифікація енергосистем, розвиток «зеленої» енергетики, екологічна безпека, створення інституційної сфери для розвитку енергетики регіону. Ці тенденції є напрямами розвитку інноваційних процесів всіх рівнів від національного до регіонального (локального).

Таким чином умовами розвитку екосистеми будь-якого типу є створення саморегулюючих інноваційних систем, які забезпечують стабільний і довгостроковий економічний розвиток виробничої і соціальної сфери регіону за рахунок:

формування інституційного середовища щодо розвитку новації та перетворення її в інновації;

поширеної участі держави у просуванні інноваційних напрямів економічного розвитку;

поширеної участі міських органів самоврядування у забезпеченні балансу впливу економічних чинників, що формують ту або іншу структуру економіки регіону;

популяризації позитивного іміджу інноваційних об'єктів економіки регіонів.

Література

1. Что такое инновационная экосистема? – URL: <http://crowdsynergy.wikidot.com/cto-takoe-innovacionnaa-eko-sistema>
2. Глобальный отчет о экосистеме запуска 2018. – URL: <https://www.bntimes.com/en/technology/global-startup-ecosystem-report-2018>
3. Глобальный рейтинг стартап-экосистем 2015. – URL: <https://inventure.com.ua/analytics/investments/globalnyj-rejting-startap-ekosistem-2015>

INVESTMENT POTENTIAL AS THE BASIS OF INVESTMENT ACTIVITY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

Mechanical engineering plays one of the main roles in the socio-economic development of Ukraine and is the basis of the entire industry. It represents the technical base of the national economy, since without the development of the machine-building industry it is impossible to switch to the production of high-tech products. In today's business environment, investments play a crucial role in ensuring the development of every machine-building entity. The domestic enterprises of this sector of industry have a number of problems: obsolescence and heavy depreciation of fixed assets, lack of innovative developments, deep specialization, low level of remuneration, insufficient demand for products in the domestic market. Businesses cannot solve them and ensure economic recovery without attracting significant investment resources and, accordingly, intensifying the investment process. In this context, a deep study of certain investment categories is needed, both in the theoretical plane and for practical purposes.

Due to the lack of research into the categories «investment activity» and «investment potential», there is no generally accepted interpretation of these concepts; however, in our opinion, the investment activity of an enterprise is the intensity of attracting investment, which is determined by the investment potential, taking into account the level of investment risks. Accordingly, investment potential is a set of investment resources, conditions and opportunities for their effective investment and ensuring the material, financial and other needs of the enterprise.

The essence of the investment potential lies in the fact that it reflects not only the aggregate ability of economic entities to invest investment resources, but also the ability of the enterprise to develop investment resources. The lack of such opportunities leaves the investment capital unused and the company that owns them does not receive development. Conversely, an enterprise that has the capacity to invest and develop investment capital also realizes its own capabilities and ensures its stable active development [3].

Investment potential is influenced by a number of factors that can be divided into internal (depending on the organization and management of the enterprise) and external. They create the preconditions and opportunities for investment. The factors of internal influence include:

- financial and economic state of the enterprise, its size;
- product competitiveness
- depreciation policy;
- innovative orientation;
- managerial stability within the enterprise;
- availability of highly qualified staff and competence of management.

External factors:

- geographical location of the country and availability of natural resources;
- economic situation in the country;
- level of corruption;
- the level of political and financial stability;
- tax policy;
- human resources, level of infrastructure development;
- availability of markets.

Development of investment potential implies increase of investment activity and expansion of investment activity of machine-building enterprise. Effective development of investment potential involves the following basic principles [2]:

- considering the enterprise as an open system;
- taking into account basic strategies of the operating activity of the enterprise;
- use of strategic approach to management;
- display of investment advantages over competitive ones;
- use of technological progress in investment activities;
- the availability of alternative strategic investment choices.

Within the structure of investment potential of a machine-building enterprise, there are a number of positions that allow to evaluate this indicator, namely [1]:

- the investment attractiveness of an entity for potential investors;
- availability of investment proposals pertaining to a specific investment project;
- constant increase in the market value of the enterprise.

References

1. Dresvyannikov D. (2016). Formuvannia investytsiinoho potentsialu pidprijemstva [Formation of the investment potential of the enterprise]. Retrieved from: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/12456/2.pdf?sequence=1>
2. Lytiuha Yu.V. (2010). Rozvytok investytsiinoho potentsialu pidprijemstva [Development of the investment potential of the enterprise]. Retrieved from: <ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/20328/1/72-354-358.pdf>
3. Shvakov, Ye.Ye. (2016). Investytsiinyi potentsial promyslovoho pidprijemstva, yoho otsinka, formuvannia ta rozvytok [Investment potential of an industrial enterprise, its evaluation, formation and development]. Fynansy y kredyt - Finance and credit, 3(2016), 54-64

Піддубна В.Г.
аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІННОВАЦІЙНОГО ЦИКЛУ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ

Інноваційний цикл це процес просування нової концепції в напрямку її реалізації в суспільстві з метою створення цінності.

Серед останніх публікацій з аналізу розвитку інноваційної діяльності банків можна назвати роботу Л.В. Кузнецової, де надано поєднання управління ризиками і інноваціями [1]. Управління інноваційним ризиком це робота, що вимагає зосередження на джерелах невизначеності, які погрожують життєздатності проекту, та пошуку найшвидшого способу виявлення чинників ризику. Велика частина дослідників на сьогодні використовує теорії, які значною мірою ігнорують перешкоди і навички, необхідні для маневрування інноваційного процесу. Цей складний процес спонукає до переосмислення умов розвитку інновацій, бо вони не можуть бути зведені до послідовності стадій або фаз від концепції до реалізації, які використовуються для управління інноваційним циклом.

Потенційний ризик полягає в тому, що інноваційний цикл містить дії, що розходяться і сходяться, а з часом можуть повторюватися. На початковій стадії, це прагнення з невизначеною ймовірністю успіху. Спершу цикл складається з визнання можливостей, вибору рішень, експериментування на ринку. На кожній зі стадій маркетологи визначають ринкову можливість, знаходять рішення у рамках набору обмежень, створюють тест для оцінки попиту, прогнозу виходу на ринок. Цей процес також допомагає визначити, з якого сегменту ринку будуть найбільш зацікавлені клієнти, якими будуть внутрішні зацікавлені сторони. Цей етап включає створення уявлень про те як можуть виглядати первинні життєздатні продукти.

Враховуючи пов'язані з даним етапом циклу ризику, виникає вимога високої норми прибутку. Для банків, що мають обмежені грошові ресурси, вартість інвестицій в дослідження і розробки може бути не прийнятною. Після того, як робота починає розвиватися в напрямі зближення ідей, цей процес переходить до циклу розбіжності, спроби диверсифікації ризику, вивчення нових напрямів, зміни цілей, побудови нових стосунків. Помилки і нестача ресурсів виникають, коли одночасно переслідуються ці різні шляхи. Вони вводять в цикл розбіжності цього напрямку і в необхідність досягнення нового консенсусу по цілях. Цикл може знову розходитися з подальшим дослідженням вибраного напрямку, при умові виділення додаткових ресурсів.

Інноваційний шлях закінчується поведінкою впровадження інновацій, що сходиться; або поведінкою припинення, що розходиться, коли закінчуються ресурси; або коли в керівництві банку переважає опозиція, що вимагає припинити зусилля із розвитку даної інновації. У міру просування

інноваційного проекту по його індивідуальному циклу формується краще розуміння ідей. Тому можна доповнити інформаційну систему управління ризиками новою категорією, яка є нежиттєздатною або нездійсненою. Це ставить під сумнів те, що маркетингове управління банку може повністю контролювати інноваційний процес, і що вона несе відповідальність за успіх інновацій. Результати показують, що менеджери повинні нести відповідальність за збільшення шансів на успіх, розвиваючи і відпрацьовуючи навички навчання, лідерства, спілкування і просування шляхом інновацій.

Оцінку зрілості продуктів упродовж усього життєвого циклу, починаючи з проектування і до зняття їх з продажів і утилізації було проведено на прикладі банків "Приватбанк", "Ощадбанк", "Південний", "МТБ Банк" і "Банк Восток". В зазначених банках насиченої стадії досяг продукт – депозитні сертифікати. Тільки "МТБ Банк" пропонує депозитні сертифікати в гривні, "Банк Восток" і "Приватбанк" – в доларах і євро. По доларових сертифікатах, "Південний" і "МТБ Банк" пропонують доходність 3,5 %, "Приватбанк" – 3,0 %. "Ощадбанк" і "Банк Восток" відмовилися від цього продукту.

Оцінка зрілості продуктів потрібна для розробки маркетингової стратегії, забезпечення конкурентоспроможності і фінансового розвитку банку, вдосконалення технологій і бізнес-процесів, розробки комунікаційної, цінової політики і продуктового ряду, пошуку на кожній стадії життєвого циклу оптимального співвідношення елементів банківського маркетингу, що відповідає конкретній ситуації на ринку.

Спочатку треба створити стрес – сценарій, спрямований на пом'якшення ризиків, перерахувати усі питання, які мають вирішальне значення для життєздатності первинної ідеї. Потім необхідно скласти список питань в ієрархії з найбільш ризикованими у верхній частині списку.

Значний ризик для команди інноваційного проекту несе будь-яке питання, яке піднімається в середовищі з недостатніми знаннями. Недолік професійного досвіду може привести до помилкової концепції або неоптимального планування проекту і стратегічної орієнтації. Виклик аутсорсерів, або компетентного фахівця – це найшвидший і безпечніший підхід. Впровадження спеціалізованого зовнішнього досвіду в проект повинне статися якомога раніше, в ідеалі, поки проект ще знаходиться на ранній стадії оцінки. Це створює ключове підвищення ефективності інноваційного циклу.

Література

1. Кузнєцова Л. В. Проблеми активізації процесів розвитку банківських інновацій в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2015. № 4. С. 9-13.

3. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Баранник Л.Б.

д.е.н., професор

Університет митної справи та фінансів (Україна)

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОДАТКОВИХ НОВАЦІЙ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Підприємства, корпорації, фірми вибудовують свою стратегію розвитку виходячи, насамперед, із того, скільки та які податки сплачують. Сучасна світова податкова політика оперує не лише податками як такими, в її арсеналі є й податкові канікули, податкові пільги та деякі інші, які дозволяють зменшувати податкове навантаження й тим самим перерозподіляти кошти на інші цілі. По суті всі вони є пільгами для виробника. Як насправді працюють такі корпоративні стимули, як податкові пільги?

За кордоном для інвесторів, які можуть внести не менше 100 тис. дол. в кваліфікаційний стартап, поширена схема податкового вирахування для інвесторів-ангелів (AITD). Затверджений інвестор-ангел може отримати податкове вирахування в розмірі 50 % від його інвестицій в кінці дворічного періоду володіння. Інвестор Angel може подати заявку на цю податкову пільгу при інвестуванні в підходящі стартапи та місцеві компанії. Це стимулююча схема, яка спонукає людей вкладати кошти в початкові компанії і допомагає компаніям розвиватися завдяки своєму досвіду управління/бізнес-мереж тощо [1].

Наразі в практиці оподаткування деяких країн світу використовується схема вирахування подвійного оподаткування компаній для інтернаціоналізації (Double Tax Deduction for Internationalisation (DTD_i)). Вона спрямована на заохочення компаній і фірм до розширення бізнесу за кордоном. Це дозволяє суб'єктам господарювання вираховувати з оподаткованого доходу удвічі більше, ніж на витрати, передбачені на кваліфікаційні заходи. Наприклад, в Сінгапурі компанії, які планують розширюватися за кордоном, можуть скористатися схемою DTD із 200 % податковим відрахуванням на прийнятні витрати на розширення міжнародного ринку та діяльність з інвестиційного розвитку [2]. Це особливо вигідно для підприємств сфери туристичного бізнесу. Вони можуть звернутися до такого органу, як Enterprise Singapore або Сінгапурської ради з туризму, щоб вимагати вирахування подвійного податку на: кваліфікаційні витрати, пов'язані з експансією ринку та заходи з інвестиційного розвитку, що перевищують встановлені ліміти витрат; витрати на інші кваліфікаційні заходи (в кожному конкретному випадку).

Ліміт витрат становить 100 тис. дол. США на рік для кваліфікаційних витрат, понесених з 1 квітня 2012 р. до 2018 р. та 150 тис. дол. США на рік для тих, які понесені з 2019 по 31 березня 2020 р. [3].

З метою заохочення інтернаціоналізації, підприємства можуть вимагати автоматичного вирахування подвійного податку на кваліфіковані витрати, понесені з 1 квітня 2012 р. по 31 березня 2020 р., до певної ліміту витрат, якщо

вони відповідають кваліфікаційним умовам і без схвалення. Це передбачено Законом про податок на прибуток.

Щоб забезпечити більшу підтримку бізнесу, що розвивається за кордоном і створює робочі місця для сінгапурців, схема була додатково розширена в Бюджеті-2015 для включення кваліфікаційних витрат на оплату праці між 01.07.2015 р. та 31.03.2020 р. для співробітників із Сінгапуру й постійних резидентів, розміщених у зарубіжних установах затверджених фірм або компаній. Сума кваліфікаційних витрат на заробітну плату, яка має бути дозволена для вирахування подвійного податку за схемою, обмежена в розмірі 1 млн. дол. [3].

Корисними є деякі новації на рівні місцевих податків. У практиці оподаткування федеративних країн, зокрема США, деякі податки встановлюються «на місцях» і сплачуються на користь штатів (міст). Періодично, місцева влада переглядає ставки податків у бік їх зниження. Це стосується, насамперед, тих компаній, які в місцеві бюджети дають стільки грошей, що пільга по деяких податках, «перекривається» з лишком. Наприклад, 50000 високооплачуваних працівників Amazon не тільки платять прибутковий податок (плюс податок на майно для деяких), але й купують їжу, одяг та інші речі, підтримуючи прилеглі сервісні компанії, роблячи великий внесок у податки з продажів. Amazon сама платить багатьом невеликим компаніям-підрядникам, від прибиральників до виробників Інтернет-серверів, які самі сплачують податки і наймають своїх працівників, які також підтримують прилеглі компанії і платять свої податки. Все це базується на концепції «первинних роботодавців», які створюють робочі місця й приносять гроші в місцеву громаду ззовні, на відміну від «вторинних», які для виживання покладаються на місцеві гроші. Штаб-квартира цієї глобальної корпорації також відповідає вимогам, оскільки вона експортує управління компанією та імпортує гроші від усіх їх операцій по всьому світу. Отже, кожна «первинна» робота не тільки підтримує себе за рахунок податків, але підтримує «вторинні», завдяки наданню багатих клієнтів для місцевої (регіональної) економіки [4].

Література

1. Angel Investors Tax Deduction (AITD). URL: <https://www.smeportal.sg/content/smeportal/en/moneymatters/tax-incentives-and-credits/Angel-Investors-Tax-Deduction-AITD.html>
2. EnterprisesSingapore. URL: <https://www.enterprisesg.gov.sg/financial-assistance/tax-incentives/tax-incentives/double-tax-deduction-for-internationalisation>
3. Double Tax Deduction for Internationalisation Scheme. URL: <https://www.iras.gov.sg/irashome/Schemes/Businesses/Double-Tax-Deduction-for-Internationalisation-Scheme/#title2>
4. JeffersKristen. How corporate tax incentives work and why cities spend so much on them. URL: <https://www.strongtowns.org/journal/2018/6/27/how-corporate-tax-incentives-work-and-why-cities-spend-so-much-on-them>

Гавкалова Н.Л.
д.е.н., професор
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Україна),
Прохорова В.В.
д.е.н., професор
Українська інженерно-педагогічна академія (Україна)

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні тренди забезпечення ефективного менеджменту підприємства визначаються пануванням ризиків та загроз їх сталості, про що свідчать спадні тенденції розвитку на деяких промислових підприємствах. Все це впливає на стан загального менеджменту, який здебільшого залежить від ступеня реалізації низки аналітичних функцій. Складність завдання щодо реалізації таких функцій визначається тим, що промислове підприємство можна розглядати як комплексну систему в динаміці, стан якої описується впливом різноспрямованих чинників, що значно ускладнює прогнозування розвитку можливих сценаріїв. Таким чином виникає необхідність формування стратегії ефективного менеджменту на промислових підприємствах.

Теоретико-методичні аспекти формування стратегії ефективного менеджменту підприємства досліджуються у наукових працях відомих вчених: І. Ансофф [1], В. Веснин [2], Н. Гавкалова [3], І. Кобушко [4], Р. Фатхутдінов [5] та ін. Враховуючи фундаментальні та прикладні здобутки науковців, зосередимо увагу на наявності недостатнього науково-теоретичного обґрунтування процесу формування стратегії ефективного менеджменту підприємства з урахуванням впливу якості управління персоналом, зокрема управління витратами на персонал та можливих ризиків від інвестування. Тому, особливості управління витратами на персонал необхідно враховувати при розробці теоретико-методичного підходу щодо формування стратегії ефективного менеджменту підприємства.

Забезпечення ефективного менеджменту підприємства передбачає вирішення стратегічних завдань, серед яких особливе місце займає стратегічне планування і розробка відповідних стратегій. Стратегічне планування ми розглядаємо як умову ефективного менеджменту підприємства і тому інтерпретуємо як процес прогнозування ймовірного майбутнього, діяльність, що спрямована на побудову комплексної, системної моделі розвитку підприємства, що ґрунтується на забезпеченні його конкурентоспроможності та сталості. Зазначимо, що результатом стратегічного планування є перспективні цілі та стратегії, що знаходять своє відображення в перспективних планах і програмах розвитку підприємства.

Зосередимо також увагу на тому, що стратегічне планування на підприємстві, сприймається більшістю науковців та практиків як засіб подолання зростаючої нестабільності зовнішнього та внутрішнього

середовища, акумулюючи в собі такі сильні сторони як: забезпечення найбільш ефективного розподілу ресурсів; сприяння вибору нової логіки майбутнього; мінімізація впливу нераціональних рішень і покращення координації управлінських рішень; сприяння баченню перспектив розвитку підприємства [1; 5].

Формування стратегії ефективного менеджменту є першим початковим кроком при здійсненні процесу стратегічного планування, який з урахуванням якості процесу управління витратами на персонал реалізується в такій послідовності:

Етап 1. Всебічний аналіз стратегій і особливостей їх моделювання. Включає дослідження ситуації на підприємстві та у зовнішньому середовищі та визначення ключових проблем функціонування підприємства та факторів впливу.

Етап 2. Визначення головних цілей, за допомогою яких формуються пріоритетні напрями забезпечення ефективного менеджменту та з'ясовуються критерії розподілу ресурсів, і розробка прогнозних моделей для виявлення ступеню впливу управління витратами на персонал на менеджмент підприємства.

Етап 3. Вибір та застосування стратегічних інструментів для побудови матриці позиціонування підприємства з урахуванням рівня забезпечення ефективного менеджменту підприємства та ризику інвестування у персонал.

Етап 4. Реалізація стратегії, зокрема забезпечення просування у напрямку досягнення стратегічних цілей ефективного менеджменту підприємства при максимальному пристосуванні до реальних умов.

Етап 5. Контроль і коригування стратегії. Слід визначити такі контрольні точки, які всебічно відображають досягнуті результати і дають оцінку доцільності продовження реалізації даної стратегії.

Таким чином, у роботі розкрито теоретико-методичні аспекти формування стратегії ефективного менеджменту підприємства з виокремленням етапів процесу управління витратами на персонал. Впровадження запропонованого підходу дозволить забезпечити ефективний менеджмент на підприємстві та забезпечити його результативність засобом розробки та реалізації рекомендацій щодо управління витратами на персонал.

Література

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. СПб. : Питер, 2014. 344с.
2. Веснин В. Р. Стратегическое управление. СПб. : Питер, 2011. 256 с.
3. Гавкалова Н. Л., Криворучко А. С. Управление витратами на персонал – основа ефективності менеджменту персоналу : монографія. Харків: Вид. ХНЕУ, 2012. 230 с.
4. Кобушко І. М., Скляр І. Д. Стратегічне управління. Суми : Вид-во СумДУ. 2010. 228 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент. М. : ЗАО «Бизнес школа «Интел-Синтез». 2013. 416 с.

Карлова О.А.
д.е.н., професор
Українська інженерно-педагогічна академія (Україна)

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ В ПЛАНУВАННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТЕПЛОЕНЕРГЕТИКИ

При виборі стратегії економічного розвитку підприємства часто допускають певні помилки, що може бути пов'язане з прагненням рухатися вперед щонайшвидше і також швидко досягти потрібних результатів. Найбільш типовими прорахунками є наступні. Змішення стратегії і конкретних інструментів її реалізації. Часто плутають інструменти (конкретні чини розвитку) і цілісний стратегічний план. Інструменти – тільки частини економічної стратегії, але не сама стратегія. Відсутні чіткі пріоритети. Процес стратегічного планування не повинен завершуватися на стадії розробки. Стратегічне планування – це безперервний процес, стратегічні плани і програми повинні безперервно оновлюватися. Окрім цього, реалізація проектів повинна безперервно супроводжуватися оцінкою, що дає основу для їх подальшого коректування.

Розглянемо стратегію розвитку підприємств теплоенергетики з точки зору формування тарифів на послуги. На сьогодні формування тарифів на постачання та передачу теплоенергії в Україні проводиться за традиційним методом «витрати плюс». Даний метод не відповідає стандартам, визначеним директивами ЄС, тому що він не дає стимулів для підприємств, що підпадають під державне регулювання, скорочувати видатки та підвищувати ефективність [1, с. 67].

Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики та комунальних послуг (НКРЕКП) формує в межах своєї компетенції державну політику щодо встановлення цін на електроенергію і природний газ, тарифів на їх транспортування та постачання підприємствам і організаціям, які виробляють та надають житлово-комунальні послуги населенню [2].

Регуляторна діяльність Національної комісії за період 2015-2019 рр. привела до значного зростання тарифів (в 7-10 разів), але це не призвело до позитивних наслідків для споживачів. В Україні підприємства теплоенергетики знаходяться в кризовому стані [3].

В рамках стратегії тарифоутворення потрібна принципово нова інформаційно-статистична база планування, що дозволяє аналізувати, прогнозувати і виражати конкретні завдання. Таким чином, стратегічний план для підприємства теплоенергетики містить ряд важливих компонентів.

По-перше, це аналітичний блок. По-друге, прогнозний блок. І, по-третє, блок заходів щодо реалізації плану. Перспектива та ефективність застосування стимулюючого тарифного регулювання пов'язана із специфікою діяльності

підприємств теплоенергетики та має базуватись на сучасних напрацюваннях закордонного і вітчизняного досвіду.

Процес виходу підприємств теплоенергетики з кризи потребує відповідних змін економічних, технічних та соціальних механізмів її функціонування.

Галузь потребує реформування за багатьма напрямками, основними з яких є: вдосконалення нормативно-правової бази, вдосконалення системи управління з урахуванням ринкових відносин, фінансова стабілізація, технічне переоснащення. Для цього необхідно:направити зусилля на вдосконалення тарифної політики, поліпшити її прозорість, доступність і зрозумілість; зменшити собівартість; впровадити систему обчислення економічно обґрунтованих тарифів; ввести ресурсозберігаючі технології; зменшувати бюджетні дотації на утримання комунальної інфраструктури за рахунок зниження собівартості, а не за рахунок механічного підвищення тарифів.

Вибір стратегії розвитку підприємства – це відкритий суспільний процес, в який повинні бути активно залучені всі зацікавлені групи. Стратегічний план підприємств теплоенергетики повинен бути доведений до основних всього робочого колективу. Це процес свідомого вибору всіма співробітниками свого майбутнього. Реалізація певних стратегій зовсім не означає, що всі працівники підприємства однаково виграватимуть від цього процесу.

Зарубіжний досвід показує, що поліпшення ситуації для підприємства в цілому і позиціонування його на ринку не завжди покращує, а деколи і погіршує положення окремих працівників. Стратегічний план, не дивлячись на свою комплексність, не може бути неосязним. Інакше ставиться під сумнів доцільність самої ідеї стратегічного планування.

Література

1. Клебанова Т. С., Димченко О. В., Рудаченко О. О. Оцінка, аналіз і попередження кризового стану підприємств житлово-комунального господарства : монографія. Харків. Нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків, 2016. 213 с.

2. Положення про Національну комісію, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг : затв. Указом Президента України № 715 від 10 верес. 2014 р. // Верховна Рада України: офіц. веб-портал. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/715/2014>

3. Гаватюк Л. С. Фінансове оздоровлення житлово-комунального господарства в умовах реформування галузі : монографія. Буковин. держ. фінанс.-екон. ун-т. Чернівці : Технодрук, 2016. 145 с.

Karpenko L.

Doctor in Economics, professor
Odessa Regional Institute for Public Administration of the National Academy
for Public Administration under the President of Ukraine

THE METHODOLOGICAL PLATFORM OF PROCESS MODELLING OF ENTERPRISES INTERNATIONAL STRATEGIES

The development of the market environment, dynamic and turbulent nature of its operation require fundamental changes of the organizational forms of social economy and changes in management analysis of innovation and investment activity of domestic enterprises. Development of the market environment demand cardinal changes of forms of the organization of public economy and change in the administrative analysis of innovative and investment activity of enterprises [1, p. 2].

The purpose of the paper is to study the methodological platform in the process modelling of international strategies in the coordinates of globalization changes and European integration; analysis and characterization of the investment control management steps.

Lets begin our research with factor models. There are three types of factor models being used today to manage equity portfolios: statistical factor models, macroeconomic factor models, and fundamental factor models. In a *statistical factor model*, historical and cross-sectional data on stock returns are tossed into a statistical model. The statistical model used if principal components analysis, which is a special case of a statistical technique called factor analysis. The goal of the statistical model is to best explain the observed stock returns with “factors” that are linear return combinations and uncorrected with each other. Because of the problem of interpretation, it is difficult to use the factors from a statistical factor model for valuation and risk control. Instead, practitioners prefer the two other models described below, which allow them to prosperity meaningful factors and, thus, produce a more intuitive model.

In a *macroeconomic factor model*, the inputs to the model are historical stock returns and observable macroeconomic variables. These variables are called raw descriptors. The goal is to determine which macroeconomic variables are pervasive in explaining historical stock returns. Those variables that are pervasive in explaining the returns are then the factors that are included in the model. The responsiveness of a stock to these factors is estimated using historical time-series data. Two examples of proprietary macroeconomic factor models are the Burmeister, Ibbotson, Roll, and Ross (BIRR) model and the Salomon Smith Barney model. Also there is a *multi-index models*, which attempt to capture some of the nonmarket influences that cause securities to move together. The search for nonmarket influences is a search for a set of economic factors or structural groups (industries) that account for common movement in stock prices beyond that accounted for by the market index itself. While it is easy to find a set of indexes that is associated with nonmarket effects over any period of time, as we will see, it is quite another matter to find a set that is successful in predicting covariance’s that are not market related [2, p. 4-5].

The basis for the *dividend discount model* is simply the application of present value analysis, which asserts that the fair price of an asset is the present value of the expected cash flows. In the case of common stock, the cash flows are the expected dividend payouts and the expected sale price of the stock at some future date.

There are some words about *General Multi-Index Models*. Any additional sources of covariance among securities can be introduced into the equations for risk and return simply by adding these additional influences to the general return equation. Let us hypothesize that the return on any stock is a function of the return on the market, changes in the level of interest rates, and a set of industry indexes. If R_i is the return on stock i , then the return on stock can be related to the influences that affect its return in the following way (1) [3, p. 662]:

$$R_i = a_i^* + b_{i1}^* I_1^* + b_{i2}^* I_2^* + \dots + b_{iL}^* I_L^* + c_i \quad (1)$$

In this equation I_j^* is the actual level of index j , and b_{ij}^* is a measure of the responsiveness of the return on stock i to changes in the index j . Thus, b_{ij}^* has the same meaning as in the case of the single-index model. A b_{ij}^* would mean that if the index increased (decreased) by 1%, the stock's return is expected to increase (decrease) by 2%. As in the case of the single-index model, the return of the security not related to indexes is split into two parts; a_i^* , c_i is the expected value of the unique return. This is the same meaning it had in the single-index model. c_i is the random component of the unique return. It has a mean of zero and a variance we will designate as σ_{ci}^2 .

So, strategic analysis and choice is more complicated for corporate-level managers they must create a strategy to guide a company that contains numerous business. They must consider business managers' plans to capture competitive advantage, and then decide how to allocate resources among businesses as part of this phase. At the end, this study provides the analytical basis of the integrated management analysis of innovative activities of domestic enterprises in a competitive environment, to determine the innovation potential of the industry by means of using predictive validity.

References

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), 1-11.
2. Tetiana, H., Maryna, C., Lidiia, K., Michail, M., Svetlana, D. (2018). Innovative model of enterprises personnel incentives evaluation. *Academy of Strategic Management Journal*, London, 17(3), 1-6.
3. Karpenko L. (2018). Base alternatives and the paradigm of impact investing development in the coordinates of globalization changes and euro integration. In Lidiia Karpenko, Pavlo Voronzhak (ed). *Proceedings of the 4 th International Conference on European Integration 2018*. Ostrava: VSB Technical University of Ostrava, 2018, pp.659-668. ISBN 978-80-248-4169-4, ISSN 2571-029X.

Самофатова В.А.

д.е.н., професор

Одеська національна академія харчових технологій (Україна)

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТАЛОГО ТА ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

В умовах сучасної економіки одним з актуальних питань для керівників підприємств є формування організаційно-економічного механізму, що здатний забезпечити ефективність і конкурентоспроможність їх виробництв.

Найновіша ідея організаційно-економічного механізму сформульована Лео Гурвіцем, Роджером Майерсоном та Еріком Маскіним, яким у 2007 р. присуджена Нобелівська премія з економіки за внесок у теорію економічних механізмів. Організаційно-економічний механізм за Лео Гурвіцом задає множину виборів економічних суб'єктів, кожний із яких пов'язується з певним результатом [1, с. 143].

Процеси глобалізації, висока конкуренція на ринках аграрної та продовольчої продукції та сучасні досягнення науки змінили вектор розвитку економіки та організації агропродовольчої сфери (АПС).

Базові принципи, зумовлені євроінтеграційною стратегією України є наступні:

- розумного зростання: зростання економіки, яке ґрунтується на знаннях та інноваціях;
- сталою (збалансованою) зростання: сприяння найефективнішому використанню ресурсів, розвитку екологічної та конкурентоспроможної економіки;
- інклюзивного (всеохоплюючого) зростання: стимулювання економіки з високим рівнем зайнятості заради соціальної та територіальної згуртованості.

Концепція сталою та інклюзивного розвитку є взаємодоповнюючими та торкаються усіх її складових та виконуваних функцій. Сталий розвиток формує фундамент для інклюзивного розвитку. Зокрема, в узагальненому розумінні, інклюзивний (від англ. inclusiveness – залученість) є новітнім трактуванням сучасного розвитку, сутність якого полягає в необхідності посилення залучення до вирішення проблем соціально-економічного розвитку усіх верств населення й різних за статусом груп, а також включення до цього процесу усіх територій. Стосовно агропродовольчої сфери це означає, що її розвиток має забезпечуватися за рахунок підвищення ефективності і комплексного використання усіх видів ресурсів на основі впровадження інновацій, інтеграції, розумної спеціалізації та залучення населення сільської місцевості та невеликих аграрних міст до продуктивної діяльності [2, с. 12].

Орієнтація на створення валової доданої вартості у агропродовольчій сфері є вкрай актуальною для інклюзивного розвитку сільської економіки,

оскільки харчова промисловість створює робочі місця, попит на сільськогосподарську сировину призводить до диверсифікації та комерціалізації сільського господарства, підвищення доходів фермерів і створення надлишків на експорт сільськогосподарських продуктів.

Найважливішою функцією механізму забезпечення сталого та інклюзивного розвитку підприємств АПС є захист від несприятливих умов зовнішнього середовища. Організаційно-економічний механізм – це сукупність організаційних та економічних методів, спрямованих на підвищення ефективності управління розвитком підприємств агропродовольчої сфери. Імплементация кластерного розвитку в економічний простір підприємств АПС дає змогу підсилити корисний ефект від їх підприємницької та інвестиційної діяльності.

Під кластером у АПС ми розуміємо систему підприємств і організацій, що діють у сфері виробництва і реалізації продукції, пов'язаних взаємодоповнюючими технологічними ланцюгами, а також науково-освітніх, фінансових, інфраструктурних установ та органів регіонального та муніципального управління, що забезпечують їх оптимальну виробничу та інноваційну діяльність, досягнення синергетичного ефекту і високої конкурентоздатності [3, с. 71].

Стратегія розвитку кластерів добре зарекомендувала себе в усьому світі та забезпечує високу ефективність виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції, а, значить, і розширення ринків збуту. Уже сьогодні можна констатувати, що і в Україні існує досить багато кластерів: органічний кластер (налічує 19 учасників органічного ринку України, представників аграрних науково-навчальних закладів, логістичних компаній, органів влади), кластер агрохарчові біотехнології, агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова» і т. ін.

Створення кластерів особливо актуальне, коли реформування АПС дедалі більше торкається рівня територіальних громад, економічна самостійність яких на даному етапі розвитку підвищується, що генерує нові, більш складні завдання, які вимагають і нових шляхів розв'язання. Центром формування кластерів у АПС регіону повинні стати так звані «аграрні міста», що розташовані на території регіону у безпосередній близькості до певного агропродовольчого виробництва.

Література

1. Хоменко І. О. Організаційно-економічний механізм розвитку транспортних кластерів. *Вісник Чернігівського державного технологічного інституту*. Збірник наукових праць. Чернігів: ЧДТУ, 2012. № 3. С. 143-149.
2. Samofatova V. Strategic directions of sustainable and inclusive development of the agri-food sphere. *Економіка харчової промисловості*. 2019. № 1. С. 10-15.
3. Самофатова В. А. Процес кластеризації як базис сталого розвитку агропродовольчої сфери регіону. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 3. С. 79-63.

Партин Г.О.
к.е.н., професор,
Загородній А.Г.
к.е.н., професор

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Складність, динамізм, високий рівень конкурентності та глобалізація зовнішнього підприємницького середовища зумовлюють необхідність постійного вдосконалення методів та інструментів стратегічного управління діяльністю підприємства, зокрема й управління витратами. Проблема вдосконалення системи управління витратами, зокрема її стратегічної складової, є особливо актуальною для підприємств України, діяльність яких характеризується високим рівнем витратомісткості та значною часткою збиткових підприємств. Рівень витрат є визначальним чинником, що впливає на рентабельність виробництва та реалізації продукції, можливості здійснення конкурентної цінової політики, обсяги формування власних фінансових ресурсів та на ринкову вартість підприємства.

Ефективність стратегічного управління витратами підприємства значною мірою визначається якістю інформаційного забезпечення прийняття відповідних управлінських рішень.

Процес формування системи інформаційного забезпечення стратегічного управління витратами має охоплювати ідентифікацію типу і обсягів інформації щодо витрат та чинників, які впливають на них, розроблення методики збирання, систематизації й аналізу інформації, та заходів щодо зменшення її асиметрії, визначення шляхів забезпечення ефективності використання інформації.

Інформаційну базу стратегічного управління витратами необхідно формувати використовуючи як зовнішні так і внутрішні джерела. Із зовнішніх джерел можна отримати дані щодо: тенденцій і прогнозів розвитку макроекономічного та мезосередовища функціонування; зміни кон'юнктури товарних і фінансових ринків; державної цінової, фіскальної, кредитної й амортизаційної політики; змін у діяльності конкурентів і контрагентів, які можуть суттєво вплинути на витрати підприємства. Внутрішні джерела даних, зокрема щодо ефективності здійснення господарських операцій, використання ресурсів, виробництва і реалізації продукції тощо, є основою для отримання інформації про наявні на підприємстві резерви і потенціал зниження чи оптимізації рівня та структури його витрат. Дані, отримані з внутрішніх і зовнішніх джерел, з метою забезпечення інформаційної підтримки процесу стратегічного управління витратами на різних рівнях прийняття рішень необхідно розподілити на окремі сукупності взаємопов'язаних елементів.

Інформаційну основу для визначення мети і систематизації завдань стратегічного управління витратами мають становити дані про існуючі та

потенційні можливості та загрози а також про сильні і слабкі сторони функціонування відповідної системи управління на підприємстві (див. рис.).

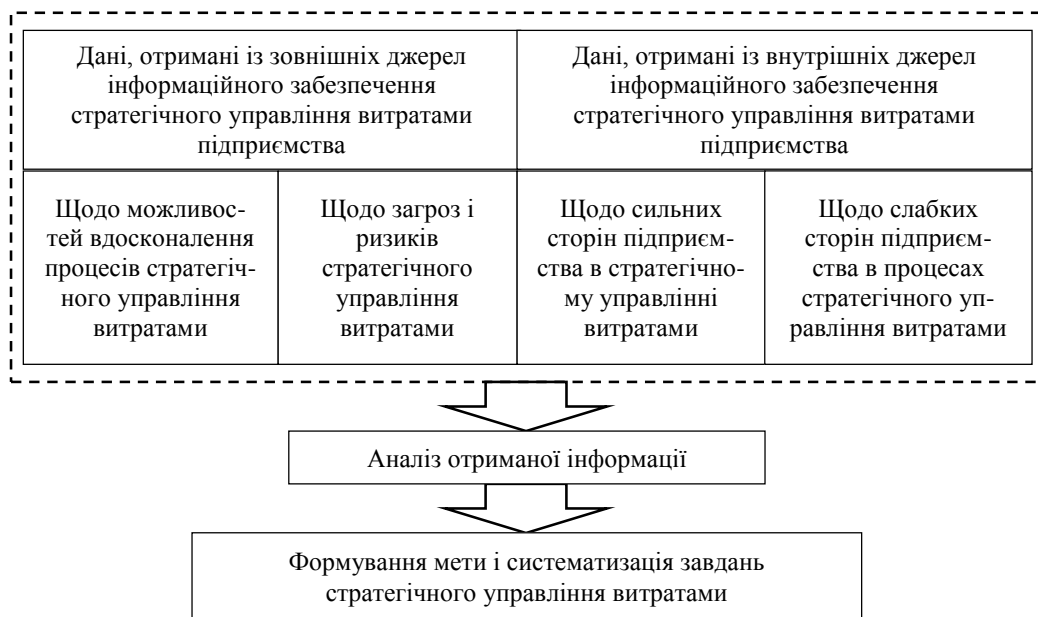


Рис. Джерела інформації для визначення мети і завдань стратегічного управління витратами підприємства (розроблено авторами).

Цільове спрямування і упорядкованість представлення інформації, необхідної для стратегічного управління витратами підприємства, можна забезпечити на основі використання методів та інструментів збору даних за окремими блоками формування і реалізації відповідних управлінських рішень, зокрема у процесі: розроблення окремих продуктів, які уособлюють цінність для споживачів і формування продуктового портфеля шляхом визначення асортименту та функціональних, технічних, якісних і вартісних характеристик продуктів, включених до його складу; визначення виробничої та організаційної структури підприємства та масштабів його діяльності, рівня вертикальної інтеграції, особливостей організації виробництва, територіального розміщення (віддаленості від джерел сировини, енергії, ринків збуту та ін.), наявності кваліфікованої робочої сили, особливостей системи оподаткування тощо; вибору технології і способу виконання робіт на окремих ланках ланцюжка формування цінності; виробництва і реалізації продукції, її вилучення з ринку та утилізації.

Інформацію щодо визначення стратегічних пріоритетів підприємства в управлінні витратами на виготовлення продукції задля забезпечення його конкурентних переваг на ринку можна отримати здійснивши: аналіз зовнішнього ланцюжка формування цінності; оцінювання можливостей і загроз та сильних і слабких сторін діяльності підприємства з використанням методів SWOT-аналізу, PEST-аналізу, SPASE-аналізу, стратегічного бенчмаркінгу; ідентифікацію інтересів стейкхолдерів; діагностику структурних чинників витрат; аналізування способів забезпечення конкурентних переваг на ринку та GAP-аналізу.

Довбня С.Б.
д.е.н, професор,
Чабанець Т.М.

Національна металургійна академія України

КОМПЛЕКСНИЙ МЕХАНІЗМ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ

Стратегічна діагностика є першим етапом та науково-інформаційним підґрунтям стратегічного управління підприємством. Коректність її проведення, безумовно, визначає обґрунтованість всіх складових стратегічного плану, починаючи з формування місії та генеральної цілі та закінчуючи розробкою системи ключових показників ефективності. Підвищена складність, недостатність та недостовірність інформації, необхідність прогнозування та врахування ризиків обумовлюють доцільність використання в процесі такої діагностики не одного з існуючих методів [1 с. 44-66; 2, с. 47-48], а їх сукупності, оскільки кожний із них має обмежені умови використання і, в більшості випадків, базується на якісній експертній оцінці. У зв'язку з цим розроблено комплексний ієрархічний механізм стратегічної діагностики, обґрунтовано та удосконалено методи його здійснення на кожному з чотирьох рівнів.

Перший рівень передбачає проведення SWOT-аналізу. З метою підвищення його коректності запропоновано удосконалений підхід, який дозволяє отримати кількісні оцінки щодо впливу на діяльність підприємства можливостей та загроз, а також значущості його сильних та ризикованих слабких сторін; з врахуванням двох критеріїв: 1) сили впливу кожного окремого фактору в теперішній час; 2) імовірності посилення (послаблення) його впливу в майбутньому. Врахування перспектив зміни впливу факторів (посилення чи послаблення) є край важливим при прийнятті перспективних рішень щодо формування стратегії; дає можливість визначення комплексних оцінок по кожному напрямку зовнішнього та внутрішнього середовища; підвищує обґрунтованість рекомендацій щодо доцільної стратегії підприємства.

На другому рівні запропоновано використання модифікованого SPACe-аналізу, який передбачає оцінку фінансової стабільності (сили) підприємства та його конкурентних переваг, а також комплексну оцінку галузі, включаючи її привабливість та стабільність. Обґрунтовано доцільність розгляду фінансової сили підприємства з огляду на його платоспроможність, фінансову незалежність та результативність діяльності. Розроблено систему показників для оцінки кожного з вищеназваних аспектів. Всі показники передбачають кількісну оцінку на базі доступної достовірної інформації підприємства, що забезпечує об'єктивність аналізу.

Сформовано показники оцінки галузевих факторів по напрямках привабливість та стабільність галузі. Для оцінки привабливості галузі рекомендовано використовувати: середню рентабельність продукції галузі, стадію життєвого циклу, темпи зростання галузі, її техніко-технологічний

рівень, силу конкуренції, обмеження щодо входу на ринок, цінову еластичність продукції. Що до стабільності галузі, то вона оцінюється рівнем розвитку інноваційної діяльності, стабільністю цін на ресурси, волатильністю цін на продукцію, темпами оновлення асортименту. Розроблено методику розрахунку інтегрального показника по кожному оціночному напрямку. Надано рекомендації щодо вибору конкурентної стратегії підприємства в залежності від його фінансової сили та рівня конкурентоспроможної з урахуванням поточного та перспективного розвитку галузі.

Запропонований удосконалений підхід до проведення SPACЕ-аналізу забезпечить прийняття обґрунтованих рішень щодо вибору конкурентної стратегії підприємства. Перевагами такого підходу є:

- використання обґрунтованої системи показників по всіх оціночних напрямках (фінансова сила, конкурентоспроможність підприємства, привабливості та стабільності галузі), що базується на достовірній фінансовій звітності та інформації управлінського обліку;
- врахування значущості окремих показників в рамках кожного напрямку, що дає можливість підвищити якість оцінки;
- наочність результатів SPACЕ-аналізу завдяки графічному представленню у вигляді пелюсткової діаграми.

Третій рівень – діагностика внутрішнього потенціалу підприємства в цілому, включаючи основні напрямки: економічний, фінансовий, операційний, конкурентний, техніко-технологічний, управлінський, інноваційний та соціальний. На четвертому рівні виконується поглиблена діагностика по кожному з зазначених напрямків. Визначено пріоритетність оцінки системи управління підприємством при аналізі його внутрішнього потенціалу та запропонована концепція управлінської діагностики, яка є важливою складовою системи стратегічного аналізу підприємства [3, с. 118-125].

Розроблений механізм забезпечує системний підхід до стратегічної діагностики та підвищену достовірність та обґрунтованість висновків щодо формування стратегії підприємства.

Література

1. Довбня С. Б., Найдовська А. О., Хитько М. М. Стратегія підприємства. Частина 1 : Навч. посібник. Дніпропетровськ : НМетАУ, 2011. 71 с.
2. Дьолог Т. І Стратегічний аналіз середовища підприємства. *Економічна думка*. 2013. № 15. С. 46-48.
3. Довбня С. Б., Чабанець Т. М. Концепція та структура системи стратегічної управлінської діагностики. *Економічний Вісник Національного гірничого університету*. 2017. № 1. Випуск. 12. С. 118-125.

Єфремова Н.Ф.

к.е.н., доцент,

Коваленко О.В.

к.е.н., доцент

Дніпровський державний технічний університет (Україна)

РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вітчизняні промислові підприємства функціонують сьогодні в умовах суттєвих якісних змін у характері конкурентної боротьби. Тому перед кожним підприємством постає питання щодо забезпечення високого рівня його конкурентоспроможності. Йдеться про необхідність розробки й реалізації стратегії формування конкурентних позицій підприємства. Необхідність такої стратегії в сучасних реаліях пояснюється тим, що управління конкурентоспроможністю на українських підприємствах повинно бути безперервним процесом й базуватися на основних компонентах макро- і мікро-рівнях, як національні фактори конкурентної умови галузі, а також ресурси самого підприємства (фінансові, енергетичні, трудові, інтелектуальні), які трансформуються в процесі управління в продукцію або послуги.

Безперечно, що наявність такої стратегії дає можливість реалізувати системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства, який є одним із найважливіших у теорії менеджменту не викликає сумніву, що у конкурентному середовищі стабільний успіх залежить від багатьох взаємопов'язаних факторів.

Однак на наше глибоке переконання сьогодні конкурентні переваги отримують ті підприємства, які гнучко реагують на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, які зробили ставку на людський капітал. Ефективність управління людським капіталом дає можливість істотно підвищити керованість бізнесу, безпеку, конкурентоспроможність, ранкову вартість і дохідність бізнесу, а також відкриває нові перспективи для його динамічного зростання і розвитку.

За висновком експертів ООН, якщо декілька десятиліть тому конкурентні переваги країни визначалися, головним чином, багатими природними ресурсами та капіталом, то у теперішній час формування постіндустріального суспільства, економічне зростання розвинутих країн на 64% залежить від рівня людського капіталу, на 20 % від природних ресурсів та на 16 % від капіталу [1, с. 45]. Тобто рівень розвитку людського капіталу й вагомим чинником економічного зростання, а проблема його забезпечення одна з найважливіших як для держави, так і для наших підприємств, від розв'язання котрої в значній мірі залежить успішне формування їх конкурентоспроможності.

Виходячи зі змісту теорії людського капіталу, яка обґрунтовує людину як об'єкта капіталовкладення і як суб'єкта економічної діяльності, капітальні вкладення в людину на підприємстві слід розглядати такими ж прибутковими,

як вкладення в речові фактори виробництва. Враховуючи, що для процесу формування й використання людського капіталу підприємство має використовувати відповідний рівень фінансових ресурсів. На мікроекономічному рівні – це рівень, який визначає формування умов для здійснення вибору та реалізації за кошти підприємства можливостей найманими працівниками спеціальну освіту, підвищувати конкурентоспроможність і підтримувати належний рівень здоров'я та життя, завдяки отриманому доходу [2, с. 74].

Для підприємства людський капітал становить найбільшу цінність, оскільки включає запас знань, освіту, практичні навички, культурний рівень, що використовується в процесі діяльності для отримання доходу. Крім того, треба виходити з того, що головним призначенням людського капіталу є створення й поширення інновацій, використання яких надає компанії справжні конкурентні переваги [3, с. 45].

Стає очевидним, що в умовах сьогодення, серед багатьох факторів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, рівень розвитку людського капіталу є одним з найважливіших у процесі формування типу їх конкурентної поведінки.

У свою чергу, можливості реалізації стратегії формування конкурентних позицій підприємства, понад усе, залежать і від дій держави, наявності конкурентної стратегії розвитку України, яка здатна забезпечити інтеграцію України в глобальний простір господарювання, наявності ефективного механізму її впровадження. Останній являє собою сукупність процесів, спрямованих на отримання конкурентних переваг на глобальному ринку, як окремих виробників, так і національної економіки в цілому.

Література

1. Ландар С. Л., Козаренко Л. В. Рівень добробуту населення як складова розвитку людського потенціалу : можливості фінансового регулювання в Україні. *Фінанси України*. 2013. № 9. С. 44-59.
2. Інвестиції в людський капітал і формування конкурентоспроможності підприємства. Єфремова Н. Ф. та ін. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 6. С. 71-76.
3. Крутий И., Новикова Ю. Механизм приращения интеллектуального капитала личности и компании. *Проблеми теорії и практики управління*. 2006. № 9. С. 45-50.

Николюк О.М.

д.е.н., доцент,

Пивовар П.В.

к.е.н.,

Мартинчук І.В.

к.е.н.

Житомирський національний агроекологічний університет (Україна)

СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ «ГНУЧКІСТЬ БІЗНЕС-СИСТЕМИ»

В умовах невизначеності та хаотичної динаміки ринкової кон'юнктури, пришвидшених темпів науково-технічного розвитку, необхідності переходу на інноваційно орієнтовані технології виробництва однією з ключових властивостей бізнес-систем є високий рівень їхньої гнучкості. Однак, багатоаспектність, багатокритеріальність і поліфункціональність поняття «гнучкість» економічних суб'єктів зумовлюють відсутність його універсальної дефініції, що визначає актуальність системного дослідження змісту гнучкості бізнес-систем як економічної категорії.

У переважній більшості наукових праць в якості родового поняття гнучкості (тобто, базового поняття, що передає її зміст) використовуються терміни «здатність» (46 % досліджуваних дефініцій) та «спроможність» (38 %) і набагато рідше – «приспосовуваність» (15 % визначень). Слово «спроможність» у даному випадку є перекладом російського слова «способность». Якщо розглядати причинно-наслідковий зв'язок між здатністю (або спроможністю) та гнучкістю, то здатність (у даному випадку здатність адаптуватись до певних умов) забезпечує гнучкість і тому саме здатність є первинною. Враховуючи це, гнучкість не можна ототожнювати з її джерелом – здатністю адаптуватись. Володіючи певною здатністю господарюючий суб'єкт може її не повною мірою використовувати. Тобто бізнес-система може бути здатна адаптуватись, але з певних причин вона цього не робить. Тоді коректно стверджувати, що вона може бути або гнучкою, або негнучкою і вирішальним стає не факт наявності здатності (спроможності), а те, наскільки ефективно та повно ця здатність використана. У теорії систем та системному аналізі гнучкість інколи визначають як властивість або характеристику системи. Властивість – це особлива, відмінна риса; істотна ознака об'єкта. Гнучкість може бути притаманна всім бізнес-системам і тому її не можна визначати як відмінну рису чи істотну ознаку. Характеристика, з одного боку, визначає приналежність об'єкта до окремого класу, а з іншого – використовується для уточнення цього об'єкта та його порівняння. В сучасних умовах високого ступеня невизначеності та хаотичної динаміки гнучкість притаманна всім бізнес-системам, але її рівень може варіювати, починаючи з нульового значення (негнучке підприємство). Це означає, що бізнес-системи різняться за рівнем гнучкості і тому саме рівень гнучкості можна вважати критерієм порівняння господарюючих суб'єктів.

Отже, по-перше, гнучкість – це спільна для всіх бізнес-систем ознака, яка об'єднує їх в окремий клас об'єктів – клас «бізнес-систем». По-друге, кількісна оцінка гнучкості є базою для порівняння бізнес-систем. Саме за рівнем гнучкості здійснюється їх розмежування на негнучкі системи, а також бізнес-системи з низьким, середнім, високим рівнями гнучкості. Тоді, можна стверджувати, що гнучкість використовується для уточнення статусу конкретної бізнес-систем порівняно з іншими господарюючими суб'єктами, чому відповідає термін «характеристика». Відтак, родовим поняттям гнучкості бізнес-системи є саме «характеристика бізнес-системи». Слід враховувати, що хоча гнучкість і не є здатністю, але ці терміни тісно пов'язані між собою, про що свідчить переважна більшість існуючих дефініцій. Найчастіше у визначеннях гнучкості зустрічаються здатності «реагувати» (31 %) або «адаптуватись» (23 %). Відмінна риса між зазначеними здатностями полягає у тому, що реакція економічного суб'єкта на зовнішні й внутрішні виклики не завжди є адекватною та такою, що забезпечує його виживання та розвиток. Натомість, процес адаптації передбачає перехід бізнес-системи у стан не гірший, ніж попередній.

Оскільки гнучкість господарюючих суб'єктів стосується не лише виживання, але й розвитку, то принципово важливо забезпечити не просто швидко, а ефективно (яка інколи не є швидкою) та своєчасну адаптацію. Однією зі змістовних характеристик гнучкості є конкретизація особливостей змін, на які бізнес-система має своєчасно та ефективно реагувати. У вітчизняних наукових джерелах зазвичай згадують нові, швидкі, непередбачувані умови або невизначеність, а в англійських – неочікувані («*unexpected*») та непередбачувані зміни («*unpredictable*»). Необхідність забезпечення гнучкості бізнес-систем виникла через невизначеність та непередбачуваність їх зовнішнього та внутрішнього середовища. Що стосується непередбачуваності, то саме вміння передбачати майбутні зміни і адаптуватись до них раніше за конкурентів є однією із основних рис гнучкості. Натомість, невизначеність – це об'єктивна характеристика середовища економічного суб'єкта, існування якої спричинене неможливістю отримати повні та точні знання щодо певної проблеми.

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що у визначенні поняття «гнучкість бізнес-системи» слід враховувати такі аспекти: 1) гнучкість – це характеристика бізнес-систем; 2) потреба у забезпеченні гнучкості виникає через необхідність ефективно та своєчасно адаптуватись до змін, спричинених невизначеністю середовища функціонування систем; 3) гнучка бізнес-система володіє здатністю прогнозувати зміни середовища її функціонування та ефективно реагувати на них; 4) гнучкість пов'язана не з безпосередньою здатністю до адаптації, а реалізацією системою цієї здатності. Отже, гнучкість – це характеристика бізнес-системи, яка відображає реалізацію бізнес-системою здатності прогнозувати зміни середовища її функціонування та ефективно й своєчасно адаптуватись до них.

Павленчик А.О.

к.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної культури ім. Івана Боберського
(Україна)

ПАРАДИГМА ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ В УМОВАХ СТРАТЕГІЇ ПРОВАДЖЕННЯ УСПІШНОГО БІЗНЕСУ

В умовах швидкоплинності змін в різних середовищах бізнесу маркетинг набуває особливої актуальності не лише як сфера діяльності підприємства, яка покликана досліджувати ринки та організовувати промоції товарів і послуг, але й як спосіб ведення конкурентної боротьби, а відтак застосування маркетингового інструментарію виходить за межі функціональної діяльності й набуває ознак пріоритетної галузі знань і умінь підприємців.

Дослідженнями в сфері застосування маркетингових інструментів займались ряд відомих зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема, Л. Іванова, В. Корінев, Ф. Котлер, Є. Крикавський, Д. Куртц, Н. Волкова, Р. Лепа, В. Липчук, Ю. Петруня та ін. У своїх працях вони приділяють увагу теоретико-методологічним питанням маркетингу як науки і виду діяльності, проте недостатнім залишається висвітлення та систематизація його стратегічного інструментарію, як засобу прикладного застосування знань, умінь та навичок для ведення бізнесу в умовах швидкоплинних змін на ринку.

У сучасних умовах національної економіки, коли конкурентна боротьба як на внутрішньому так і зовнішньому ринках, досягає свого максимального значення не слід нехтувати будь яким із методів і засобів маркетингу, які можуть покращити ринкове становище підприємства. Модель взаємодії інструментів маркетингу в розрізі реалізації маркетингових стратегій, що складена на базі соціологічного опитування, подано на рис.

Як показали соціологічні дослідження за умов використання стратегій розвитку, підприємці в тій чи іншій мірі намагаються використовувати максимальну кількість маркетингових інструментів. Тоді як при впровадженні стратегій, що покликані дозволити підприємству утримати досягнутий рівень на ринку або скоротити свою присутність, опитувані не використовують відповідно таких інструментів як франчайзинг, брендинг та репутація.

Дослідження виявили низький рівень розуміння підприємцями-респондентами змісту, а відтак і використання таких маркетингових інструментів як: PR-технології, маркетинговий облік, брендинг і франчайзинг. Детальний аналіз даних соціологічного опитування показав, що більшість респондентів не використовують маркетингового обліку у своїй діяльності, а 37,9 % не розуміють його змісту загалом. Лише кожен десятий опитаний підприємець використовує для виходу на нові ринки PR-технології, тоді як використання реклами вважають доцільним понад 47 % (див. табл.). 98 % з тих, хто користуються PR-технологіями, вказали що основним каналом комунікацій з клієнтами є мережа Інтернет.

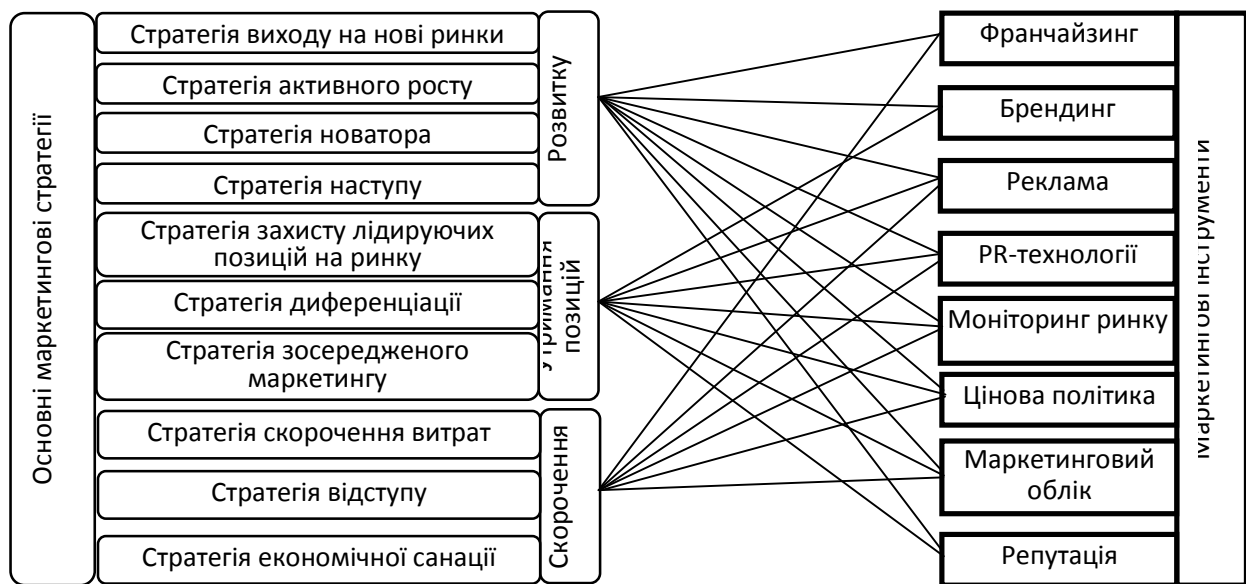


Рис. Модель використання маркетингового інструментарію в умовах реалізації різних стратегій розвитку підприємств

Відтак, як свідчить аналіз, не значна частка підприємців, лише 5 %, використовує максимально широкий спектр маркетингового інструментарію в процесі реалізації бізнес-стратегій. Традиційними залишаються реклама, цінова політика і моніторинг ринку.

**Таблиця
Результати соціологічного дослідження щодо застосування маркетингового інструментарію при реалізації різних стратегій розвитку бізнесу**

у % до загальної кількості опитаних

Стратегія	Маркетинговий інструментарій							
	Реклама	PR – технології	Брендинг	Моніторинг ринку	Цінова політика	Маркетинговий облік	Репутація	Франчайзинг
Вихід на нові ринки	47,2	10,2	2,5	16,1	22,5	1,5	7,5	17,3
Активного росту	35,2	9,2	10,5	12,1	24,1	2,5	12,1	2,1
Новатора	32,3	7,5	21,5	17,5	25,1	2,1	16,2	-
Наступу	35,1	8,1	25,3	13,2	33,1	3,3	21,8	9,6
Захист лідируючих позицій на ринку	17,6	11,2	29,5	14,3	27,8	5,2	18,3	-
Диференціації	5,2	3,7	4,4	2,3	7,2	0,9	9,2	-
Зосередженого маркетингу	19,2	7,9	9,2	5,9	15,0	1,5	11,5	-
Скорочення витрат	2,3	1,3	-	7,9	14,8	1,1	0,4	5,2
Відступу	5,7	2,8	-	8,5	19,2	1,6	0,3	7,8
Економічної санації	1,2	0,5	-	3,1	29,6	0,2	-	10,2

Отже, дослідження показали, що застосування певних маркетингових інструментів значною мірою залежить від обраної стратегії розвитку підприємства відповідно до конкретних умов що склались на ринку.

Пилипенко Л.М.

д.е.н., доцент,

Тивончук О.І.

к.е.н., доцент

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У вересні 2015 р. на Саміті ООН у Нью-Йорку прийнятий підсумковий документ під назвою «Перетворення нашого світу: порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року» [1], у якому, зокрема, було сформульовано 17 Цілей Сталого Розвитку (ЦСР) та 169 відповідних завдань. Метою ЦСР є мобілізація зусиль світової спільноти для вирішення таких проблем як бідність, забруднення навколишнього середовища, відсутність рівних можливостей тощо.

Не залишилась осторонь цього процесу і Україна. У представленій у 2017 р. Національній доповіді «Цілі сталого розвитку: Україна» на основі адаптації глобальних ЦСР до особливостей нашої країни розроблена національна система ЦСР, визначено 86 завдань національного розвитку та показники моніторингу їх реалізації, що повинні стати основою стратегічного планування розвитку України з метою економічного зростання, досягнення соціальної справедливості та раціонального природокористування.

Важливою новацією 17 ЦСР стало розширення кола учасників процесу їх реалізації, особливо збільшення ролі бізнесу. Сучасний підхід передбачає, що уряди країн вже не є єдиними відповідальними агентами у створенні стійких суспільств. Корпоративні суб'єкти та приватний сектор мають вирішальне значення для забезпечення стійкого, збалансованого розвитку та вирішення нагальних проблем людства.

ЦСР стимулюють бізнес застосовувати свій потенціал для розв'язання проблем сталого розвитку та, одночасно, ставлять нові вимоги до корпоративної звітності. Так, завдання 12.6 містить чітку рекомендацію суб'єктам господарювання включати у свою звітність інформацію, що стосується сталого розвитку. Підготовлена належним чином корпоративна звітність може суттєво розширити можливості та покращити ефективність системи моніторингу реалізації цілей сталого розвитку, надаючи урядам, самим компаніям, суспільству та іншим зацікавленим сторонам засоби для оцінки економічного, екологічного та соціального впливу підприємств на сталий розвиток.

Хоча в даний час існує низка міжнародних ініціатив, розроблених такими організаціями як Глобальний договір ООН (UNGC), Програма розвитку ООН (UNDP), Всесвітня рада бізнесу з питань сталого розвитку (WBCSD), Глобальна Ініціатива звітності (GRI), Всесвітній економічний форум тощо, проте все ще

не встановлено загальноприйнятого підходу, еталону чи стандарту для звітування про ЦСР.

Разом з тим інтерес бізнесу до ЦСР швидко зростає з моменту їхнього затвердження у 2015 р. Дослідження, проведене компанією KPMG у 2018 р. [2], показало, що 40 % з 250-ти найбільших світових компаній, які входять до списку Fortune 500, вже посилаються на цілі ООН у своїй корпоративній звітності. Лідерами у цій сфері є компанії Німеччини (83 %), Франції (63 %) та Великої Британії (60 %). При цьому більшість компаній визначають та звітують про пріоритетні ЦСР, які вони вважають найважливішими для свого бізнесу.

В Україні компанії, які готують і оприлюднюють нефінансові звіти, також включають до них інформацію щодо найважливіших ЦСР та розкривають інформацію щодо внеску у їх досягнення. Так, компанія «Нова пошта» у Звіті зі сталого розвитку за 2018 р. [3] визначає пріоритетними такі цілі, як № 3 (Гарне здоров'я), № 4 (Якісна освіта), № 11 (Сталий розвиток міст та спільнот) та № 16 (Мир та справедливість) та інформує зацікавлені сторони щодо реалізації відповідних заходів й проектів.

Сьогодні все більше провідних компаній як в світі, так і в Україні, інтегрують ЦСР у свою стратегію, цілі та бізнес-процеси. Розкриття інформації щодо результатів досягнення ЦСР дає компаніям змогу продемонструвати, як їх діяльність забезпечує мінімізацію негативних та максимізацію позитивних впливів на суспільство та планету загалом, зрозуміти можливості для роботи у напрямку сталого економічного, соціального та екологічного розвитку, ідентифікувати ризики, підвищити довіру та лояльність споживачів, громади та інших стейкхолдерів.

Література

1. Цілі сталого розвитку: Україна: Національна доповідь 2017.– Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2017. – 174 с. URL: http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf.

2. How to report on the SDGs: What good looks like and why it matters [Електронний ресурс]. – KPMG International Cooperative, 2018. – 31 р. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/cl/pdf/2018-02-kpmg-chile-advisory-sustainability-sdg.pdf>.

3. Звіт зі сталого розвитку 2017. Нова пошта, 2017. 103 с. URL: https://novaposhta.ua/uploads/misc/doc/NOVA_POSHTA_CSR_report_2018.pdf.

Поленкова М.В.

к.е.н., доцент

Чернігівський національний технологічний університет (Україна)

START-UP – НЕМАТЕРІАЛЬНИЙ АКТИВ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні глобальні виклики сприяють швидкісному розвитку й формуванню інформаційного суспільства, у якому нематеріальні активи стають основними засобами стратегічної діяльності підприємства.

Корисне використання нематеріальних активів залежить від стану й динаміки зовнішнього середовища. Управління нематеріальними активами підприємства, це безперервний, складний процес, який потребує постійного оцінювання, залучення, модифікації, й розвитку інтелектуального капіталу підприємства.

На нашу думку, головним джерелом стратегічного розвитку нематеріальних активів підприємств є розробка нових форм партнерства між університетами та бізнес-структурами на ринку, як з великими світовими корпораціями, так і з місцевими середніми і малими підприємцями. В якості організаційної структури із завданнями підтримки та розвитку нових ідей у тісному партнерстві з бізнесом створюються в університетах Start-up-центри [1]. Підприємці зацікавлені в молодих фахівцях, які мають теоретичні знання, креативне мислення, творчий підхід до справи, здібності і бажання створити власний бізнес, а також ментори допомагають розвивати Start-up й надають фінансову підтримку.

Цей синергетичний підхід базується на основних організаційних принципах стратегічного розвитку підприємства, які сприяють вмінню знаходити проблему, генерувати й пропонувати інновації, та реалізовувати їх.

Для забезпечення нових форм партнерства та успішної діяльності підприємства необхідні застосовувати такі організаційні принципи: соціальної відповідальності; інноваційності; соціальної спрямованості; інформаційної єдності; пріоритетності; обґрунтованості; науковості; визначеності в часі; командної роботи; безперервності; ефективності.

Принцип соціальної спрямованості – Start-up, створений з соціальною метою спрямований переважно на соціальні цілі, інвестування прибутку у розвиток соціального підприємництва, що йде переважно на саморозвиток, громадські справи чи вирішення соціальних проблем.

Принцип соціальної відповідальності – прозорість діяльності, доброчесність й відповідальність університетів та бізнес-структур за дотримання норм і правил, неявно певних або невизначених законодавством (в області етики, екології, доброчинності тощо) [2].

Принцип інноваційності партнерства – створення нових стратегій діяльності, які збільшують гнучкість і уможливають виживання в суперництві

з конкурентами [3] та створюють умови для розвитку Start-up-центрів університетів.

Принцип інформаційної єдності відображає необхідність повної, правдивої, без помилкової та єдиної інформаційної бази для прогнозування соціально-економічних явищ та процесів, при розробки Start-up.

Принцип обґрунтованості визначає альтернативні рішення, які підкріпленні системою логічних, переконливих доказів та відповідають заданим критеріям й реальним обмеженням. Наукова обґрунтованість рішень залежать від економіко-математичних методів, що використовуються у процесі розробки та реалізації стратегічних рішень й рівня інтелектуального капіталу партнерів.

Принцип науковості передбачає знання та застосовування методів та засобів стратегічного управління, які науково обґрунтовані та попередньо перевірені на практиці. Також, цей принцип передбачає володіння та використання партнерами навичок теорії управління, знання основних законів і закономірностей менеджменту.

Принцип безперервності – передбачає безперервність партнерської співпраці при якісній та ефективній командній роботі.

Принцип командної роботи ґрунтується на використанні знань, вмінь та навичок партнерів, співпраця яких орієнтована на досягнення загальної мети [4]. Start-up є ефективним інструментом розвитку інновацій та творчості.

Принцип пріоритетності полягає в управлінні інтелектуальним потенціалом партнерів, у випадку змін зовнішнього середовища або внутрішнього вектору стратегії підприємства.

Принцип визначеності в часі створює підґрунтя швидкої й адекватної трансформації стратегічних ідей, котрі продукуються у Start-up – центрах в залежності від глобальних змін, які виникають у соціально-економічному середовищі.

Література

1. Руда М. В. Соціально відповідальні стартапи: сутність, світові тенденції та проблеми розвитку в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. Випуск № 9. С. 612-626. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/>
2. Ковальова А. Підходи до створення успішного стартапу: світовий досвід. URL: http://confcontact.com/2014_02_meshko/37_Kovalyova.htm.
3. Чухрай Н. І., Лаганін В. О. Зовнішнє та внутрішнє партнерство в інноваційній діяльності підприємства. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/35014/1/22_114-120.pdf
4. Муха Р. А. Команда, її сутність та особливості розвитку. *Ефективна економіка*. 2015. № 8. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4253>

Ситник О.Ю.

к.е.н., доцент

Льотна академія Національного авіаційного університету (Україна)

НАЛАГОДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ ЯК ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ ТРУДОРЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Необхідність формування в Україні інноваційної моделі економіки й становлення суспільства знань, підвищення техніко-технологічного рівня виробництва, зростання обсягів інтелектуальної праці актуалізують питання забезпечення вітчизняних підприємств висококваліфікованими працівниками, зацікавленими у своєму безперервному професійному розвитку та оновленні знань. Однак, вирішити питання підвищення якості трудових ресурсів передбачає співпрацю усіх соціальних партнерів, а саме – роботодавців, державних структур, освітніх установ та самих працівників.

Одним з підходів до підвищення трудових ресурсів є забезпечення відповідності вітчизняної професійної освіти сучасним вимогам, при цьому постає ряд невирішених проблем, а саме – її надмірне спрямування виключно на засвоєння знань, незадовільна профорієнтаційна робота серед молоді, відсутність практики набуття нових знань та навичок у зрілому віці. У результаті структура професійної підготовки української молоді – і за фахом, і за кваліфікаційними рівнями – не відповідає вимогам ринку праці; понад 40 % населення (за окремими групами професій – до 70 %) працюють не за отриманою в навчальному закладі професією; багато фахівців із вищою освітою, старших 40 років, опираються на давно застарілі знання, не маючи уявлення про сучасні світові і навіть вітчизняні розробки; практично не ведеться підготовка працівників, здатних створювати і впроваджувати інноваційні технології (підготовка кадрів зі спеціальностей, що визначають нові технологічні уклади, не досягає навіть 0,6 % щорічного випуску) [1, с. 31]. Дієвим засобом подолання існуючого дисбалансу є розвиток соціальної відповідальності бізнесу, налагодження соціального діалогу.

Стандартизовані схеми забезпечення підвищення трудових ресурсів за рахунок підвищення соціальної відповідальності бізнесу довели свою дієвість у більшості розвинених країн світу. Наприклад, у Великобританії успішно запроваджено стандарт «Інвестори в людей» – національний еталон для інтегрування навчальних та господарських видів діяльності, які використовуються в межах організації із стратегією бізнесу [2, с. 168]. Ключовою відмінністю соціально відповідального бізнесу є те, що для роботодавців основною метою господарської діяльності виступає не тільки максимізація прибутку, але й подальше використання його частини на підвищення якості життя найманих працівників підприємства і населення території в цілому. Вагоме значення має не лише забезпечення економічної, але й соціальної ефективності бізнесу. Крім того, участь роботодавців у безперервному розвитку персоналу не обмежується часовими межами його роботи на підприємстві (від моменту прийому на роботу), а розпочинається значно раніше – ще під час навчання молоді. Така діяльність

включає участь у профорієнтаційних заходах для школярів спільно з представниками навчальних закладів, формуванні вимог до структури і змісту професійної освіти, фінансування навчання молоді з подальшим працевлаштуванням на підприємстві.

Тенденції формування сучасної моделі економіки знань, за якої провідну роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку відіграють висококваліфіковані кадри, як правило, з вищою освітою, обумовлюють необхідність налагодження інтенсивної взаємодії роботодавців із закладами вищої освіти на засадах соціального діалогу. Така співпраця сприятиме як підвищенню якості професійного розвитку найманих працівників, так і збалансованості ринків праці та освітніх послуг, зменшенню відтоку трудових ресурсів потенціалу з країни, більш повному задоволенню потреб роботодавців у кадрах відповідної кваліфікації, трансферу освітньо-професійних знань та їх комерціалізації.

Залучення соціальних партнерів до участі у вирішенні проблем підвищення трудових ресурсів потенціалу як на рівні підприємства, так і держави, передбачає наступні напрями: розвиток інноваційної системи освіти, в результаті якої будуть підготовлені фахівці, здатні забезпечити значний внесок у сфері своєї професійної діяльності а, зрештою, в економіку України; підготовка фахівців високого рівня на основі інтеграції освіти з науковими дослідженнями і досвідом українських і міжнародних компаній; створення інфраструктури освіти, що забезпечує поєднання наукових академічних цінностей з потребами бізнесу; формування інноваційної культури освіти; розвиток інфраструктури, формування стратегічного партнерства; матеріальна підтримка сфери освіти; створення адаптивної і універсальної системи управління знаннями. Налагодження такої співпраці дозволить вирішити низку існуючих проблем роботодавців, молодих фахівців та навчальних закладів, досягнувши таких взаємовигідних результатів як підготовка студентів з урахуванням вимог сучасного бізнесу і реальної ситуації на ринку праці, а її прогнозування на перспективу дасть можливість вирішити проблему кадрового дефіциту, одержати висококваліфікованих фахівців, готових до роботи в організаціях; участь бізнесу в освітньому процесі і наукових розробках допоможе вищій школі ефективніше планувати навчання студентів, готувати затребуваних молодих фахівців і сприяти розвитку наукового і економічного потенціалу України; розробка сучасних програм, які будуть користуватися популярністю у студентів, піднімуть престиж закладів вищої освіти, підвищать їх рейтинг серед абітурієнтів і репутацію в суспільстві; використання в програмах навчання унікального досвіду і експертизи, накопиченої кращими українськими компаніями, дозволить максимально наблизити теорію до практики, підвищити практичну цінність освіти, що здобувається, збільшити затребуваність молодих фахівців на ринку праці.

Література

1. Лібанова Е. М. Модернізація економіки України в контексті соціальних викликів. *Демографія та соціальна економіка*. 2011. № 1(15). С. 24-38.
2. Левченко О. М. Економіка знань : управління розвитком людських ресурсів Великобританії : монографія. Київ : Корпорація, 2005. 202 с.

ПРОБЛЕМА ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку глобалізації саме трудова міграція виступає своєрідним каталізатором цього процесу, адже вона є одночасно її причиною (консолідації культур, релігій) та наслідком («стирання кордонів» між етносами, державами). Однак, українська трудова міграція не є явищем, пов'язаним лише із світовими тенденціями. Особливістю мотивації до переселення наших громадян на нові місця проживання та працевлаштування за кордоном є кризові економічні чинники всередині держави. Питання трудової міграції громадян України за кордон є проблемою державного рівня. Тема українських заробітчан активно обговорюється в пресі та на телебаченні, привертаючи увагу всього суспільства. Мільйони трудових мігрантів з України, більшість з яких працює в Росії, країнах Західної Європи та Північної Америки (рис.), змушують державу по-новому усвідомити важливість проблеми захисту прав та свобод її громадян.

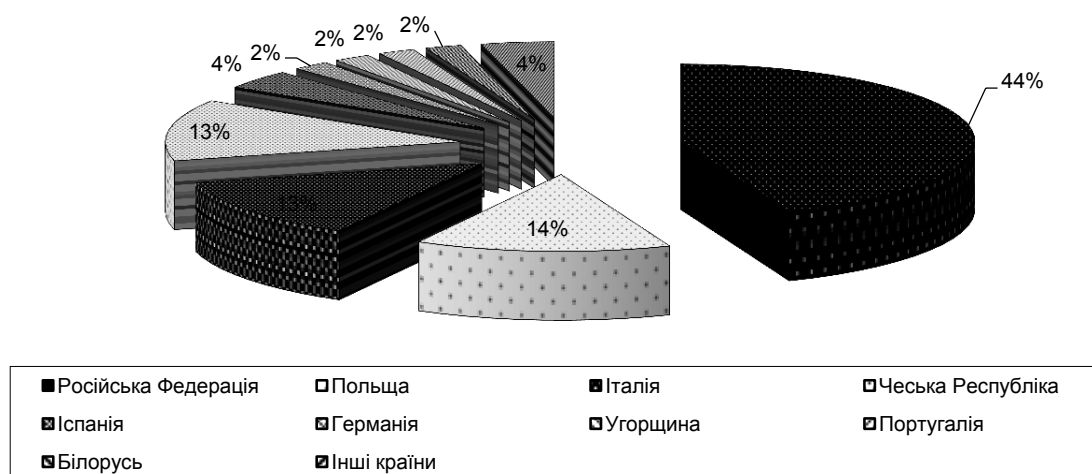


Рис. Спрямованість трудової міграції в 2010-2016 рр.

Складено за джерелом [1]

Основною причиною, яка спонукає людей (особливо молодь) шукати іншу роботу є низький рівень оплати праці та неповна зайнятість. До того ж молодь, виїжджаючи за кордон або до інших регіонів у пошуках тимчасового заробітку, має більше шансів та причин й можливостей залишитись на постійне місце проживання і складає групу ризику, яка не повертається на батьківщину. Отже, вилучає назавжди себе, як працівника та своїх майбутніх дітей, як осіб, що оновлюють трудові ресурси [2]. Як правило, покидають свою домівку особи в найбільш працездатному віці – 35-40 років, більш як половина з них (60-65 %) – це чоловіки. По суті, йде масштабний експорт праці. Вітчизняна наука ще не

звернула належної уваги на це явище, з усіма його позитивними і негативними особливостями, і не виробила якихось конструктивних рекомендацій. А потреба в них – величезна [3]. Неврегульованість практичних питань міждержавної трудової еміграції спричинює соціальну незахищеність українських громадян, які працюють за кордоном; вони зазнають дискримінації з боку іноземних роботодавців щодо платні, умов, охорони праці тощо. Із загальної кількості емігрантів менш як 1 % (28 тис. чол.) працюють легально, проте і вони дуже слабо захищені. Світова економічна криза, яка не тільки ускладнила внутрішню економічну ситуацію в країні, викрила економічні та соціальні загрози низької конкурентоспроможності й підприємств, і найманих працівників, а й засвідчила гостру потребу в досягненні стабільності соціально-трудових відносин, надійного соціального миру стала своєрідним іспитом у взаємодії роботодавців і профспілок.

Досягти соціального миру, забезпечити гармонізацію соціально-трудових відносин навряд чи можна без оптимізації відносин між працею і капіталом, створення гідних умов праці, життя і розвитку для людини. Ці завдання на початку нового тисячоліття залишаються найскладнішими для більшості країн світу. Соціально-трудова сфера України сьогодні віддзеркалює численні протиріччя, що свідчать про неузгодженість інтересів роботодавців і найманих працівників, низьку ефективність діяльності соціальних партнерів, – це поширена бідність працюючих, поляризація доходів у суспільстві, не виправдана диференціація у заробітках керівників підприємств і підлеглих, порушення трудових прав працівників практично на кожному підприємстві, затримки у виплатах заробітної плати, зростання безробіття. Ці явища знецінюють мотивацію до ефективної праці, погіршують якість трудового життя, посилюють конфліктність трудових відносин.

З кожним роком чисельність українських трудових мігрантів збільшується. Україна по праву вважається однією з найбільших країн-донорів трудових ресурсів. Проблема полягає в тому, що в нашій державі не ведеться статистика щодо реальної кількості українських громадян, які працюють за кордоном. Немає також реальних даних щодо обсягів міграції. Це спотворює картину міграційних процесів в Україні, унеможливорює ефективне їх регулювання і потребує більшої уваги уряду на цю проблему, що і визначає перспективи подальших досліджень.

Література

1. Міграція в Україні : факти і цифри. Міжнародна організація з міграції (МОМ): Представництво в Україні, 2016. 32 с. URL: http://iom.org.ua/sites/default/files/ff_ukr_21_10_press.pdf
2. Гайдуцький А. Масштаби потоків міграційного капіталу в Україну. *Вісник НБУ*. 2007. № 4. С.11-14.
3. Фомін С. Глобалізація та її наслідки для міграційних процесів України. *Політика і час*. 2004. № 7. С. 62-73.

Танасюк І.М.

к.е.н, доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Динамічне зовнішнє середовище, яке характеризується підвищенням ризиків, кризами як міжнародного, так і національного рівня, ускладнює процес формування стратегії, викликає потребу її коригування на етапі реалізації внаслідок неочікуваних змін на ринку, дій конкурентів тощо. Такий процес постійно відбувається на українських підприємствах, для діяльності яких характерним є значний вплив як політичних, так і економічних чинників. Коригування стратегії потребує змін в організаційній структурі підприємства та передбачає організаційний розвиток компанії для підвищення результативності та ефективності функціонування. Організаційний розвиток компанії потребує зміни системи з метою організаційної побудови та підтримки нового бажаного стану за допомогою зміни комунікаційного процесу, моніторингу процесів, що відбуваються в компанії, системи контролю та прийняття рішень.

В умовах жорсткої конкурентної боротьби на ринку, яка ускладнюється процесами глобалізації, компанії повинні концентрувати увагу на формуванні та утриманні конкурентних переваг, завдяки яким вони мають можливість реалізовувати продукцію в кількості, необхідній ринку. Ефективна діяльність підприємства створює основу для швидкого розвитку підприємства, прискорення реалізації продукції, що є вкрай важливим для динамічного середовища.

У той же час на міжнародному ринку існує досвід швидкозростаючих компаній, які внаслідок розробки нового продукту змогли сформувати нові ринкові сегменти, де майже немає конкурентів. Такі компанії змінюють структуру ринків і завдяки тому мають конкурентні переваги протягом тривалих періодів. Для створення таких ринкових сегментів зарубіжні підприємства вживають певні заходи, за допомогою яких формують довгострокові конкурентні переваги. На першому етапі вони розвивають тісні взаємозв'язки між постачальниками та споживачами їхньої продукції, унаслідок чого кілька фірм працюють разом і формують бізнес-мережу, забезпечуючи загальний успіх для продукції всіх виробників. Такий підхід дозволяє досягти спільної еволюції організації та сформувати динамічну конкурентну перевагу, яка зміцнюється за рахунок синергетичного ефекту від дій усіх партнерів.

Для підвищення результативності таких дій необхідно розробити набір ситуаційних сценаріїв, за допомогою яких керівництво компанії та менеджери всіх рівнів можуть узгодити цілі підрозділів із головними цілями компанії та бізнес-партнерів. Іноді такий процес потребує додаткового навчання та тренінгів. Як відомо, сьогодні здатність навчатися швидше за конкурентів уже є конкурентною перевагою. І для успішного розвитку компанія мусить швидко

навчатися сама і навчати своїх бізнес-партнерів, формувати та підтримувати мережу контрагентів, передбачаючи зміни зовнішнього середовища та створюючи інноваційні стратегії. Кожна інноваційна стратегія зорієнтована на свій цикл зростання, який визначається факторами зростання, так званими акселераторами зростання, за допомогою яких підприємство отримує найбільший результат. Найбільший вплив акселераторів зростання можна відчувати в трьох сферах: побудова бізнес-мережі, оволодіння ринком і засвоєння досвіду [1].

Особливим етапом для швидкозростаючої компанії є оволодіння ринком. На цьому етапі відбувається зниження постійних витрат, формування ринкового іміджу та власної торгової марки. Ефект масштабу, який є основою для зменшення постійних витрат на одиницю продукції, дозволяє компаніям зайняти позиції лідера та визначати умови відносин із постачальниками. Необхідно зазначити, що результативність цього етапу залежить від якості та креативності персоналу компанії, формування інтелектуального капіталу підприємства. Поділяємо думку А.А. Дискіної, що розвиток інтелектуального капіталу дозволить досягти не тільки короточасного економічного успіху, а й закласти основу для формування позитивних довгострокових тенденцій розвитку підприємства [2].

Не менш важливим етапом для організаційного розвитку компанії є наявність практичного досвіду та виникнення зростання, пов'язаного з уміннями і навичками, які накопичуються в компаніях у міру зміцнення клієнтської бази. Наявність такого прискорювача особливо необхідно на початковому етапі, у період розуміння вимог покупців як основи формування нового продукту. Іноді, вивчаючи ці вимоги, компанії розвивають їх, стимулюють нові вимоги, готуючи основу для впровадження нових пропозицій. Необхідно враховувати, що здатність компанії відтворити те, що вона вже зробила, є одним із ключових акселераторів зростання, що дозволяє виходити на нові регіональні ринки і вторгатися в незнайомі ринкові сегменти [1].

Отже, під впливом зовнішнього середовища підприємство вимушене оперативно змінювати стратегію, а головне – мати управлінський ресурс для її реалізації. Досвід функціонування багатьох підприємств засвідчує, що кожне з них має особливості організаційного розвитку, а значить, за рахунок отримання нових знань і постійного навчання та використання акселераторів зростання може отримати динамічну конкурентну перевагу.

Література

1. Парадокс быстрорастущих компаний. URL: <http://www.vestnikmckinsey.ru/strategic-planning/paradoks-byhstrorastushhikh-kompanij>.

2. Дискіна А. А. Кадровий потенціал – важливий чинник економічного розвитку підприємства. *Інтелект XXI* : наук. журн. / Нац. ун-т харч. технол., Ін-т проблем конкуренції. Київ, 2018. № 2. С. 67-71.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ПЛОДОООВОЧЕВОЇ КОНСЕРВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Проблема здорового та якісного харчування людей уже протягом багатьох років є однією з найактуальніших. Останніми роками спостерігається різке зниження споживання свіжих фруктів, ягід (58 % від норми) та овочів (74 % від норми), крім борщового набору. Тому плодоовочева консервна промисловість є тією ланкою, яка потребує постійної і неослабної уваги. Розвиток її мав свої піднесення і занепади.

Плодоовочева галузь – галузь харчової промисловості, підприємства якої займаються первинною переробкою і зберіганням овочів, плодів, ягід, картоплі та грибів. Основна продукція: сушені овочі, фрукти і картопля; солоні й квашені овочі, фрукти й гриби; плодоовочеві та грибні консерви; свіжоморожені овочі, ягоди; екстракти, соки, морси тощо. З усіх видів плодово-овочевого консервування в Україні найбільш розповсюджено виробництво соків, консервованих овочів (огірки, томати, горошок, кукурудза, бобові та ін.) [2].

Найбільші підприємства працюють в таких містах, як Одеса, Херсон, Мелітополь, Вінниця, Кам'янець-Подільський, Черкаси, Біла Церква, Ніжин.

Значення консервування овочів та фруктів полягає в тому, що воно забезпечує їх тривале зберігання, високі смакові та харчові властивості, компенсує дефіцит плодовоовочевих продуктів у зимово-осінній період. Плодоовочеві продукти є важливим джерелом вуглеводів, органічних кислот, мінеральних солей і вітамінів, але їх споживання у свіжому вигляді обмежується через сезонність і територіальні відмінності природних умов. Вирішальним фактором розвитку і розміщення плодово-овочеконсервної промисловості є сировинний. Це пояснюється передусім тим, що овочі та фрукти зберігаються не довго, та є мало транспортабельними.

На сьогоднішній день розвиток підприємств переробки даної галузі залежить від багатьох, як внутрішніх, так і зовнішніх чинників: високої конкуренції, зростання попиту, коливання цін на продукцію, кліматичних умов, характеристик товарів та потенціалу самого підприємства.

Економічне середовище нині в Україні характеризується значною нестабільністю. Зростає рівень невизначеності та ризику, що ускладнює діяльність підприємств як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Крім того, на діяльність підприємств галузі згубно впливають нестабільність фінансової системи, а також погіршення демографічної ситуації в державі.

Культурні та соціальні фактори, проявляються в тому, що ставлення вітчизняних споживачів до традиційних продуктів переробки овочів і фруктів у цілому є позитивним. Однак у сучасних умовах основна маса населення

України віддає перевагу найнеобхіднішим і найдешевшим продуктам.

Вплив природних факторів на роботу підприємств галузі: наприклад, роки, не врожайні для зерняткових культур, томатів або іншої овочевої та садової продукції, спричиняють дефіцит відповідної сировини, що вимагає додаткових зусиль для її залучення з інших регіонів і, зрештою, призводять до зростання витрат на виробництво.

Ефективність діяльності консервних заводів великою мірою залежить від факторів мікросередовища. Зокрема, постачальники сировини та матеріальних ресурсів значною мірою зумовлюють ритмічність їх роботи, обсяг виробничих затрат, якість продукції тощо. Сьогодні, не маючи гарантій щодо збуту продукції, сільськогосподарські товаровиробники скорочують вирощування трудомістких овочевих культур, ягід тощо.

Половина ринку плодово-овочевої консервації України розподілена між декількома великими виробниками, котрі мають можливість переробляти власну сировину та вести агресивну маркетингову політику. Значна доля ринку на початок 2019 р. належала компаніям, які представлені такими торговельними марками, як: «ВЕРЕС», «Чумак», «Торчин продукт», «Ніжин»[1].

Населення почало відходити від консервації таких важких і проблематичних видів консервування, як: горошок, кукурудза, бобові, гриби, овочева ікра та ін. Завдяки цьому, збільшився попит і виробники почали розширювати свої сегменти ринку. Стабільній попит дозволив виробникам купувати нові виробничі потужності. Повстала головна проблема - сировина, виробники вирішили це завдяки зворотній інтеграції.

На протязі 2017-2019 рр. ринок плодово-овочевої консервації живе завдяки трьом основним тенденціям: 1. Перерозподіл частки на ринку. 2. Зміна споживчих властивостей. 3. Запровадження ресурсозберігаючих технологій. 4. Запровадження нових логістичних схем.

Виходячи з аналізу стратегічних рішень досліджуваних підприємств, факторами успіху можна назвати наступні:

1. Розвиток всесезонних напрямів та диверсифікація виробництва для боротьби з сезонністю виробництва та реалізації продукції (продукція соусної групи, гриби).

2. Вертикальна інтеграція у напрямку співпраці з фермерськими господарствами або створення власної сировинної бази; інтеграція зі збутовими компаніями та роздрібними мережами

3. Збільшення бюджету на освоєння нових технологій та розробку інноваційних продуктів.

Література

1. Офіційний Інтернет-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

2. Офіційний Інтернет-сайт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України. URL: <http://www.smida.gov.ua>

Ващенко О.П.
аспірант
Державний університет телекомунікацій (Україна)

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В останні роки управлінські служби не тільки змінили відношення до культури організації, але і зайняли активну позицію у використанні її як фактору підвищення конкурентоспроможності, адаптивності, ефективності виробництва та управління. Наявність організаційної культури та її значення визнані у всьому світі.

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому.

Чим вище рівень корпоративної культури, тим у меншому ступені персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. До того ж, чим вище рівень корпоративної культури, тим вище престиж і конкурентоспроможність підприємства.

Корпоративна культура у системі управління підприємством має розглядатися як стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування.

Нині не має єдиного підходу до трактування поняття «корпоративна культура». До того ж, різні автори для її характеристики використовують такі терміни як: «культура», «організаційна культура», «культура організації», «фірмова культура», «культура підприємництва». Аналіз наявних трактувань цих понять дав змогу зробити висновок про те, що їх сутність є тотожною.

Так, корпоративна культура – це добре сформована система керівних переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства. Корпоративна культура – важливий фактор підвищення конкурентоспроможної адаптивності, ефективності виробництва та управління. Чим вищий рівень корпоративної культури, тим вищий престиж і конкурентоспроможність підприємства [1, с. 70].

Корпоративна культура виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Корпоративна культура регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати її реакцію в критичних ситуаціях.

У деяких підприємствах як базисне виступає припущення про неприязнь людей до праці, з якого випливає припущення про те, що вони будуть по можливості ухилятися від виконання своїх обов'язків. Менеджмент такого підприємства жорстко контролює дії працівників, обмежує ступінь їхньої волі, колеги підозріло ставляться один до одного.

Культура більш прогресивних підприємств ґрунтується на припущенні про те, що кожен індивід прагне на високому рівні виконувати доручені йому обов'язки. У таких підприємствах робітники мають більшу волю і більшу відповідальність, колеги довіряють один одному і працюють спільно. Базові припущення найчастіше виникають з основних переконань засновника підприємства або його перших керівників.

Корпоративна культура повною мірою пояснює складові управління підприємством: стратегію, цілі, ринкові ніші, стан продуктивності праці, якості товарів, відношення до споживачів, конкурентів і т. д.

Для досягнення цієї мети в процесі управління потрібно вирішувати такі завдання [2, с. 83]:

- розвиток у працівників почуття причетності до справ підприємства;
- заохочення залучення персоналу у спільну діяльність на благо підприємства;
- зміцнення стабільності системи соціальних відносин;
- підтримка індивідуальної ініціативи працівників;
- надання допомоги персоналу в досягненні особистого успіху;
- створення атмосфери єдності менеджерів і персоналу у підприємстві;
- делегування відповідальності;
- зміцнення корпоративної родини (поздоровлення персоналу із сімейними, трудовими святами, подіями і т. д.).

У цьому процесі величезна роль приділяється менеджерам, їхній організаційній культурі та вмінню працювати з персоналом. Керівництво корпоративною культурою у підприємстві здійснює, насамперед, весь управлінський склад на принципах безперервності і тривалого впливу.

Література

1. Апостолюк О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки*. Луцьк, 2016. № 2. С. 68-73.
2. Фіщук Н. Ю. Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації. *Збірник наукових праць ВНАУ*. Економічні науки. Вінниця, 2012. № 1(56). С. 81-85.

Грицай О.І.
к.е.н, доцент,
Паньків М.М.
студент

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ВИТРАТ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА: ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ

Співпраця з міжнародними партнерами на сучасних ринках України створила такі умови ведення бізнесу, при яких важливе місце займає фінансова-економічна безпека. Економічну безпеку на рівні підприємства варто аналізувати на підставі внутрішньої фінансової звітності. Саме тому, бухгалтерський облік можна вважати основною інформаційною базою управління безпечного функціонування підприємства для потреб служби безпеки при аналізі та контролі діяльності підприємства.

Детальним вивченням проблематики відображення витрат на економічну безпеку підприємства в обліку та звітності займаються такі вітчизняні науковці-вчені, як Глиницька Л. [1], Ляшенко О. [2, с. 400], Кіпчарська Я. [3, с. 63-72].

Будь-яке підприємство для формування ефективної економічної безпеки повинно нести певні витрати, які забезпечують пошук інформації та, водночас, призводять до збільшення економічних зобов'язань, і, як наслідок, зменшення, чи обмеження прибутку підприємства. Звідси випливає, що витрати на економічну безпеку – сукупність ресурсів, які збільшують зобов'язання підприємства та в майбутньому приносять економічні вигоди у вигляді ефективної роботи служби безпеки підприємства.

Проблематичним є відображення витрат на економічну безпеку на рахунках бухгалтерського обліку та, в подальшому, у формуванні фінансової звітності. У зв'язку з тим, що в нормативній базі цей вид витрат не закріплено на законодавчому рівні, не має окремого рахунку та ці витрати не зазначені у жодній формі звітності, варто спершу визначити джерела виникнення витрат економічної безпеки підприємства.

Відповідно до П(С)БО 16 «Витрати» [4], витрати на техніку безпеки включаються до складу загальновиробничих витрат, витрати на представницькі та консультаційні послуги пов'язані з підтриманням процесів із забезпечення безпеки відносяться до складу адміністративних витрат, а витрати на охорону основних засобів та інших необоротних матеріальних активів, пов'язаних зі збутом продукції – до складу витрат на збут.

Витрати на економічну безпеку підприємств умовно можна поділити на такі основні напрями їх виникнення:

- витрати, пов'язані з створенням системи економічної безпеки (витрати, пов'язані із пошуком кадрів; витрати на пошук приміщення; витрати на закупівлю обладнання, а також інші витрати, пов'язані зі створенням служби економічної безпеки підприємства);

- витрати на утримання персоналу служби економічної безпеки (витрати основної та додаткової заробітної плати персоналу та нарахувань на неї; амортизація технічних засобів забезпечення економічної та кадрової безпеки);

- витрати на створення інформаційної бази економічної безпеки (витрати на закупівлю спеціальної літератури; інші витрати, пов'язані з діяльністю співробітників, що здійснюють захист інформації) [5, с. 27-32].

Враховуючи характер виникнення витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства, для їх узагальнення слід виділити окрему комплексну статтю «Витрати, пов'язані з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства» у складі рахунку 92 «Адміністративні витрати».

Оскільки у фінансовій звітності витрати на економічну безпеку підприємства не відображаються, варто було б виділити окрему статтю, наперед законодавчо узгоджену з підтвердженням на рівні Методичних рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності. Для деталізації адміністративних витрат у Формі-2 «Звіт про фінансові результати» виділити окремий вписуваний рядок – «Витрати на економічну безпеку підприємства». Доцільним є відображення цих витрат у Примітках до фінансової звітності, адже там висвітлюється та інформація про підприємство, яка не була відображена у інших формах фінансової звітності.

У сучасних умовах процес успішного функціонування й економічного розвитку підприємств багато в чому залежить від удосконалення їх діяльності в галузі забезпечення економічної безпеки. Для ефективного управління витратами на економічну безпеку, є їх визнання у бухгалтерському обліку та звітності. Недоліком сучасного обліку є те, що відсутня єдина система бухгалтерських рахунків та облікових реєстрів для відображення витрат на економічну безпеку.

Література

1. Порядок визнання витрат, пов'язаних з діяльністю із забезпечення безпеки підприємства в системі бухгалтерського обліку. *Збірник наукових праць молодих учених*. 2013. URL:

<https://core.ac.uk/download/pdf/32611615.pdf>.

2. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства: монографія. Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2011. с. 400.

3. Кіпчарська Я. М. Економічна безпека підприємства: суть, зміст, складові її забезпечення. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2013. С. 63-72.

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318. URL: <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/psbu16>.

5. Ляшенко О. М. Специфічні властивості фінансової безпеки підприємства. *Управління проектами та розвиток виробництва*. Збірник наук. праць. Луганськ : вид-во СНУ ім. В. Даля, 2012. № 4(44). С. 27-32.

Присвітла О.В.

к.е.н., доцент,

Коваленко А.Є.

магістр

Дніпровський державний технічний університет (Україна)

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Процеси глобалізації і трансформації індустріального суспільства в постіндустріальне безпосередньо пов'язані з якісними змінами в діяльності бізнес-структур, які стикаються з посиленням конкуренції як на вітчизняному економічному просторі, так і за його межами. Це спонукає бізнес-структури використовувати всі можливі заходи, що впливають на їх конкурентоспроможність. Проблемі підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, та ключовим факторам її забезпечення у вітчизняних наукових джерелах останнім часом приділяється багато уваги. Більшість публікацій присвячені проблемі щодо сутності та джерелам формування конкурентних переваг підприємств окремих галузей економіки, надаються пропозиції щодо їх оцінки та напрямам досягнення.

Соціальної відповідальності бізнесу, її ролі в розв'язанні проблем соціального та економічного розвитку як бізнес-структур, так суспільства в цілому приділяють значну увагу відомі вітчизняні науковці: О. Амоша, О. Грішнова, А. Колот, І. Майбуров, О. Новіков, О. Олійник, Н. Орлова, Н. Притуляк та ін.

Сучасні реалії свідчать, що для забезпечення ефективного функціонування бізнесу його соціальна відповідальність має не менше значення ніж розвинута інфраструктура, політична стабільність та втілення в життя проектів інноваційного розвитку.

Однак, в Україні поки що не виявлено зацікавленості до цієї проблеми, лише деякі менеджери-практики провідних фінансово-промислових груп та кампаній усвідомлюють значення соціальної відповідальності бізнесу. До тепер, в Україні ще не сформовано науково-методичних засад, відсутні загально прийняті стандарти та моделі соціальної відповідальності бізнесу [1, с. 75]. У нашому суспільстві ще не сформовано об'єктивного, неупередженого, сучасного розуміння достеменної сутності та ролі корпоративної соціальної відповідальності, її значення для бізнес-організацій і суспільства в цілому [3, с. 71, 72].

Розбудова України як демократичної держави орієнтованої на інтеграцію до світових політичних і економічних організацій ставить на порядок денний питання визнання власного місця і ролі на світових ринках, у міжнародному поділі праці в умовах глобалізаційних процесів і пов'язану з цим гостру проблему в зміні як тактичних так і стратегічних завдань щодо соціальної

відповідальності бізнесу, спрямованих в першу чергу, на підвищення якості людського капіталу. Реалізація цієї задачі сприятиме розбудові розвинутого суспільства та створення умов для забезпечення якісного людського потенціалу інформаційного постіндустріального суспільства [4, с. 239].

Враховуючи реалії сьогодення, Україна повинна водночас вирішувати дві важливі задачі: зростання власного економічного потенціалу за рахунок розвинутого індустріального суспільства і соціальної держави та створення передумов для забезпечення формування якісно нового людського потенціалу інформаційного, постіндустріального суспільства майбутнього. Реалізація другої мети неможлива без вирішення першої задачі, оскільки, «інтелект, якщо навіть і виникає, то в усякому разі, не відтворюється в бідності та небезпеці» [2, с. 216].

Як свідчить зарубіжний досвід, останні десятиліття стало економічне зростання притаманне тим країнам, яким вдається досягти кращих результатів в людському розвитку на основі поєднання економічної ефективності та соціальної результативності, завдяки налагодженню економічних механізмів і оптимізації діяльності соціальних інститутів, які виступають засобом погодження інтересів і цілей суб'єктів, що взаємодіють у процесі економічної діяльності.

У цивілізованих країнах існують різні моделі соціальної відповідальності бізнесу. В Україні національна модель соціальної відповідальності бізнес-структур почала формуватися з великим запізненням. Її зміст, шляхи формування й напрями реалізації дають підстави стверджувати, що вона являє собою симбіоз елементів британської моделі (добровільна ініціатива бізнесом) і континентальної, для якої характерно бажання бізнес-структур отримати від держави чіткі поведінкові рамки.

Серед різноманіття функцій соціальної відповідальності бізнесу базовою, ключовою функцією є економічна відповідальність. Остання обов'язково повинна включати ефективну мотиваційну систему й має бути спрямована на формування економічного ефекту не тільки в короткостроковому, а й у довгостроковому періоді.

Література

1. Бутко М., Мурашко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні. *Економіка України*. 2009. № 7. С. 74-85.
2. Делягин М. Г. Мировой кризис : общая теория глобализации : курс лекций. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Инфра-М. 2003. 768 с.
3. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність : сучасна філософія, проблеми засвоєння. *Економіка України*. 2014. № 3. С. 70-82.
4. Людський потенціал: механізми збереження та розвитку: монографія / О. Ф. Новікова, О. І. Амоша, В. П. Антонюк та ін. НАН України, Ін-т економіки промисловості. Донецьк. 2008. 468 с.

Танасюк І.М.
к.е.н., доцент,
Малишко А.В.
магістрант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «ТЕЛЕКАРТ-ПРИЛАД» У СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах недостатньо вирішеними залишаються питання щодо можливості тривалого забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства. Практика господарської діяльності свідчить про те, що конкурентоздатним на ринку підприємство буде тоді, коли воно буде володіти унікальними конкурентними перевагами. Але завдяки перевагам у наявних ресурсах чи перевагам, що забезпечують операційну ефективність можна досягти лише тимчасового результату. Тому, дуже важливим є розробка підприємством ефективної стратегії розвитку, яка базуватиметься на унікальному позиціонуванні компанії, орієнтації на унікальні види діяльності, що дасть змогу забезпечити довгострокові конкурентні переваги.

Як відомо, сутність конкурентної переваги полягає в тім, щоб конкурувати інакше – бути націленим на особливі групи споживачів, використовувати унікальні методи виробництва, маркетингу та ін.

Г.Л. Азоєв та А.П. Челенков відзначають, що конкурентні переваги є проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній та організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, вища рентабельність, ринкова частка, обсяг продажу) [1, с. 48]. На думку Безсмертного С., саме додатковий прибуток, збільшення рентабельності та ринкової частки, обсягу продаж є проявом конкурентних переваг, а підприємству потрібно «майстерно управляти всіма конкурентними перевагами» [2, с. 179].

М. Портер запропонував таке визначення: «конкурентні переваги – це сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства у конкуренції, продуктивність використання ресурсів тощо» [3].

Оцінка рівня та динаміки конкурентних переваг на досліджуваному підприємстві дозволило зробити висновок, що підприємству необхідно своєчасно робити кроки, спрямовані на зниження собівартості продукції, що є основою формування цін на продукцію, що виробляється. Це можливо здійснити, насамперед, за рахунок скорочення високих енерговитрат. Ще одним резервом зміцнення конкурентних переваг може бути розширення асортименту виробництва та продаж більш рентабельних та якісних товарів.

Проведений за допомогою бального методу порівняльний конкурентний аналіз підприємств цієї галузі, дозволив виділити основні конкурентні переваги та сучасні особливості характерні лідерам. На наш погляд, та за думкою експертів, до них можливо віднести наступні: ціна, асортимент, якість

товарів, імідж, додаткові послуги, якість обслуговування. Необхідно відзначити, що ми обрали ті конкурентні переваги які, на нашу думку, в сукупності визначають привабливість підприємства для споживача.

В цілому лідером ринку за сукупністю оцінки обраних для аналізу конкурентних переваг є відоме в Україні ТОВ «Телекарт-Прилад». Відбувається це через те, що продукція його має широкий асортимент, визнану якість, вподобання покупців. В той же час споживачі не завжди задоволені цінами на продукцію цього підприємства, особливо це стосується співвідношення ціна/якість.

Що стосується ТОВ «Телекарт-Прилад», то якість продукції не поступається якості провідних виробників, а обслуговування здійснюється на дуже високому рівні. Ця конкурентна перевага найбільш вагома і визнана на ринку. Наступними по значимості є ціна продукції та її асортимент. Як демонструють результати конкурентного аналізу, ТОВ «Телекарт-прилад» значно програє за критерієм додаткові послуги. Слабко розвинуті консультаційні послуги, що супроводжують покупців та потенційних покупців, знижують конкурентоспроможність підприємства. На наш погляд, необхідні потужні дії в цьому напрямку, а їх реалізація спроможна посилити цю конкурентну перевагу та підвищити конкурентоздатність досліджуваного підприємства.

У ТОВ «Телекарт-Прилад» є досить сильні сторони для того аби покращити свої ринки збуту та збільшити прибутковість. В той же час, потрібно не забувати і про всі можливі загрози, такі як: нестабільна ситуація в країні та поява нових більш сильних конкурентів. Для попередження появи загроз для ТОВ «Телекарт-Прилад» потрібно приділяти увагу розвитку маркетингу, щоб більше покупців на ринку знали про товар, який їм пропонують, а також застосовувати досягнення науково-технічного прогресу у своєму виробництві, який дозволить впровадити нові інноваційні технології та знизити собівартість продукції..

ТОВ «Телекарт-Прилад» володіє значним потенціалом, який використовується, нажаль, не в повну міру. Компанії необхідно думати про майбутнє і розробляти довгострокові інноваційні стратегії, що дозволили б оперативно реагувати на мінливі умови ринку.

Література

1. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. М. : ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. 255 с.

2. Безсмертний С. Ю. Сутність та класифікація конкурентних переваг підприємства. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. URL: <http://ena.lp.edu.ua>

3. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. Пер. с англ. М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. 715 с.

Захаренко О.О.
старший викладач,
Безугленко О.Ю.
студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ КАПІТАЛУ

Недостатність оборотного капіталу багатьох підприємств України стає основною проблемою уповільнення їх зростання. Основним постачальником капіталу підприємствам традиційно є банки. Використовуючи такий капітал необхідно дотримуватись вимог: внутрішня норма прибутковості підприємств повинна перевищувати вартість капіталу. Кредити в іноземній валюті обходяться дешевше для компаній.

Таким чином, при веденні зовнішньоекономічної діяльності кредити в іноземній валюті стають перевагою. У ситуації, коли українська компанія прагне запустити черговий проект, це стає неможливим, так як вартість капіталу є високою. Тоді альтернативним способом для запуску проекту стає використання інструментів фондового ринку у вигляді випуску цінних паперів. Можна розглянути приклад випуску ЦП саме у вигляді позикового капіталу.

Компанії-емітенти, випускаючи ЦП у вигляді корпоративних облігацій на біржах України, забезпечать себе капіталом для здійснення основної діяльності за доступною відсотковою ставкою.

Контроль проводиться з боку регулятора, в особі НКЦПФР, а це зменшує ризики для інвестора. Інформаційна функція ринку капіталу дозволяє прискорити придбання інвесторами всіх 100 % цінних паперів. Тому корпоративні облігації – оптимальний варіант для інвесторів, що орієнтуються на мінімальні ризики. Приймаючи рішення щодо випуску корпоративних облігацій потрібно враховувати, що перевагою банків є швидкий позиковий капітал.

Час грає значну роль. Але швидко, не означає дешево. Якщо компаніям потрібен швидкий капітал, то АКБ – це оптимальний варіант. Також можна отримати капітал за доступною відсотковою ставкою в іноземній валюті. А це користь для тих, хто працює з зовнішніми ринками і отримує експортну виручку.

Перевагою бірж є доступна відсоткова ставка для клієнта (емітента). Але часу витратити доведеться більше. Підготовка проспекту емісії емітентом вимагає зусиль. Слід проаналізувати ситуацію на ринку, а також макроекономічні та галузеві аспекти. Емітент повинен вказати власну частку на ринку і перспективи зростання. Далі відбувається перевірка з боку регулятора НКЦПФР [1].

Таким чином, якщо розглядати переваги для інвесторів, то банки надають швидке оформлення депозиту, а біржі – мінімальний ризик при вкладенні коштів в облігації. У банках (Україна) присутня гарантована сума

відшкодування від ФГВФО до 200000 грн. для фізичних осіб. На біржах при вкладенні в облігації є безпека для фізичних і юридичних осіб. Таким чином, ми маємо розвиток процесів конкуренції на ринках капіталу.

Ще одним позитивним аспектом розвитку фондового ринку є стрімкі процеси цифровізації: комунікація інвесторів і емітентів сьогодні поліпшується за допомогою онлайн-платформ.

На початку ХХІ ст. ІТ-технології феноменально прискорили розвиток світового фондового ринку. Глобалізація об'єднала світ, перетворила всіх в один майданчик. Тепер можна інвестувати з будь-якої точки світу і в будь-який час (для інвестора), а також отримати капітал від потенційного інвестора навіть для ринку, що розвивається (для емітента). Розвиток фондових ринків призвів до появи такого класу інвесторів, як універсальні, тобто таких, які вкладають кошти у значну кількість різних галузей [2].

Щоб провести IPO потрібне зростання показників Sales, GP, EBITDA, EBIT, іноді і NI за останні 3-5 років для компанії. Саме український фондовий ринок може створити такі умови для росту емітентів, які в майбутньому наблизять українські підприємства до лістингу на міжнародних біржах. Після випуску корпоративних облігацій на українських біржах, емітент використовує капітал наступні роки, розвивається і нарощує власну вартість. Тепер компанія стає готовою до IPO і лістингу на біржах Європи [3].

Таким чином, український фондовий ринок створює умови для виходу на міжнародні фінансові ринки. Але перешкодою на цьому шляху, при розробці стратегії виходу на ринок капіталу, стає незначна обізнаність керівництва компаній щодо можливостей фондового ринку України та низький рівень знань фінансових менеджерів з питань управління портфелем цінних паперів, а також рівень олігархізації. Подолання таких явищ має носити системний характер як на рівні корпорацій, так і на державному рівні.

Література

1. Обзор IPO украинских компаний | Эмитент Украина. URL: https://www.pwc.com/.../an_overview_of_...ipos_rus.pdf.pdf
2. Фондовый рынок и IPO. URL: <https://inventure.com.ua/news/stock>
3. Українські IPO – погляд в минуле і майбутнє |... URL: <http://agroportal.ua/views/blogs/ukrainskie-ipo-vzglyad-v-proshloe-i-budushchee/>

4. ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Пантелєєв В.П.

д.е.н., професор

Національна академія статистики, обліку та аудиту (Україна)

КОНТРОЛЬ НАД ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗА ГЛОБАЛЬНИМИ ПРИНЦИПАМИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Раніше наведено практику контрольних процедур при об'єднанні компаній за прикладом ЄС [1]. Для британо-американської моделі обліку характерним є рух капіталу через систему фондового ринку; бухгалтерський облік та облік розрахунків за податками – це два самостійних види обліку; бухгалтерський облік та фінансова звітність зорієнтовані на задоволення потреб гравців фондового ринку: інвесторів і кредиторів, аудиторів, рейтингових агентств тощо; фінансова звітність має значну аналітичність. Майже всі компанії присутні на ринку цінних паперів, і вони безпосередньо зацікавлені в наданні детальної та об'єктивної інформації про свій фінансовий стан.

Глобальними принципами управлінського обліку, далі ГПУО [2], розроблених Американським інститутом сертифікованих публічних бухгалтерів (АІСРА) та Привілейованим інститутом управлінських бухгалтерів (СІМА) передбачено чотири Глобальні принципи управлінського обліку: Комунікація породжує інформацію, що має вплив, Інформація є релевантною, Аналізується вплив на вартість і Розумне керування вибудовує довіру, спрямованих на досягнення чотирьох головних цілей: вплив, релевантність, аналіз та довіра. ГПУО являють собою набір фундаментальних цінностей, норм і характеристик управлінського обліку. У цьому документі (відоме вже друге видання) описано шляхи застосування цих принципів у 14 основних практичних сферах управлінського обліку [3].

У одній із цих сфер, а саме у сфері стратегічного податкового контролю (відображає роль оподаткування у фінансовому аналізі і прийнятті рішень, а також активне управління податковою позицією підприємства для дотримання вимог законодавства) головними факторами управлінського обліку за ГПУО зазначене забезпечення аналізу впливу податкових операцій на злиття і поглинання (англ. *mergers and acquisitions, M&A*) підприємств, забезпечення консультативної підтримки з питань трансферного ціноутворення та проведення розрахунків податкових наслідків інвестиційних рішень.

Підприємство, утворене шляхом злиття, бере під свій контроль і управління всі активи і зобов'язання перед клієнтами підприємств, які взяли участь у злитті, в тому числі як платник податків. При аналізі впливів на вартість підприємство усвідомлює податкові наслідки стратегічних рішень, що пов'язані зі злиттям і поглинанням, збутом чи приростом капіталу.

Крім зазначеного стратегічного податкового контролю контрольні процедури за ГПУО передбачають ще три види контролю: внутрішній

контроль (задокументована схема стратегій, систем, процесів і процедур управління ризиками з метою створення і збереження вартості, ефективно впровадження і реалізація такої схеми, а також провадження відповідної звітності і моніторингу), управління і бюджетний контроль (система проактивного контролю за реалізацією цільових показників на всіх рівнях організації, до яких можуть включатися проекти, люди, господарчі операції, процеси, обсяги продажів і прибутки, обсяги ресурсів, експлуатаційні витрати, активи, зобов'язання і грошові потоки, а також інші нефінансові показники) та внутрішній аудит (незалежна гарантія того, що управління ризиками, процеси управління і внутрішнього контролю підприємства працюють ефективно).

Головна місія ГПУО реалізується під впливом рекомендацій Міжнародній комісії з інтегрованої звітності (МКІЗ, iirc), тобто орієнтуються на створення цінності, задоволенні інтересів зацікавлених осіб, зміцнення позитивної репутації підприємства, управлінні ризиками тощо та призначено для досягнення мети ГПУО.

Увага до застосування та повідомлення про контрольні елементи управління підприємствами за ГПУО має значення для України, оскільки у Звіті про управління (Звіті про корпоративне управління) у розділах про ризики, фінансові інвестиції, перспективи розвитку, корпоративне управління тощо проводиться опис основних особливостей контролю і управління ризиками у зв'язку з процесом підготовки фінансової звітності [4].

Контроль здійснюється на всіх етапах життя підприємства: формування фінансової стратегії нового підприємства (можлива відмова від проекту); управління проектами, ризиками, фінансами; оцінка фактичної ефективності інвестицій, використання інформації із внутрішніх та зовнішніх джерел; дотримання вимог нормативних актів, ведення обліку та складання управлінської, фінансової та податкової звітності тощо. Заходи з контролю, застосування відповідних механізмів контролю проводяться не лише щодо M&A, а також при консолідації, об'єднанні підприємств, у холдингових компаніях та асоційованих підприємствах.

Література

1. Пантелеєв В. П. Контрольна складова об'єднання компаній за прикладом країн ЄС. *Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики*. Матеріали VII Міжнародній науково-практичній конференції ОНЕУ. 14-15 вересня, 2018 року. Одеса, Атлант, 2018. С. 125-126.
2. Global Management Accounting Principles. CIMA. 2017. URL: <https://www.cgma.org/content/dam/cgma/resources/reports/downloadabledocuments/global-management-accounting-principles.pdf>
3. Голов С. Ф. Генезис управлінського обліку. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2017. № 7-8. С. 1-24.
4. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління, затв. наказ Міністерства фінансів України 07.12.2018 № 982 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>

Шалімова Н.С.

д.е.н., професор

Центральноукраїнський національний технічний університет (Україна)

ВПЛИВ ТРИСТОРОННІХ ВІДНОСИН НА ФОРМАТ ДОГОВОРІВ НА ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ З АУДИТУ ІНТЕГРОВАНІХ СТРУКТУР

На сучасному етапі розвитку економічних систем важливим аспектом аудиту як практичної діяльності є взаємовідносини аудитора, замовників, відповідальних осіб тощо та напрями їх врегулювання під час виникнення договірних відносин. Відмінною рисою сучасного розвитку є поява високо інтегрованих (вертикального та горизонтального типу) структур, які відрізняються можливостями спільного використання технологій, людських та фінансових ресурсів, які спроможні розвивати високотехнологічні виробництва, і така концентрація зусиль особливо важлива, коли декілька ідей повинні поєднатися в одну життєздатну інновацію. Тому найбільш складними є такі взаємовідносини при виконанні завдань з аудиту та інших видів аудиторських послуг для інноваційно-інтегрованих структур різних типів.

Завдання з надання впевненості, одним із видів яких є і аудит, передбачає обов'язкову участь наступних окремих сторін: фахівця-практика (аудитора), відповідальної особи, користувача (Міжнародна концептуальна основа завдань з надання впевненості [1]). До них можна додати замовника, адже окремо підкреслено, що відповідальна сторона може бути, а може й не бути стороною, яка наймає фахівця-практика. Отже, особливості виконання завдань з аудиту проявляються в специфіці тристоронніх відносин між аудитором, відповідальною особою, користувачем, зокрема, в такому: різноманітність зв'язків між відповідальною стороною та користувачем (користувачами); наявність широкого кола користувачів; необхідність повідомлення інформації як управлінському персоналу, так і іншим користувачам. Значні особливості має і процес виконання завдань з аудиту та інших аудиторських послуг, замовником яких (суб'єктом, який наймає аудитора) виступає особа, яка не входить до структури суб'єкта господарювання тощо.

Специфіка відносин між цими сторонами обумовлена і такими особливостями відповідальної сторони: відповідальна сторона може виступати одним із визначених користувачів, але не єдиним; відповідальна сторона може бути, а може й не бути стороною, яка наймає аудитора; відповідальна сторона та користувач можуть бути представниками різних суб'єктів господарювання або входити до складу одного суб'єкта.

Різноплановість користувачів можна охарактеризувати таким чином. Користувачам із зовнішнього середовища, тобто тим, які не входять до структури суб'єкта аудиту, притаманні досить різноманітні характеристики: вони не можуть бути відповідальною стороною, оскільки не належать до складу суб'єкта господарювання, який підлягає аудиту; вони можуть бути стороною, яка наймає аудитора, в такому разі їх самих та їхні інформаційні потреби легко ідентифікувати, а можуть і не бути стороною, яка наймає аудитора, при цьому

можливість ідентифікації їх самих та їхніх інформаційних потреб залежить від конкретних обставин та умов завдання; у складі таких користувачів є як користувачі, які використовують отриману інформацію для своїх потреб (потенційні інвестори), так і користувачі, які, використовуючи свої владні повноваження, забезпечують інформаційні потреби інших груп користувачів (органи державного управління); серед них є такі, які мають відповідні важелі впливу, щоб довести свої потреби до аудиторів, проте значна кількість таких, які не мають відповідних важелів, а тому їх інтереси мають захищати інші впливові користувачі. Користувачам із внутрішнього середовища, тобто тим, які входять до структури суб'єкта аудиту, притаманні такі характеристики: вони можуть бути, а можуть і не бути суб'єктом, який наймає аудитора, що визначається складністю структури управління самого суб'єкта; вони можуть бути як відповідальною стороною, так і просто користувачем, що також визначається складністю структури управління самого суб'єкта; їх порівняно легко ідентифікувати; таким користувачам зазвичай легко довести до відома аудитора свої потреби та вимоги.

Складність врегулювання договірних відносин в аудиті полягає в тому, що Міжнародними стандартами аудиту та національним законодавством регламентується процес інформаційних зв'язків лише між аудитором та управлінським персоналом суб'єкта господарювання, який підлягає аудиті, і не враховується зміст тристоронніх відносин між аудитором, відповідальною стороною та користувачами як обов'язкового елемента завдань з надання впевненості. Можливість та необхідність укладання тристоронніх договорів на виконання завдань з аудиту взагалі не розглядають, чому сприяє і той факт, що використання таких договорів недостатньо поширене в юридичній практиці. Але їх необхідність актуалізується у зв'язку з поширенням інноваційно-інтегрованих структур різного типу в нашій країні.

Отже, актуальною є проблема запровадження в практику аудиторської діяльності багатосторонніх договорів між суб'єктом аудиторської діяльності (аудитором або аудиторською фірмою), відповідальною стороною, користувачем (користувачами), суб'єктом, який здійснює оплату послуг, якщо він відрізняється від відповідальної сторони та користувача, виділення їх в особливу групу договірних зобов'язань в цивільному законодавстві України. Це дозволить зменшити такий «розрив в очікуваннях» в аудиті, як розрив у комунікаціях на мікрорівні, який проявляється при погодженні умов аудиту внаслідок відсутності достатнього обсягу спілкування аудиторів з управлінським персоналом та іншими користувачами, неналежний рівень їх інформування про умови, цілі, обмеження та результати аудиту.

Література

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2016-2017 років. Ч. III. URL: https://www.apu.net.ua/attachments/article/1151/2017_%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C3.pdf (дата звернення 1.03.2019).

Крюкова І.О.
д.е.н., доцент,
Олійник О.О.
магістр

Одеський державний аграрний університет (Україна)

ПЛАНУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ БІЗНЕС-СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОЇ ЕКОНОМІКИ

Вирішення стратегічного завдання підвищення рівня конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та результативності діяльності вітчизняних бізнес-структур аграрної економіки неможливо без повного і своєчасного їх забезпечення грошовими коштами. В умовах динамічного економічного середовища та постійних процесів трансформації капіталу й активів, грошові кошти набувають вигляду та змісту грошових потоків, питання управління якими є першочерговим завданням будь-якого підприємства, а з урахуванням наявності сучасних проблем платоспроможності і ліквідності підприємницьких структур аграрного сектору економіки України, актуальність даного завдання посилюється.

Управління грошовими потоками – надзвичай складна частина сучасного агроменеджменту, ключовою метою якого є максимізація розміру чистого прибутку, а в найближчій перспективі (при створенні сприятливих ринкових умов та можливості оцінки земель сільськогосподарського призначення як ринкового активу) – максимізація ринкової вартості аграрного бізнесу, методологічні засади оцінки якого в значній мірі враховують наявність, рух та вартість грошових потоків бізнес-суб'єктів.

З огляду на процесний методичний підхід до агроменеджменту, одним з найважливіших етапів управління аграрним грошовим капіталом є планування грошових потоків. Головною метою такого планування постає забезпечення сталого та динамічного розвитку бізнес-структури, а основним завданням – підвищення рівня платоспроможності підприємства. Проте, імплементація прогресивних методичних підходів у практику аграрного управління зумовлює доповнення мети і деталізацію завдань агроменеджменту, зокрема, в частині управління грошовими потоками. Так, генеральною стратегічною метою сучасного агробізнесу постає не тільки збільшення абсолютного розміру чистого прибутку (максимізація капіталу власників), а й нарощування ринкової вартості бізнес-суб'єкта аграрної економіки [1, с. 145]. З огляду на це, процес планування грошових потоків аграрних формувань можна представити у вигляді схеми, наведеної на рис.

Надзвичай важливе місце у системі планування грошових потоків агробізнес-структур займає обліково-аналітична підтримка. Система обліково-аналітичної підтримки планування грошових потоків у практичній діяльності виконує функції, властиві обліково-аналітичному забезпеченню в цілому: 1) безпосередньо облікова; 2) аналітична; 3) контрольна; 4) стратегічна [2, с. 12].

Комплексність системи обліково-аналітичної підтримки управління грошовими потоками зумовлює розширення функціональних завдань в напрямі

наступних: 1) моніторингова (постійний аналіз та оцінка досягнутого рівня платоспроможності і ліквідності); 2) розробка заходів і проектів надходження грошових активів, що сприяє підвищенню прибутковості і вартості аграрного бізнесу; 3) організаційна, нормативно-правова, аудиторська, підтримка прийняття та реалізації рішень агроменеджменту, спрямованих на максимізацію розміру чистого грошового потоку, чистого прибутку та нарощування ринкової вартості аграрного бізнесу.

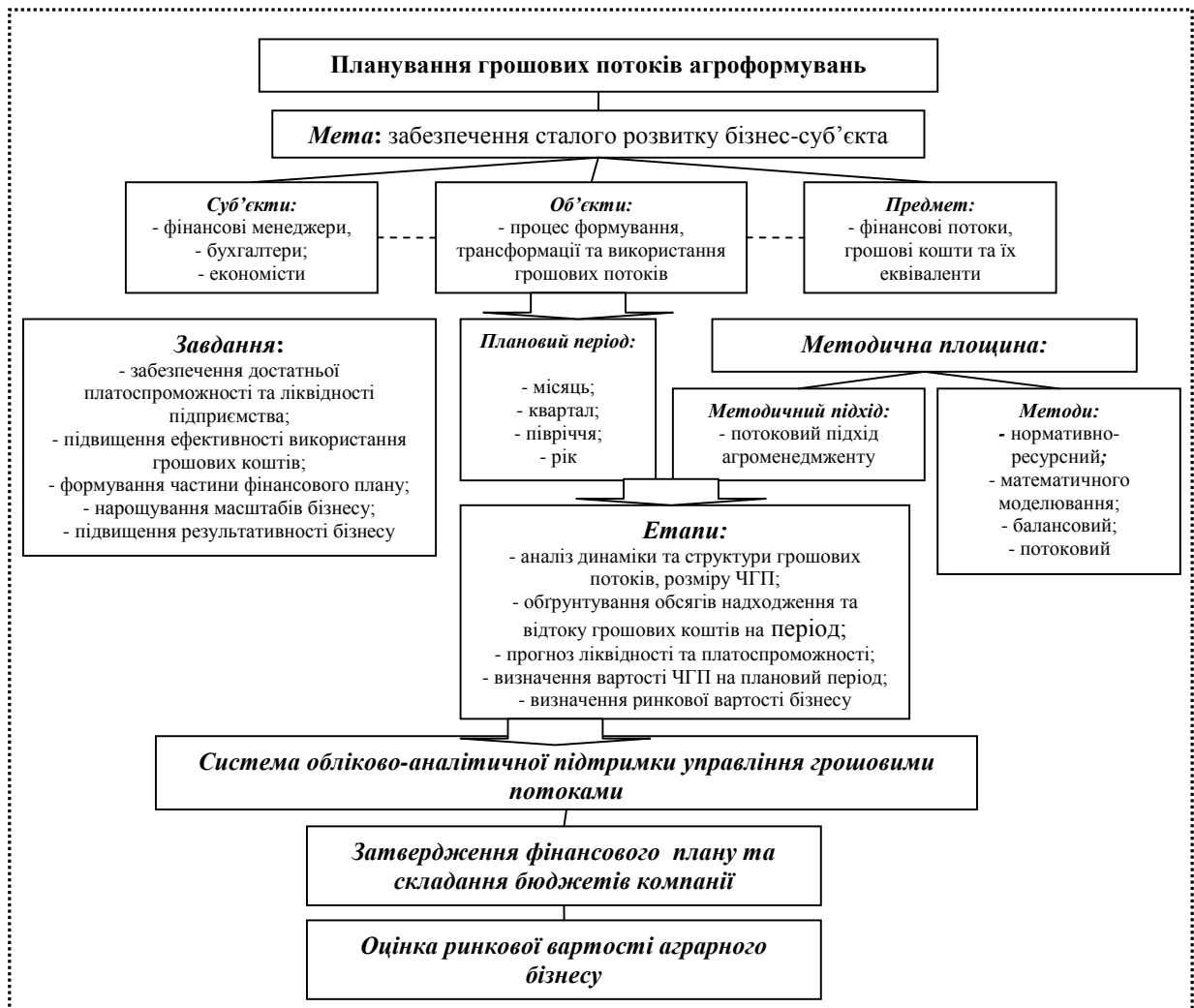


Рис. Процес планування грошових потоків бізнес-суб'єктів аграрної економіки

Література

1. Крюкова І. О., Свірідова М. С. Сучасні методичні підходи до оцінки грошових потоків підприємства. *Науковий вісник МГУ*. 2016. Вип. 21. С. 144-149.
2. Дем'яненко М. Я., Рожелюк В. М. Системний підхід до формування облікової інформації для потреб управління. *Облік і фінанси*. 2016. № 2(72). С. 8-15.

ПІДВИЩЕННЯ КОРЕКТНОСТІ РОЗПОДІЛУ НЕПРЯМИХ ВИТРАТ В УМОВАХ БАГАТОНОМЕНКЛАТУРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Всі розробки, пов'язані з пошуком вирішення проблеми коректного розподілу непрямих витрат в контексті калькулювання повної собівартості продукції, можна звести до трьох основних напрямків:

1. поглиблення диференціації планування та обліку поточних витрат;
2. використання дезагрегованого підходу до розподілу непрямих витрат;
3. удосконалення алгоритмів віднесення непрямих витрат на собівартість окремих видів продукції в напрямку, що забезпечує абсолютну коректність рішення даного завдання.

Реалізація *першого напрямку* зумовить збільшення частки прямих витрат у складі поточних витрат і, як наслідок, забезпечить отримання більш об'єктивних оцінок повної собівартості окремих видів продукції в умовах багатомономенклатурних виробництва.

Що стосується *другого напрямку*. В даний час в теорії та практиці калькулювання повної собівартості продукції склалися два підходи до розподілу непрямих витрат в залежності від ступеня їх агрегованості: агрегований і диференційований (деагрегований). Агрегований підхід застосовується як в рамках традиційного, так і нетрадиційного способів розрахунку повної собівартості продукції.

У першому випадку розподіляються непрямі витрати в розрізі типових калькуляційних статей, у другому випадку – загальна сума постійних витрат. Основний недолік методів агрегованого розподілу непрямих витрат полягає в ігноруванні неоднорідності складу і функціонального призначення окремих груп витрат і розподіл їх на основі єдиної бази. Це істотно знижує коректність розрахунку повної собівартості окремих видів продукції в умовах багатомономенклатурного виробництва. Причому, чим вище ступінь агрегированности непрямих витрат, тим більшою мірою проявляється зазначений недолік.

Оскільки обґрунтування вибору єдиної бази розподілу якісно і функціонально різнорідних витрат є нездійсненним завданням в принципі, то необхідно використовувати альтернативний підхід до пошуку її вирішення. Такий підхід заснований на максимальній диференціації непрямих витрат з метою підвищення однорідності окремих їх груп, що істотно полегшує вибір економічно обґрунтованої бази розподілу останніх.

Одним з найбільш відомих методів реалізації диференційованого підходу до розподілу непрямих витрат є метод ABC (Activity-Based Costing), заснований на угрупованні непрямих витрат за видами діяльності (процесів, операцій) з

подальшим їх розподілом між окремими видами продукції. Необхідно звернути увагу на те, що в економічній літературі даний метод часто позиціонують як метод розподілу накладних [1, с. 106], А в окремих джерелах [2, с. 76] – постійних витрат. З чим категорично не можна погодитися, оскільки використання методу ABC підвищує ступінь обґрунтованості розподілу не накладних і не постійних, а суто непрямих витрат, які можуть входити до складу той чи інший з зазначених вище груп поточних витрат.

Слід підкреслити, що метод ABC має ряд істотних недоліків, що перешкоджають його широкому застосуванню на практиці. До основних з них необхідно віднести об'єктивні труднощі у виборі фактора витрат для великої частини пулів (груп) непрямих накладних витрат і високу вартість робіт по впровадженню даного методу.

Незважаючи на зазначені недоліки методу ABC, навряд чи хто-небудь стане заперечувати перспективність диференційованого підходу до розподілу непрямих витрат. Його використання істотно підвищує обґрунтованість розподілу, нехай не основний частини непрямих витрат, а хоча б окремих їх груп. Основним результатом застосування диференційованого підходу, на наш погляд, є скорочення частки так званих «проблемних» непрямих витрат, тобто тих витрат, для яких з цілком об'єктивних причин не можна вибрати коректний метод розподілу.

Необхідність розвитку *третього* із зазначених вище напрямків вирішення досліджуємої проблеми обумовлено тим, що для деяких груп непрямих витрат (в силу специфіки їх складу і функціонального призначення) можуть бути розроблені точні алгоритми, які забезпечують абсолютну коректність їх віднесення на собівартість окремих видів продукції.

Прикладом позитивного вирішення вказаного завдання є витрати на утримання та експлуатацію обладнання (ВУЕО), для яких ще в третій чверті ХХ ст. були розроблені точні алгоритми їх розподілу в умовах складного багатомініклатурного виробництва, що повністю виключають будь-який суб'єктивізм. Зокрема, алгоритм, заснований на визначенні кошторисних ставок ВУЕО на одиницю окремих видів продукції, виходячи з величини цих витрат на 1 машино-годину роботи окремих груп устаткування і нормативної машиноємності одиниці продукції. Для більш простих виробничих процесів, коли на одному комплекті обладнання здійснюється послідовне виготовлення різних видів продукції, абсолютну точність розрахунку питомої величини ВУЕО забезпечує алгоритм, заснований на розподілі останніх пропорційно кількості машино-годин роботи обладнання.

Література

1. Голов С. Ф. Управленческий учет: Учебник. К.: Либра, 2004. 576 с.
2. Юровский Б. Планирование основных показателей работы предприятия и экономическое обоснование цен на продукцию. Харьков: Центр «Консульт»; 2007. 168 с.

Максимова А.В.

к.е.н., доцент

Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» (Україна)

НЕОБХІДНІСТЬ ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах господарювання податки є суттєвим фактором впливу на фінансово-господарську діяльність підприємств. Головним питанням щодо удосконалення залишається високий рівень податкового навантаження на платників податків, що негативно впливає на економічний і соціальний розвиток нашої держави. Складність існуючої системи оподаткування зокрема призводить до використання тіньових та кримінальних схем ухилення від сплати податків, що ще більше актуалізує необхідність розробки та використання у практиці сучасних методів оптимізації та зменшення податкового тиску на бізнес з метою збільшення державного бюджету із одночасним розвитком підприємств та суспільства України у цілому [1].

Тому забезпечити нормальне функціонування підприємницьких структур у нестабільному соціально-економічному середовищі, та якісне управління фінансовими ресурсами управлінський персонал може лише при наявності розробленої ним концепції управління податками та її планування.

Для України, яка перебуває в умовах економічної кризи, питання дослідження ефективної податкової політики підприємств є особливо актуальним як на макро-, так і на мікрорівні, оскільки, досконале податкове планування здатне суттєво сприяти удосконаленню методів господарювання, підвищенню рентабельності виробництва, зміцненню комерційного розрахунку як основи стійкого фінансового стану і стабільної роботи підприємства та виконання ним зобов'язань перед бюджетом, банком, контрагентами.

Необхідність податкового планування закладена в самому податковому законодавстві, яке передбачає ті чи інші податкові режими для різних випадків, визначає різні методи формування податкової бази і пропонує платникам податків різні податкові пільги, якщо вони будуть діяти в певних напрямках. Крім того, податкове планування обумовлене зацікавленістю держави в наданні податкових пільг з метою стимулювання будь-якої галузі виробництва, категорії платників податків, регулювання соціально-економічного розвитку.

Податкове планування передбачає законне зменшення податків. Можна виділити наступні критерії, за якими податкове планування відрізняється від ухилення з сплати податків [2]: податкове планування апелює до відомих категорій. Наприклад, підприємство, що відповідає законодавчо встановленим критеріям, може обирати між спрощеною системою та звичайною системою оподаткування; податкове планування може включати елементи ухилення від сплати податків в окремих випадках, якщо користь, отримана в результаті їх застосування, перевищує витрати та ризики санкцій; податкове планування пов'язане з питаннями дотримання платіжних графіків; питаннями зміни

організаційної структури бізнесу з метою зменшення податкових виплат займається виключно податкове планування.

Таким чином, податкове планування – це планомірне й обґрунтоване з економічної та юридичної точок зору зниження як абсолютно величини виплат податкового характеру, так і зменшення податкового навантаження підприємства.

За результатами аналізу практики застосування вітчизняними підприємствами методів мінімізації податків можна виділити наступні основні напрями мінімізації податків:

1. Вибір організаційно-правової форми та структури ведення підприємницької діяльності.

2. Метод використання облікової політики.

3. Метод заміни відносин.

4. Метод поділу відносин.

5. Метод прямого скорочення об'єкта оподаткування.

6. Метод делегування податків підприємству-сателіту.

7. Метод відстрочення податкового платежу.

8. Метод пільгового підприємства.

9. Метод офшору.

Кожний із зазначених спеціальних методів мінімізації податків має свою сферу застосування, тому вибір конкретного методу визначають специфічні особливості поставленої в процесі податкового планування мети та особливості діяльності конкретного суб'єкта господарювання.

Наслідки застосування платниками методів мінімізації податків залежать від рівня (відсутність або мінімальний рівень) фінансової відповідальності платників податків, передбаченої законодавством України щодо конкретного виду податкової поведінки. Якщо обраний платником податків метод (схема) мінімізації податків не передбачає застосування до нього штрафних санкцій (інших заходів із боку контролюючих органів) або їхній рівень мінімальний, то вони відносяться до практики саме агресивного податкового планування.

Отже, варіюючи видами й формами здійснення господарських операцій та їхніми елементами, суб'єкти господарювання мають можливість перевести свою податкову поведінку із сфери ухилення від оподаткування у сферу агресивного податкового планування.

Література

1. Типологічне дослідження «Актуальні методи і способи легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, та фінансування тероризму». Державна служба фінансового моніторингу України. URL: http://www.sdfm.gov.ua/articles.php?cat_id=114&lang.

2. Матвійчук Л. О., Олійник Л. Г. Податкове планування як інструмент управління фінансово-господарською діяльністю підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. №. 11. С. 178-186.

Малишко В.С.
к.е.н., доцент,
Малишко А.В.
магістрант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПЛАНУВАННЯ ЗАПОЧАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ПОСЛУГ АВТОСЕРВІСУ

В останні роки проблематика прийняття рішення в контексті планування підприємницької діяльності – це досить важливий, відповідальний та визначальний етап роботи підприємця. Створення насиченого внутрішнього ринку в Україні і в цьому ракурсі власного підприємства, а також виконання підприємницьких функцій – надзвичайно складна, дуже багатоаспектна і, насамперед, ризикова справа.

Слід відзначити, що жодне підприємство не може ефективно працювати без ретельно підготовленого плану. Досвід організації підприємництва свідчить, що планування діяльності підприємства набуває все більшого значення в умовах швидких змін у середовищі функціонування суб'єкта господарювання. На даний час успіх підприємницького проекту, незалежно від його масштабів, сфери діяльності і форми організації бізнесу, неможливий без чіткого уявлення про перспективи діяльності, і реального плану господарювання.

Запровадження в Україні ринкових відносин та намір країни інтегруватись до європейської спільноти вимагають пошук різних ніш де раціонально створювати новий бізнес. Тенденції розвитку бізнес-процесів свідчать про те, що надання послуг є одним з найбільш прийнятних видів організації бізнесу. Аналіз теоретичних досліджень вчених, оцінка різних видів діяльності в сфері надання послуг, дало нам змогу зробити важливий висновок, що досить ефективно працювати в сфері автосервісу.

Цю думку підтверджують наступні чинники.

1. За останні роки в Україні значно підвищилася роль автосервісних послуг: збільшилась її питома вага в економіці і в рішенні питань зайнятості, з'являються нові форми відповідного обслуговування населення.

2. Постійно з'являються нові фірми в сфері автосервісу. Деякі не на довго, а деякі ефективно працюють. Слід зазначити, що сьогодні в Україні швидко зростаючий ринок автосервісу дуже різноманітний. Перш за все, це безпосередній багатопрофільний ремонт і обслуговування різноманітних автомобілів, широка мережа магазинів з продажу запчастин і супутніх товарів.

3. Кількість сучасних автомобілів неухильно зростає, в тому числі нових, випущених провідними відомими автомобільними фірмами світу. Через 4-5 років експлуатації автомобілів у їх власників виникає потреба в обслуговуванні, ремонті, профілактиці і в виконанні інших робіт. Це підвищують значимість сфери автосервісних послуг, в тому числі невеличких спеціалізованих авто майстерень.

Своєчасні продумані планові рішення сприяють вирішенню невід'ємних проблем, з якими дуже часто стикаються підприємці, що обрали своїм бізнесом ремонт автомобілів, а саме: невідповідність технічного рівня автомайстерен вимогам обслуговування і ремонту сучасних автомобілів, недостатній рівень кваліфікації тих, хто працює в автобізнесі, низький рівень інформаційного технологічного забезпечення, незадовільні умови праці і невідповідність цих умов відповідним вимогам і нормам, створення автосервісних підприємств у будівлях, які за розміром, зовнішнім виглядом, умовами роботи не відповідають нормативам. Також ускладнює ситуацію використання при обслуговуванні та ремонті автомобілів не сертифікованих, або сертифікованих, але неякісних запасних частин, недотримання технологій, а найчастіше, відсутність інформації про них.

Для здійснення дій щодо планування бізнесу в сфері автосервісу необхідно вирішити такі завдання: проаналізувати алгоритм створення власної справи в автосервісі; визначити роль бізнес-плану як ефективного інструменту внутрішньо-фірмового управління; охарактеризувати особливості послуг автосервісу як ніші де можливо створити та розвивати бізнес; розробити концепцію створення та функціонування фірми автосервісу; керуючись логікою бізнес-планування розробити план дій, що забезпечить стійкий розвиток бізнесу; визначити корисність використання комп'ютерних технологій для обґрунтування дій по створенню нової справи та підтвердження її ефективності.

Зазначимо, що реалізація виконання планових рішень з використанням комп'ютерних технологій дозволяє прорахувати всі можливі варіанти кінцевого результату і вибрати оптимальний шлях створення нової справи. У цьому сенсі програма Project Expert дозволяє користувачам, які не мають спеціальної підготовки в області фінансового аналізу, в короткий термін вирішити наступні завдання: детально описати і спроектувати діяльність будь-якого підприємства з урахуванням зміни параметрів зовнішнього середовища (інфляція, податки, курси валют); розробити план реалізації інвестиційного проекту, стратегії маркетингу і виробництва, що забезпечують найбільш раціональне використання матеріальних, людських і фінансових ресурсів; проаналізувати різні сценарії розвитку підприємства; виявити ключові ризики; підготувати фінансові звіти, баланс, звіт про прибутки і збитки, звіт про використання прибутку, а також провести аналіз чутливості та загальної ефективності проекту (індекс прибутковості, чистий приведений дохід, внутрішня норма рентабельності), аналіз грошових потоків і таке інше.

Можна зробити висновок, що використавши логіку бізнес-планування засновник автосервісу отримує чітке уявлення про перспективи господарської діяльності.

Література

1. Марков О. Д. Організація автосервісу. Львів : Оріяна-Нова, 2008. 332 с.
2. Project Expert – программа для разработки бизнес-планов и оценки инвестиционных проектов. URL: <https://www.expert-systems.com/financial/pe/>.

Чухраєва Н.М.

к.е.н., доцент,

Муха Г.В.

магістрант

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
(Україна)

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ЕФЕКТИВНА ТЕХНОЛОГІЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Насиченість інформаційного простору, котре притаманне сучасним реаліям бізнесового середовища, часто стає бар'єром при прийнятті ефективних управлінських рішень. Оскільки саме фінансові ресурси є тим визначальним фактором, що забезпечує високі темпи і масштабність розвитку підприємства в довгостроковій перспективі, постає потреба в досконалому механізмі фінансового управління, котре було б якомога точніше направлене на досягнення головної мети господарсько-виробничої діяльності – досягнення високих прибутків. Тому управлінці знаходяться в постійному пошуку нових технологій для оптимізації процесу управління і підвищення його результативності. Одним з таких механізмів і є технологія бюджетування.

Методико-теоретичним забарвленням поняття «бюджетування», а також класифікаційним аналізом даної дефініції займалася велика кількість як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Зокрема такі вчені, як Сігел Дж., Левченко З., Білик М., Ковтун С., Іванюта П. та ін. у своїх наукових доробках описують переваги та недоліки застосування технології бюджетування на підприємствах.

Погляди вчених на сутність «бюджетування» збігаються в розумінні даного поняття як технології планування, розподілу, обліку та контролю фінансових ресурсів компанії на всіх рівнях управління. Це допомагає комплексно аналізувати доходи та витрати бізнесу, а, отже, підвищувати ефективність їх використання та ідентифікувати потенціальні можливості для покращення прогнозованих фінансових показників у майбутньому.

Оскільки в сучасних реаліях ведення бізнесу на вітчизняних підприємствах актуальною є проблема надлишку інформації, що безпосередньо впливає на оптимальність прийнятих рішень в рамках фінансового планування, процес бюджетування надає змогу згрупувати зібрану інформацію за цільовим критерієм і надати її аналіз для прийняття ефективних управлінських рішень керівництвом з цільового питання. Таким чином, бюджетування – це також і цілісна система фінансового управління, утворена за допомогою злиття управлінських і інформаційних технологій.

Описуючи місце бюджетування в системі фінансового управління, доцільно проаналізувати його функції та принципи [1]. Загальновідомими є чотири функції: планування, координування, стимулювання, контроль. Також до функцій бюджетування часто відносять інформаційну, комунікативну

функції, а також делегування повноважень, навчання керівного персоналу, оцінки результативності роботи та прийняття рішень.

Щодо принципів бюджетування, варто визначити тип його організації, що залежить від особливостей компанії:

- «зверху вниз» – розробкою базових бюджетів займається вище керівництво або експерти консалтингових фірм, структурні підрозділи ж отримують цільові завдання;

- «знизу вгору» – при розробці базових бюджетів враховуються рішення керівників структурних підрозділів, тому лише після обробки і консолідування даних по всьому підприємстві формуються цільові завдання.

До загальних принципів належать визначеність у часі, багатоваріантність, перевірка інформації, хронологічність, уніфікація форм, взаємозв'язок із стратегією бізнесу тощо.

Немає універсального підходу до побудови механізму впровадження бюджетування, тому що все залежить від специфіки конкретного підприємства, проте є обов'язовими такі логічно-структуровані етапи, як аналіз існуючих бізнес-процесів; їх документально завірений опис; виокремлення центрів фінансового обліку; формування бюджетних комітетів; обрання форм бюджетного контролю; впровадження бюджетної регламентації; інтеграція з існуючими фінансовими системами; утвердження системи мотивуючих показників зростання бюджету.

Подолавши усі складності введення технології бюджетування в господарсько-виробничий процес, підприємство отримає такі переваги, як отримання масиву даних для прогнозування того чи іншого управлінського рішення; скорочення непродуктивних витрат робочого часу; зниження ризиків використання вільних коштів; збільшення продуктивності праці через матеріальну зацікавленість працівників; оптимізацію документообігу; збільшення консолідації діяльності усіх структурних підрозділів; прозорість та передбачуваність потоку грошових коштів; зростання прибутковості діяльності тощо [2].

Література

1. Ілляшенко Т. О., Ілляшенко К. В., Скобенко М. В. Бюджетування як напрямок удосконалення системи управління діяльністю підприємств. *Вісник СумДУ*. Серія "Економіка". 2012. № 3. С. 36-44.

2. Кирилюк О. В., Швиданенко Г. О. Цифровізація як перспективний напрям асиметричного розвитку підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2018. Вип. 5. С. 173-177.

Курносів О.В.

к.н.д.у.

Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ
«Університет банківської справи» (Україна)

ОПТИМІЗАЦІЯ ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ-УЧАСНИКАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розгляд державного податкового менеджменту переконливо доводить у якості однієї з його основних функцій – податкове планування (прогнозування), удосконалення якого сприятиме покращенню механізмів державної податкової політики України загалом. Оптимізація міжнародного податкового планування повинна ґрунтуватися на загальних положеннях і принципах ефективного планування податкових наслідків діяльності підприємств-учасників зовнішньоекономічної діяльності, враховувати позицію фіскальних органів з питань оподаткування та перспективи змін системи оподаткування, а не тільки на способах і схемах мінімізації податків.

Однозначно визначити податки, які забезпечують найбільш суттєве зменшення фінансових ресурсів підприємств-суб'єктів міжнародних відносин, неможливо, тому податкове планування в напрямку податкової мінімізації слід проводити з урахуванням особливостей кожного підприємства і за окремими випадками. Для цього слід дотримуватися наступних кроків: постановка задачі; аналіз ситуації і законодавчих актів; розробка конкретних заходів; впровадження та виконання запланованих заходів; захист від ризиків і наслідків.

В ході впровадження державної податкової політики, для проведення податкової оптимізації на вітчизняних підприємствах-учасниках зовнішньоекономічної діяльності, слід дотримуватися принципів:

– законності проведених операцій – способи оптимізації податків не повинні суперечити чинному міжнародному податковому законодавству;

– обачності – оптимізація повинна ґрунтуватися на логічному використанні недоліків в законодавстві, а не на створенні штучних схем заниження податків;

– послідовності – вибрані інструменти податкового планування повинні формувати схему оптимізації, притаманну конкретному підприємству-суб'єкту міжнародних відносин, яка заснована на дотриманні його типових господарських операцій;

– поміркованості – отримання максимальної вигоди з мінімальними витратами при дотриманні законності нарахування і сплати податків;

– ефективності – витрати на проведення заходів з оптимізації податкового планування не повинні перевищувати отриману економію від мінімізації оподаткування.

Кількісну оцінку ефективності державної податкової політики, спрямованої на оптимізацію податкових витрат суб'єктів міжнародних відносин, необхідно здійснювати через систему загальновідомих показників, що

визначають: рівень податкового навантаження на підприємство; рівень впливу окремих заходів податкового планування на величину податкових зобов'язань підприємства; ефективність податкового планування та податкової політики підприємства в цілому.

Можна виділити наступні методи податкового планування: скорочення бази оподаткування; перенесення бази оподаткування, що включає реєстрацію: неприбуткових організацій; підприємств-платників єдиного податку, підприємств за участю громадських організацій інвалідів; а також підприємств у спеціальних (вільних) економічних зонах; в офшорній зоні; метод заміни відносин; метод розподілу відносин; метод відстрочення податкового платежу.

Всі ці методи можуть використовуватися в міжнародному податковому плануванні, завданням якого є максимізація глобального доходу господарюючого суб'єкта за рахунок полегшення його сукупного податкового навантаження, обліку всіх податків, сплачених у всіх юрисдикціях активності, дослідження найбільш раціональних способів зниження таких податків, тобто їх мінімізація.

Міжнародне податкове планування включає три рівня мінімізації загального податкового навантаження платника: використання низьких ставок податків; ефективно використання різних способів врегулювання міжнародного подвійного оподаткування (застосування системи податкових кредитів і податкових заліків); мінімізація податків на репатріацію доходів.

Іншим завданням, крім мінімізації податків, є відстрочка податків, що вигідна компанії в ряді випадків (зокрема, для можливості регулювати прибутки/збитки фірми в ході декількох років).

Орієнтуючись на сучасні методи міжнародного податкового планування, слід зазначити, що вирішення проблеми подвійного оподаткування можливе за умови впровадження комплексу заходів, які включають в себе також основні технічні механізми корпоративного міжнародного податкового планування: трансферне ціноутворення – дозволяє переводити прибуток транснаціональної групи до юрисдикції з низьким рівнем податків і акумулювати доходи групи на рахунках дочірніх компаній-резидентів податкових гаваней; «шопінг» міжнародних податкових угод, що дозволяє репатріювати доходи в формі відсотків, дивідендів і роялті з мінімальними податковими витратами.

На сучасному етапі розширення міжнародної підприємницької діяльності, а також інвестиційної зацікавленості міжнародних економічних систем, міжнародне податкове планування стає перспективною сферою фінансових послуг, якою користуються практично всі учасники зовнішньоекономічної діяльності, що спрямована на оптимізацію податкових витрат суб'єктів міжнародних відносин.

Державна податкова політика України через механізми міжнародного податкового планування спрямована на зниження податкового навантаження фізичних і юридичних осіб, що допускається законодавством, з метою максимізації їх сукупних доходів, які виникають у всіх юрисдикціях зовнішньоекономічної діяльності.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У загальному вигляді планування – це процес ухвалення управлінських рішень, пов'язаних з майбутніми подіями [1]. Процес планування є систематичним і вираженим у формулюванні цілей і підготуванні заходів, необхідних для їх досягнення. Планування дозволяє підвищити ефективність роботи підприємства, оскільки підвищує його гнучкість і дозволяє заздалегідь визначити ризики, тобто понизити їх рівень.

В сучасних умовах керівники повинні мати у своєму розпорядженні надійний інструментарій, що дозволяє їм планувати фінансові потоки, аналізувати поточний фінансовий стан організації і приймати правильні рішення. Одним з таких інструментів планування і контролю є система бюджетування.

Бюджетуванням є процес складання і прийняття бюджетів, подальший контроль за їх виконанням [2]. Комплексна взаємопов'язана система планових бюджетів визначає тактику найближчих дій. Фактичні бюджети та їх аналіз дозволяють оперативно відслідковувати, чи виконуються бюджетні завдання, норми і ліміти, тобто чи відповідає досягнутий стан запланованому сценарію. Відповівши на ці питання, можна простежити, чи реалізується фінансова стратегія.

Процес впровадження системи бюджетування є достатньо складним та індивідуальним для кожного з підприємств. Незважаючи на індивідуальність існує ряд основних етапів, якісне виконання яких є запорукою загального успіху впровадження системи бюджетування на підприємстві.

Першим етапом, зазвичай, є діагностика бізнес-процесів та документообігу. За результатами цього етапу повинна бути розроблена фінансова структура підприємства, що представляє собою набір центрів фінансової відповідальності, тобто об'єктів бюджетування і управлінського обліку. Ці об'єкти повинні бути груповані за сферами фінансової відповідальності у рамках структурних підрозділів підприємства [3].

Визначена фінансова структура дозволить перейти до другого етапу впровадження бюджетування – окреслення контуру системи бюджетування до якого належать:

- види бюджетів, які буде використовувати підприємство;
- формати та технології бюджетування;
- регламент підготовки, узгодження та прийняття бюджетів;
- принципи консолідації бюджетів структурних підрозділів;
- порядок занесення інформації про здійснення господарських операцій у відповідності до прийнятих бюджетів;

- процедура контролю виконання бюджетів.

Третім етапом є розробка індивідуального технічного завдання для програмного комплексу, який буде використовуватись для бюджетного процесу. Це може бути як доробка існуючої програми, так і купівля нової. Використання сучасних програмних засобів надає можливість оперувати великими масивами даних і дозволяє підприємствам швидко отримувати інформацію за умови правильної побудови фінансової структури.

Застосування «пілотних» бюджетів на прикладі попереднього періоду у структурних підрозділах є четвертим етапом процесу впровадження системи бюджетування на підприємстві. Цей етап продемонструє вузькі місця у бюджетуванні, які не були виявлені на попередніх етапах та дозволить скорегувати подальші дії.

Наступний етап – це імплементація бюджетних процесів у реальну господарську діяльність підприємства. Цей етап є найскладнішим, оскільки впровадження бюджетування почне змінювати підприємство – висвітлювати неоптимальні витрати, зайві ланки бізнес-процесів тощо. Тому, для подальшого розвитку, підприємству потрібно виходити у площину управління змінами [4], де бюджетування є дієвим інструментарієм підвищення якості управлінських рішень.

Література

1. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга. М.: Финансы и статистика, 1997. 765 с.
2. Андреева А. А., Спиридонова Е. А. Бюджетирование в системе финансового планирования (на примере ОАО «АвтоВАЗ»). *Вестник ВУиТ*. 2010. № 20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhetrovanie-v-sisteme-finansovogo-planirovaniya-na-primere-oao-avtovaz>
3. Пирець Н. М., Мартинець Р. В. Бюджетування діяльності підприємства. *Вісник ПДАБА*. 2011. № 6-7 (59-160). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/byudzhetuвання-diyalnosti-pvidpriemstva>;
4. Зубенко В. О., Півень К. О. Забезпечення ефективності процесу управління змінами. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 54. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zabezpechennya-efektivnosti-protse-suupravlinnya-zminami>.

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

ВИМОГИ РОЗКРИТТЯ ТА РІВЕНЬ ДОВІРИ ДО ІНФОРМАЦІЇ У ФІНАНСОВИХ ЗВІТАХ КОМПАНІЙ

Будь-які економіки або ринки мають на меті сталий економічний розвиток, який, в свою чергу, залежить від макроекономічної стабільності. Згідно рейтингу Світового банку у 2018 р. Україна серед 190 країн посіла 71 місце за легкістю ведення бізнесу [1]. Серед країн пострадянського простору гірший результат тільки у Таджикистану та Узбекистану. Загальний рейтинг країн формується за десятьма показниками, з яких найбільш проблемними для нашої країни є: вирішення неплатоспроможності – 145 місце, міжнародна торгівля – 78 місце, захист неконтролюючих інвесторів – 72 місце, реєстрація власності – 63 місце [1]. Для вирішення більшості цих питань, враховуючи тенденції глобалізації та неоіндустріалізації [2] світової економіки, настала потреба впровадження в нашій країні міжнародних стандартів фінансової звітності (далі – МСФЗ) та бухгалтерського обліку для приватного (IFRS, IAS) та публічного (IPSAS) секторів економіки.

Про високу якість міжнародних стандартів свідчить встановлена процедура їх розробки та затвердження: 1. Консультація з Консультативною радою зі стандартів відносно включення даної теми до порядку денного → 2. Формування порядку денного (Agenda papers) → 3. Створення робочої групи → 4. Видання дискусійного документа (Discussion paper) для обговорення → 5. Видання проекту положення (Exposure draft) для обговорення → 6. Розгляд усіх коментарів та переробка проекту положення → 7. Видання нового IFRS → 8. Затвердження нового IFRS членами Ради (не менше 10 голосами з 14) → 9. Дослідження IFRS у дії [3].

Весь цей процес може займати декілька років, наприклад, такий довгоочікуваний IFRS 15 «Дохід від договорів з клієнтами», перша публікація якого відбулася 28 травня 2014 р., вступив у дію 1 січня 2018 р., хоча більш раннє використання віталось. Впровадження в Україні нової Системи фінансової звітності дозволить здійснювати прийом, обробку, перевірку та розкриття фінансової звітності підприємств у єдиному електронному форматі. Основою для роботи системи стане широко вживаний в світі стандарт XBRL (англ. eXtensible Business Reporting Language – «розширювана мова ділової звітності») – відкритий стандарт обміну бізнес-інформацією. На даний час XBRL офіційно рекомендований до використання і підтримується Радою з МСФЗ для електронного складання звітності за принципами МСФЗ. Очікується, що подання річної фінансової звітності у новому форматі стане обов'язковим, починаючи з 1 січня 2020 р. (раніше планувалося за наслідками 1 кварталу 2019 р.).

Але навіть ведення обліку та складання фінансових звітів відповідно до вимог МСФЗ та МСБО не забезпечують 100 % довіри. Так у лютому 2019 р. було оприлюднено результати дослідження компанії BlackLine, які виявили, що на топ-рівні фінансових директорів та контролерів компаній 71 % повністю довіряють показникам фінансової звітності. В той же час, на рівні виконавців, які безпосередньо складають цю звітність, рівень довіри становить тільки 38 %. Як наслідок, завищений та непотрібний рівень ризику для багатьох крупних компаній. На жаль, а може й на щастя, в Україні такі дослідження ще не проводили.

З метою підвищення рівня довіри до показників фінансової звітності слід спочатку впровадити управлінський облік, а вже на його підставі, з урахуванням потреб компанії, розробити облікову політику за МСФЗ. Головна мета – це використання однакових показників, однієї інформаційної бази в управлінському обліку та фінансовому обліку. В подальшому слід здійснити аналіз облікових оцінок та суджень, що застосовуються менеджментом компанії. У разі виявлення помилок в судженнях – необхідне проведення додаткових коригувань. Крім того, здійснити аналіз податкових ефектів різниць між чинною практикою звітності та політиками за МСФЗ (у тому числі, якщо розбіжність спричинена неправильним застосуванням вимог П(С)БО). Проведення цих фундаментальних дій забезпечить найбільш ефективний перехід до МСФЗ.

За даними рейтингу «Кращий фінансовий директор року», що проводиться діловим журналом Strategic Business Review разом з CFO Club Ukraine досягнення топ-10 фінансових директорів компаній України знаходяться саме в площині впровадження управлінського обліку або удосконалення його складових, складання фінансових звітів за МСФЗ, автоматизації ведення обліку.

Відповідність фінансової звітності саме діючим МСФЗ спростить аудиторську перевірку такої звітності. У поєднанні з налагодженим управлінським обліком все це підвищить рівень довіри до показників фінансових звітів, як з боку державних органів, так і з боку клієнтів компанії.

Література

1. Doing Business 2019 The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA. URL: <http://www.doingbusiness.org> (Last accessed: 29.07.2019).

2. Національна модель неоіндустріального розвитку України: монографія / В. П. Вишневський, Л. О. Збаразська, М. Ю. Заніздра та ін. за загал. ред. В. П. Вишневського. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2016. 519 с. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=qb5VDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (дата звернення: 29.07.2019).

3. ACCA Financial Reporting (FR). Notes (March-June 2019 exams). URL: <https://opentuition.com/acca/fr/acca-financial-reporting-fr-notes/> (Last accessed: 29.07.2019).

Марій О.Т.

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Практично усі підприємства (окрім малого), тісно пов'язані з логістикою. Це цілий відділ, що забезпечує діяльність підприємства і відповідає таким стратегічним цілям.

Логістика торгового підприємства являє собою єдину, взаємопов'язану і взаємозалежну систему, що сполучає логістичними ланцюгами процеси закупівель і збуту. Логістична система торговельного підприємства, дає змогу налагоджувати процеси торгівлі враховуючи усі її етапи і процеси, від закупівлі товару до його збуту кінцевому споживачу, що дає змогу скоротити витрати і покращити показники ефективності роботи підприємства торгівлі.

Сукупність усіх торговельних процесів і є поняттям логістики торговельного підприємства [1, с. 66], основним завданням якої є організувати рух та взаємодію ресурсних потоків. Метою впровадження логістики на торговельному підприємстві є підвищення прибутку та ефективності підприємства, завдяки інтеграції матеріальних, інформаційних, технічних ресурсів у єдину систему. Тому, першочергове завдання логіста не допустити, попередити виникнення непродуктивних витрат, виявити їх, усунути або максимально скоротити. Крім того, він повинен здійснювати координацію внутрішніх і зовнішніх зв'язків торговельної компанії, забезпечувати узгодженість дій і взаємозв'язок всіх її функціональних підрозділів.

Транспортні підходи і методи управління матеріальними потоками в сфері торгівлі набувають своєрідності через особливості споживчих товарів. До цих особливостей відносять: широкий асортимент реалізованих та закуплених товарів, високі вимоги до їх якості, тари й упакування, наявна сезонність споживання деяких товарів, різноманітна методика продажу, численна кількість учасників руху товару, великі логістичні витрати. У зв'язку з цим і логістика в сфері торгівлі має свої особливості.

Велика кількість учасників товарообігу потребує постійної і ретельної міжфункціональних координації і узгодженості їх дій.

Обмежений термін реалізації окремих товарів потребує особливих вимог, для своєчасної їх доставки на адресу споживачів, застосування раціональних маршрутів і технологій. Обмежені складські площі в торгівлі викликають необхідність грамотно управляти поточними товарними запасами і точно розраховувати розміри страхових запасів. Велика кількість товарів вимагає суворого і систематичного контролю працівниками сфери логістики над дотриманням постачальниками договірних зобов'язань та ретельного відстеження процесу доставки.

Великі логістичні витрати вимагають ретельного виявлення не тільки великих логістичних витрат, але і докладного відстеження та виявлення незначних витрат, які в сукупності можуть утворювати значну суму. Недооблік незначних витрат в торгівлі може призвести до прийняття неправильних комерційних рішень і закупівлі економічно нерентабельних товарів.

У сфері торгівлі можна розглядати різні види (галузі) логістики: закупівельна логістика, виробництва, розподілу, транспорту, складування, запасів, сервісу та інформаційна.

Закупівельна логістика покликана займатися оптимізацією процесу закупівлі споживчих товарів для забезпечення оптових, роздрібних торгових підприємств і подальшої реалізації їх споживачам. Логістика виробництва в торгівлі безпосередньо пов'язана з виробничим циклом, і її завданнями є: скорочення запасів сировини, матеріалів і готової продукції; скорочення виробничого циклу, синхронізація виробничих процесів та раціональне використання виробничих ресурсів.

Логістика розподілу (збуту) пов'язана з оптимізацією процесу розподілу готової продукції на шляху від виробників до споживачів, вибором найбільш ефективної форми руху товару; вибором найбільш раціонального каналу розподілу продукції; вибором найбільш ефективних методів продажу товарів кінцевому споживачеві. Логістика транспорту в торгівлі – займається оптимізацією процесу переміщення товарів в заданому напрямку, вибором найбільш економічного виду транспорту; розробкою та застосуванням раціональних маршрутів його руху.

Інформаційні потоки є найбільш складними у структурі логістики. Потрібно правильно організувати внутрішні інформаційні процеси на підприємстві для раціонального управління матеріальними потоками. Це дозволяє працівникам сфери логістики приймати управлінські рішення для професійного виконання різноманітних логістичних операцій.

Узагальнюючи усе вищесказане, слід звернути увагу на те, що існують різні способи визначення показників ефективності роботи логістичної системи, які мають свої сильні і слабкі сторони для підприємства а та його конкурентоспроможності. І вся складність полягає в тому, що підприємству необхідно розрахувати ефективність застосування кожного критерію і вибрати той підхід до системи, який відповідає вимогам конкретного підприємства і забезпечує максимальний прибуток.

Література

1. Крикавський Є. В. Логістика. Для економістів : підручник. Львів : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка". 2004. 448 с.

5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Баюра Д.О.

д.е.н., професор

Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)

ЕФЕКТИВНІСТЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У ПОВЕДІНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Сучасні концепції корпоративного управління поєднують в собі цінності та враховують інтереси акціонерів та заінтересованих осіб в управлінні акціонерними товариствами і припускають різні рівні взаємодії між ними. Тому можна стверджувати, що корпоративне управління – це певна система інститутів, за допомогою яких реалізується влада в акціонерному товаристві у процесі прийняття управлінських рішень. Концептуально корпоративне управління визначає процес взаємодії організованих та заінтересованих груп з приводу реалізації управлінських рішень в товаристві.

Переважна більшість сучасних концепцій та теорій корпоративного управління базуються на положеннях поведінкової економіки, яка за своєю сутністю є наукою про те, як людина (менеджер, акціонер) робить вибір, тобто зважає корпоративні та ринкові ризики, а також оцінює вигоди від прийняття певних управлінських рішень. Головні концепції корпоративного управління ґрунтуються на таких теоріях (рис.).



Рис. Ключові теорії корпоративного управління

Складено автором

Виникнення корпоративного управління пов'язано, перш за все, з аналізом та вирішенням агентської проблеми, тобто поділу влади у процесі прийняття управлінських рішень в акціонерному товаристві. При цьому сутність корпоративного управління зводиться до розв'язання протиріч між принципалом та агентом. У класичній економічній теорії у якості принципала виступає власник (акціонер), а в якості агентів наймані управлінці (незалежні члени наглядових рад, виконавчі органи управління акціонерним товариством).

В Україні сучасне інституціональне середовище, яке базується на законодавчій базі та інфраструктурних елементах, а також стан ринкової інфраструктури не відповідають рівню розвитку корпоративних відносин розвинутих країн. Розвиток інституціонального середовища у свою чергу визначається такими характеристиками, як ліквідність ринку капіталу (цінних паперів), активність інституціональних інвесторів, ступенем концентрації акціонерного капіталу, захищеністю прав акціонерів. Переважна більшість міноритарних акціонерів акціонерних товариств на відміну від публічних акціонерних компаній розвинутих країн не є повноправними активними учасниками корпоративних (акціонерних) відносин. Чинний закон України «Про акціонерні товариства», прийнятий у 2008 році, не повністю забезпечує реалізацію прав акціонерів та функцій органів управління акціонерними товариствами. Значна кількість корпоративних конфліктів та рейдерства свідчить про неефективність системи корпоративного управління. Тому для напрацювання шляхів подальшого розвитку системи корпоративного управління необхідно переосмислити саму об'єктивну природу корпоративного управління та використовувати його сучасні інструменти та принципи.

Сучасні міжнародні стандарти корпоративного управління повинні стати чинником для створення відповідних умов розвитку корпоративного управління та ринку цінних паперів, що в свою чергу сприятиме нарощуванню капіталізації акціонерних товариств та встановленню справедливої (ринкової) ціни на акції. Важливу роль для внутрішнього та зовнішнього корпоративного розвитку відіграє інститут довіри. Так, Ф. Фукуяма вважає, що «Японія, Німеччина та США стали провідними індустріальними країнами багато в чому завдяки тому, що мали опору у вигляді «соціального капіталу» та «соціалізованості» [1, с. 251]. На його переконання, соціальний капітал є невід'ємним елементом ефективного функціонування усіх економічних та політичних інститутів. Розвиток довіри у корпоративній практиці породжує необхідні ефективні партнерські взаємовідносини, розвиває соціальний діалог і комунікації, а також підвищує відповідальність усіх стейкхолдерів. Лауреат нобелівської премії з економіки (2017) Р. Талер також неодноразово наголошує на необхідності врахування нової парадигми поведінкової економіки, яка значно розширює можливості передбачень та прийняття ефективних рішень у системі корпоративного управління [2]. Отже, у сучасних умовах розвитку постіндустріального суспільства, ефективність корпоративного управління залежить від багатьох чинників, які базуються як на положеннях класичної економічної думки, так і нових положеннях економічної теорії. Синтез та їх системне застосування в умовах України дасть змогу сформувати ефективну систему корпоративного управління.

Література

1. Фукуяма Френсис. Доверие. М.: АСТ, Ермак, 2004. 732 с.
2. Талер Річар. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення. Пер. з англ. С. Крикуненко. К.: Наш формат, 2018. 464 с.

Купінець Л.Є.

д.е.н., професор

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Довгостроковою метою розвитку України в умовах запровадження у світі «зелених» технологій повинна стати побудова інноваційної економіки екологоорієнтованої спрямованості та, як слідство, формування конкурентних переваг національних підприємств на світових і внутрішніх ринках.

Визначення цієї мети обумовлено тривалим застосуванням лінійної моделі виробництва та споживання, що активізувало процеси техногенезу та прояву всіх його наслідків. Тому до основних мегатрендів найближчого майбутнього відносять кліматичні зміни та дефіцит природних ресурсів [1, с. 38, 42]. Майже половина запропонованих цілей Сталого розвитку ООН спрямовані на вирішення екологічних проблем. Все це дає поштовх до зміни моделі розвитку економіки в напрямку відновлення та раціонального використання природних ресурсів, завдання якого формуються в межах економіки замкнутого циклу (циркулярної економіки), яка функціонує на принципах зменшення відходів, їх повторного використання та переробки в корисну продукцію. Окрім зменшення негативного впливу на довкілля циркулярна модель економіки у загальному розумінні здатна забезпечити захист підприємств від дефіциту ресурсів та нестабільних цін на них, а в секторальному – запровадити ресурсоефективні способи виробництва та споживання з врахуванням галузевих особливостей екологізації, діючого інституціонального забезпечення, об'єктивних тенденцій, умов, факторів та механізмів формування сучасних систем управління процесами екологізації. Реалізація цих складових повинна здійснюватися на всіх ієрархічних рівнях економіко-екологічної системи країни та враховувати спосіб організації та функціонування цієї системи.

Початковим рівнем є підприємство або об'єднання підприємств. Саме тут здійснюються ресурсоефективні та природоохоронні заходи, обумовлені внутрішніми та зовнішніми вимогами, швидким реагуванням на зміну умов господарювання, обізнаністю та відповідальністю керівництва, бажанням лідерства у запровадженні інновацій, інвестиційними можливостями. В умовах сучасних викликів екологічне управління в таких структурах розглядається як засіб виживання та стабільності, що забезпечуються шляхом застосування адаптивних методів, які враховують принципово нові фактори, що змінять підходи до управління. Це нелінійність самого процесу екологізації та врахування нелінійних ефектів, міждисциплінарний характер економіко-екологічних систем, запровадження активних методів управління що базуються на використанні інтелектуальної підтримки управлінських рішень в умовах невизначеності, дозволяють виявити загальні тенденції розвитку, наслідки

прийнятих рішень, надати якісні прогнози, забезпечити управління в критичних режимах, враховувати можливі обмеження.

Запровадження нових підходів до управління будь-якими процесами потребують зміни моделі корпоративного управління в напрямку її більшої адаптації до стратегічних цілей та завдань підприємства або їх об'єднань, гнучкості, координації та цілеспрямованості. З огляду на це потрібно реалізувати золотий стандарт будь-яких управлінських процесів щодо відновлення моделі управління у відповідності до нових завдань та вимог. Натомість більшість підприємств взагалі проблему оптимізації структури управління не вважають важливою та не вирішують її або вирішують не ефективно, орієнтуючись лише на збут продукції. Створення моделі корпоративного управління процесами екологізації дозволить здійснювати управління впливом на довкілля і побудувати господарську діяльність у відповідності до природоохоронних вимог. Питання лише в одному, якою повинна бути така модель, в якому напрямку потрібно трансформувати вже існуючі моделі та як їх пов'язати з організаційною системою управління. Основні функції виробничого екологічного управління включають: проведення оцінки впливу на довкілля будь-якої діяльності, яка має такий вплив; проведення у разі необхідності державної екологічної експертизи; розробка нормативів впливу на довкілля; отримання дозволів та ліцензій; розробка декларацій промислової безпеки небезпечних виробничих об'єктів; здійснення виробничого екологічного контролю; призначення екологічного аудиту; здійснення екологічного страхування; сертифікація продукції та технологій, запровадження стандартів екологічного менеджменту. Певні узагальнення дозволили виділити наступні моделі корпоративного управління: 1. модель управління, в якій відсутня складова екологічного менеджменту; 2. статична модель екологічного управління, орієнтована на безконфліктний спосіб взаємодії з державними та регіональними органами, що відповідають за екологічний стан, стабільні платежі за забруднення та використання природних ресурсів; 3. соціально відповідальна модель екологічного управління, наявність якої пов'язана з активним просуванням екологічних інновацій, орієнтацією на стандартизацію та сертифікацію продукції та технологій; 4. інвестиційна модель екологічного управління, при запровадженні якої підприємство націлено на пошук інвестора та масштабні перетворення виробництва в напрямку зменшення негативного впливу на довкілля; 5. інноваційна модель екологічного управління, що реалізує декілька стратегій екологічної спрямованості, формує мотивацію та попит на екологічно безпечну продукцію.

Перспектива за екологоорієнтованими підприємствами, що мають активний відгук на виклики часу та зміну формату управління.

Література

1. Майбутня держава 2030: Глобальні мегатенденції, які впливають на уряди. Міжнародна консалтингова компанія KPMG. URL: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pdf/2014/09/Future_State_2030_UA_v.

Гончаренко О.М.

д.е.н., доцент,

Слатвінська М.О.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОПТИМАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Економічна дійсність щодня приносить нові свідчення інтенсивних змін в оточенні економічної системи (підприємства), що, у свою чергу, спричиняється необхідність оперативного реагування й пошуку методів оптимального управління розвитком підприємств.

Система управління підприємством повинна відображати зміни в бізнес-середовищі, оцінювати їхню динаміку і робити припущення відносно майбутнього стану підприємства. Так вдається передбачати можливі сценарії зміни економічної ситуації й завчасно підготуватися до небезпеки, прийнявши при необхідності додаткові захисні міри. Сигналом тривоги в цьому випадку є вихід показників роботи підприємства за граничні значення, або, говорячи інакше, досягнення ними позамежної величини й втрата стійкості. Але виявити й виміряти відхилення досліджуваних показників діагностика може лише при завданні поля їхнього допуску, що окреслюється рамками планових рішень. Тому управління розвитком підприємства повинне ґрунтуватися також на оптимізації прогнозних характеристик.

Функціонування підприємства в умовах ринкової невизначеності та нестійкості зовнішнього середовища вимагає високоефективних способів та методів управління його господарською діяльністю, та розробки та аналізу, нових, більш сучасних, адаптованих до ринкових умов, методичних підходів до оцінювання функціонування та розвитку підприємств, що має важливе значення для економіки України.

Оптимальне управління підприємством зводиться до рішення завдань мінімуму або максимуму вибору умов, за якими економічна система залишається в стійкому стані [1, с. 215]. Обрані умови спрямовані на компенсацію зовнішніх впливів середовища, які виводять економічну систему з рівноваги.

В умовах невизначеності система управління повинна бути сприйнятливою як до кількісної, так і евристичної інформації, яка важко визначається. Система управління підприємства повинна виконувати наступні функції: прогнозування зміни зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства на базі кількісної й погано формалізуємої евристичної інформації про спостережувані параметри середовища; планування діяльності підприємства в межах прогнозу забезпеченості матеріально-технічними, енергетичними, трудовими, фінансовими, інформаційними й іншими ресурсами підприємства; імітації функціонування підприємства в прогнозованих умовах і визначення значень показників діяльності підприємства, що досягаються при

цьому; оцінки й аналізу стійкості цих показників з урахуванням дії зовнішніх і внутрішніх факторів; діагностики підприємства при виявленні умов порушення стійкості його діяльності в майбутньому періоді; корекції параметрів планування й прийнятих управлінських рішень, якщо це необхідно для відновлення й збереження стійкої діяльності підприємства.

Якість виконання цих функцій залежить від повноти інформаційного фонду й структури системи управління. Завдання полягає в тому, щоб зорієнтувати систему менеджменту на одержання цінних відомостей і, незважаючи на об'єктивно існуючу інформаційну недостатність, додати роботі підприємства необхідний запас стійкості [2, с. 75].

Управління підприємством сьогодні характеризується зростаючою турбулентністю його економічного оточення, викликані прискоренням змін у бізнес-середовищі й динамізмом перехідних процесів ринкових перетворень. Тому створення такої адаптивної системи опирається на вичерпне застосування професійних знань, алгоритми пошуку й підтримки стійкого режиму роботи підприємства в умовах ризику.

Оптимальне управління підприємством покликано забезпечити виконання зазначених функцій і підвищити «прозорість» середовища для своєчасного маневру ресурсами й запобігання втрати його стійкості. Із цією метою необхідно структурувати систему управління підприємством за блоками із прямими й зворотними зв'язками: прогнозування зміни зовнішнього середовища; структурної й параметричної адаптації системи управління на основі прогнозованої інформації, що надійшла; формування плану виробництва із застосуванням орієнтованих на необхідний режим моделей планування й імітації виконання планових рішень; оцінки й аналізу стійкості підприємства при реалізації розробленого плану виробництва; діагностики діяльності підприємства; корекції умов планування (при виявленні нестійкості показників); розгляду, затвердження й виконання плану виробництва; аналізу реалізації плану виробництва й ухвалення управлінських рішень.

Таким чином, для постановки завдання дослідження оптимального управління підприємством необхідно побудувати модель зв'язків макропараметрів у вигляді системи диференціальних рівнянь, сформулювати обмеження за домінуючими змінними, що відносяться до мікропараметрів економічної системи і за рахунок керуючих параметрів забезпечити економічну рівновагу підприємства. Кінцевою метою оптимального управління є максимізація ефективності функціонування підприємства в умовах невизначеності зі збереженням стійкості економічної системи.

Література

1. Концептуальні засади управління підприємством як економічною системою: монографія. За заг. ред. к.е.н., доцента В. О. Коюди. Харків: Вид. ХНЕУ, 2007. 416 с.
2. Скрібіцький О. М. Антикризовий менеджмент : навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2009. 568 с.

Янковий О.Г.
д.е.н., професор,
Белік С.О.
магістрант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ Й ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА ОСНОВНИМИ ВИРОБНИЧИМИ ФОНДАМИ

Досліджуючи основні фонди, доцільно приділити особливу увагу таким важливим показникам, як фондівіддача, фондомісткість, фондорентабельність, що характеризують ефективність застосування задіяних основних фондів. Показники ефективності використання основних засобів відображають співвідношення отриманих фінансових результатів підприємства і використаних для досягнення цих результатів основних засобів. Окрім указаних показників, ефективність використання основних засобів також характеризується співвідношенням темпів зростання випуску продукції і темпів зростання вартості основних фондів за певний період часу. Якщо ріст випуску продукції випереджає зростання вартості основних фондів, то це вказує на позитивну тенденцію у застосуванні основних засобів підприємства і, навпаки.

Фондівіддача (ΦB) – відношення вартості виробленої за рік продукції (Π) до середньорічної вартості основних виробничих фондів (Φ):

$$\Phi B = \frac{\Pi}{\Phi}. \quad (1)$$

Фондівіддача показує загальну віддачу від використання кожної гривні, витраченої на основні виробничі фонди, тобто ефективність вкладення цих коштів. У якості обсягу продукції при визначенні фондівіддачі можуть використовуватися різні вартісні показники – валова, товарна, реалізована, чиста продукція. Вважається, що показник фондівіддачі, розрахований на базі чистої виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) дозволяє більш точно характеризувати ефективність використання основних фондів на підприємстві.

Про ефективність використання основних засобів також судять за таким показником, як фондомісткість продукції. Фондомісткість продукції – величина, обернена до фондівіддачі. Вона показує частку вартості основних фондів, що припадає на кожну гривню продукції, яка реалізується.

Окрім фондівіддачі і фондомісткості, відносним показником ефективності використання основних фондів є також фондорентабельність (ΦP). Цей показник визначається за формулою:

$$\Phi P = \frac{\Pi_B}{\Phi_K} \times 100, \quad (2)$$

де Π_B – валовий прибуток промислового підприємства за звітний період; Φ_K – балансова вартість основних засобів на кінець звітного періоду.

Фондоозброєність – важливіша ознака забезпечення підприємства основними засобами. Фондоозброєність представляє собою статистичну величину координації і показує, яка частина вартості основних виробничих фондів припадає в середньому на одного працівника основної діяльності або на одного робітника. На підприємстві фондоозброєність (ΦO) визначається як співвідношення середньої річної вартості основних виробничих фондів (Φ) і середньої облікової чисельності працівників або робітників (\mathcal{U}):

$$\Phi O = \frac{\Phi}{\mathcal{U}}. \quad (3)$$

Зростання фондоозброєності праці – один із важливіших факторів підвищення ефективності суспільного виробництва. На основі впровадження інноваційно-інвестиційних заходів, зокрема, механізації і автоматизації виробничих процесів, технічного переоснащення підприємств на базі передових технологій фондоозброєність праці в галузях народного господарства України майже неухильно зростає.

Важливим вартісним аналогом фондоозброєності (3), який відображає співвідношення капіталу, витраченого на організацію виробництва на підприємстві, може бути показник ΦO^* – відношення середньої річної вартості основних виробничих фондів (K) до фонду оплати праці (L):

$$\Phi O^* = \frac{K}{L}. \quad (4)$$

Він показує, скільки гривень середньої річної вартості основних виробничих фондів приходить на 1 грн. оплати праці працівників (робітників) підприємства. Економічна сутність показника (4) полягає в тому, що при створенні нового підприємства він характеризує пропорцію, в якій треба розподілити авансований виробничий капітал на: 1) придбання і використання основних засобів; 2) оплату робочої сили.

Між звичайним показником фондоозброєності (3) і величиною ΦO^* існує очевидний зв'язок:

$$\Phi O^* = \frac{K}{L} = \frac{\Phi}{\mathcal{U} \times \mathcal{Z}_{CP}} = \frac{\Phi O}{\mathcal{Z}_{CP}}, \quad (5)$$

де \mathcal{Z}_{CP} – середня річна заробітна плата працівників підприємства.

Отже, вартісний показник фондоозброєності (5) залежить від двох чинників: 1) прямо від величини традиційного показника фондоозброєності (3); 2) зворотно від середньої річної заробітної плати працівників.

З формули (5) випливає, що

$$\Phi O = \Phi O^* \times \mathcal{Z}_{CP}. \quad (6)$$

Це означає, що фондоозброєність (3) можна розглядати як певний показник, який відображає співвідношення важливіших для промисловості факторів виробництва – витрат капіталу на основні виробничі фонди K і оплати праці L з урахуванням середньої заробітної плати працівників підприємства.

Янковий О.Г.
д.е.н., професор,
Подмазко М.В.
магістрант

Одеський національний економічний університет (Україна)

БІЗНЕС ІНЖИНІРИНГ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ ОПТИМІЗАЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Мета будь-якого бізнесу, що випливає з його природи, – забезпечення довгострокового комерційного результату. Однак спосіб досягнення цієї мети багато в чому залежить від специфіки зовнішнього середовища. Загострення конкуренції при переході до насиченого ринку, практично необмежені можливості сучасного виробництва і повсюдне впровадження нових інформаційних технологій постіндустріальної епохи – ось основні стратегічні виклики ХХІ ст. У цих умовах успіх бізнесу багато в чому визначається швидкістю і точністю реакції компанії на зміну зовнішнього середовища. Ефективне управління змінами стає ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності. Це вимагає застосування в менеджменті нових концепцій, технік і інструментарію.

Досвід впровадження інформаційних систем та технологій в управлінні економічними об'єктами показав, що ефективність функціонування організації залежить не стільки від рівня автоматизації інформаційних процесів, скільки від аналітичної цілеспрямованості процедур самої управлінської діяльності та в обґрунтованості прийнятих фахівцями оптимізаційних рішень. В основі цього лежить системно-технічний, інженерний підхід, який отримав назву бізнес-інжинірингу [1, с. 496].

Бізнес-інжиніринг (business-engineering) – це сучасна технологія управління, заснована на формальному, точному, повному і всебічному описі діяльності компанії шляхом побудови її базових інформаційних моделей у взаємодії з моделлю зовнішнього середовища [2].

Метою бізнес-інжинірингу є забезпечення фахівцеві найбільш сприятливих умов роботи при прийнятті оптимізаційних рішень – підвищенні прибутковості організації (за рахунок досягнення ефективності виробництва), зниженні собівартості проєктованих робіт, скороченні внутрішніх витрат, підвищенні професійної підготовки, відповідальності, продуктивності праці персоналу, збільшенні об'єму продажів, надання широкого спектру послуг на ринку.

Інжиніринг бізнесу ввів обов'язковий набір прийомів і методик, які організація повинна використовувати для проєктування бізнесу відповідно до своїх цілей. Діяльність організації розглядається як процес, який може бути спроєктований, змодельований, і якщо необхідно, то перепроєктований відповідно до інженерних принципів і обліку поставлених цілей [1, с. 496].

Послідовність бізнес-інжинірингу складається з наступних етапів: визначення основних цілей бізнесу (фінансових і емоційних), визначення та опис обмежень і можливостей (зовнішніх і внутрішніх), визначення та опис «зацікавлених осіб» бізнесу (клієнтів, постачальників, партнерів, держструктур тощо), визначення та опис базових структур бізнесу (цільових ринків, брендів, продуктів, бізнес-одиниць тощо), опис бізнес-процесів (структурованих у бізнес-процеси і бізнес-проекти), опис показників ефективності бізнесу і їх значень (фінансових і нефінансових, кількісних і якісних), опис персоналу компанії, опис бізнес-знань і інформаційної системи компанії.

При цьому важливо, що перераховані вище етапи не обов'язково виконуються послідовно, а можуть виконуватися і послідовно-паралельно; крім того, в ряді випадків можлива і ітеративна реалізація етапів (з «поверненням на крок» після виконання наступного етапу) [3].

Практична робота з проведення інжинірингу бізнесу здійснюється командою бізнес-інжинірингу, до складу якої на постійній основі входять керівник команди, фахівці з реінжинірингу і координатор процесу інжинірингу, в обов'язки якого входить організація взаємодій між командою бізнес-інжинірингу, з одного боку, і керівниками і співробітниками компанії, а також представниками «зацікавлених осіб» бізнесу, з іншого боку.

Бізнес-інжиніринг є важливим інструментом процесу прийняття оптимізаційних рішень в різних сферах діяльності підприємства, оскільки дозволяє побудувати цілісне бачення загроз та чинників зовнішньої середовища підприємства з одного боку, та можливостей та цілей компанії з іншого боку. Така картина дозволяє фахівцям корелювати бізнес-процеси з місією компанії, ще є самоціллю оптимізаційних процесів.

Впровадження інжинірингу відкрило можливість об'єднувати в єдиний процес проектування впорядкування управлінських процедур, розробку нових інформаційних технологій і системи підтримки прийняття рішень, тому його можна вважати дієвим інноваційно-інвестиційним проектом та технологією стратегічного управління бізнесом. Своєчасна орієнтація управлінської культури підприємства на бізнес-інжиніринг буде сприяти оздоровленню його економічної політики.

Література

1. Войнаренко М. П., Кузьміна О. М., Янчук Т. В. Інформаційні системи і технології в управлінні організацією: навч. посіб. Вінниця: Едельвейс і К, 2015. 496 с.

2. Горелік С. Бізнес-інжиніринг та управління організаційним розвитком. URL: <http://bigc.ru/publications/busengorg.php>. (дата звернення: 26.07.2019).

3. Черемних О. Бізнес-інжиніринг: нові технології стратегічного управління бізнесом, 2005. URL: http://lionsconsult.narod.ru/Articles/BE.htm#_Точ90129667. (дата звернення: 26.07.2019).

Базалійська Н.П.

к.е.н., доцент,

Федчик А.В.

студент

Хмельницький національний університет (Україна)

РЕКРУТИНГ ЯК СУЧАСНА ТЕХНОЛОГІЯ З ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Різноманітні зміни, які відбуваються у нашому суспільстві, призводять до все більшого загострення такого питання, як підбір персоналу. Розширення виробництва, конкурентна боротьба, зміна економічної моделі, нестабільне економічне середовище тощо – усе це спонукає керівників організацій ставити жорсткі вимоги до працівників. Освіта, професіоналізм, досвід роботи, особистісні якості, комунікативність та інше вже не є стандартними ознаками під час прийому на роботу. Зростання ваги людського чинника призвело до виникнення потреби у різнобічних якісній та кількісній оцінках якостей претендента. Тому класичний підбір персоналу відходить на другий план, а новітні технології витісняють попередні.

Рекрутинг – це частина індустрії управлінського консалтингу, що активно розвивається із загальним розвитком ринку та бізнесу на Україні. З його розвитком люди, які працюють в сфері управління персоналом, стають все більш потрібними. На цьому етапі вже існує конкуренція між найкращими спеціалістами в цій сфері. Зі зростанням бізнесу та розвитком методики управління персоналом збільшується потреба працівників цієї сфери у інформації, та володіти нею недостатньо, треба навчитися її використовувати. Для того, щоб підприємство посідало провідні позиції, потрібно втілювати в ньому новітні технології роботи з персоналом.

Проблематика підбору персоналу є актуальною в наш час та дуже цікавою для успішних підприємств. Задля успіху свого бізнесу керівникові потрібно створити надійний фундамент свого підприємства, створити такий персонал, що здатен реагувати на будь-які зміни та потреби середовища. головні вимоги сучасного економічного середовища до працівників будь-якого рівня – надійність та професіоналізм. підбір кадрів потрібно здійснювати на жорстких умовах, оскільки помилка у виборі працівника може дорого коштувати підприємству. Саме тому керівники багатьох успішних організацій звертаються за допомогою до рекрутингових агентств, адже працівники цієї сфери – знавці своєї справи, висококваліфіковані фахівці, які постійно займаються пошуком працівників, використовуючи спеціальні методи та методики. Зараз стає досить поширеною послуга рекрутерів з навчання своїх технологій. Ця послуга досить дорога, та тільки ті підприємці, що піклуються про свій бізнес, можуть собі дозволити таку послугу. компетентний менеджер принесе пізніше більший дохід підприємству, знайшовши якісних працівників.

На сьогодні серед основних рекрутингових послуг виділяють такі: 1. Класичний рекрутмент – пошук і відбір керівництва середньої ланки, спеціалістів та офісного персоналу; 2. Executive Search – пошук і відбір керівництва вищої ланки та висококваліфікованих спеціалістів; 3. Head-hunting – пошук і відбір керівництва вищої ланки (у суворій конфіденційності), «переманювання» визначеного ексклюзивного спеціалісту (відоме ім'я та посада) для компанії-замовника; 4. Outplacement – послуги щодо працевлаштування персоналу, який звільняється з компанії-замовника у визначені терміни на визначених умовах (послуга надається за кошти компанії-замовника); 5. Leasing – послуги щодо оренди співробітників на визначений період і на визначених умовах, що знаходяться у трудових відносинах із агенцією [1].

В Україні перші рекрутингові агенції почали з'являтися лише на початку 90-х рр. в початковій періоді становлення ринкових відносин. Звичайно, їх виникнення мало деякі специфічні риси, оскільки на той час Україна опинилася в ситуації вимушеного освоєння багатьох видів бізнесу. Сьогодні ринок рекрутингових послуг знаходиться на стадії розвитку, при цьому, до настання кризи 2008 р. в засобах масової інформації наголошувалося про його постійне зростання.

Разом із тим, необхідно наголосити, що ринок рекрутинга сьогодні абсолютно не структурований: операторів багато, але якість послуг, що надаються, на жаль, залишає бажати кращого. Агенції з надання рекрутингових послуг створюються, зазвичай, у великих містах, таких як Київ, Одеса, Дніпро тощо. Так, наприклад, у Києві існує близько 40 рекрутингових агенцій різного напрямку. Більшість з них займаються лише підбором персоналу та спеціалізуються в обмеженій галузі бізнесу або в категорії персоналу. Оплату послуг агенції проводить підприємство. Варто відмітити, що якість послуг є доволі низькою, а ціна – високою, що, зазвичай, прив'язана до річного доходу кандидата. Разом із тим, терміни виконання замовлень рекрутинговими агенціями можуть становити від 2 тижнів до 3 місяців, залежно від складності поставленого завдання. В основному на підбір фахівців і менеджерів середньої ланки витрачається від 15 до 30 календарних днів; на підбір топ-менеджерів і вузькопрофільних фахівців – від 15 до 60 календарних днів; в окремих випадках – до 90 календарних днів згідно укладеного договору.

Останнім часом на ринку рекрутингових послуг в Україні спостерігається зменшення кількості агентств та зниження ціни на їх послуги. Це пов'язано, насамперед, з впливом економічної кризи, наслідки якої не оминули й кадрові агентства.

Література

1. Беляев С. Подбор персонала. 20 отличий технологий Executive Search и Recruitment. *Навигатор. Агентство активного рекрутинга. Ассоциация кадровых агентств Украины АРКА*. URL: www.navigators.lg.u; www.personal.net.ua.

ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ХМАРНОГО БІЗНЕСУ

В останні роки тема хмарних технологій набула широкого розповсюдження не тільки серед ІТ-спеціалістів, але й у сфері бізнесу. До хмарних послуг долучаються не тільки бізнес-гіганти, а також представники малого і середнього бізнесу.

Сучасний стан економічних відносин викликають необхідність долучення України до єдиного інформаційного простору у сфері управління підприємством. Одним з напрямів вирішення такої задачі є використання сучасних інформаційних платформ.

Одним із потужних інструментів на сьогодні є SAP-технології. SAP HANA є стратегічною платформою для всіх додатків SAP, включаючи новий бізнес-пакет SAP S/4HANA. Він поєднує базу даних SAP HANA, яка працює в реальному часі, з функціональними можливостями платформи. Це дозволяє швидко встановлювати додатки, які відповідають потребам підприємства. Таким чином реалізується контроль над бізнесом в режимі реального часу.

Ознаками, що характеризують цей продукт, є такі: велика функціональність; інтеграція всіх бізнес-процесів підприємства; модульний принцип побудови, як дозволяє ізольоване використання окремих компонент систем або їх комбінації, якщо це необхідно з точки зору виробничо-економічних умов; розвинута система звітності, в якій кожна операція потрапляє до різних видів звітності; незалежність продукту від конкретної галузі; відкритість, можливість формування власних програмних продуктів в середовищі системи; підтримка різних мов; доступ в систему протоколюється відповідно до прав користувача; сучасні технологічні підходи на базі архітектури клієнт-сервер; система налаштовується засобами, що доступні користувачу, до конкретних особливостей підприємства, зміни можливі протягом всього часу експлуатації продукту.

На ринку програмного забезпечення та програмування (Soft & Programming) німецька компанія SAP займає 3-тє місце (після Microsoft та Oracle) за версією 2018 р. та 181-у позицію у рейтингу «FORBES 2000» найбільших публічних компаній світу. У світі налічується більше 10 тис. клієнтів SAP і більш 19 тис. успішних інсталяцій продуктів SAP. По всьому світу з системами SAP працює більше 1 мільйона користувачів. Зокрема, клієнтами SAP є такі відомі фірми, як BMW, Mercedes-Benz AG, Adidas, General Electric, Philips, IBM, Telecom AG та багато ін. [1].

У більшості випадків SAP-інтегрування передбачає використання базового, найбільш відомого і популярного модуля – «Планування ресурсів підприємства» (ERP–Enterprise Resource Planning), який призначений для масштабного бізнесу й великих промислових комплексів. Основне призначення

системи – забезпечувати безперервну, комплексну, взаємозалежну автоматизацію всіх блоків, функціональних областей і підрозділів компанії. SAP ERP модулі контролюють, поліпшують і спрощують роботу на всіх ділянках бізнесу: від введення відомостей з первинних торговооблікових реєстрів до підтримки управління в прийнятті стратегічно важливих рішень. Практично усі великі міжнародні компанії працюють з програмним забезпеченням SAP. На даний момент технології SAP фактично є стандартом корпоративних інформаційних систем для великих підприємств. В Україні корпоративна система R/3 застосовується у Національному банку України (НБУ), у Міністерстві енергетики та вугільної промисловості України, на ПАТ «Металургійний комбінат «Азовсталь», ПАТ «Дніпроенерго», АТ «Укртатнафта», «Укрпошта», «Фармацевтична фірма «Дарниця», «Київобленерго», «Сумиобленерго», «Полтаваобленерго», Центральна енергетична компанія, «Укрсиббанк» та ін.

SAP R/3 включає в себе такі основні модулі: FI – система фінансового обліку та звітності; AM – AA – облік основних засобів; CO – контролінг; MM – управління матеріальними потоками; SD – збут; PP – планування виробництва. [2].

Дворівнева структура інформаційної бази (верхній рівень – сервери бази даних та програм; нижній рівень – клієнтські місця, розташовані в підрозділах та відділах підприємства), дозволяє забезпечити оперативність та достовірність інформації, що вводиться, на підставі якої формуються показники для оперативного прийняття рішень з управління бізнес-процесами підприємства. Побудова єдиного інформаційного простору підприємства залежить від управлінської структури, галузевої приналежності, масштабу, профілю діяльності, фінансових можливостей і наявності комунікаційних каналів і мереж.

Платформа бізнес-даних SAP HANA об'єднує надійну базу даних з сервісами для створення інноваційних програм. Це дозволяє вести бізнес в реальному часі, об'єднуючи транзакції і аналітику на одній платформі в пам'яті. Працюючи в приміщенні або в хмарі, SAP HANA усуває складність ІТ, надаючи особам, які приймають рішення, нове розуміння.

Література

1. SAP HANA: в платформі даних пам'яті. URL: <https://www.sap.com/ukraine/index.html> (дата звернення: 29.07.2019).

2. Полозова Т. В., Шейко І. А. Впровадження та переваги використання sap-технологій на підприємствах України. *Моделювання та інформаційні технології*. Матеріали міжнар. наук. симпозіуму, 20 березня 2019 р. Київ : КНТЕУ, 2019. С. 61-63. URL: http://openarchive.nure.ua/bitstream/document/9591/1/PolozovaTV_SheikoIA_61-64_2019.pdf (дата звернення: 29.07.2019).

Іваницька С.Б.
к.е.н., доцент,
Бондаревська О.М.
к.е.н.

Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ

Особливості психологічного клімату в трудовому колективі впливають на соціальні, психологічні та виробничі процеси на підприємстві. Доцільно стверджувати, що соціально-психологічний клімат трудового колективу багато в чому визначає успіхи та конкурентоспроможність підприємства, а також його положення на ринку. Тому формування сприятливого соціально-психологічного клімату в трудовому колективі будь-якого підприємства – це найважливіше завдання кожного керівника. Не секрет, що на роботі та у трудовому колективі зокрема, людина проводить більшу частину свого часу. А отже, необхідно зробити так, щоб її перебування на робочому місці та серед колег було максимально комфортним. Це не тільки гарантує зниження рівня стресу серед працівників, а й є одним з основних чинників зростання продуктивності праці.

Соціально-психологічний клімат – це продукт спільної діяльності людей; якісний аспект міжособистісних відносин; психологічне налаштування співробітників, яке має прямий вплив на їх діяльність; такий стан в колективі, коли кожному його працівнику надаються найкращі умови для реалізації його потенціалу та здібностей. Він виявляється в колективному настрої, колективній думці та індивідуальному самопочутті співробітника в колективі.

Соціально-психологічний клімат може бути сприятливим, нейтральним, несприятливим, позитивно або негативно впливати на людину.

На соціально-психологічний клімат колективу впливають фактори макросередовища (зовнішнього) до яких належать: політичний та державний устрій; економічна ситуація у суспільстві; рівень міжнаціональних відносин; рівень та якість життя населення; соціально-демографічні фактори; регіональні фактори; етнічні фактори.

Фактори мікросередовища (внутрішнього) значно більше впливають на соціально-психологічний клімат колективу, до них належать такі: стиль керівництва; особливості умов праці; співвідношення формальної та неформальної структур колективу; мотивація до праці; стан міжособистісних стосунків; задоволеність роботою; згуртованість колективу; характер комунікацій. Забезпечити сприятливий соціально-психологічний клімат у трудовому колективі можуть такі чинники як:

1. Наявність у колективі спеціалістів різних рівнів професійної майстерності. Це дає змогу працівникам – початківцям бачити свою професійну перспективу, а висококваліфікованим – відчувати повагу молодих.

2. Чисельність групи. Найоптимальніше, якщо група об'єднує три - дев'ять осіб. Якщо вона занадто мала (до трьох осіб), це породжує занепокоєність із приводу персональної відповідальності за прийняті рішення. Зі збільшенням чисельності групи ефективність роботи кожного може зростати (до певної межі) за рахунок взаємодії.

3. Час спільної трудової діяльності. Цей показник тісно пов'язаний з формуванням традицій, стійких норм поведінки, що відчутно впливає на згуртованість, організованість колективу.

4. Статевікова структура групи. Оптимальна модель прийняттого соціально-психологічного клімату в організації передбачає відмінності щодо віку, життєвого досвіду, повагу до старших, підвищену увагу до жінок, допомогу молодим тощо.

5. Наявність неформальної структури в колективі. Нерідко у групі формується неформальна структура, яка має своїх лідерів. Перебування неформальних лідерів в опозиції до формального керівництва різко погіршує клімат у колективі, породжує конфлікти. Тому необхідно дбати про те, щоб формальна структура накладалася на неформальну.

6. Автономність, ступінь ізольованості групи. Для поліпшення психологічного клімату доцільно виходити за групові відносини, налагоджувати контакти з іншими колективами, групами.

7. Психологічна сумісність членів групи. Йдеться передусім про групову сумісність, яка є соціально-психологічним показником згуртованості групи, забезпечує безконфліктне спілкування, узгодження індивідуальних дій в умовах спільної діяльності [1].

Процес покращення стану соціально-психологічного клімату досить складний та довготривалий, але хоча б мінімальний внесок може та повинен зробити кожен працівник. В першу чергу потрібно прислухатися до думок інших, вислуховувати та поважати один одного. Варто правильно та стримано виявляти власні емоції та толерантно ставитися до їх вияву у інших. Провідна роль у формуванні соціально-психологічного клімату у трудовому колективі належить керівництву, яке в першу чергу повинно зрозуміти психологію людей, їх емоційний стан, настрої, душевні переживання, а також знайти індивідуальний підхід до кожного співробітника. Якщо кожен усвідомить важливість даного питання, зробить внесок у покращення соціально-психологічного клімату, то це не тільки допоможе знизити, а навіть уникнути стресових ситуацій на роботі, збереже здоров'я працівників та підвищить їх зацікавленість у трудовій діяльності, що, в свою чергу, призведе до зростання продуктивності праці в цілому по підприємству та сприятиме всебічному розвитку особистості в колективі.

Література

1. Бабенко Т. В. Формування оптимального соціально-психологічного клімату в колективі. URL: http://confcontact.com/2013_04_04_zhv/1_Babenko.htm.

Кошельок Г.В.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

МЕТОДИ ЗБАЛАНСУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Основним із напрямів подолання дефіциту грошових коштів є формування ефективної системи управління грошовими потоками, яка б забезпечувала досягнення тактичних і стратегічних цілей діяльності підприємства [1].

Для уникнення дефіциту або профіциту (надлишку) грошових коштів насамперед необхідно домогтися збалансованості обсягів позитивного й негативного потоків грошових коштів, оскільки і дефіцит, і надлишок грошових ресурсів негативно впливає на результати господарської діяльності. Так, при дефіцитному грошовому потоці знижується ліквідність і рівень платоспроможності підприємства, що призводить до зростання простроченої заборгованості підприємства за кредитами банку, постачальникам, персоналу з оплати праці (з відповідним зниженням рівня продуктивності праці персоналу), збільшення тривалості фінансового циклу.

Все це, в кінцевому результаті, призводить до зниження рентабельності активів і власного капіталу підприємства. При надмірному грошовому потоці відбувається втрата реальної вартості тимчасово вільних грошових коштів у результаті інфляції, сповільнюється оборотність капіталу через простій коштів, втрачається частина потенційного доходу від невикористаної частини грошових коштів у зв'язку з упущеною вигодою в сфері їх короткострокового інвестування. Наочно це можна побачити в табл.

Таблиця

Вплив змін грошових коштів на діяльність підприємства

Зміна грошових коштів	Ознаки	Кінцевий ефект
Дефіцит	Зростання простроченої кредиторської заборгованості за розрахунками з персоналом і контрагентами	Зниження рентабельності й ліквідності
Профіцит	Зростання резервів, реальна вартість яких з часом знизиться під впливом інфляції	Неотримання потенційних доходів

Методи збалансування грошових потоків за обсягами можна розподілити на дві групи: методи оптимізації дефіцитного грошового потоку; методи оптимізації надлишкового грошового потоку.

Збалансування та оптимізація відбуваються завдяки виявленню резервів, що дають змогу зменшити залежність підприємства від зовнішніх джерел залучення грошових коштів, забезпеченню рівномірності витрачання грошових коштів у часі та за обсягами, збільшення суми та якості чистого грошового потоку, а також впливу на фінансовий цикл підприємства [2, с. 149].

Для збалансування грошових потоків на практиці у короткостроковому періоді використовується метод, який отримав назву «система прискорення-сповільнення платіжного обороту». Його сутність полягає в залученні додаткових коштів, що призведе до збільшення вхідного грошового потоку і скорочення вихідного [3], або в розробці на підприємстві організаційних заходів щодо прискорення залучення грошових коштів і уповільнення їх виплат в окремі інтервали часу для підвищення синхронності формування позитивного і негативного грошових потоків.

Г.В. Савицька пропонує способи оптимізації надлишкового грошового потоку, які пов'язані здебільшого з активізацією інвестиційної діяльності підприємства, спрямованої:

- на довгострокове погашення довгострокових кредитів банку;
- на збільшення обсягу реальних інвестицій;
- на збільшення обсягу фінансових інвестицій [4, с. 530].

Для збалансування грошового потоку всі заходи можна поділити на ті, що необхідно здійснити в короткостроковому періоді, і на ті, що будуть ефективні в довгостроковому.

З метою збільшення позитивного грошового потоку в довгостроковому періоді ефективні будуть наступні заходи:

- залучення інвесторів;
- додатковий випуск акцій;
- здача в оренду невикористаного майна.

Скорочення негативного грошового потоку в довгостроковому періоді можна досягти за допомогою скорочення кількості інвестиційних програм.

Регулювання грошових потоків дозволяє підвищити ступінь фінансової і виробничої гнучкості підприємства, забезпечуючи підвищення обсягів продажу та оптимізації витрат за рахунок можливості маневрування грошовими ресурсами підприємства.

Таким чином, варто зробити висновок, що збалансування та регулювання грошових потоків є невід'ємними складовими оптимізації діяльності підприємства.

Література

1. Біндасова Ю. Б. Теоретичні аспекти формування системи управління грошовими потоками. *Научно-технический сборник*. 2007. № 77. С. 388-394.
2. Васюк Н. В. Управління, аналіз та оптимізація грошових потоків: теорія і методологія. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка»*. 2011. № 5(4). С. 114-150.
3. Рубинштейн Т. Б. Планирование и расчеты денежных средств фирм и компаний. М.: Ось, 1989. 201 с.
4. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. 3-те вид., випр. і доп. К. : Знання, 2007. 668 с.

Кошельок Г.В.

к.е.н., доцент,

Шевченко Д.О.

студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ВИКОРИСТАННЯ ІНЖИНІРИНГОВИХ ПОСЛУГ ЯК ФАКТОР ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Інноваційна діяльність є важливою складовою ефективної роботи будь-якого сучасного підприємства. Впровадження інноваційних процесів у виробничий процес дозволяє підвищити технічний рівень виробництва, покращити якість продукції, а також створити передумови для зростання конкурентоспроможності підприємства та його продукції на ринку.

Впровадження інновацій у господарську діяльність з метою підвищення конкурентоспроможності продукції є особливо актуальним сьогодні, у час активної інтеграції України до Європейського Союзу та розвитку торгівлі із європейськими країнами. Інноваційні процеси на підприємствах мають вивести національну продукцію на новий рівень, привести її у відповідність до міжнародних стандартів та вимог, підвищити якість та зменшити собівартість, щоб вона мала попит на світовому ринку.

Однією зі складових інноваційної діяльності підприємства, яка здійснюється з метою підвищення конкурентоспроможності продукції, є використання інжинірингових послуг сторонніх компаній для оптимізації собівартості продукції та загальних витрат підприємства.

Собівартість продукції – один з основних показників діяльності підприємства, який характеризує ступінь використання виробничих ресурсів та є одним із найважливіших критеріїв для оцінки ефективності виробництва. Зменшення величини собівартості збільшує можливості підприємства шляхом зниження цін стимулювати попит та підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції, а також збільшувати прибуток, який є основою метою діяльності підприємств.

Варто зазначити, що нині собівартість промислової продукції українських підприємств залишається високою, що негативно впливає на ефективність діяльності компаній та національну економіку, а також робить українську продукцію неконкурентоспроможною на міжнародному ринку.

Наразі, серед вчених немає єдиної думки щодо визначення даного поняття, однак деякі науковці визначають інжиніринг як виконання комплексу операцій з надання послуг виробничого, комерційного й науково-технічного характеру, здійснюваних спеціалізованими інженерно-консультаційними промисловими, будівельними й іншими компаніями [1, с. 35].

Основною метою інжинірингу є отримання замовниками послуг найкращого результату та найбільшої ефективності від вкладених коштів

шляхом системного підходу до здійснення проектів, а також розробки проектів, які найкращим чином відповідають конкретним умовам та вимогам замовника.

До останнього часу інжиніринг включав лише виробництво та експлуатацію різних машин та механізмів або будівництво виробничих об'єктів. Однак сьогодні термін «інжинірингові послуги» є значно ширшим та включає в себе не тільки конструкторські та технічні послуги, але й надання послуг щодо вдосконалення виробничих процесів, навчання кадрів, покращення управлінської структури підприємства, системи збуту, створення нових виробів та покращення чинних тощо.

Інжинірингові послуги наразі активно впроваджуються у роботу виробничих компаній на всіх етапах їхньої діяльності – від закупівлі матеріальних-сировинних ресурсів до збуту готової продукції покупцям. Так, компанії-постачальники інжинірингу розробляють проекти щодо оптимізації виробничих процесів з урахуванням можливості застосування найбільш прогресивних виробничих технологій, обладнання та матеріалів. Ці проекти полягають у моніторингу ринку, виборі якісної та перевіреної сировини від надійних постачальників, модернізації виробничого обладнання та його оновлення, застосування енергоефективних технологій, налагодження ефективної логістичної системи, розробки бізнес-планів, автоматизації виробничих процесів, навчання персоналу, будівництво нових виробничих об'єктів тощо. Основною метою застосування цих послуг є отримання найбільшого ефекту за найменших витрат.

Також необхідно зазначити, що інжинірингові послуги сьогодні активно впроваджуються в керівну діяльність підприємств. Вони являють собою комплекс заходів, спрямованих на оптимізацію адміністративної структури та прийняття таких управлінських рішень, які б дозволили підвищити ефективність діяльності та рентабельність підприємства.

Незважаючи на те, що на етапі впровадження цей спосіб оптимізації собівартості вимагатиме додаткових витрат, в кінцевому рахунку використання інжинірингових послуг є економічно обґрунтованим, оскільки це знижує ризики, значно підвищує ефективність реалізації проектів та економить час та кошти замовника. Шляхом використання інжинірингових послуг підприємство матиме можливість знизити собівартість продукції значно ефективніше, ніж шляхом самостійної розробки заходів для її мінімізації.

Зменшення собівартості продукції в кінцевому рахунку призведе до зниження ціни на готову продукцію, збільшення обсягів продажу, прибутку й рентабельності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності, що допоможе зміцнити позиції українських підприємств на вітчизняному та світовому ринках.

Література

1. Городиська Н. А. Поняття інжинірингу та його значення у ринкових умовах господарювання. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 727. С. 33-39.

Кузьменко Г.І.

к.е.н., доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет (Україна)

ВИБІР КРИТЕРІЇВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПОДАТКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування будь-якої системи слід піддавати оцінці з метою визначення її відповідності зазначеній меті, реалізації покладених на неї функцій і завдань та ефективності. Оцінка сформованої системи інформації здійснюється за критерієм ефективності. Мета розробки критеріїв оцінки ефективності сформованої системи інформації про податковий потенціал полягає в тому, щоб допомогти спеціалістам знайти необхідні рішення, знизити рівень ризику, кваліфіковано визначити взаємозв'язок між прийнятими рішеннями та необхідними для їх реалізації витратами з їх майбутньою віддачею. Разом з тим слід зазначити, що даний критерій не є універсальним, тому що він не враховує політичні та соціальні фактори, які здійснюють вплив на функціонування системи. Під впливом будь-якого фактору, найбільш важливого в даний момент часу та за конкретних умов, вимога досягнення економічної ефективності може бути порушена. Однак, абстрагуючись від ймовірного впливу політичних та соціальних чинників, вважатимемо, що при проведенні оцінки системи інформації про податковий потенціал ефективність є ключовим критерієм.

Ефективність характеризується відношенням ефекту до витрат ресурсів, які забезпечили його отримання, досягнення результату, тобто, ефективність – це ефект, який припадає на одиницю витрат ресурсів, що були використані з метою одержання досягнутого результату. Що стосується системи оподаткування, то важко кількісно визначити цей критерій через те, що результатом її функціонування є не тільки наповнення дохідної частини бюджету, а також стимулювання розвитку пріоритетних галузей економіки, перерозподіл доходів між різними категоріями населення та ін.

З метою формалізованого виразу критерію ефективності системи інформації про податковий потенціал суб'єкта господарювання пропонуємо використовувати такі індекси: індекс концентрації – дає змогу визначити ті податки (збори, платежі), які займають значну питому вагу у загальному обсязі нарахувань; індекс дисперсії – визначає існування (або відсутність) податків (зборів, платежів) з низьким обсягом сплати до бюджету; індекс ерозії – визначає ступінь відповідності фактичних баз оподаткування потенційним; індекс запізнення збору – визначає своєчасність сплати податків суб'єктом господарювання; індекс об'єктивності – визначає об'єктивність визначеної бази оподаткування. Важливим критерієм для здійснення оцінки системи інформації про податковий потенціал є доцільність (відповідність зазначеній меті). Проте при проведенні аналізу за цим критерієм слід враховувати, що перед будь-якою системою одночасно може стояти декілька цілей.

У процесі проведення оцінки використання суб'єктом господарювання системи інформації про податковий потенціал пропонуємо визначати такі показники: коефіцієнт сплати податкових платежів – відношення фактично сплачених сум податків (зборів, платежів) до їх нарахованої величини; коефіцієнт «якості» сплати податків, який розраховується співвідношенням фактичних податкових платежів, а також сум штрафів і фінансових санкцій до запланованого обсягу сплати; коефіцієнт своєчасності, який характеризує своєчасність сплати коштів до бюджету; коефіцієнти питомої ваги конкретного виду податків (зборів, платежів) у загальному обсязі нарахованих та сплачених сум податкових платежів; коефіцієнт співвідношення темпів росту виручки від реалізації, фінансових результатів, вартості капіталу, чисельності персоналу та темпів росту сум нарахованих і сплачених податків (зборів, платежів); коефіцієнт співвідношення нарахованих та сплачених сум податку з доходів фізичних осіб до чисельності працюючих на підприємстві; коефіцієнт співвідношення нарахованої та сплаченої суми податку на прибуток підприємства до середньої вартості основних засобів.

Існуючі методи оцінки ефективності інформаційних систем класифікуються за трьома групами: традиційні фінансові методики; ймовірнісні методи; інструменти якісного аналізу. При оцінці функціонування інформаційної системи слід враховувати, що на її ефективність здійснюють вплив часові і вартісні критерії, а також інші не вимірювані параметри. Зокрема, до категорії критеріїв, що впливають на тривалість робочого часу відносяться елементи механізму опрацювання даних обліку та звітності, з урахуванням як вимірюваних, так і не вимірюваних факторів, а саме: ступінь дублювання інформації; час на аналітичну обробку звітності, виявлення та виправлення помилок; оперативність прийняття рішень у сфері оподаткування; час експорту даних з програм бухгалтерського обліку; оперативність оновлення інформації для податкового аналізу та планування. Вартісні критерії відображають статті видатків, які можна зменшити за рахунок впровадження системи електронної обробки інформації, а також такі витрати на її впровадження, як придбання необхідного програмного забезпечення, зокрема: придбання бланків звітності та документи на паперових носіях інформації; персонал, задіяний у податковому плануванні, в управлінні процесом оподаткування підприємства; штрафні санкції. До критеріїв достовірності даних слід віднести ті, що зменшують міру невизначеності інформації, а також величину похибки, підвищують точність розрахунків, розширюють горизонт прогнозування, зокрема: рівень автоматизації обліково-аналітичних робіт; часовий період податкового аналізу та планування; точність результатів податкового обліку, аналізу та планування.

Розглянутий підхід до оцінки ефективності сформованої системи інформації про податковий потенціал суб'єкта господарювання дозволить зменшити суб'єктивізм та оцінити альтернативні системи інформації з точки зору ефективності їх впровадження.

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ В ТОРГІВЛІ

Управління запасами має два основні аспекти. Один стосується забезпечення підприємства виробничими запасами для виготовлення необхідного продукту в достатній кількості, у визначені терміни та в потрібному місці.

Управління товарними запасами завжди має на меті їх оптимізацію, тобто забезпечення торговельної організації товарами в такому асортименті і в таких кількостях, які максимально відповідають майбутньому попиту. Другий аспект пов'язаний з витратами на підтримання певного рівня запасів. Виходячи з цих положень на підприємстві регулюють рівень матеріальних запасів виробництва. При цьому визначають терміни та обсяги замовлень (коли та скільки замовляти) і розробляють моделі, які допомагають у прийнятті таких рішень.

Загальний принцип, на якому засновані всі системи управління запасами – це взаємозв'язок вхідних і вихідних параметрів, які вказані на рис.

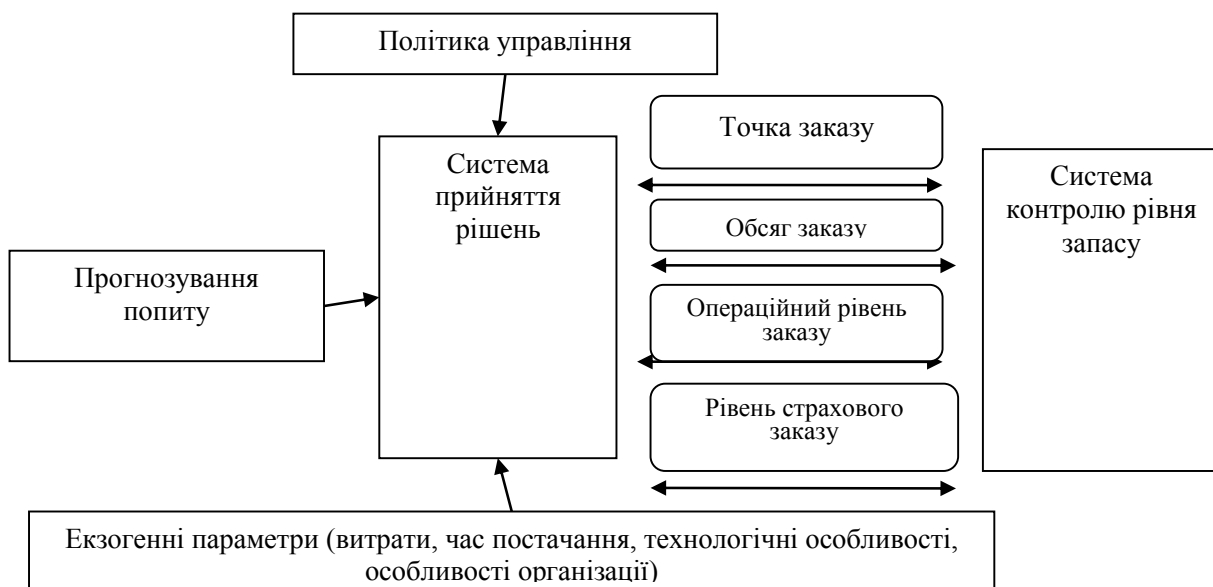


Рис. Принципи дії систем управління товарними запасами [1]

У компаніях завжди використовують поняття «норма оборотності», і в кожній фірмі вона своя. Норма оборотності – це кількість днів або оборотів, за яке, на думку керівництва, повинен бути реалізований запас товару, щоб торгівлю можна було вважати успішною.

У кожній галузі і кожному регіоні існують свої норми, для кожного постачальника, кожного виду або категорії товарів – свої норми. Багато що залежить від логістики, обсягів закупівель та термінів поставки, надійності постачальника, зростання ринку і попиту на товар. Якщо всі постачальники місцеві, а оборот високий, то коефіцієнти можуть досягати 30-40 оборотів на

рік. Якщо поставки йдуть з перебоями, постачальник ненадійний, попит коливається, то по аналогічному товару в сільській місцевості України оборотність буде 10–12 оборотів в рік. Це нормально. Ймовірно, для кожного товару може бути встановлений максимальний запас, вище якого його можна вважати зайвим або малооборотним. Такий показник кожна компанія може встановити для себе особисто, він буде залежати від різних факторів.

Оптимально сформовані запаси – це запаси, обсяг яких не є недостатнім для продажів (що дозволяє уникнути пропущених продажів), так і не є надмірною (що означає, що оборотні кошти не втрачені в зайвих залишках).

Втрати компанії від неліквіду: заморожені гроші компанії; витрати на зберігання; витрати на інвентаризацію; фінансові втрати при реалізації або знищення; погіршення показників складу.

Дослідження товарного запасу на предмет його ліквідності з точки зору швидкості обороту здійснюється на 2–х рівнях:

1. Аналіз ситуації на складі («неліквід», «неліквід без руху») з метою вжиття заходів щодо збільшення оборотності товарних запасів.

2. Аналіз ситуації по кожній конкретній позиції з метою прискорення виведення продукції з асортименту компанії, ліквідації «невдалих» і застарілих дизайнів.

Для розрахунку ліквідності запасів пропонується вважати так звану «уходімість» товару – відношення кількості приходу товару до його продажу – Індекс використання. Цей показник не можна плутати з оборотністю. Оборотність показує, скільки оборотів робить товар за період, «уходімість» – за скільки днів щось піде зі складу. Якщо при розрахунку ми оперуємо не середній запасом, а підраховуємо оборотність однієї партії, то мова йде про «уходімості». Індекс вважається за певний період, за замовчуванням – 1 рік, але різні компанії можуть вважати його по-різному.

$$I_{\text{в}} = \frac{V_{\text{прод}} - V_{\text{надх}}}{V_{\text{прод}}}, \quad (1)$$

де $V_{\text{прод}}$ – обсяг продажів за обраний період; $V_{\text{надх}}$ – обсяг надходжень за обраний період.

Інтерпретація коефіцієнта пропонується наступним чином:

≤ -1 – неліквід; > -1 та $\leq -0,3$ – слабо використовуваний;

$> -0,3$ та $\leq -0,1$ – нормально використовуваний;

$> -0,1$ та $\leq 0,2$ – активно використовується; $> 0,2$ – дефіцитний.

Окремо виводиться товар, залишок якого є на складі, але продажі якого дорівнюють нулю за обраний період – такий товар вважається «мертвим залишком».

Література

1. Виноградська А. М. Комерційна діяльність торговельного підприємства : навч. посібник. К. : КНТЕУ, 2005. 278 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Концепції дослідження потенціалу сприймаються як система положень методологічного характеру, що визначають підходи до організації проведення його дослідження, відбивають принципи формування та оцінки в економічній теорії. Об'єктами існуючих концепцій є процеси формування, оцінки і розвитку потенціалу. Предметами відомих концепцій є науково-методичні підходи до дослідження потенціалу. Ідеї, що лежать в основі концепцій дослідження потенціалу дають повне уявлення про парадигму потенціалу.

Ідея є потенціалом підприємництва. Підприємницькі ідеї лежать в основі концепції дослідження потенціалу підприємницької діяльності. З цієї позиції визначаємо, що потенціал підприємницької діяльності стає сукупністю якостей системи можливостей наявних ресурсів за умов їх реалізації в бізнесі з метою отримання ефекту в стратегіях розвитку.

Потенціал підприємницької діяльності можна розглядати як дефініцію, що являє собою теоретико-методичний концепт і характеризується системою показників. Розвиток підприємницької діяльності в сучасних умовах вимагає підходів до оцінки її потенціалу. Потенціал підприємницької діяльності можна оцінювати на основі вартісного підходу в розрізі окремих елементів: майнового комплексу і відокремленого майна для бізнесу; акцій, паїв, часток в статутному капіталі; доходу від усіх видів підприємницької діяльності. Вартість потенціалу підприємницької діяльності залежить від різноманітних чинників, наприклад, від співвідношення ринкового попиту та пропозиції, конкурентоспроможності, фактора часу, ризиків і ін. В умовах втрати власного інвестиційного потенціалу української економіки викликає інтерес теоретико-методичний підхід до оцінки вартості капіталізації потенціалу підприємницької діяльності.

Для залучення інвестицій в ринковий обіг і за метою створення оновленої вартості виконується вартісна оцінка капіталізації потенціалу підприємницької діяльності, формулюється планова система показників. Ця система показників відображає перетворення планового прибутку в додатковий капітал у процесі його приєднання до основного капіталу, який є матеріальною основою бізнесу. Підсумування вартості ресурсів, планових витрат і прибутку визначає вартість потенціалу підприємницької діяльності в процесі його капіталізації.

Потенціал підприємницької діяльності ураховує максимально можливий прибуток, що планується отримати підприємцю або інвестору. Вартісна оцінка капіталізації потенціалу підприємницької діяльності відображається в планових значеннях вартісних показників, наприклад:

- вартості ресурсів, призначених для підприємницької діяльності;
- суми прибутку, отриманого від підприємницької діяльності;

- суми прибутку, отриманого від вкладених інвестицій;
- вартості потенціалу підприємницької діяльності та ін.

Інвестиції в бізнес збільшують потенціал підприємницької діяльності. Інвестиційний процес передбачає капіталізацію потенціалу підприємницької діяльності, необхідну для зниження витрат на одиницю корисного ефекту. Ключова ідея капіталізації потенціалу підприємницької діяльності виражається в програмі оптимального розподілу потенціалу, найбільш вигідного інвестору. Для реалізації капіталізації більш ефективним є рішення задачі оптимального розподілу потенціалу підприємницької діяльності за допомогою лінійної економічної моделі. У цій задачі цільова функція $F(x)$ лінійно залежить від елементів розв'язку x_1, x_2, \dots, x_n і позначається L ; обмеження, що накладаються на елементи рішення, мають вигляд лінійних рівностей і нерівностей щодо x_1, x_2, \dots, x_n .

Така задача вирішується як задача про оптимальне використання ресурсів за умови, що відомі відсотки за кредит, витрати, ресурси. Критерієм обирається максимальний прибуток. Задача оптимального розподілу потенціалу підприємницької діяльності вирішується за допомогою Microsoft Office Excel. При розв'язанні задачі використані експериментальні дані (табл.) і розрахована планова сума інвестицій в розмірі 422963 грн. і планова сума максимально можливого прибутку в розмірі 65788 грн. Результати рішення задачі є основою програми капіталізації потенціалу підприємницької діяльності (табл.).

Таблиця

Результати рішення задачі оптимального розподілу потенціалу

Графік інвестицій	% за кредит	Ресурси, грн.	Витрати, грн.	Інвестиції, грн.
Інвестиції в квартал з 1.01	0,02	500000	40000	0
Інвестиції в квартал з 1.04	0,02	300000	40000	0
Інвестиції в квартал з 1.07	0,02	200000	30000	0
Інвестиції в квартал з 1.10	0,02	190000	50000	0
Інвестиції на два квартали з 1.01	0,05	500000	80000	0
Інвестиції на два квартали з 1.04	0,05	300000	70000	0
Інвестиції на два квартали з 1.07	0,05	200000	80000	70000
Інвестиції на три квартали з 1.01	0,08	500000	110000	37037
Інвестиції на три квартали з 1.04	0,08	300000	120000	160000
Інвестиції на рік з 1.01	0,11	500000	160000	422963

У програмі капіталізації оцінюється вартість потенціалу підприємницької діяльності на рік з 1.01 у розмірі 725788,89 грн. за умов, що плановий прибуток складає 65788,00 грн. та засвідчує розвиток в ринковому середовищі.

Величина вартості потенціалу підприємницької діяльності визначається в програмі капіталізації, що віддзеркалює когнітивне сприйняття інвестиційного процесу, спрямованого на збільшення капіталу. Когнітивне сприйняття пов'язане з діяльністю підприємця та інвестора, які забезпечують відображення ринкових тенденцій та закономірностей розвитку сучасного світу.

ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Сучасний HR-менеджмент розвивається у векторі оновлення технологій управління персоналом, при цьому удосконалюються як системи управління персоналом, так і методи та інструменти, що використовуються. Працівник з його особистісними та професійними компетенціями із об'єкта управління трансформувався в об'єкт дослідження. Мета такого перетворення полягає у розробці та застосуванні інноваційних технологій, які дають змогу створити найкращі умови для реалізації потенціалу працівників та максимального задоволення їх очікувань та потреб. В руслі інноваційних змін, необхідна активізація використання сучасних персонал-технологій, які відповідають динамічним процесам бізнес-середовища, а також сприяють підвищенню конкурентоспроможності персоналу.

Основною метою управлінських персонал-технологій є оптимізація та підвищення результативності HR-менеджменту, що досягається через пошук та застосування більш ефективних методів впливу на персонал. Зовнішнє середовище сучасних підприємств стрімко змінюється, збільшуються ризики в забезпеченні якісними і надійними людськими ресурсами. Тому стає нагальною необхідністю досягнення та утримання конкурентоспроможних переваг персоналу. Конкурентоспроможність ми розглядаємо як здатність персоналу генерувати ідеї з використанням усіх можливостей, які виникають у зовнішньому та внутрішньому середовищі; своєчасно виявляти та усувати загрози для діяльності підприємства; винаходити й швидше за конкурентів впроваджувати інновації на всіх стадіях життєвого циклу товару; забезпечувати досягнення поставлених цілей та виконання місії [1, с. 303].

Головною компетенцією HR-менеджера підприємства на сьогодні повинна стати «проактивність» у впровадженні таких технологій управління персоналом, які забезпечать умови для прояву особистісних, професійних та ділових якостей працівників; реалізації власного потенціалу, що дасть можливість отримувати відповідну винагороду, досягти відповідного соціального статусу та забезпечити службово-професійне зростання.

У сучасну практику HR-менеджменту достатньо активно впроваджуються такі персонал-технології, як коучинг, менторство, лізинг персоналу, аутсорсинг, аутстафінг, дауншифтінг, рекрутинг, кадровий консалтинг, аудит персоналу, реінжиніринг. Кожна з названих технологій має свої переваги і недоліки, доцільність та обмеженість у використанні.

На нашу думку, вимогам забезпечення конкурентоспроможності персоналу в умовах інноваційного розвитку відповідає технологія «управління талантами» [2], основними цілями якої є: залучення в компанію кращих

фахівців; підвищення рівня прихильності та відданості персоналу; закріплення та утримання ключових співробітників.

Результати ранжирування працівників подаються у вигляді матриці (рис.).

РЕЗУЛЬТАТИ РОБОТИ	Високі	3-UK, HC	2-HC	1-HR, P1	
		Стабільні результати роботи на даній посаді залежать від розвитку потенціалу у найближчому майбутньому	Вносить серйозний вклад в роботу сьогодні, а також має необхідні навички для досягнення стабільних результатів у майбутньому	Самі цінні спеціалісти. Особливу увагу слід приділити розробці індивідуального плану закріплення	
		6-UK	5-UK	4-P	
	Середні	Продовження роботи на даній посаді може стати проблематичним, якщо співробітник не буде розвивати необхідні навички	Цінний співробітник, який досягає необхідних результатів і буде надалі демонструвати їх на тому ж рівні	Можливо, будуть включені в список основних в найближчому майбутньому. Демонструють професійний ріст	
		9-N2	8-N1	7-N	
		Низькі	Подальша робота на даній посаді знаходиться під питанням. Необхідний план по покращенню результатів роботи або перехід на іншу посаду. Кандидат на звільнення при скороченні	Можливо, працює на даній посаді недавно. Демонструє потенціал росту, проте поки що не виконує роботу на прийнятному рівні	Нещодавно призначений на посаду. Якість і результат роботи швидко покращується. Демонструє високий потенціал
			Низький	Середній	Високий
			ПОТЕНЦІАЛ РОСТУ		

Рис. – Матриця диференціації персоналу

Таким чином, ми маємо вектор пошуку стратегічних працівників. Формування узагальненої матриці диференціації персоналу дозволяє визначити конкретні орієнтири в системі HR-менеджменту: кого з працівників слід «закріплювати»; у якій кількості і на яких посадах; які програми залучення розробляти; які компетенції доцільно розвивати.

Література

1. Сочинська-Сибірцева І. М. Management technology of personnel reliability in the context of staff security. Збірник наукових праць: *Економіка і організація управління*. Вінниця: ДонНУ, 2016. Вип. 3(23). С. 302-308.
2. PwC Експресс-исследование 2017: управление талантами и ценностным предложением для сотрудника. URL: https://www.pwc.ru/en/hr-consulting/publications/assets/hr-pulse_survey-tm-evp2017.pdf.

Степанова Д.С.

к.е.н., доцент,

Степанова І.В.

старший викладач

Одеський торговельно-економічний інститут КНТЕУ (Україна)

ТЕХНОЛОГІЇ ГРЕЙДИНГУ ТА СОЦІОМЕТРІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сьогодні Україна вимагає від сучасних управлінців більш поглибленого вивчення теоретичних положень й практичних підходів щодо діяльності з управління ефективністю компаній. До основних сучасних технологій менеджменту можна віднести: ERP-системи, реінжиніринг, інжиніринг, бенчмаркінг, контролінг, грейдинг, соціометрія. Впровадження будь-якої технології супроводжується збільшенням витрат фірми, тому доцільно робити це поступово [1].

Отже дослідження тенденцій світового менеджменту дозволяє виявити два основні напрями:

- переважання ролі людських ресурсів перед факторами матеріально-технічного та іншого характеру;

- чітка практична спрямованість на вирішення конкретних проблем [2].

Провідним напрямком у сучасних поглядах на менеджмент підприємства є перша з тенденцій. Тому правильність та раціональність складання стратегій й тактик в управлінні персоналом та всім процесом роботи фірми складає основу ефективного функціонування всього життєвого циклу підприємства, його подальшого розвитку.

З огляду на зрушення уваги управління в компанії до аспектів соціальної взаємодії, комунікацій, ролі людських ресурсів, а також враховуючи проблемні питання соціальної сфери, буде доцільно розглянути систему управління соціальним розвитком колективу.

Об'єктом системи є працівники підприємства, суб'єктом – менеджери підприємства, а предметом – управління соціальним розвитком колективу.

Соціальний розвиток колективу – це процес удосконалення форм і умов життєдіяльності працівників шляхом змін у їх розвитку, соціальній сфері, оплаті праці.

Удосконалення системи соціального розвитку колективу призводить до: зростання соціальної активності персоналу, підвищення ефективності діяльності підприємства, зростання матеріального добробуту персоналу.

Серед технологій в межах цієї системи, було обрано технології грейдингу та соціометрії, як інструмент найефективнішого розв'язання проблем соціальної сфери в сучасному менеджменті [3].

Грейдинг – угруповання посад за певними підставами з метою побудови системи мотивації. В узагальненому вигляді рекомендації практиків впровадження грейдингу в організації виглядають наступним чином: в

результаті введення грейдування посад зазвичай з'ясовується, що для ефективної роботи треба перерозподілити фонд заробітної плати; персоналу, на який була покладена велика відповідальність в силу вимог технологічного процесу, безумовно, збільшують заробітну плату; частина співробітників, які мали високий дохід в силу сформованих традицій, будуть змушені або розширити зону своєї відповідальності, або втратити в доходи; грейдерування добре підходить для середньої або великої виробничої компанії; HR-фахівцям до нової системи звикнути не складно, особливо, якщо він брав безпосередню участь в розробці грейдів; оплата праці на основі грейдингу знімає питання несправедливою і необґрунтованою оплати праці. Технологія грейдингу полягає у послідовному дотриманні таких етапів: розподіл посад за значимістю для підприємства; визначення грейдів; вивчення ринкового рівня оплати праці; встановлення діапазонів оплати праці. Мета методу полягає у виявленні значущих характеристик у роботі та вимог до виконавців, необхідних для її виконання [4].

Після проведення грейдування, перерозподілу фонду заробітної плати та змінення рівня матеріального забезпечення деяких працівників, можливим стає виникнення міжособистісних та міжгрупових конфліктів. Для подолання цієї проблеми необхідно використовувати технологію соціометрії. За допомогою соціометричної техніки можна визначати формального і неформального лідерів, для перегруповування людей в командах та зниження напруження в колективі. Її застосування особливо корисне в роботах по вдосконаленню відносин в колективі [3].

Отже, для вирішення сучасних актуальних проблем з менеджменту підприємства обрано систему управління соціальним розвитком колективу. Технологія грейдингу спрямована на досягнення прямої залежності між розміром трудового внеску працівника у підвищенні продуктивності виробництва та розміром його винагороди, а подальше використання соціометрії підвищує рівень впровадження технології і нормалізує соціальну взаємодію в колективі після проведених змін.

Література

1. Машкова К. А. Сучасні технології менеджменту в Україні. 2017. URL: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/4_mishakova.htm
2. Белоусов В. М. История развития концепций менеджмента. М.: Знание, 2001. С. 15-16.
3. Нечава І. А., Кабак М. В. Особливості управління підприємством на основі використання сучасних технологій і систем менеджменту. *Ефективна економіка*. 2017. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5771>
4. Климчук А. О. Формування механізму оцінки, мотивації та стимулювання персоналу в управління підприємством : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами»; Хмельниц. нац. ун-т. Хмельницький, 2019. 330 с.

Трушкіна Н.В.

к.е.н., чл.-кор. АЕН України

Інститут економіки промисловості НАН України,

Ринкевич Н.С.

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури (Україна)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

На сучасному етапі стрімкого розвитку цифрової економіки підприємства мають трансформуватися. Цифрові перетворення пов'язані зі змінами в організаціях, а саме їх цінностей, організаційних структур, бізнес-процесів, ресурсів, культури. Як свідчать дослідження компанії Economy Intelligence Unit [1], 77 % керівників вважають цифрову трансформацію ключовим напрямом активізації розвитку бізнесу. За оцінками експертів компанії Altimeter [2], до напрямів інвестування в цифрову трансформацію віднесено організаційну культуру, що створює можливості для змін, зростання, інновацій і прискорення. Тому на даний час актуалізуються проблеми трансформації організаційної культури як чинника підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств.

Обстеження українських підприємств показало, що ефективний розвиток організаційної культури гальмують, як правило, такі бар'єри: функціональна роз'єднаність заважає обміну даними (13,8 % респондентів); недостатня цифрова компетентність персоналу (6,3 %); відсутність цифрових платформ, що дозволяють управляти великими базами даних (5 %). До головних перешкод щодо зміни організаційної культури компаній в умовах цифровізації економіки віднесено непорозуміння цифрових трендів (23,8 % опитаних); брак фахівців з цифрових навичок (18,8 %); нерозвиненість ІТ-інфраструктури (13,8 %); відсутність баз даних (3,8 %).

На думку фахівців обстежених підприємств, організаційну культуру необхідно трансформувати за рахунок підвищення кваліфікації співробітників, яка має відповідати сучасним вимогам функціонування компаній (48,8 % респондентів); впровадження цифрових технологій, що дозволяють оптимізувати бізнес-процеси в компаніях (45 %).

За даними Державної служби статистики України, кількість підприємств, які здійснювали набір фахівців у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, становила в 2016 р. 4024, у 2017 р. – 4663. Кількість підприємств, які проводили навчання персоналу в сфері ІКТ, зросла за 2011-2017 рр. на 35,8 % або з 2932 до 3982. Частка цих підприємств у загальній кількості підприємств, що мали доступ до мережі Інтернет, збільшилася на 3,4 відсоткових пункти або з 6,7 до 10,1 %. Кількість підприємств, у яких веб-сайт забезпечував навчання персоналу, складала в 2016 р. 1495, у 2017 р. 1598 [3, с. 17; 4, с. 8, 10].

Ці результати підтверджують дослідження Мюнхенського технологічного інституту та компанії SAP [5]. Так, 15 % респондентів вважають, що у них

достатньо персоналу з необхідними навичками. Однак більшість опитаних (64 %) відчують нестачу в таких фахівцях. При цьому розрив в оцінюванні та наявності навичок зріс з 53 % (у 2015 р.) до 64 % (у 2017 р.). Встановлено, що лише 16% респондентів використовують спеціальну програму найму або навчання задля створення бази навичок для формування цифрового майбутнього компанії.

На основі дослідження експертів мережі кар'єри LinkedIn [5] виявлено, що понад 90 % респондентів називають управління знаннями. Це означає використання потенціалу людських ресурсів для успіху компанії. Основне завдання полягає в перетворенні індивідуальних знань у колективний інтелект, «колективний розум». Такі навички мотивують співробітників передавати свої знання, одержуючи матеріальну винагороду або нематеріальне фінансування у вигляді навчальних курсів.

Отже, ефективна цифрова трансформація можлива на тих підприємствах, де керівники займаються створенням високої цифрової культури, знижують бар'єри для спілкування між всіма підрозділами й налагоджують двосторонній зв'язок між нижчими та вищими ланками. При цьому цифрова трансформація має здійснюватися за рахунок ретельної внутрішньої роботи з інформування всіх співробітників і вивчення рівня їх цифрової культури. Для того, щоб всі фахівці компанії розуміли цілі цифрової трансформації, варто проводити роботу з навчання персоналу, а також позапланове підвищення кваліфікації співробітників, навчальні курси й тренінги.

Слід зазначити, що важливим є інвестування в освіту й навчання співробітників, оскільки розвиток цифрових знань персоналу визнано передумовою для дієвої цифровізації бізнес-процесів компанії. Усунення розриву між необхідними спеціальними цифровими навичками й тими, що має персонал компанії, повинно стати основним засобом успішних трансформаційних перетворень у глобальному інформаційному просторі.

Література

1. Как цифровая трансформация поможет развитию организации. URL: <https://www.terrasoft.ua>.
2. Цифровая трансформация-2019: главные направления инвестиций. URL: <https://www.globalcio.ru>.
3. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України в 2011 році: стат. бюлетень. К. : Державна служба статистики України, 2011. 43 с.
4. Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України в 2017 році: стат. бюлетень. К. : Державна служба статистики України, 2018. 36 с.
5. При цифровой трансформации предприятий кадры решают все. *Ваш партнер-консультант*. 2017. № 38 (9704). С. 10-15.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток інтегрованих систем менеджменту (ІСМ) підприємств, створених на основі стандартизованих систем управління, все частіше стає у фокусі наукових досліджень в останнє десятиріччя. Найбільш актуальним завданням у розвитку ІСМ є інтеграція у систему менеджменту підприємств сучасних концепцій корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), корпоративної стійкості (КС) та стійкого розвитку (СР). Вже є унікальні приклади системного вирішення цього складного питання окремими підприємствами у різних країнах світу. Більшість прикладів знаходимо у найбільш розвинутих країнах, таких як Швеція, Німеччина, США та ін.

В глобальному масштабі розвиток ІСМ в напрямку адаптації концепцій КСВ, КС та СР йде дуже повільними темпами. Деякі причини того розглянуто у [1]. Однак, серед іншого, слід відзначити, що бізнес-практиці у цьому питанні не вистачає теоретико-методологічного інструментарію. Мала кількість досліджень спрямована на вивчення цілісного механізму ІСМ. Ще менша кількість з них охоплює стратегічний аспект реалізації ІСМ підприємства [2; 3], що унеможливує розробку оцінки впливу ІСМ на вартість бізнесу.

У науковій літературі обґрунтовано кілька різних підходів до інтеграції КСВ, КС та СР у систему управління підприємством [4]. Відзначимо, що більшість дослідників вважають стандартизовані (спеціалізовані) системи управління теоретико-методологічною базою для подальшої розбудови системи управління підприємством, оскільки в них закладено мінімальні вимоги до задоволення потреб певних зацікавлених сторін. Тобто, вони несуть елементи КСВ, КС та СР. Хоча є науковці, які вважають що імплементація означених соціально орієнтованих концепцій у систему управління підприємства не потребує обов'язкової наявності у цій системі попередньо інтегрованих стандартизованих систем менеджменту.

Усі підходи до інтеграції КСВ, КС та СР у систему управління підприємством слід поділити на дві узагальнені групи, які умовно можна назвати кількісним та якісним підходами. Сутність кількісного підходу полягає у додаванні до діючої ІСМ підприємства, яка включає певний набір базових стандартизованих підсистем управління (управління якістю, екологічний менеджмент, управління безпекою та гігієною праці та ін.), інших спеціалізованих підсистем за стандартами SA 8000, ISO 26000, AA 1000, котрі розроблено для реалізації КСВ, КС та СР.

Прихильники якісного підходу вважають, що не обов'язково розширювати кількість інтегрованих підсистем, достатньо розширювати сферу діяльності вже створеної ІСМ і таким чином охоплювати більш широке коло зацікавлених сторін діями системи управління підприємства. Цей підхід має

різні форми реалізації. Є автори, що акцентують увагу на розвитку в рамках ІСМ корпоративної культури, як ключового чинника реалізації СР та створення внутрішніх умов для оновлення знань і розвитку відповідних компетенцій в організації. Інші науковці пропонують впровадження КСВ, КС та СР у формі внутрішньо та зовнішньо орієнтованих програм, які задіяють всі елементи структури управління задля всебічної роботи з зацікавленими сторонами підприємства.

Між концепціями КСВ, КС і СР є дуже тісний зв'язок. Вони охоплюють аспекти управління зацікавленими сторонами на різних рівнях економічної системи: СР на рівні суспільства, КС та КСВ на рівні корпорації (підприємства, організації). При цьому, КСВ трактують як управлінський підхід, що забезпечує вклад бізнесу у стійкий розвиток суспільства [5]. Однак, у дослідженнях спостерігається тенденція до відокремлення КСВ від концепцій КС та СР, що порушує системний підхід до розбудови ІСМ. Крім того, зауважимо, що СР носить стратегічний характер, і КСВ як інструмент, що реалізує вклад бізнесу у стійкий розвиток суспільства, має бути інтегрованим у стратегію підприємства. Це, у свою чергу, окреслює потребу в подальших дослідженнях та розвитку стратегічного управління, зокрема стратегічного планування на рівні підприємств. Головним недоліком більшості пропозицій з впровадження КСВ, КС і СР у систему управління підприємством є відсутність достатньої апробації таких розробок, переконливої доказової бази їх практичної ефективності. З позиції підвищення практичної цінності даних наукових результатів, в подальших дослідженнях слід приділити значно більше уваги розбудові організаційного механізму розвитку ІСМ з виразною стратегічною складовою.

Література

1. Горлова О., Головченко О. Корпоративна соціальна відповідальність у контексті сталого розвитку та управління якістю. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*: Одеса : 2018. № 4(256). С.77-91.
2. Barbosa L., Oliveira O., Santos G. Proposition for The Alignment of The Integrated Management System (Quality, Environmental and Safety) with The Business Strategy // *International Journal for Quality Research*. 2018. Vol. 12(4), p. 925–940. DOI: <https://doi.org/10.18421/IJQR12.04-09> (дата звернення: 10.07.2019).
3. Rebelo M., Santos G., Silva R. Conception of a flexible integrator and lean model for integrated management systems // *Total Quality Management & Business Excellence*. 2014. Vol.25. No. 6, p.683–701, DOI: 10.1080/14783363.2013.835616
4. Liew P. Y., Luetge C. Integrated Management System Frameworks for Corporate Social Responsibility and Related Concepts // *Journal of Management and Sustainability*. 2016. Vol. 6, No. 3, p. 12-24. DOI:10.5539/jms.v6n3p12
5. Asif M., Searcy C., Zutshi A., Fisscher O. A. M. An Integrated Management Systems Approach to Corporate Social Responsibility // *Journal of Cleaner Production*. 2013. No 56, p.7-17. DOI: 10.1016/j.jclepro.2011.10.034

«MODEL FACTORY» ЯК СУЧАСНИЙ ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Завдання постійного підвищення рівня продуктивності праці стоїть перед кожною країною та будь-яким підприємством, незалежно від рівня їх розвитку, оскільки створює можливості для забезпечення як економічного, так і соціального процвітання суспільства. Динаміка продуктивності праці в економіці України (рис.), наочно демонструє свою нестабільність та низький рівень, що вимагає від вітчизняних підприємств пошуку шляхів задля негайного подолання такої тенденції.

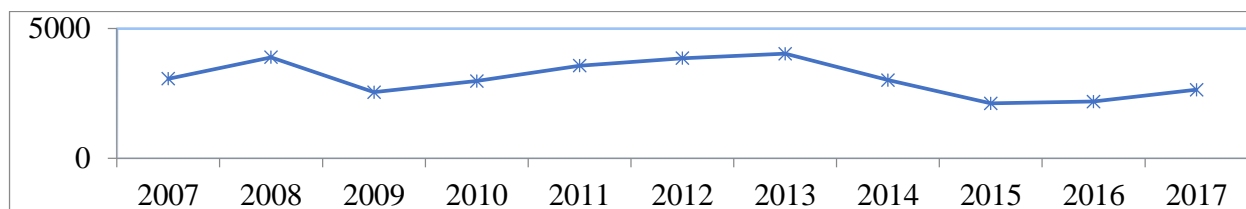


Рис. Динаміка ВВП у розрахунку на 1 особу населення в 2007-2017 рр., дол. [1]

Згідно [2], вдосконалення бізнес-процесів на вітчизняних підприємствах дозволить суттєво збільшити рівень продуктивності праці, до 30 % в деяких галузях, не здійснюючи ніяких капітальних вкладень. Цього можливо досягти за рахунок вдосконалення методів управління та впровадження нового управлінського мислення на всіх рівнях менеджменту. Наприклад, в регіоні СЕК (Східна Європа та Кавказ) вдосконалення методів управління надає можливість підвищити продуктивність праці на 40 %, в той час, як впровадження нових процесів – лише на 6 % [3]. Подібна ситуація характерна і для економіки України.

Нажаль, сьогодні більшість українських підприємств використовують методи управління, які було розроблено для планової економіки, тобто для ситуації передбачуваності та прогнозованості. В той час як для сучасного етапу розвитку як світової, так і вітчизняної економіки, є характерним динамічність як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємств, що вимагає оперативності управління та здатності своєчасно адаптуватися до постійних змін, що забезпечить стабільне зростання рівня продуктивності праці [4].

Одним з дієвих та ефективних організаційно-економічних заходів підвищення продуктивності праці на вітчизняних підприємствах може стати створення «model factory» – «зразкового підприємства» ощадливого виробництва, на кшталт пілотних проектів компанії «McKinsey». «Model factory» – це інноваційний формат навчання, заснований на великому міжнародному досвіді і ноу-хау компанії «McKinsey». Основна його мета – це підвищення продуктивності праці, відхід від зайвих дій, зусиль і витрат.

«Model factory» представляє собою унікальний центр навчання сучасним методам управління в реальних виробничих умовах. Навчальна програма, розроблена в рамках «model factory», концентрує в собі кілька напрямків знань: lean-технології, управління змінами на виробництві, управління проектами, управління персоналом, обслуговування устаткування і т.д. Інноваційність такого підходу полягає в тому, що спеціально спроектовані і побудовані для навчальних цілей цехи можна гнучко змінювати та переналаштовувати їх виробничі лінії, досягаючи поступового підвищення ефективності модельованого виробництва в процесі навчання та підвищення кваліфікації керівників, фахівців та студентів старших курсів закладів вищої освіти [5]. В рамках цього проекту створені умови навчання дозволяють на практиці уявити собі великий потенціал змін, освоїти безліч нових впроваджуваних процесів і систем й усвідомити суть відповідної програми перетворень.

Прикладне навчання дозволяє більш ефективно передавати навички та методи ощадливого виробництва, що сприяє суттєвому підвищенню продуктивності праці персоналу. За даними компанії «McKinsey», навчання в подібних центрах дозволяє в середньому на третину скоротити витрати праці і необхідний розмір виробничих площ, збільшити вихід придатної продукції більш ніж на 40 %, підвищити виконання виробничого плану майже на 60 %.

За традицією проекти «model factory» створюються спільно з провідними навчальними закладами, підприємствами при підтримці компанії «McKinsey» та покликані здійснювати постійний розвиток навичок персоналу, що закладає основу для прищеплення культури ощадливого виробництва як вже працюючим на підприємстві спеціалістам, так і молодим фахівцям, а також підвищує їх продуктивність праці на новому якісному рівні.

Література

1. Аналітичний матеріал «Продуктивність праці та продуктивність капіталу». URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=d5f5b5a2-7689-488d-afab-6420bb349679&title> (дата звернення: 16.05.2018)
2. Украина. Возобновление экономического роста. 2009. Отчет McKinsey. URL: <http://iee.org.ua/ua/prognoz/1758> (дата звернення: 13.04.2010)
3. Митра П. Инновации, социальная направленность экономического развития и интеграция. URL: <http://siteresources.worldbank.org/INTECA/Resources/257896-1214927943340/RussianOverview.pdf> (дата звернення: 17.04.2019).
4. Орленко О. М. Корпоративні системи управління як умова зростання продуктивності праці сучасного підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2015. Вип. 3 (58). С. 170-178.
5. McKinsey model factories | Operations | McKinsey & Company URL: <https://www.mckinsey.com/business...we.../model-factories> (дата звернення: 13.04.2019)

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ПРИХОВАНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Капіталізація підприємства на основі інвестиційного (витратного) підходу визначається як вартість його активів (балансова вартість, витрати на відновлення або вартість заміни), а капіталізація на основі дохідного підходу визначається як ринкова вартість компанії (вартість його акцій) або сума дисконтованого чистого грошового потоку. Слід зазначити, що вартість компанії в рамках дохідного підходу створюється не тільки активами, які обліковуються в балансі компанії, а й прихованими активами. До останніх відносяться інтелектуальний, природний і соціальний капітал, орендовані активи, включаючи основні засоби. Тобто капіталізація підприємства на основі дохідного підходу повинна бути більше, ніж на основі інвестиційного (вартісного) підходу. Якщо є зворотна ситуація, то це свідчить про неефективне використання капіталу підприємства, включаючи приховані активи.

Методи оцінки прихованих активів можна розділити на чотири групи [1; 2]:

1. Методи прямої оцінки прихованих активів. Спочатку визначаються компоненти прихованих активів. Потім оцінюється вартість кожного з них. Третім обов'язковим кроком є визначення загальної оцінки прихованих активів. Недоліками цієї групи методів є: недосконалість методів оцінки окремих складових прихованих активів. Особливо це стосується інтелектуального капіталу, внаслідок його невідчутності і нематеріальної сутності, унікальності його окремих елементів; неврахування синергетичного ефекту від взаємодії різних складових прихованих активів.

2. Методи ринкової капіталізації. Вони базуються на порівнянні ринкової вартості підприємства та його активів. Є кілька підходів до розрахунку вартості прихованих активів: як різниця ринкової вартості підприємства та вартості відновлення його активів; як різниця ринкової вартості підприємства та вартості заміщення його активів; як різниця ринкової вартості підприємства та балансової вартості його активів.

Перші два підходи в методичному плані повинні давати більш адекватну оцінку прихованих активів, бо вони використовують оцінку вартості підприємства та його активів у фактичних (поточних) цінах. При цьому слід зазначити, що вартість відновлення являє собою суму витрат в поточних цінах на створення точної копії оцінюваного об'єкту з урахуванням всіх його недоліків і надлишкових елементів, з використанням тих же будівельних матеріалів, стандартів, дизайну, проекту, якості робіт і т. ін. При певних умовах альтернативою відновної вартості може бути вартість заміщення. Остання - це сума витрат в поточних цінах на створення об'єкту, що має еквівалентну

корисність з об'єктом оцінки, але створеного з сучасних матеріалів та конструкцій і відповідно до сучасних стандартів дизайну, планування, кваліфікації робочої сили і т. ін. Таким чином, вартість відновлення визначається витратами на відтворення копії об'єкту, а вартість заміщення - витратами на створення функціонального аналога.

В рамках третього підходу до розрахунку вартості прихованих активів вона визначається як різниця ринкової вартості підприємства та балансової вартості його активів. Остання може суттєво відрізнятися від реальної вартості, якщо не було здійснено індексації та переоцінки активів. Але враховуючи труднощі при оцінці вартості відновлення або заміщення активів на практиці часто використовують їх балансову вартість, особливо, якщо мова йде про оцінку підприємств галузі або усього ринку.

Недоліком методів ринкової капіталізації є можливість отримання негативних значень, що обумовлено алгоритмом розрахунку прихованих активів.

3. Методи оцінки рентабельності активів. В основі цих методів лежить порівняння доходів компанії та вартості його активів. Можна виділити два основні підходи. Перший базується на порівнянні показника ROA (Return on Assets) підприємства та середнього значення цього показника у галузі. Інший підхід ґрунтується на моделі інтелектуального коефіцієнта доданої вартості (VAIC). Аналіз цієї моделі показав, що він декларує використання концепції інтелектуального капіталу, але насправді цього не має [1].

4. Методи підрахунку очок. Ці методи визначають різні компоненти інтелектуального капіталу, які будуть представлені в системі показників або в діаграмах. Вони не передбачають отримання грошової оцінки інтелектуального капіталу. Перевага цих методів полягає в тому, що вони можуть створити більш повну картину стану підприємства, ніж фінансові показники. Недоліком цих методів є те, що показники є контекстуальними і повинні бути визначені окремо для кожного підприємства і кожної мети, що робить порівняння різних підприємств дуже складним [2].

Аналіз існуючих методів оцінки прихованих активів свідчить, що вони мають суттєві методологічні вади та труднощі при застосуванні та зборі необхідних вихідних даних.

Література

1. Головчанская Е. Э., Стрельчя Е. И. Генезис основных подходов и методов оценки интеллектуальных ресурсов. *Вопросы инновационной экономики*, 2015. № 5(4). С. 267-286.
2. Sveiby, K.-E. (2010). *Methods for Measuring Intangible Assets*. URL: https://www.sveiby.com/files/pdf/1537275071_methodsintangiblesassets.pdf.

6. МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Янковий О.Г.
д.е.н., професор,
Буздиган М.О.
аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНІ, МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ

Теоретичне узагальнення наукових підходів вчених до розгляду сутності поняття «ділова активність» дозволило виявити, що не існує єдиного розуміння цього терміну. Кожний автор трактує його відповідно до своїх поглядів. На нашу думку, необхідно розмежовувати поняття економічної, ринкової, ділової та трудової активності відповідно до рівня на якому знаходяться ці категорії, країни, ринку, підприємства та індивідууму відповідно. Отже, ділову активність необхідно розглядати як комплексну, багатоаспектну характеристику підприємства, яка визначає успішність вкладених зусиль, спрямованих на формування і підтримку іміджу підприємства, зростання його потенціалу, просування підприємства на ринках продукції, праці, капіталу, забезпечення його динамічного розвитку в цілях досягнення конкурентної позиції на ринку.

Встановлено, що проблемі класифікації факторів, які визначають ділову активність підприємства та впливають на неї, в літературі приділяється не так багато уваги, як проблемі її оцінки. Враховуючи велику кількість факторів зазначимо, що в процесі їх визначення слід виділяти ті з них, які безперечно діють саме на конкретному аналізованому підприємстві. Але всі вони можуть бути об'єднані в групи в залежності від характеру впливу на ділову активність – на позитивні та негативні; відповідно до учасників діяльності – на безпосередні та опосередковані; факторів, що визначають ділову активність підприємства – на зовнішні та внутрішні.

Внутрішні фактори деталізовані на групи виробничих, фінансових, інноваційно-інвестиційних, маркетингових та управлінських факторів, які виділені відповідно до аспектів, що визначають сутність поняття «ділова активність». Доведено, що ділова активність підприємства є латентним показником, оскільки принципово не може бути виміряна єдиним економічним показником. Вона носить ознаки складної, багатогранної характеристики підприємства, яка, з одного боку, знаходиться під впливом груп факторів. А, з іншого боку, ділова активність підприємства проявляється на поверхні явищ у вигляді певного рівня вказаних складових (груп внутрішніх чинників) Виділено чотири ієрархічних рівня поняття «ділова активність підприємства»: латентна ознака ділова активність підприємства; її латентні групові фактори (складові); чинники-симптоми, що входять до окремих складових; показники статистичної звітності, які створюють інформаційну базу для дослідження ділової активності

підприємства. Серед існуючих методів оцінювання латентних ознак були проаналізовані наступні: експертне оцінювання, виділення найбільш репрезентативного чинника-симптому, таксономію, факторний аналіз, теорію нечіткої логіки, багатовимірне шкалування. Однак, усі вони мають певні недоліки (складність розрахунку, суб'єктивізм оцінок дослідника) [1].

Для оцінки латентних економічних показників ділової активності підприємства та її складових запропоновано застосувати метод сполучення кластерного та дискримінантного аналізу. У відповідності до названих напрямків багатовимірного аналізу весь процес оцінки досліджуваної латентної ознаки розділяється на дві послідовні стадії: 1) багатовимірне угруповання сукупності об'єктів на основі їх кластеризації й ідентифікації; 2) побудова і використання дискримінантної функції. Отже, механізм оцінювання складається з наступних етапів: 1) виділення однорідних груп виробничих об'єктів у просторі чинників-симптомів ділової активності підприємств або її складових; 2) ідентифікація знайдених кластерів, тобто визначення груп об'єктів аутсайдерів, середняків, лідерів тощо; 3) присвоєння значень штучної змінної (1, 2, ...) групам об'єктів аутсайдерів, середняків, лідерів, виділених і ідентифікованих в результаті процедури кластеризації; 4) регресійне моделювання штучної змінної за чинниками-симптомами ділової активності або її складових підприємств аутсайдерів, середняків, лідерів; 5) економіко-статистичний аналіз побудованої регресійної моделі штучної змінної; 6) визначення оцінок латентної ознаки об'єктів за допомогою побудованої моделі.

Проведена оцінка ділової активності підприємств з виробництва промислового холодильного та вентиляційного обладнання продемонструвала, що підвищення виробничої, фінансової та інноваційно-інвестиційної складових ділової активності підприємств веде до наближення рівня ділової активності підприємств до найвищого. Найбільш впливовими факторами на виробничу складову, при цьому, є продуктивність праці та оборотність виробничих запасів; на фінансову складову – рентабельність активів, оборотність дебіторської заборгованості, оборотність кредиторської заборгованості, оборотність грошових коштів; на інноваційно-інвестиційну складову – оборотність інвестиційного капіталу, рентабельність інноваційної продукції, питома вага інноваційної продукції в продукції підприємства в цілому.

Запропоновано шляхи підвищення рівня ділової активності підприємств-аутсайдерів з виробництва промислового холодильного та вентиляційного обладнання: збільшення обсягів продажу продукції, більш ефективне використання виробничих ресурсів, пришвидшення оборотності активів та капіталу, впровадження інновацій в виробництво та збільшення частки новітньої продукції.

Література

1. Янковий О.Г., Буздиган М.О. Багатовимірний статистичний аналіз виробничого складника ділової активності підприємств газової промисловості. 2018. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/89.pdf>

Кулинич Р.О.

д.е.н., професор

Хмельницький університет управління та права ім. Леоніда Юзькова (Україна)

СТАТИСТИЧНА ФУНКЦІОНАЛЬНА ТЕОРЕТИЧНА МОДЕЛЬ ВИРОБНИЧОЇ ФУНКЦІЇ

Побудова функціональних теоретичних моделей виробничої функції передбачає визначення нормативів на основі врахування дії чинників, а також оцінку потенціалу дії чинників з метою досягнення оптимуму при підготовці відповідних управлінських рішень.

Метою дослідження є розробка і розгляд методологічних основ побудови функціональних теоретичних моделей економічних явищ на регіональному рівні як засіб обґрунтування планів, завдань та нормативів діяльності місцевих органів виконавчої влади. Питанням кількісного вивчення взаємозв'язків та моделюванню оптимальних значень досліджуваних показників присвячені праці Головача А.В. [1], Єріної А.М. [2], Захожая В.Б. [1], Кулинича О.І. [3], Парфенцевої Н.О. [5] та ін.

У результаті розв'язання поставленої мети нами було розроблено методологічні засади побудови теоретичної моделі рівнів чинників і результативного показника на основі застосування виробничої функції за даними про динаміку реалізації продукції машинобудування (Y), витрат капіталу на основні виробничі фонди (K) і оплату праці (L) по Україні за 2007-2015 рр. [0].

При застосуванні до цих вихідних даних методу статистичних рівнянь залежностей та відповідного комп'ютерного забезпечення можна сформулювати висновок про відсутність стійкої одночинникової чи множинної залежності. Тому для відтворення виробничої функції необхідно здійснити побудову функціональної теоретичної моделі, яку можна реалізувати виключно на основі застосування методу статистичних рівнянь залежностей. Здійснено підготовку вихідних даних таким чином, щоб одержати функціональний взаємозв'язок між досліджуваними показниками. Підготовка даних за цим принципом свідчить про відтворення можливого сценарію розвитку досліджуваного явища. Для кожного з досліджуваних показників задано розрахований середньорічний темп зростання.

На основі застосування методу статистичних рівнянь залежностей, який дозволяє науково обґрунтовано вивчати функціональні взаємозв'язки економічних явищ та процесів, визначено параметри рівнянь одночинникових залежностей і коефіцієнтів стійкості зв'язку та параметри множинного рівняння залежності [3; 4]. Для розрахунку параметрів одночинникового лінійного прямого взаємозв'язку між кожним чинником та результативним показником – обсягом реалізації продукції машинобудування України за 2007-2015 рр. використано формулу лінійної прямої залежності одночинникових статистич-

них рівнянь [0; 0]. Для оцінки стійкості зв'язку обчислено також коефіцієнт стійкості [5].

Такий підхід до підготовки вихідних даних для аналізу призводить до того, що всі з вибраних для розрахунків чинників можуть бути застосовані для проведення достовірних аналітичних розрахунків (значення коефіцієнта стійкості зв'язку перевищують 0,7). Визначено також за методом статистичних рівнянь залежностей частку впливу чинників, включених до розрахунків, на обсяг реалізації продукції. Для вирішення такої задачі застосовано множинне рівняння лінійної прямої залежності:

$$y_{x_{i=\overline{1,n}}} = y_{\min} \left[1 + B \left(d_i \frac{x_i}{x_{\min} - 1} \right) \right],$$

де $y_{x_{i=\overline{1,n}}}$ – теоретичне значення результативного показника; y_{\min} – мінімальне значення результативної ознаки; B – сукупний параметр багаточинникової залежності; d_i – символ відхилень коефіцієнтів порівняння чинникових ознак; x_i – значення чинникової ознаки, включеної до розрахунків; x_{\min} – мінімальне значення чинникової ознаки.

Значення побудови функціональних теоретичних моделей економічних явищ полягає в тому, що за їх допомогою можна виробити шляхи підвищення рівня обґрунтувань завдань, планів та нормативів. Обґрунтовано доцільність використання в якості вихідних даних для розрахунків приросту (зниження) значень показників виробничої функції на досягнутий середньорічний темп зростання за досліджуваний період.

Література

1. Головач А. В. Статистичне забезпечення управління економікою: прикладна статистика : навч. посіб. К. : КНЕУ, 2005. 333 с.
2. Єріна А. М. Статистичне моделювання та прогнозування. К. : КНЕУ, 2001. – 170 с.
3. Кулинич О. І., Кулинич Р. О. Теорія статистики : підручник. 7-е вид., перероб. і доп. К. : Знання, 2015. 239 с.
4. Кулинич Р. О. Статистичні методи аналізу взаємозв'язку показників соціально-економічного розвитку : монографія. К. : Формат, 2008. 288 с.
5. Статистика ринків : підруч. для вищ. навч. закл. ДАСОА Держкомстату України; за наук. ред. Н. О. Парфенцевої. К. : ДП “Інформаційно-аналітичне агентство”, 2007. 863 с.
6. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Кулинич Р. О. Програмне забезпечення статистичних методів. URL : <http://www.kulynych.in.ua/software-statistical-methods>

Linok D.
MSc Computer Science, Senior IT Engineer
Fujitsu Technology Solution (Poland),
Matskul M.
PhD student
Odessa National Economy University (Ukraine),
Matskul V.
PhD in mathematic, assistant professor
Odessa National Economy University (Ukraine)

THE USE OF VARIOUS MODELS OF TIME SERIES IN THE STUDY OF ECONOMIC PROCESSES

In recent years, many economists in the study of various economic processes using modern software (in particular, the most popular program DELL STATISTICA software, version 12). This paper is devoted to a critical analysis of such studies, and also presents a number of successful applications of the so-called "classical" models of the dynamics series used both for modeling and forecasting the dynamics of various economic processes at the micro and macro levels. We note (in our opinion) the overuse of "Automated neural networks" (ANN) for finding trend dependencies as a time regression on economic indicators (work [2; 4]). At the same time, when constructing a mathematical regression model of dynamics, the inclusion of the time factor as a predictor leads to the fact that it turns out to be the most significant [3]. Note that for successful modeling of the ANN, it is necessary that the time series be several thousand observations (or at least several hundreds). Otherwise, the so-called "retraining" effect is very likely. In addition, numerous studies show a weak prognostic ability of ANN. The authors cite some more or less successful examples of the use of the ANN in textbook [7] for modeling and forecasting various stock indices. All the same, we strongly recommend using classical (Box-Jenkins) time series models for modeling and forecasting the dynamics of various economic processes.

The Box-Jenkins methods of modeling and forecasting time series (or dynamics series) have been developed and widely used in various fields after the release of the work [1]. These methods are constantly evolving and improving. Various modifications of the Box-Jenkins methods are used in the theory and practice of economic research. From recent works devoted to the modeling of economic series of dynamics, we note articles [5-7]. This paper focuses on the use of various variants of the Box-Jenkins type time series models. In this case, attention is focused on the processes of model identification and on obtaining acceptable prediction results. In particular, the following models were considered: autoregression, ARIMA* ARIMAS, exponential smoothing, Holt and Holt-Winter models.

References

1. G.E.P. Box, G.M. Jenkins. *Time Series Analysis. Forecasting and Control*. San Francisco: Holden-Day (1976)
2. J. Vrbka, Z. Rowland, P. Suler, Comparison of neural networks and regression time series in estimating the development of the EU and the PRC trade balance. SHS Web of Conferences, 61, 01031 (2019)
3. G.V.Golubova, The Statistical Analysys and Forecasting of Ukraine's Export. Statistics of the Ukraine, 2, 6-12, (2018)
4. L. Dvorakova. CZ GDP Prediction via neural networks and Box-Jenkins Method. SHS Web of Conferences, 39, 01005 (2017)
5. C. Dzitsaki. Forecast of SARIMA models: An application to unemployment rates of Greece. American Journal of Applied Mathematics and Statistics, 4, 5, 136-148, (2016)
6. N. Dzitsakis, P.Klareglon. Forecasting Unemployment Rates in USA Using Box-Jenkins Methodology. Internathional Journal of Economics and Financial Issues, 8, 1, 9-20, (2018)
7. Y. Kozak, V. Matskul, T.Shengelia. *Mathematical methods and models for master of economics. Practical applications*. Tbilisi (2017)

ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНИХ МЕТОДІВ ПРИ УПРАВЛІННІ АДАПТАЦІЮ ПІДПРИЄМСТВ ДО ЗМІН

У теперішніх умовах управління діяльністю підприємств, що базується не на інтуїтивному підході, а науковому, стає все більш актуальним. Підвищення ефективності діяльності сучасних підприємств та досягнення ними конкурентних переваг можливі лише за умови комплексного підходу до процесу управління своєю діяльністю, що базується на здобутках сучасної науки, у тому числі й на використанні математико-статистичних методів при управлінні.

Для спрощення процедури аналізу змін при управлінні діяльністю підприємства застосовують різноманітні методи аналізу діяльності підприємства. Покроковий алгоритм із можливими варіаціями методів, моделей та інструментів, які може застосовувати підприємство при формуванні та впровадженні механізму адаптації до змін складається із трьох основних блоків: вибір методів аналізу змін; моделювання змін під потреби підприємства; формування інструментарію аналізу змін із урахування прийнятих методів та моделей для аналізу та реагування на зміни підприємством.

Таким чином, у діяльності підприємство постійно виникає безліч змін, що характеризуються значними масивами даних, які підприємству необхідно навчитися обробляти у короткий період та з найменшими витратами часу. Такий аналіз змін можна проводити за якийсь проміжок часу (інтервальні дані) чи на окремий момент (моментні дані). Формування інтервальних чи моментних даних відбувається в залежності від потреб підприємства.

Окремої уваги заслуговує розгляд панельних даних [1-4]. Панельні дані дозволяють підприємствам розглядати зміни не тільки у часі, а й у просторі. Найчастіше використовують три типи моделей з використанням панельних даних [5, с. 23]: 1) об'єднана регресійна модель для панельних даних; 2) модель панельних даних з фіксованими ефектами; 3) модель панельних даних з вибірковими ефектами.

Актуальним при формуванні та впровадженні механізму адаптації підприємства до змін виступає прогнозування змін. Задачі прогнозування вирішуються за допомогою наступних методів, що є залежними від типів динамічного ряду [6, с. 26]:

- Нестационарний динамічний ряд: з трендом – лінійна регресія; з сезонною компонентою – метод сезонних коефіцієнтів; з трендом та сезонною компонентою – метод сезонних коефіцієнтів.
- Стационарний динамічний ряд: метод ланцюгових підстановок.

Одним із найпростіших методів прогнозування змін виступає метод лінійної регресії. Одним із поширених методів прогнозування змін виступає метод ланцюгових підстановок. Схему процедури розрахунку прогнозних значень показника на основі методу ланцюгових підстановок у спрощеному вигляді можна представити так [6, с. 28]: 1. Розрахунок темпів приросту. 2. Обчислення середньомісячних або квартальних значень темпів приросту. 3. Розрахунок оцінок та прогнозу на основі середньомісячних або квартальних значень темпів приросту та фактичних значень показника.

Проте слід зазначити, що прогнозування змін на підприємствах, що мають сезонний характер виробництва, має свої специфічні особливості. Такими підприємствами, наприклад, є агропромислові підприємства. Узагальнюючи основні аспекти діяльності агропромислових підприємств, можна запропонувати використовувати методичний підхід при прогнозуванні даних для таких підприємств, що узагальнено автором [6, с. 27]: 1. Розрахунок значень тренду. 2. Розрахунок коефіцієнтів сезонності: обчислення відношення фактичних значень до значень тренду; розрахунок середньомісячних або квартальних значень залишків; обчислення коефіцієнтів сезонності. 3. Обчислення оцінок та прогнозу на основі коефіцієнтів сезонності та тренду.

При моделюванні сезонних і циклічних коливань в динаміці економічних показників підприємства за умови відсутності тенденції в їхньому розвитку використовується апроксимація часового ряду тригонометричними многочленами, зокрема, рядами Фур'є. Функцію, задану в кожній точці досліджуваного інтервалу часу, можна уявити нескінченним рядом пар синусів і косинусів – так званих гармонік. Знаходження кінцевої суми членів з синусами і косинусами називається гармонійним аналізом [7, с. 54].

Проте, навіть досконало проаналізовані зміни, ефективно сформовані моделі не будуть діяти для успіху підприємства, якщо не розробляти інструменти впровадження таких змін на підприємстві.

Література

1. Шевченко Н. Г., Лупан І. В. Моделювання із використанням панельних даних // Наукові записки. Серія: Математичні науки. 2016. Випуск 73. С. 66-79.
2. Балаш В. А., Балаш О. С. Модели линейной регрессии для панельных данных. М. 2002. 65 с.
3. Магнус Я. Р. Эконометрика. М. : Дело, 2000. 400 с.
4. Ратникова Т. А. Анализ панельных данных в пакете «Stata». М. 2004. 40 с.
5. Raj V., Baltagi V.H. Panel Data Analysis. By Springer Science & Business Media, 2012. 220 p.
6. Яценко Л. О. Статистичне прогнозування індексу цін виробників харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів. *Статистика України*. 2016. № 3. С. 25-31.
7. Янковой А. Г. Математико-статистические методы и модели в управлении предприятием. Одесса : ОНЭУ, ротاپринт, 2014. 250 с.

Чаговець Л.О.

к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Україна),

Чаговець В.В.

к.е.н., доцент

Харківський державний університет харчування та торгівлі (Україна)

УГРУПУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ МЕТОДОМ ДЕРЕВ КЛАСИФІКАЦІЇ

Динамічні чинники стохастичного характеру створюють умови функціонування та розвитку вітчизняної економіки та обумовлюють необхідність використання в управлінні економічними об'єктами сучасного математичного інструментарію. У рамках проведеного дослідження нерівномірності розвитку соціально-економічних систем було запропоновано модель розпізнавання їх стану. Для рішення завдань класифікації з навчанням використовують низку специфічних методів, вагоме значення серед яких займають методи дерев класифікації. Побудова дерев класифікації дозволяє прогнозувати приналежність спостережень або об'єктів до певного класу категоріальної змінної в залежності від відповідних значень однієї або декількох незалежних змінних. У модель було введено змінні, що характеризують соціально-економічний розвиток (СЕР) економічних об'єктів за трьома групами: соціального, економічного і сільськогосподарського потенціалу та захищеності. За результатами використання методу дерев класифікації стало можливим побудова правил групувань об'єктів (регіонів) за станом їх СЕР та встановлено можливість подальшого його прогнозування [1].

Побудова дерев класифікації відбувається трьома способами: методом дискримінантного одновимірного розгалуження за категоріальними та порядковими змінними, методом дискримінантного багатовимірного розгалуження за лінійними комбінаціями змінних та методом C&RT, що здійснює побудову дерев з повним перебором усіх можливих варіантів одновимірного розгалуження. У результаті одномірного розгалуження за категоріальними та порядковими змінними встановлено, що найважливішими змінними є такі показники, як x_{29} «кількість виявлених злочинів» (ранг 100), x_4 «кількість шлюбів» (ранг 87), x_{18} «кількість домогосподарств з дітьми» (ранг 83), а також x_{46} «оборот роздрібною торгівлі» (ранг 74). Змінні x_{50} «продуктивність праці в сільськогосподарських підприємствах» (ранг 1) та x_{44} «рентабельність операційної діяльності підприємств» (ранг 3) майже не мають впливу на розгалуження у даному випадку. За отриманою константою та змінною розгалуження сформовано логічне правило віднесення спостережень до першого класу: регіони, які за кількістю виявлених злочинів (x_{29}) перевищують значення 24376,6, отримують перший клас. Дана змінна є дестабілізуючою, до того ж статистичні данні свідчать про більшу кількість злочинів у великих та розвинутих містах, ніж у малорозвинених. Отримане

розгалуження є прийнятним. У результаті класифікації досягнуто поставленої мети – визначено правила угруповань об'єктів (регіонів) за їх соціально-економічним розвитком. Найбільшу адекватність моделі було отримано методом C&RT, за яким найзначущими є показники «кількість шлюбів», «кількість домогосподарств з дітьми», «кількість виявлених злочинів», а також «кількість захворюваність на туберкульоз». Характеристика класифікації за методом C&RT наведена на рис.

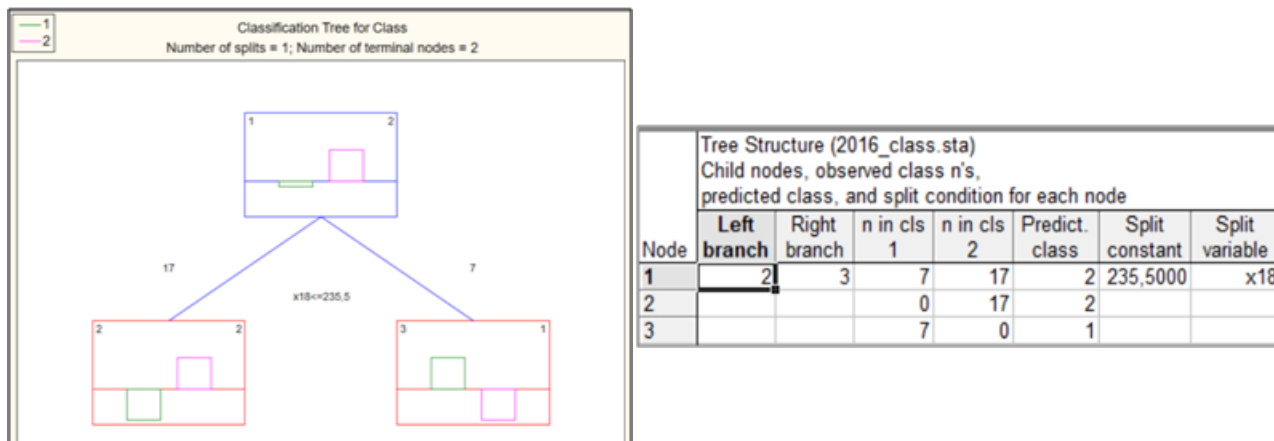


Рис. Характеристика дерева розгалуження методом C&RT

Даним методом з чотирьох максимально важливих змінних вибрано показник «кількості домогосподарств з дітьми». Тобто, регіон, у якого кількість домогосподарств з дітьми перевищує значення 235,5, входить до 1 кластеру – з високим рівнем соціально-економічного розвитку. Використовуючи метод багатовимірного розгалуження за лінійними комбінаціями змінних, сформоване правило, за яким можна зробити прогнозування розгалуження регіонів за класами:

$$F(0) = 0,00006 \cdot x_4 - 0,000075 \cdot x_{14} - 0,0031 \cdot x_{18} - 0,00005 \cdot x_{26} - 0,000016 \cdot x_{29} + 0,002 \cdot x_{40} + 0,000012 \cdot x_{43} - 0,0053 \cdot x_{44} + 0,00000025 \cdot x_{46} - 0,00002 \cdot x_{47} - 0,000000021 \cdot x_{50} - 0,0000031 \cdot x_{51} + 0,000016 \cdot x_{55} - 0,00139 \cdot x_{60} \leq -0,7459.$$

У результаті проведеного дослідження дійшли висновку, що побудовані за допомогою методів дерев класифікації моделі розпізнавання поточного стану розвитку економічних об'єктів дозволяють здійснити його прогнозування у наступні періоди, що підвищить якість формування та ухвалення рішень з управління економічними об'єктами.

Література

1. Чаговец Л. О., Чаговец В. В., Діденко А. С. Концептуальний базис оцінки та прогнозування нерівномірності соціально-економічного розвитку регіонів. Інструментальні средства моделювання систем в інформаційній економіці: кол. моногр. Под ред., проф. Пономаренко В. С., проф. Клебановой Т. С. Харків : ВШЕМ-ХНЭУ им. С. Кузнеця, 2019. С. 281-302.

Коляда Ю.В.
к.т.н., доцент,
Шатарська І.Ф.

ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана» (Україна)

АНАЛІТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКУ ПОВЕДІНКИ ЗМІННИХ МОДЕЛІ ВОЛЬТЕРРИ-ЛОТКИ

Зазначена нелінійна динамічна модель (відома як модель «жертва-хижак») має вид:

$$\begin{cases} \dot{x} = ax - bxy, \\ \dot{y} = -cx + dxy, \end{cases} \quad (1)$$

де змінні $x = x(t)$ та $y = y(t)$ є відповідно описують чисельність «жертв» та «хижаків» з певними початковими умовами $x_0 = x(t_0)$ та $y_0 = y(t_0)$; коефіцієнти a, b, c, d є певними скалярами.

На сьогодні вона має більше двадцяти різноманітних застосувань, одне з яких стосується економіки.

Заміною змінних: $x = \frac{a}{d}u$, $y = \frac{a}{b}v$, $t = \frac{\tau}{a}$ класична система рівнянь Вольтерри-Лотки записується у безрозмірному вигляді з одним скаляром γ :

$$\begin{cases} \dot{u} = u - uv, \\ \dot{v} = -\gamma v + uv, \end{cases} \quad (2)$$

де змінні $u = u(\tau)$ та $v = v(\tau)$ описують відповідно поведінку жертви та хижака, \dot{u}, \dot{v} – перші похідні по змінній τ характеризують змінюваність кількості жертв та хижаків із плином безрозмірного часу τ , а коефіцієнт $\gamma = \frac{c}{a}$.

Наслідуючи методику праці [1], можна отримати аналітичний вираз кількісної міри ризику поведінки динамічної траєкторії хижака $v = v(\tau)$ в залежності від чисельності жертв.

Динамічна модель (1) «жертва-хижак» зводиться до одного диференціального рівняння першого порядку з відокремленими змінними:

$$\frac{du}{dv} = \frac{u(1-v)}{v(-\gamma+u)}. \quad (3)$$

Його загальний інтеграл записується у виді:

$$u - \gamma \ln u = \ln v - v + C \quad (4)$$

або

$$e^u \cdot u^{-\gamma} = v \cdot e^{-v} \cdot C, \quad (5)$$

де величина C – цілком визначувана стала інтегрування.

Щоб отримати вираз для змінної v , використаємо апроксимацію $e^v \cong 1 + v$. Тоді від рівності (5) переходимо до нерівності:

$$e^u \cdot u^{-\gamma} \leq C \cdot \frac{v}{1+v} \quad (6)$$

Звідси після алгебраїчних перетворень отримаємо вираз

$$v \geq \frac{e^u}{C \cdot u^\gamma - e^u}, \quad (7)$$

тобто змінна v приймає значення, не менші лівої частини, яка є своєрідною нижньою межею. Також має виконуватися нерівність $C \geq \frac{e^u}{u^\gamma}$ (такий контроль здійснюється в процесі моделювання).

Для оцінювання ризику поведінки хижака скористаємося апроксимацією

$$R(V) = \frac{V_{max} - V_{min}}{(V_{max} + V_{min})/2} \quad (8)$$

відомого в теорії економічного ризику відношення $\frac{\sigma(V)}{M(V)}$, де $\sigma(V)$ – середньо квадратичне відхилення, а $M(V)$ – математичне сподівання, потрібно визначити V_{max}, V_{min} . Зрозуміло, що V_{min} детермінується початковим значенням u_0 , тобто має місце рівність:

$$v_{min} = \frac{e^{u_0}}{C \cdot u_0^\gamma - e^{u_0}}.$$

Але можна скористатися і виразом: $v_{min} = \frac{e^{u_0}}{C \cdot u_0^\gamma}$

Що стосується V_{max} , то ця величина зростає із плином часу, тому приймаємо: $V_{max} = \frac{e^u}{C \cdot u^\gamma - e^u}$.

Після алгебраїчних перетворень формула (7) набуває остаточного виду

$$R(V) = 2 \cdot \left(1 - \frac{2}{\left(e^{u-u_0} \cdot \left(\frac{u_0}{u}\right)^\gamma + 1\right)}\right), \quad (9)$$

де мають місце апостеріорні обчислення в процесі моделювання на підставі математичної моделі (1).

Зауваження. Аналогічний результат можна отримати, коли розглядати замість рівняння (3) нерівність $\frac{du}{dv} \leq \frac{u}{v(-\gamma+u)}$.

Разом із тим, коли знехтувати величиною γ у рівнянні (3), матимемо таку нерівність: $\frac{du}{dv} \leq \frac{1-v}{v}$. А після її інтегрування – відповідно :

$$e^u \leq \frac{C \cdot v}{e^v}$$

Щоб отримати вираз для змінної v , використаємо апроксимацію $e^v \cong 1 + v$. Тоді буде справедливою нерівність: $e^u \leq \frac{Cv}{1+v}$, звідки впливає (після алгебраїчних перетворень) $v \geq \frac{e^u}{C - e^u}$.

Зрозуміло, що $V_{min} = \frac{e^{u_0}}{C - e^{u_0}}$, $V_{max} = \frac{e^u}{C - e^u}$, оскільки права частина нерівності є величиною зростаючою із плином часу. Скориставшись (8), отримаємо вираз числової міри ризику

$$R(V) \geq 2 \cdot (1 - 2e^{u_0-u}).$$

Література

1. Коляда Ю. В., Шатарська І. Ф. Динамічна траєкторія економічного ризику на підґрунті моделі Вольтерри-Лотки. *Моделювання та інформаційні системи в економіці*. Збірник наук. праць, № 96. К: КНЕУ. 2018. С.130-136.

Янковий В.О.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ЗА ДОПОМОГОЮ ВИРОБНИЧОЇ ФУНКЦІЇ КОББА-ДУГЛАСА

Хлібопекарська галузь є однією з важливіших галузей, що забезпечують продовольчу безпеку України. Тому виявлення проблем у її розвитку та вчасне вирішення – необхідна умова для підтримання продовольчої безпеки на заданому рівні. Дана галузь має складну структуру, яку складають сільськогосподарські виробники, що вирощують зернові культури; елеватори, що сушать та зберігають зерно; борошномельні та хлібопекарські підприємства, які задовольняють потреби усіх верств населення в хлібобулочній продукції. Стан і розвиток вітчизняних підприємств хлібопекарської галузі безпосереднім чином впливає на життя і здоров'я населення України. Специфіка функціонування хлібопекарських підприємств значною мірою визначається особливостями галузевого ринку і продукції, що випускається.

Для часткового вирішення вказаних проблем нами була побудована виробнича функція (ВФ) Кобба-Дугласа на основі даних хлібопекарської галузі за період 2010-2017 рр. [1]:

$$Y = 7,021353 K^{-0,382755} L^{1,147539}, \quad (1)$$

де Y – реалізована продукція, млн. грн.; K – залишкова вартість основних засобів, млн. грн.; L – витрати на оплату праці, млн. грн.

Аналіз характеристик, що описують отриману економіко-математичну модель, вказує на щільний взаємозв'язок між змінними виробничої функції (коефіцієнт множинної кореляції дорівнює 0,996). Модель (1) є статистично надійною, про що свідчить розрахункове значення F -критерію Фішера 354,96, яке істотно перевищує його табличне значення (19,30). Це визначає можливість використання отриманої моделі для подальшого аналізу та прогнозування.

Аналіз ВФ (1) показав, що найбільш вагомий вплив на обсяг реалізованої продукції здійснюють витрати на оплату праці. Коефіцієнт еластичності, що представлений у ступені змінної L , показує, що при збільшенні даного фактора на 1 % обсяг реалізованої продукції збільшувався майже на 1,15 %, що є достатньо суттєвим. Навпаки, фактор K здійснював негативний вплив на обсяги реалізації, що обумовлено високим ступенем фізичного та морального зносу обладнання та неоптимальною фондоозброєністю праці: надлишком наявних застарілих основних фондів.

Отримаємо прогнозні значення обсягів основних засобів та витрат на оплату праці за допомогою аналізу та моделювання динаміки відповідних показників. Часові ряди, а також трендові моделі вартості основних засобів і витрат на оплату праці хлібопекарської галузі зображено на рис. 1, 2.

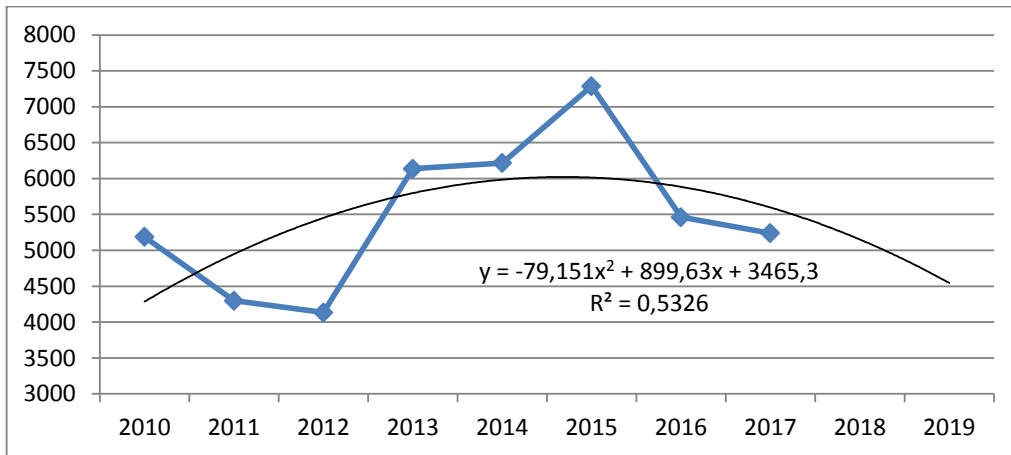


Рис. 1. Аналіз та прогнозування динаміки вартості основних засобів хлібопекарської галузі

Джерело: побудовано автором

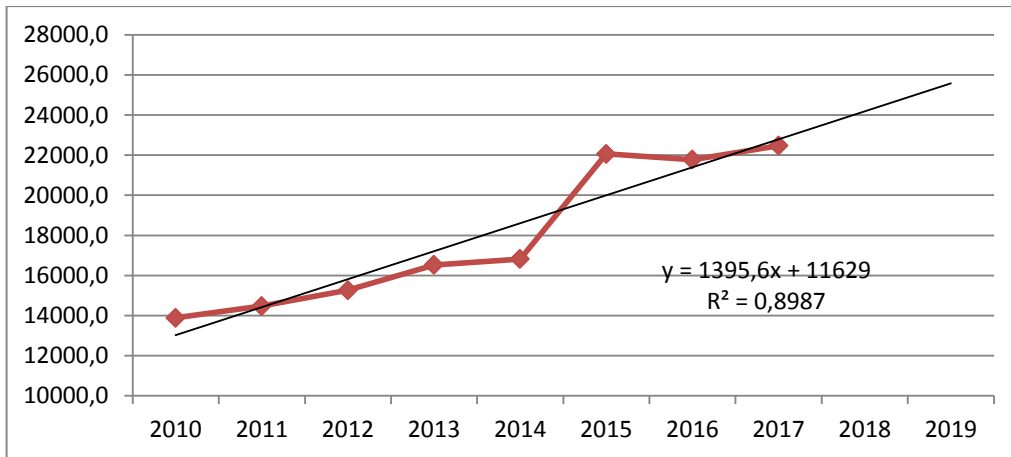


Рис. 2. Аналіз та прогнозування динаміки витрат на оплату праці хлібопекарської галузі

Джерело: побудовано автором

Обрані трендові моделі з досить високою точністю описують динаміку змінних K і L , а отримані за їхньою допомогою прогнозні значення на 2019 р. становлять: $K = 4546,5$ млн. грн., $L = 25585$ млн. грн.

Розрахунок прогнозного значення обсягу реалізованої продукції хлібопекарської галузі України у 2019 р. за допомогою побудованої ВФ Кобба-Дугласа проводився шляхом підстановки у вираз (1) прогнозних значень змінних K і L . Знайдене прогнозне значення обсягу реалізації продукції галузі у 2019 р. склало 31971,5 млн. грн. Причому з вірогідністю 95 % воно буде знаходитись в інтервалі $31971,5 \pm 1899,5$ млн. грн.

Література

1. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання». URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

КЛАСИФІКАЦІЯ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЗА ТРАНСПОРТНИМИ РИЗИКАМИ

Транспортні ризики, зазвичай, відносять до логістичних ризиків. До них відносять ризики пошкодження або втрати майна в результаті дорожньо-транспортних пригод, навантажувально-розвантажувальних робіт, або розкрадання майна при транспортуванні. Розглянемо фактори, які впливають на збільшення або зменшення транспортних ризиків підприємств України.

З транспортними ризиками машинобудівні підприємства стикаються при перевезенні готової продукції замовнику або на склад виробника. Припустимо, що ризики пошкодження або втрати продукції залежать від якості доріг в країні, справності та надійності рухомого складу транспортних підприємств, виду транспортування та статистики дорожньо-транспортних подій.

Проведемо угруповання регіонів України за транспортними ризиками за такими показниками 2017 р., як: перевезення вантажів автомобільним транспортом за регіонами (млн. т), вантажообіг автомобільного транспорту за регіонами (млн. ткм); довжина автомобільних доріг загального користування за регіонами (тис. км); кількість ДТП (од.).

За допомогою кластерного аналізу проведемо угруповання регіонів України для визначення груп регіонів більш або менш ризикованих для автомобільного руху. З'ясуємо, якою є оптимальна кількість груп регіонів для визначення ризику транспортного руху в Україні. За ієрархічним кластерним аналізом з методом кластеризації Варда, який було проведено за допомогою програми SPSS Statistics, дістаємо висновок, що оптимальною кількістю є два кластери (рис.).

Характеристику кожного з кластерів отримаємо за методом k -середніх (табл.).

Таблиця

Кінцеві кластерні центри кластерного аналізу

Показники	Кластер	
	1	2
Перевезення вантажів	33,45	91,34
Вантажообіг	1857,49	4195,30
Довжина автомобільних доріг загального користування	6,26	8,82
Кількість ДТП	3102,11	12189,40

Джерело: розраховано автором

Перший кластер містить 19 областей. Перевезення вантажів в середньому дорогами областей цього кластеру складає 33,45 млн. тон на рік, що майже втричі менше, ніж в другому. Середній вантажообіг в цьому кластері в 2,26

разів менший, ніж в другому (1857,49 млн. ткм проти 4195,3 млн. ткм). Середня довжина автомобільних доріг загального користування в областях цього кластеру в 1,4 рази менша, ніж в областях другого кластеру. Середня кількість ДТП в областях цього кластеру в 3,9 разів менша, ніж в другому кластері.

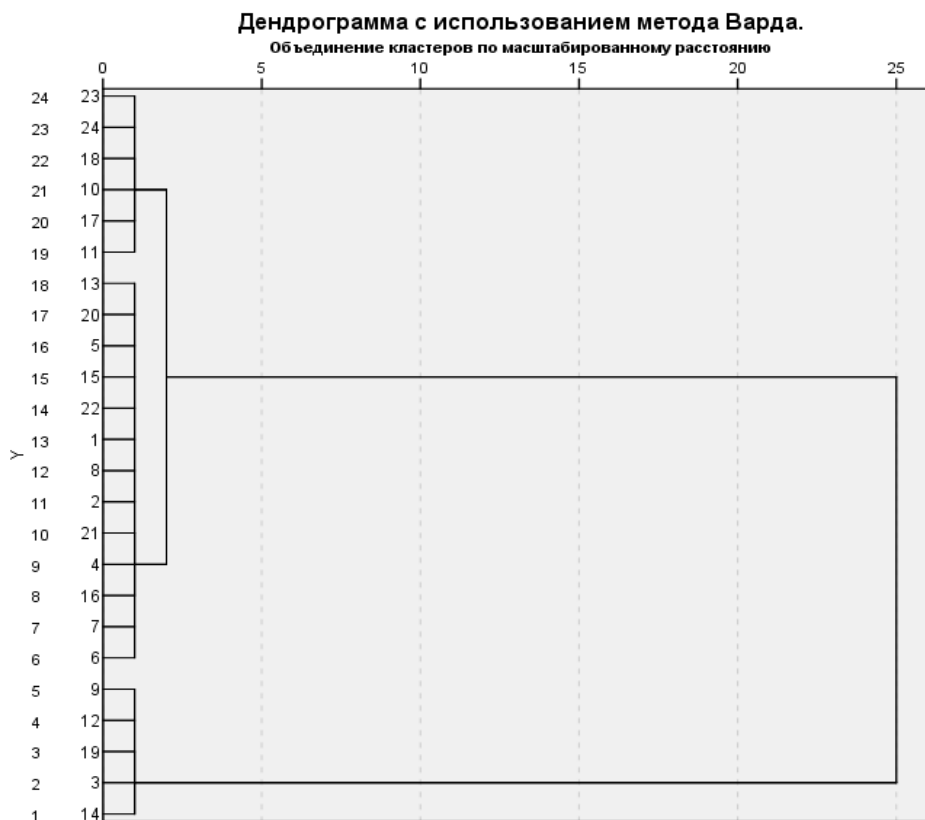


Рис. Дендродіаграма методу Варда кластерного аналізу
Джерело: побудовано автором

Назвемо перший кластер «*Регіони з низьким транспортним ризиком*». До нього входять дев'ятнадцять областей: Вінницька, Волинська, Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська.

Другий кластер назвемо «*Регіони з високим транспортним ризиком*». До нього входять п'ять областей: Дніпропетровська, Київська, Львівська, Одеська та Харківська області.

Література

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 8.07.2019).
2. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA. Одесса : Optimum, 2001. Вып. 1. 216 с.
3. Нэреш К. Малхотра. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. Вильямс, 2007.

ЗАХОДИ З ПІДВИЩЕННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-АУТСАЙДЕРІВ

Достовірна оцінка ділової активності та шляхи її підвищення є визначальними проблемами вітчизняних підприємств та одними із стратегічних цілей їх діяльності. Ділова активність підприємств відноситься до латентних ознак, оскільки принципово не можливо виміряти її у звичайній метричній шкалі, а можна лише судити про її рівень на основі чинників-симптомів (її складових). В основі ділової активності лежить виробнича, фінансова, інноваційно-інвестиційна, маркетингова та управлінська складова. Одним з ефективних способів отримання оцінок латентних економічних ознак, на наш погляд, є процедура сполучення таких багатовимірних методів, як кластеризація і дискримінація. У відповідності до названих напрямків багатовимірного аналізу весь процес оцінки досліджуваної латентної ознаки розділяється на дві послідовні стадії [1, с. 78-146, 159-180]: 1) багатовимірне угруповання сукупності об'єктів на основі їх кластеризації й ідентифікації; 2) побудова і використання дискримінантної функції.

Провівши оцінку ділової активності на базі статистичних даних підприємств України з виробництва промислового холодильного та вентиляційного обладнання за 2017 р. [2], використовуючи вищезазначену процедуру, ми отримали рівняння дискримінантної функції, яке виглядає наступним чином:

$$S = -1,64321 + 0,63812 S_p + 0,23111 S_f + 0,24754 S_i, \quad (1)$$

де S – ділова активність підприємств; S_p – виробнича складова ділової активності підприємств; S_f – фінансова складова; S_i – інноваційно-інвестиційна складова.

На основі середніх арифметичних значень результуючої змінної S та факторних змінних S_p , S_f , S_i , які увійшли до рівняння регресії, кожної з груп підприємств-лідерів та підприємств-аутсайдерів, можна виявити ефект (резерв) підвищення ділової активності підприємств, який представлений в табл.

Таблиця

Порівняльний аналіз ділової активності підприємств-лідерів та підприємств-аутсайдерів на базі моделі (1)

Змінні	Середні значення змінних по групам		Різниця середніх значень (гр. 2 – гр. 3)	Коефіцієнти регресії	Ефект (резерв) (гр. 4 × гр. 5)
	лідерів	аутсайдерів			
S_p	11,85714	4,42857	7,42857	0,63812	4,74032
S_f	9,71429	7	2,71429	0,23111	0,62729
S_i	11,85714	4,42857	7,42857	0,24754	1,83886
S	11	4	7	-	7,20648

Джерело: побудовано автором

Аналізуючи дані табл., можна зробити наступні висновки: якщо середній рівень виробничої складової ділової активності підприємств-аутсайдерів зросте на 7,43 пункти, середній рівень фінансової складової – на 2,71 пункти, середній рівень інноваційно-інвестиційної складової – на 7,43 пункти, вони зможуть реалізувати резерв росту ділової активності на 4,74; 0,63 та 1,84 пункти відповідно. Тобто, загальний резерв складе 7,21 пункти.

Для підвищення рівня виробничої складової до рівня підприємств-лідерів підприємствам-аутсайдерам необхідно: збільшити продуктивність праці працівників на 781,02 тис. грн. за рахунок збільшення масштабів виробництва та продажу продукції в середньому в 2 рази та зменшення кількості працівників на 20 %; прискорити середню оборотність виробничих запасів на 7,2 обороти завдяки зменшенню виробничих запасів в 2 рази шляхом поліпшення організації постачання, ліквідації наднормативних запасів матеріалів, виявлення та зменшення неліквідних запасів.

Для підвищення рівня фінансової складової на 2,71 пункти підприємствам-аутсайдерам необхідно: підвищити рентабельність активів на 32,56 % за рахунок досягнення прибуткової діяльності у результаті зниження витрат на виготовлення та реалізацію продукції на 2,5 млн. грн. та продаж зайвого обладнання, не використовуюваного приміщення та іншого майна на 3,5 млн. грн.; прискорити оборотність дебіторської заборгованості на 11,3 обороти та кредиторської заборгованості на 0,62 обороти завдяки скороченню дебіторської заборгованості в 2 рази та направлення цих коштів на погашення кредиторської заборгованості; прискорити оборотність грошових коштів на 268,39 обороти за рахунок поліпшення інкасації торгової виручки, встановлення лімітів залишків грошових коштів в касах торгових підрозділів та на розрахунковому рахунку в банку.

Для підвищення рівня інноваційно-інвестиційної складової на 7,43 пункти підприємствам-аутсайдерам необхідно: прискорити оборотність інвестиційного капіталу на 9,5 оборотів за рахунок направлення частини інвестиційного капіталу у розмірі 2 млн. грн. на придбання нових технологій та обладнання для виготовлення нової продукції; збільшити питому вагу інноваційної продукції в продукції підприємства на 1,2 % та підвищити її рентабельність на 2 % завдяки переорієнтуванню на випуск нової продукції та збільшення масштабів її виготовлення та продажу в 3 рази.

Література

1. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA. Одесса : Оптимум, 2001. Вып. 1. 216 с.
2. Національна база даних RUSLANA аналітичної компанії Bureau van Dijk. 2018. URL : <https://www.bvdinfo.com/ru-ru/our-products/company-information/national-products/ruslana>

7. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГЕТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Дегтярьова О.О.

к.е.н., доцент,

Одеський національний економічний університет (Україна)

ІНФОРМАЦІЙНА СТРУКТУРА ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОНТРОЛІНГУ

Інформаційні трансформації підприємств, зростання вимог до інформаційного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень потребують адекватної інформаційної архітектури всередині підприємства, яка б формувала внутрішні інформаційні потоки відповідно до рівню доступу, напряму діяльності, релевантності інформації тощо. Така багаторівнева інформаційна система в контролінзі формується за ознаками впливу на управлінські рішення, призначенням та за напрямками діяльності [1, с. 76]. Оскільки енергетична сфера підприємства має свої особливості та відрізняється в інформаційному та управлінському плані, інформаційна структура енергетичного контролінгу має, з одного боку, відображати діяльність енергетичного господарства, а з іншого боку, обов'язково кореспондувати інформаційній системі підприємства, мати відповідні інформаційні рівні, сприяти контрольно-аналітичній роботі (див. табл.)

Таблиця

Особливості побудови багаторівневої інформаційної системи контролінгу

Інформаційний рівень	Підприємство *	Енергетичне господарство
1. Напрями діяльності (місця виникнення витрат)	- дослідження та розробки - постачання - виробництво - логістика - маркетинг	- процеси - машини - обладнання
2. Призначення	- аналіз та звітність - управлінський облік та аудит - адміністрування - виробничий облік та контроль	- аналіз та звітність - енергетичний аудит - керування - моніторинг
3. Вплив на управлінські рішення	- стратегічний рівень - оперативний рівень	- стратегічний рівень - оперативний рівень

* за методикою Т. Райхманна [2, с. 12-13]

Таким чином, енергетичний контролінг, забезпечуючи прозорість, ефективність та керованість енергетичного господарства, буде інтегрованим в загальну інформаційну систему та систему контролінгу підприємства.

Література

1. Дегтярева О. А. Контроллинг : учеб. пособие. Одесса : Пальмира. 2008. 364 с.
2. Reichmann T., Kießler M., Baumöl U. Controlling mit Kennzahlen – Die system-gestützte Controlling-Konzeption. 9. Auflage. München: Vahlen, 2017. 890 s.

Дубровська В.В.

к.т.н., доцент,

Шкляр В.І.

к.т.н., доцент,

Ганжа Д.Г.

Національний технічний університет «КПІ ім. Ігоря Сікорського» (Україна)

СОЛЯЧНІ КОЛЕКТОРИ ДЛЯ ГАРЯЧОГО ВОДОПОСТАЧАННЯ

Середня школа № 7 у м. Києві споживає теплову і електричну енергію та має водопостачання з водовідведенням. Влітку в школі організована робота гуртків та різних організаційних структур, тобто школа користується гарячою водою протягом 12 місяців. Споживання холодної води становить 250 м³ в місяць. За приготування гарячої води школа сплачує близько 73500 грн. в місяць. Для зменшення цих фінансових витрат вирішено встановити сонячні колектори на даху школи для гарячого водопостачання (ГВП).

Розрахунки фінансової доцільності даного рішення проведені у програмі RETScreen [1] для різних типів сонячних колекторів.

Результати розрахунку полірованого колектора наведено на рис. 1.

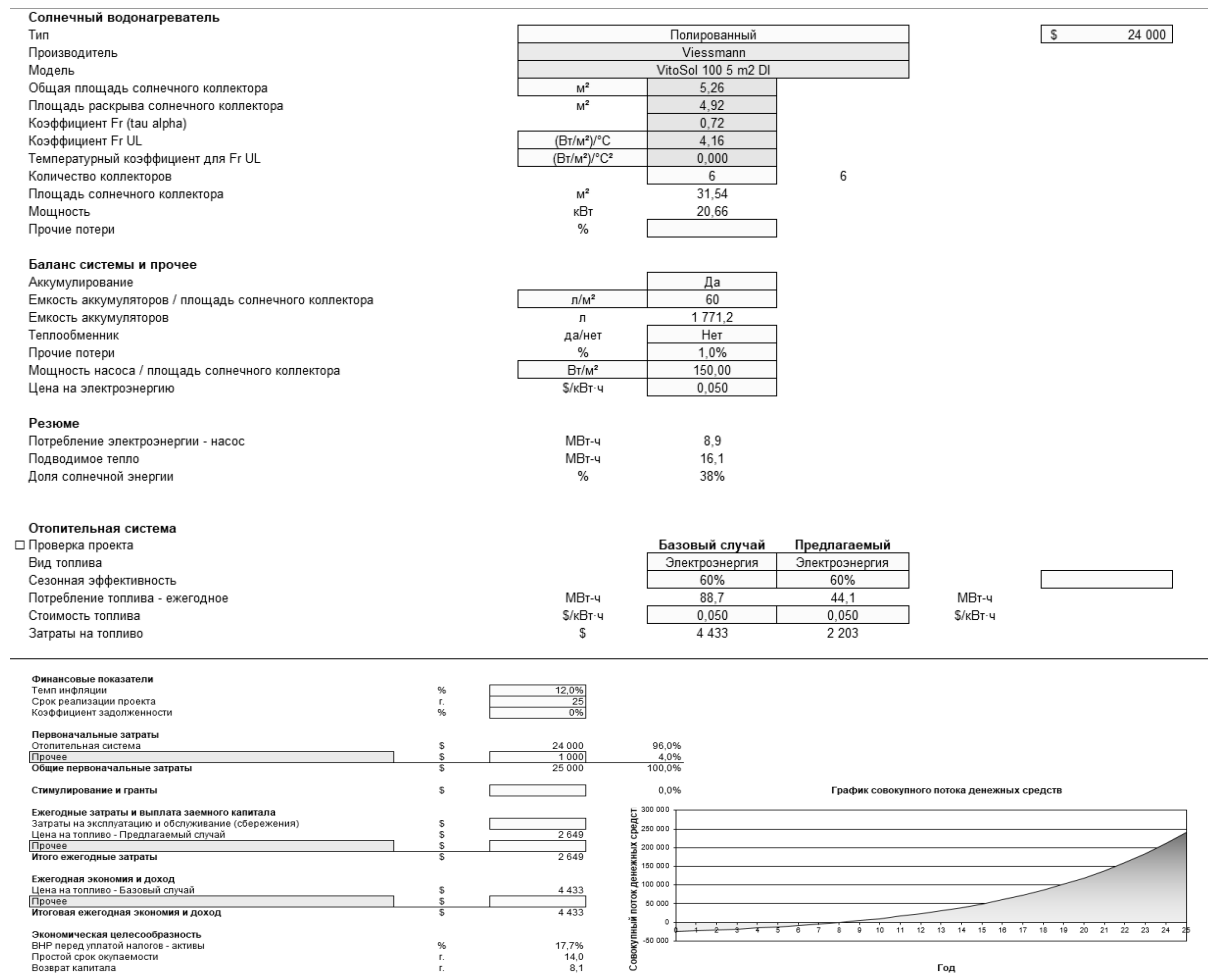


Рис. 1. Результаты розрахунку полірованого колектора

Для покриття навантаження на ГВП нам потрібно встановити 6 колекторів типу VitoSol 100 5 м² DI, загальною площею 31,54 м² та потужністю 20,66 кВт. Вартість даної геліоустановки – 24000 \$. Простий термін окупності – 14 років.

Результати розрахунку вакуумного колектору наведено на рис. 2.

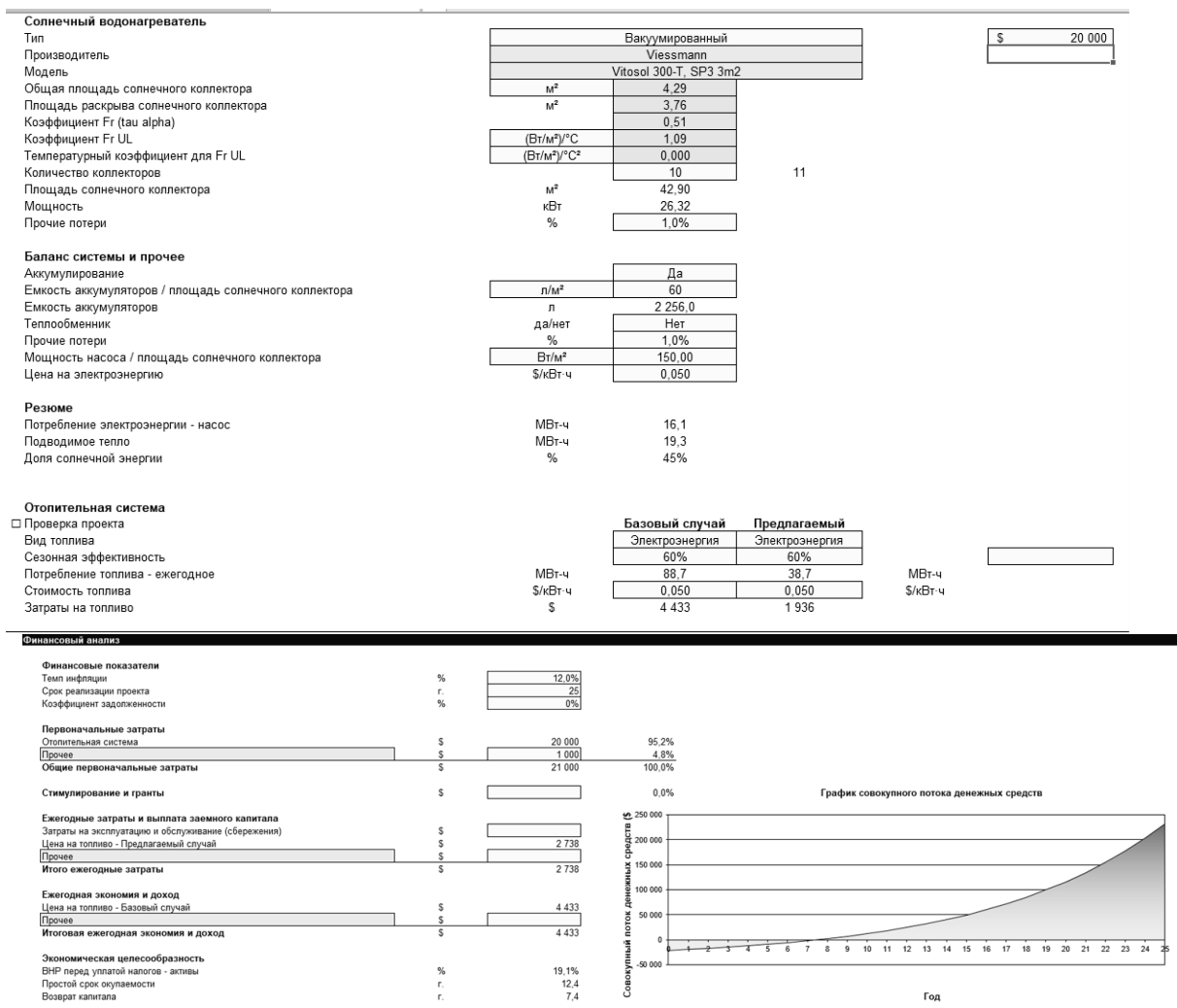


Рис. 2. Результаты розрахунку вакуумного колектору

Для вакуумної системи встановлюємо 10 колекторів VitoSol 300-T загальною вартістю 20000 \$. Площа даної системи складає 42,9 м² з загальною потужністю 26,32 кВт. Простий строк окупності становить 12,4 роки.

Порівняння наведених варіантів показало, що вигідніше встановлювати на об'єкті вакуумні колектори, оскільки їх вартість менша, потужність більша, а строк окупності менший.

Література

1. Програмне забезпечення RETScreen : веб-сайт. URL: <https://www.nrcan.gc.ca/energy/software-tools/7465>.

Дубровська В.В.

к.т.н., доцент,

Шкляр В.І.

к.т.н., доцент,

Гловацький Д.В.

Національний технічний університет «КПІ ім. Ігоря Сікорського» (Україна)

ФОТОЕЛЕКТРИЧНА СИСТЕМА ДЛЯ ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ШКОЛИ

Середня школа – дитячий садок "Сяйво", яка розташована в м. Києві, для освітлення учбових приміщень, коридорів, роботи електричних приладів, комп'ютерної техніки, електроапаратури споживає 69614 кВт·год електричної енергії за рік. Оплата за електроенергію становить 137238,4 грн./рік.

Для зменшення споживання електроенергії з електромережі пропонується встановити на даху сонячну фотоелектричну систему (ФЕС) для вироблення електричної енергії на власні потреби та продаж її надлишків у мережу.

За допомогою програми «Розрахунок сонячної електростанції» від Envert™ [1] проведено розрахунок терміну окупності сонячних панелей.

Сонячна електростанція JAP6-60-270/4BB 270 Вт, кількістю 240 шт., площею 1650x991 мм використовується для автономної роботи на об'єктах цілорічно, як альтернатива підключення до загальної мережі електрозабезпечення (див. табл.).

Таблиця

Розрахунок прогнозу вироблення електроенергії за допомогою програмного продукту Envert

Місяць	Інсоляція, кВт·год/м ²	Генерація, кВт·год	Прибуток, \$
Січень	22,16	1497	109,82
Лютий	38,59	2601	190,81
Березень	89,23	5877	431,13
Квітень	128,09	8175	599,71
Травень	177,86	11034	809,44
Червень	179,41	10997	806,73
Липень	180,95	11001	807,02
Серпень	152,40	9296	681,95
Вересень	98,32	6136	450,13
Жовтень	57,33	3686	270,40
Листопад	23,15	1511	110,85
Грудень	16,11	1076	78,93
Разом:	1163,60	72887	5346,92

За результатами моделювання роботи сонячної електростанції середньорічна економія споживання електроенергії складає 5346 \$. Загальна вартість проекту дорівнює 49700 \$, період повернення інвестицій складає біля 9 років.

При розрахунках ФЕС з використанням програми PV*SOL [2] для двох типів панелей: SG Solar потужністю 250 Вт, кількістю 240 шт., площею 1685 x992 мм, та Helyon 250 Вт, кількістю 240 шт., площею 1638x982 мм річна генерація електроенергії складає 65768 кВт·год та 68845 кВт·год відповідно.

На рис. показано графік генерації електроенергії двох типів панелей SG Solar та Helyon за програмою PV*SOL. Панелі типу Helyon більше генерують електроенергії ніж SG Solar , тому є більш ефективними.

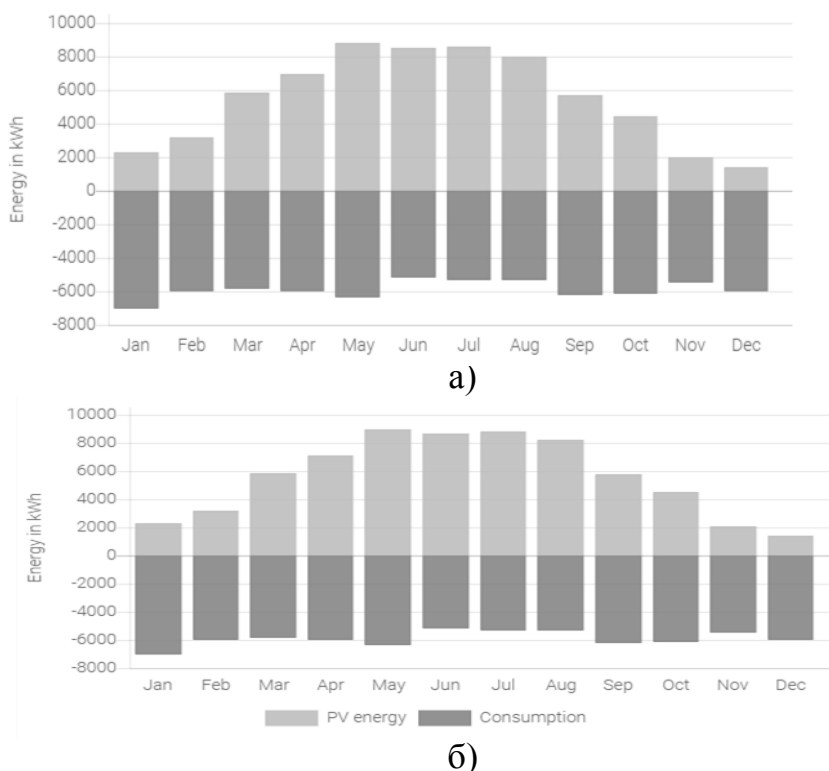


Рис. Генерація та споживання електроенергії: а) панелі SG Solar; б) панелі Helyon

За результатами моделювання роботи сонячної електростанції середньорічна економія споживання електроенергії складає 5960 \$ для SG Solar та 6,600 \$ для Helyon. Загальна вартість проекту дорівнює 53200 \$ та 59900 \$ відповідно. Період повернення інвестицій складає біля 9 років для обох типів.

Література

1. Розрахунок сонячної електростанції : веб-сайт. URL: <https://www.envert.pro/ua/calculator/electricity>.
2. Калькулятор сонячної електростанції : веб-сайт. URL: <https://pvsol-online.valentin-software.com/#/>.

Шкляр В.І.
к.т.н., доцент,
Дубровська В.В.
к.т.н., доцент,
Лівіщенко А.А.

Національний технічний університет «КПІ ім. Ігоря Сікорського» (Україна)

ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ МОДЕРНІЗАЦІЇ КОТЕЛЬНІ ШКОЛИ

Середня школа № 121 розташована в м. Києві. Загальна площа будівлі становить 4539 м², підвал – 300 м², котельня – 300 м² та бомбосховище – 200 м². Опалювальна площа складає 3700 м², площа скління – 500 м², зовнішніх стін – 1987 м². Висота будівлі – 12,5 м. На опалення школа споживає 540 Гкал/рік та витрачає 490 тис. грн.

Котельня обладнана у підвалі, що заборонено згідно ДБН [1]. В ній встановлено два твердопаливних котлоагрегати НІСТУ – 5 загальною потужністю 325 кВт, призначені для системи водяного опалення. Котли НІСТУ – 5 є застарілим і достатньо зношеним обладнанням, яке працює з низьким ККД. Вони не автоматизовані (подача палива ручна), що зменшує ККД котла. Під час холодної вологої погоди вугілля замерзає і злипається, що погіршує процес спалювання, тому ККД котла також зменшується. На основі вище зазначеного пропонується перенести котельню з підвалу в інше приміщення та провести заміну застарілих котлоагрегатів.

Розглянемо декілька шляхів модернізації системи тепlopостачання школи:

1. Централізоване опалення. Централізована мережа тепlopостачання знаходиться на значній відстані від школи та поблизу відсутні інші можливі потужні споживачі теплоти, тому підключення до неї не є рентабельним і пропонується залишити автономне тепlopостачання.

2. Автономне тепlopостачання. На території школи є будівля, яка їй належить і на даний момент не використовується. Пропонується перенести котельню з підвалу школи у цю будівлю, яку можна переобладнати під котельню зі встановленням сучасних котлів.

Для зменшення теплоспоживання необхідно провести термомодернізацію школи – утеплення огорожувальних конструкцій будівлі [2]. Після утеплення повна теплова потужність школи, яку необхідно компенсувати склала 295 Гкал/рік, тим самим досягнувши 45 % економії теплової енергії. Також в школі була розроблена система регулювання температури повітря у будівлі, наприклад: при наявності школярів та викладачів, коли є активна діяльність підтримується температура повітря на рівні 20 °С, а при відсутності людей (нічний час та вихідні дні) температуру зменшуємо до рівня 16 °С. За рахунок такого регулювання отримуємо додаткову економію близько 41 Гкал/рік – 7,6 %. Сумарна економія теплової енергії від заходів буде становити 286 Гкал/рік. Опалювальна потужність після заходів з енергозбереження складе 160 кВт.

Розглянемо перехід системи опалення з вугілля на:

- природний газ з теплою згорання 8000 ккал/кг зі встановленням 2 котлів Vaillant ecoTEC plus VU OE 806/5-5. ККД – 96 %, загальна потужність 165 кВт;
- деревні пелети ENplus класу А2 з теплою згорання палива 3945 ккал/кг [3] з твердопаливними котлами Metal-Fach Sokol SEG BIO–100 Silver Left та Metal-Fach Sokol SEG BIO–75 Silver Left, ККД 92 %, загальна потужність 175 кВт.
- деревні брикети 2870-3345 ккал/кг [4] або дрова дубові 4000 ккал/кг [5] для двох твердопаливних котлів довгого горіння КТР-95 ECO MANUAL та КТР-75 ECO MANUAL, ККД – 95 %, загальна потужність 170 кВт.

За кількістю спожитого ресурсу було визначено грошову економію та термін окупності з урахуванням витрати у розмірі 1086 тис. грн. на термомодернізацію будівлі школи та монтажні роботи при встановленні нового обладнання. Результати розрахунку наведені в табл.

Таблиця

Розрахунок терміну окупності термомодернізації будівлі школи

Вид палива	Теплота згорання, МДж/м ³ (МДж/кг)	Витрата палива, м ³ /рік (кг/рік)	Ціна котла, грн	Ціна на паливо, грн/м ³ (грн/кг)	Економія, грн	Термін окупності, роки
Газ	33,4	33205	257802	7,27	248596	5,4
Пелети	16,4	70566	460281	3,2	264189	5,9
Брикети	13	86210	317988	3,4	196884	7,1
Дрова	16,7	67110	317988	8,5	– 80434	-

За результатами розрахунків можна зробити висновок, що теплодернізація будівлі школи та заходи з енергозбереження сумісно з встановленням нового опалювального обладнання дозволили зменшити річні витрати на опалення. Економія та термін окупності буде залежати від обраних типів котлів та виду палива. Використання дров не є рентабельним через їх високу вартість.

Література

1. ДБН В.2.5-77:2014. Котельні. Правила експлуатації котелень. [Чинний від 2010-01-01]. Київ, 2014. 49 с.
2. ДСТУ-Н Б В.1.1:2010. Будівельна кліматологія. [Чинний від 2010-11-01]. Київ, 2010. 123 с.
3. Галиш Н. А. Сертифікація деревних пелет як необхідна складова їх збуту. *Економічний аналіз*. 2018. Том 28. № 3. С. 238-246.
4. Технологія виробництва біотоплива : веб-сайт. URL: <http://www.infobio.ru/tiekhnologhiiaproizvodstva-biotopliva>
5. Теплотворность древесины : веб-сайт. URL: <http://tehnopost.kiev.ua/drova/13teplotvornost-drevesiny.html>.

Шкляр В.І.
к.т.н., доцент,
Дубровська В.В.
к.т.н., доцент,
Фіцай М.М.

Національний технічний університет «КПІ ім. Ігоря Сікрського» (Україна)

ВИЗНАЧЕННЯ СТРОКУ ОКУПНОСТІ ВСТАНОВЛЕННЯ ТУРБИНИ «КАПЛАН» НА МІНІ-ГЕС

Сьогодні основна частина електроенергії виробляється централізовано, на великих електростанціях, які мають високі енергетичні показники, але змушені постачати енергію кінцевим користувачам на великі відстані, що веде до значних втрат корисної енергії. Тому все частіше звертають увагу на ефективний розвиток відновлюваної енергетики – використання енергії малих річок за допомогою мікро і малих ГЕС, які можуть застосовуватися в якості автономних систем електропостачання.

Доцільність встановлення міні-ГЕС визначають в результаті аналізу розрахунків їх економічної ефективності.

При таких розрахунках потрібно враховувати багато аспектів, які підтримують розвиток відновлюваних джерел енергії. Зокрема, для об'єктів міні-ГЕС в Україні надається державна підтримка.

В роботі розглядається міні-ГЕС «Брустуриянка» потужністю 1 МВт з використанням гідротурбіни типу «Каплан».

Важливим економічним механізмом роботи таких міні-ГЕС є «зелений» тариф (рис. 1), що спрямований заохочувати генерацію електроенергії відновлювальною енергетикою (сонячна, вітрова, гідравлічна).

Застосування зеленого тарифу включає в себе:

- гарантований доступ до електромережі;
- довгострокові контракти на придбання електроенергії;
- встановлення відносно високих закупівельних цін, що враховують вартість відновлювальних джерел енергії.

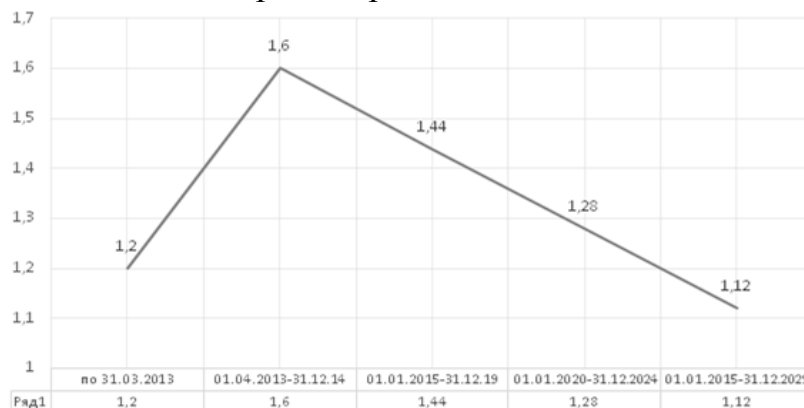


Рис. 1. Коефіцієнт "зеленого" тарифу для введення в експлуатацію міні-ГЕС потужністю від 200 кВт до 1 МВт

Регіональні енергопостачальники зобов'язані купувати електроенергію, яка вироблена з відновлювальних джерел.

Економія поточних витрат за рахунок органічного палива та продажу квот на CO₂ складатиме:

$$П = П_{\text{пал.}} + П_{\text{CO}_2}$$

$$П = 5982028 + 2443986 = 8426014 \text{ грн.}$$

Витрати на придбання турбіни типу «Каплан» для міні ГЕС:

$$V_{\text{ГЕС}} = 5000000 \text{ грн.};$$

– будівельно-монтажні складають 15 % від вартості турбіни:

$$V_{\text{БУД}} = 0,15 \times 5000000 = 750000 \text{ грн.};$$

– налагоджувальні роботи складають 10 % від вартості турбіни:

$$V_{\text{НАЛ}} = 0,1 \times 5000000 = 500000 \text{ грн.};$$

– для обслуговування турбін необхідно п'ять чоловік із середньою заробітною платнею по 9000 грн. на місяць:

$$ЗП = 5 \times 9000 \times 12 = 540000 \text{ грн.}$$

Річна кількість виробленої на міні-ГЕС електричної енергії складає 5202 кВт·год.

За допомогою програмного забезпечення RETScreen 4 [1] для міні-ГЕС «Брустуриянка», яка використовує гідротурбіну типу «Каплан», зроблено фінансовий аналіз (рис. 2).



Рис. 2. Фінансовий аналіз встановлення гідротурбіни типу «Каплан» на міні-ГЕС

Термін окупності складає 1,5 року, тому встановлення гідротурбіни типу «Каплан» на міні-ГЕС «Брустуриянка» є економічно доцільним. Крім того, її встановлення забезпечує річну потребу в електроенергії більше 2000 домогосподарств в гірських районах Закарпатської області.

Література

1. Програмне забезпечення RETScreen: веб-сайт. URL: <https://www.nrcan.gc.ca/energy/software-tools/7465>.

ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ЛОГІСТИЧНИЙ БІЗНЕС-ПРОЦЕС ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне середовище господарювання підприємств характеризується необхідністю створення та впровадження нових підходів до управління господарськими процесами, що дають змогу підвищити їх ефективність. Серед таких підходів особливу увагу викликає логістичний підхід, оскільки його використання передбачає інтеграцію окремих функцій всередині підприємства.

Новизна логістики полягає в зміні пріоритетів у господарюванні підприємств, що відводить центральне місце управлінню потоками, а не управлінню виробництвом, а також у комплексному підході до питань руху матеріальних цінностей [1, с. 10].

Склад та структура бізнес-процесів конкретного підприємства визначається його стратегічними цілями.

В науковій літературі немає єдиного визначення поняття «бізнес-процес». Однак, узагальнюючи існуючі наукові підходи, можна стверджувати, що бізнес-процес представляє собою сукупність послідовних операцій, яка перетворює початкову складову (вхід процесу – ресурси, ідеї тощо) на кінцевий результат (продукти, послуги тощо), що має цінність для споживача та задовольняє його вимоги.

За ознакою формулювання результату на підприємстві можна виділити такі види бізнес-процесів:

- Основні (первинні, відтворювальні), які пов'язані з виробництвом продукції, наданням послуг;
- Обслуговуючі (підтримуючі), які забезпечують виконання основних бізнес-процесів;
- Бізнес-процеси управління, що пов'язані з виконанням функцій управління;
- Бізнес-процеси розвитку – спрямовані на розвиток і вдосконалення діяльності [2, с. 508].

При такому підході роботу енергетичного господарства промислового підприємства, метою якого є енергозабезпечення підприємства, також можна розглядати як обслуговуючий (підтримуючий) бізнес-процес. Він є одним з процесів, який створює інфраструктуру компанії. Призначенням даного процесу є забезпечення енергетичними послугами функціонування основних процесів та процесів розвитку. Результатом є певний обсяг енергії (як одного з ресурсів підприємства) для забезпечення безперебійної роботи підприємства, діяльність даного процесу не стосується основної продукції підприємства, а споживачами є внутрішні підрозділи підприємства (інші бізнес-процеси).

Однією з моделей представлення бізнес-процесів є потокова модель. Вона пов'язана з описом процесу як потоку об'єктів (потік на вході – перетворення – потік на виході). В якості потоку в даному випадку виступають потоки енергетичних ресурсів на вході процесу та потоки енергії на його виході. Як зазначалося вище, саме потоки є основним об'єктом вивчення логістики.

Логістичний процес представляє собою впорядковану в часі послідовність логістичних операцій, спрямовану на забезпечення споживача продукцією відповідного асортименту та якості в необхідній кількості в необхідне місце і час.

Сучасний розвиток логістики (період неологістики) можна охарактеризувати комплексним урахуванням спільної роботи всіх підрозділів підприємства при організації ефективної його діяльності. Для цього функціонування підприємства потрібно розглядати як роботу єдиного цілого, що складається з окремих ланок. Саме тому можна стверджувати, що робота енергетичного господарства промислового підприємства являє собою потоковий логістичний бізнес-процес, що вимагає оптимізації задля досягнення максимальної ефективності роботи всього підприємства.

Критерієм логістичного підходу до управління енергетичним господарством є мінімізація витрат, а сам процес представляє собою впорядковану в часі послідовність логістичних операцій, спрямовану на забезпечення підрозділів підприємства енергетичними послугами відповідного виду та якості в необхідній кількості в необхідне місце і час.

Таким чином, необхідно дотримуватися раціональної послідовності розробки схеми руху енергетичних потоків підприємства, що відповідає загальним рекомендаціям до оптимізації товароруху підприємства [1, с. 22]:

- 1) визначити цілі енергетичної логістики;
- 2) розробити альтернативні варіанти досягнення енергетичних цілей підприємства;
- 3) визначити функції логістики (логістичні операції), які сприятимуть досягненню поставлених цілей;
- 4) розрахувати витрати для кожного альтернативного варіанту досягнення цілей.

Саме завдяки дотримання цієї послідовності, можна оптимізувати діяльність енергетичного господарства, тобто відібрати саме той варіант схеми енергетичних потоків підприємства, що є найбільш вигідним для підприємства в конкретних умовах господарювання.

Література

1. Дадиверина Л. Н., Шостак Р. С. Основы логистики в организации производства : учеб. пособие. Днепропетровск : Пороги, 2012. 166 с.
2. Титенко Л. В. Інформаційна логістика бізнес-процесів у системі стратегічного управління. *Економіка і суспільство*. 2018. № 16. С. 504-512.

ЕНЕРГІЯ ЯК ДЖЕРЕЛО РОЗВИТКУ СУБ’ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ У СИСТЕМІ ПРИРОДНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Будь-яка діяльність суб’єкта господарювання неможлива без використання енергії. Це може бути як електрична енергія, механічна енергія, так і енергія, яку витрачає робітник у процесі виконання роботи. А. Мельниченко зазначає, що усі сили людини з початку його існування були направлені на видобуток джерел енергії: від пошуку їжі до організму, до розщеплення водню – для забезпечення реакції холодного ядерного синтезу з ціллю передачі енергії механізмам, що складають обслуговуючий комплекс для населення [1, с. 259].

Якщо проаналізувати історичний розвиток ставлення людства до енергії, то, наприклад, Фалес із Мілета стверджував, що душа властива навіть неживим тілам, а підтвердженням того, що це так є магніт та бурштин. Необхідно зазначити, що саме магніт та бурштин мають електромагнітні властивості, які може побачити людина, а термін “електрон” пішов з грецького слова “бурштин”. Таким чином, можна припустити, що Фалес мав на увазі наявність саме електронів, які входять до складу всіх атомів. Арістотель називав Фалеса першим філософом, який сформулював проблему матеріальної першооснови всього суцього. Арістотель казав, що “Фалес, виходячи з того, що про нього розповідають, вважав душу здатною призводити до руху, а душа розлита по всьому”.

Ми знаємо, що саме електрон входить до складу всіх атомів і є джерелом енергії. І саме “одиниця енергії” людського організму АТФ призводить до руху всі біологічні функції людського організму. У якості приклада можна ще привести вислів Анаксимандра, який казав, що “апейрон знаходиться поза сприйняттям наших органів відчуттів і є чимось середнім між вогнем, повітрям, водою та землею. Він знаходиться у стані вічної активності і вічного руху. Рух притаманний апейрону як невіддільна від нього властивість. Можна відмітити, що електрон у атомі знаходиться у постійному русі біля ядра, а за словами відомого давньогрецького філософа Пірона “можливо, що речі володіють такими властивостями, про які ми не знаємо через відсутність у нас відповідного органу відчуття”. Наприклад, вже доведено, що деякі живі організми мають ще такий орган відчуття як магніторецепція і здатні відчувати магнітні поля.

Отже, можна зробити висновок, що вже у античні часи людством були помічені електромагнітні властивості деяких речей та зроблене припущення щодо наявності у речей таких властивостей, які неможливо оцінити за допомогою наявних у людини органів чуття.

Сучасні вчення щодо електромагнітних зв’язків, дії електромагнітних хвиль, властивостей електромагнітних полів відображають наявність

нескінченної кількості явищ та зв'язків, які вченим ще необхідно буде дослідити.

Відомий американський фізик-теоретик Метт Страсслер стверджує, що енергія може з'явитися через взаємодію різних полів, або навіть через взаємодію з самим полем. Вся структура нашого світу – протони, атоми, молекули, тіла, гори, планети, зірки, галактики – є результатом наявності такого типу енергії. Насправді, багато типів енергії, про які ми розмірковуємо так, ніби вони відрізняються один від одного – хімічна енергія, ядерна енергія, електромагнітна енергія – або є однією з форм енергії взаємодії або якимось чином до неї відносяться [2].

Отже, відомий фізик-теоретик припускає наявність єдиної енергії взаємодії. Виходячи з припущення щодо наявності енергії взаємодії між всіма атомами, молекулами, тілами, можна припустити, що існує певна енергія взаємодії у суспільстві і на підприємстві між усіма суб'єктами і об'єктами виробничого процесу. Енергія взаємодії між керівником і підлеглим, певна енергія взаємодії між менеджерами з продажу і клієнтами. Необхідно відмітити, що на думку фізика-теоретика Метта Страсслера, енергія взаємодії властива усім тілам, в тому числі і неживим.

Таким чином, можна припустити, що є певна енергія взаємодії між робітниками підприємства, їхніми засобами виробництва і створеною продукцією. Мабуть, в реальному житті дуже багато людей “прив'язані” до власних засобів виробництва, до власного комп'ютера, верстата, улюбленої кулькової ручки, одягу або, навіть, місця проживання або праці. Дуже багато співробітників відчують незадоволення керівника, поганий настрій колеги або невдоволення клієнта, навіть без наявних візуальних ознак невдоволення. Таким чином, розвиваючи теорію щодо енергії взаємодії, необхідно підкреслити важливість забезпечення на підприємстві сприятливого соціально-психологічного клімату, комфортних умов праці, побудови дружніх взаємовідносин з постачальниками та покупцями тощо.

Крім того, виходячи з теорії енергії взаємодії можна припустити наявність певної енергії взаємодії між людиною і навколишнім світом. Таким чином, все більше актуалізується питання реалізації концепції сталого розвитку суспільства, у якій зосереджується увага на існуючій взаємодії між людиною, природним середовищем та суспільством та наголошується на необхідності природозбереження, екологізації соціально-економічної системи та подолання бідності.

Література

1. Мельниченко А. В. К вопросу об энергии и ее использовании. Экономика підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: Матеріали шостої міжнар. наук.-практ. конф., 22-23 вересня 2017 р. Одеса, 2017. С. 259-261.
2. Strassler M. The Energy That Holds Things Together. URL: <https://profmattstrassler.com/articles-and-posts/particle-physics-basics/mass-energy-matter-etc/the-energy-that-holds-things-together/>

ВІДНОВЛЮВАНА ЕНЕРГЕТИКА: ПІДХОДИ ДО МОДЕЛЮВАННЯ ДЕКАРБОНІЗАЦІЇ ЕНЕРГЕТИЧНИХ СИСТЕМ

Енергетичне моделювання, як правило, направлено на вирішення наступних завдань: розрахунок можливої генерації енергії енергетичними системами; моделювання оптимального розподілу генерації; моделювання інвестиційної оптимізації; моделювання сценаріїв розвитку енергетичного сектора.

Енергетичні моделі представляється можливим розділити на три класи: зверху-вниз (top-down), знизу-вгору або висхідні (bottom-up) і гібридні (hybrid) [1]. Моделювання зверху-вниз враховує варіацію макроекономічних змін в часі в результаті застосування технології виробництва енергії з меншими витратами і меншим екологічним збитком для навколишнього середовища. Другий, висхідний, часто званий інженерним підходом, використовує моделі з описом розширеною технологією і докладним поданням енергетичної системи, але не включає взаємодії між енергетичної та економічної системою. Третій, гібридний підхід агрегує детальне уявлення енергетичних технологічних моделей знизу-вгору в макроекономічну модель зверху-вниз.

При оцінці інтеграції технологій відновлюваних джерел в енергетичну систему, велике значення мають як довгострокові зміни, так і технологічні властивості самої системи. Охоплення першого і другого дозволяють моделі гібридного виду, що в свою чергу має на увазі міждисциплінарний підхід.

Методи, які використовують в енергетичному моделюванні, представляється можливим розділити на три умовні категорії: імітаційні, оптимізаційні та рівноважні. Імітаційні моделі імітують енергетичну систему на основі заданих рівнянь і характеристик. Вони часто є висхідними моделями з докладним технологічним описом енергетичної системи.

Оптимізаційні моделі, застосовуються при моделюванні оптимального варіанту для енергетичних систем при заздалегідь заданій кількості наявних ресурсів в розпорядженні. У більшості оптимізаційних моделей використовується підхід лінійного програмування з цільовою функцією, яка або максимізує, або мінімізується. Моделі оптимізації також можуть бути нелінійними, тобто цільова функція або обмеження є нелінійними.

Моделі рівноваги засновані на економічному підході, моделюючи енергетичний сектор як частину всієї економіки, досліджуючи зв'язки з усією економікою. Тому такі моделі часто використовуються для оцінки впливу різних стратегій на економіку в цілому [2].

Заслуговує на окрему увагу модель переходу на відновлювані джерела енергій (LUT Energy System Transition) в вигляді цільової функціональної моделі переходу енергосистеми при оптимізації елементів енергосистеми з

метою мінімізації загальних річних витрат системи і вартості електроенергії, споживаної кінцевими користувачами.

Для мінімізації витрат в енергосистемі, модель прагне оптимізувати суму річних витрат: встановлених потужностей для кожної технології, виробництва енергії. Крім того, житлові, комерційні та промислові споживачі використовують розподілену генерацію, яка включена в систему за допомогою відповідних встановлених потужностей дахових фотоелектричних систем і батарей. Просьюмери прагнуть мінімізувати вартість власного споживання електроенергії, яка є сумою витрат на самостійне виробництво і вартості електроенергії, споживаної з мережі. Коли генерується надмірна кількість енергії у споживачів, вона продається в мережу і віднімається із загальних річних витрат. У модель введено чотири обмеження:

- максимальний приріст абсолютних встановлених потужностей ВДЕ в порівнянні із загальною потужністю виробництва електроенергії може бути досягнутий для кожного п'ятирічного тимчасового кроку, з урахуванням конкретних показників зростання;

- обмеження впроваджувати технології, пов'язане з виробництвом біоенергії, до 2030 р.;

- третє обмеження стосувалося просьюмерів;

- що після 2015 р. нові атомні або копалини електростанції не можуть бути встановлені з причин стійкості [3].

Після апробації моделі для всіх країн ЄС, вчені прийшли до висновку: Система 100 % відновлюваної енергетики буде доступна для Європи до 2050 р. при зроблених припущеннях в аналізі. Така енергетична система являє собою конкурентоспроможне за вартістю рішення для Європи і допоможе в досягненні цілей Паризької угоди. Примітно, що встановлення більш тісних взаємозв'язків між регіонами Європи може привести до більшої економії засобів і швидшого переходу.

Наше подальше дослідження буде направлено на моделювання трансформації енергетичного сектора України та апробацію моделі (LUT Energy System Transition) з передумовою повної декарбонізації в енергетичному секторі.

Література

1. Ringkjøb, Hans-Kristian, Peter M. Haugan, and Ida Marie Solbrekke. "A Review of Modelling Tools for Energy and Electricity Systems with Large Shares of Variable Renewables." *Renewable and Sustainable Energy Reviews* 96 (November 1, 2018): 440–59. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2018.08.002>.

2. P. Crespo Del Granado et. "Modelling the Energy Transition: A Nexus of Energy System and Economic Models" Accessed July 24, 2019.

3. Child, Michael, Claudia Kemfert, Dmitrii Bogdanov, and Christian Breyer. "Flexible Electricity Generation, Grid Exchange and Storage for the Transition to a 100% Renewable Energy System in Europe." *Renewable Energy* 139 (August 1, 2019): 80–101. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2019.02.077>.

8. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЗОВНІШНЬОГО ОТОЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Яковлєв А.І.

д.е.н., професор

Національний технічний університет «ХПІ» (Україна)

ВТРАТИ ВІД ПРОВЕДЕННЯ ОПЕРАЦІЙ ООС НА ДОНБАСІ

У існуючих літературних джерелах та відповідних методичних матеріалах розглядаються як правило людські втрати та втрати бойової техніки. У той же час мають місце економічні втрати для держави та суб'єктів підприємництва. Однак методи їх оцінки у теперішній час розглянуті недостатньо. Це й спричинило необхідність їх подальшої розробки.

Наші пропозиції полягають у наступному. Військові дії відволікають від продуктивної роботи частину працеспроможного населення. Це призводить до зменшення виробітку у національному господарстві, втрати величини національного доходу та додаткової вартості у межах держави, а також до зниження величини прибутку для суб'єктів підприємництва. Останню величину пропонується розраховувати за формулою

$$ПР_t = ПР_1 \times N_p, \quad (1)$$

де $ПР_t$ – втрати прибутку від зменшення кількості робочої сили за період у t років; $ПР_1$ – втрати прибутку за один рік, грн.; N_p – кількість осіб, на які зменшується чисельність робочої сили в результаті проведення військових дій.

Відповідні чисельні данні можуть бути визначені на основі статистичних або експертних оцінок.

На основі проведених розрахунків одержано наступні результати. Їх інтерпретація наводиться нижче. Найбільші втрати пов'язані з відволіканням працездатних осіб на виконання інших дій, не пов'язаних зі створенням матеріальних цінностей. Це призводить до зменшення величини національного доходу і відповідно до зниження економічного потенціалу країни та добробуту населення. Такі цифри складають мільярдні суми.

Можуть виникнути заперечення, що зі зростанням рівня автоматизації виробництва має місце скорочення потреби в робочій силі. Та на сьогодні рівень автоматизації виробництва в Україні не такий високий. Як і рівень використання виробничого обладнання. Тому мають місце значні резерви у використанні живої праці. Згідно новітніх економічних теорій [1; 2], рушійною силою економічного зростання є жива праця.

Згідно наших досліджень [3, с. 16-25], 75 % тобто $\frac{3}{4}$ ефекту здобувається завдяки задіяності живої праці. Тим більше, що впровадження високопродуктивних засобів праці повинно сприяти значному зростанню

обсягів виробництва матеріальних благ, що у кінцевому результаті призведе до збільшення потреб у робочій силі.

Це відповідає постулатам неокейсіанської теорії, згідно з якою стверджується, що із зростанням потреби спостерігається наявність вільної робочої сили та невикористаних виробничих потужностей [4]. У свою чергу, зростання величини національного доходу потребує збільшення виробничих потужностей. Це характерно для нинішнього етапу економіки України, де спостерігається хай поки що невеличке економічне зростання з подальшим передбачуваним його збільшенням. У цьому аспекті слід також визначити перспективні втрати майбутніх можливих працездатних осіб, які не народилися у зв'язку загибеллю їх батьків на війні та в мирних оселях.

В зв'язку з нестачею ряду даних деякі розрахунки можуть бути виконані лише якісно. Однак деякі розрахунки можна виконати і кількісно. До них належать втрати державного бюджету від недоврахування податкових надходжень в результаті зменшення кількості працюючих, збільшення виплати пенсій пораненим бійцям, які стали інвалідами в результаті військових дій в АТО, виплати сім'ям загиблих та ін.

Чисельні розрахунки підтверджують величезну величину втрат, які складають кілька відсотків ВВП. Тому встановлення миру на Донбасі є нагальною проблемою, або хоча б досягнення тимчасового перемир'я. Однак не все залежить від української сторони. У цьому зв'язку певні надії покладаються на нові ініціативи міжнародної спільноти, оскільки домовленості у мінському форматі виявились недостатньо дієвими. Зокрема, мова йде про залучення міжнародної місії миротворців на окуповану тимчасово територію. Але це викликає неприйнятність з боку Росії. Тим не менш робляться всі кроки для поліпшення існуючого становища. Цьому повинен також посприяти Закон про деокупацію Донбасу. Завдяки його прийняттю з'явиться можливість реконструювати та підвищити боєздатність наших збройних сил.

Література

1. Raul Mishael Romer. New Goods, Old Theory and the Welfare costs of Trade Restrictions //Journal of Development Economics, № 43 (1994), pp.5-38. (in USA).
2. Robert Emerson Lucas. Method 1 and Problems in business cycle theory//Journal of Monetary Economics 22: 3-42, ol 10; 1016 / 0304-3092 (881), 1980. (in USA).
3. Яковлев А., Черненко М. Визначення соціально-економічної оцінки робочої сили в умовах інноваційного розвитку. *Економіка України*. К.: Мінеконом розвитку і торгівлі, Мінфін, НАНУ, № 4, 2012. с.16-25.
4. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Гелиос АРМ, 1999. 352 с.

Карпінський Б.А.
д.е.н., професор
Львівський національний університет ім. Івана Франка (Україна)

ПОДАТКОВА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ДЕРЖАВОТВОРЧОГО ПАТРІОТИЗМУ НАЦІЇ

Стратегіологічно, *патріотизм* передбачає гордість за матеріальні і духовні досягнення свого народу та Батьківщини, бажання збереження її характерних особливостей, її культурного надбання і зіставлення себе з іншими членами свого народу, постійна готовність підпорядковувати свої особисті інтереси інтересам загалу, в якому живеш, та захищати інтереси як свого підприємства, так і народу загалом на кожному часовому інтервалі розвитку. Властиво у патріотизмі працівника підприємства важливе значення відіграє його прагнення до соціальної самореалізації в організаційній структурі, яка визначається її прибутковістю, престижністю, перспективністю у фінансово-економічному просторі території. Формування патріотичної домінанти працівників підприємства створює передумови для нарощування його інвестиційної привабливості, конкурентоспроможності та фінансової стійкості. Метою дослідження стало виявлення додаткових можливостей активізації підприємства як платника податків через задіювання управлінської доктрини формування державотворчого патріотизму нації та прояву поведінкової економіки.

Сучасна тенденція щодо потреби в забезпеченні конкурентоспроможності вітчизняної продукції, використанні сучасних технологій на підприємствах та розширенні у структурі національного господарства частки наукоємних виробництв, вимагає й наявності патріотично налаштованої, високоосвіченої і висококваліфікованої робочої сили, а також постійного та всебічного поліпшення її якісних характеристик з врахуванням психолого-поведінкових особливостей. Загалом, *державотворчий патріотизм нації* – це все, що народ загалом та кожен громадянин зокрема роблять в інтересах творення незалежної, суверенної, цивілізованої держави [1; 2].

За своєю природою *державотворчий патріотизм нації* можливо оцінювати на основі використання двох підходів: *якісного* та *кількісного*. Із наукових досліджень автора випливає висновок, що *податки є кількісним вимірником фактичного державотворчого патріотизму нації щодо конкретизації реальної участі (нинішніх та майбутніх) платників податків у забезпеченні фінансової складової життєформування й розвитку держави*.

Підкреслимо, що часовий інтервал кристалізації державотворчого патріотизму нації у формі ідентифікаційних характеристик (якісна домінанта) може тривати століття. Водночас, його безпосередня реалізація вже у формі прояву податкової домінанти на підприємстві настає в конкретному році, тобто термін віддачі триває визначений (бюджетний) рік. У загальному випадку, формування і реалізація даного патріотизму з врахуванням як тенденцій у складових (відтворення та змінність результатів), так і часових інтервалів

схематично можна відобразити у вигляді труби змінного перерізу, де попередні складові трансформуються у реальні бюджетні поступлення від підприємства (рис.).

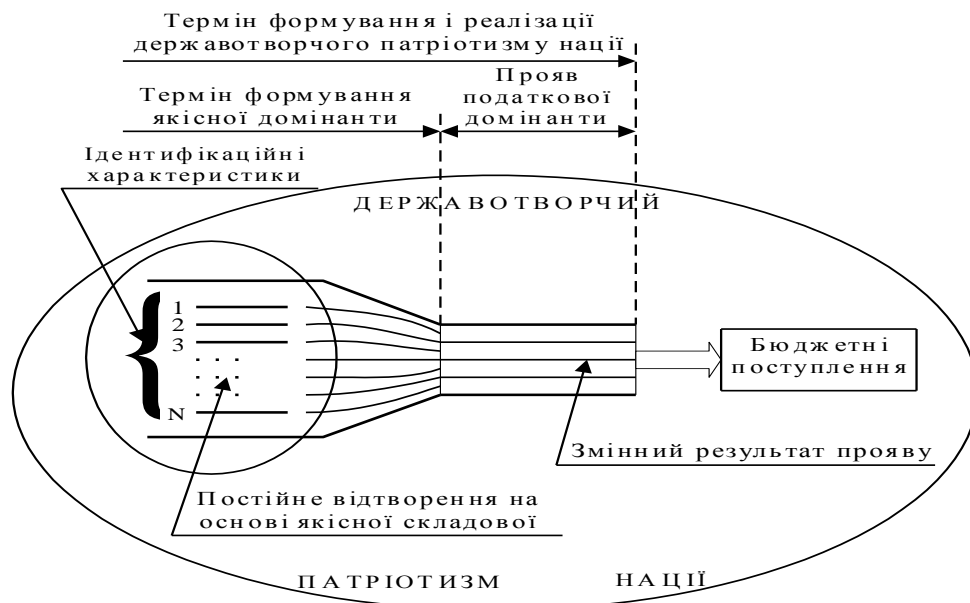


Рис. Формування і реалізація державотворчого патріотизму нації через активізацію прояву податкової культури підприємства

Джерело: власна розробка

За результатами проведеного дослідження можливо стверджувати:

1. Концентрованим проявом податкової культури підприємства, а з цим і результативності національної (узагальненої) ідентифікаційної характеристики його державотворчого патріотизму нації, є податки.

2. Чим вищий рівень прояву ідентифікаційних характеристик нації, які відбиваються в якійсь складовій працівників конкретного підприємства, тим, потенційно, буде вища віддача у податковій домінанті (більші бюджетні поступлення від нього).

Оскільки у стратегії розвитку підприємства його податкова культура як елемент поведінкової економіки пов'язана з психолого-мотиваційними факторами, то необхідно формувати управлінську доктрину цього патріотизму так, щоб мотиваційна психологія платника податків була спрямована в інтересах держави, виходячи з того, що сплачуючи податки конкретний платник (підприємство) цілеспрямовано творить власну державу.

Література

1. Карпінський Б. А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта інвестиційного зростання. Монографія. Львів : Колір ПРО, 2018. 480 с.

2. Карпинский Б. А. Стратегиология развития экономической системы государства: основы, финансовые вызовы, диспропорции. *Финансовое управление развитием экономических систем*: монография. Новосибирск : „СИБ-ПРИНТ”. 2012. С. 44-59.

Melnychenko O.
Doctor of Sciences (Economics), Professor
The London Academy of Science and Business (Great Britain)

APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE CONTROL SYSTEMS OF ECONOMIC ACTIVITIES

International Standards on Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance and Related Services Engagements [4] are recognized worldwide and are applied for assessment of the historical financial information, its review, and the implementation of assurance tasks that are not audits or reviews of historical financial information, etc.

The implementation of these tasks is based primarily on professional judgments about the object of study of a professional accountant or auditor. Their findings are drawn on the review of documents, the use of audit evidence, risk assessment, etc.

There is always a probability (and rather high) that professional judgment will be based on incomplete information (since the dynamics of information changes is extremely high today), on the misstatements (since it is impossible to trace all the changes in knowledge related to the object of study), regardless of the quality of the performance of these individuals. In addition, the auditor often takes subjective decisions (for example, when choosing certain elements for the assessment from the general population), which also affects the degree of objectivity of the assessments.

Artificial intelligence is the tool that could handle the entire set of knowledge, track all changes in the significant and important information, as well as in the insignificant and unimportant (which, however, also has an effect on the object of analysis). It does not have a work schedule or other restrictions on the time of work, so the comparison and analysis of information can be carried out around the clock, and the speed of data processing is determined by the processing power of the information systems, on which it operates, and is stably high.

Modern findings in the field of artificial intelligence research are definitely significant and valuable [1; 2; 3; 5]. However, the actual development of a separate unit, for example, responsible for working with documents and information in the framework of the audit, requires significant investments that can bring tangible results, or may not work at all. For example, it is not known whether the entrepreneurs will be interested in an absolutely objective, unbiased audit with zero probability of not detecting violations. Is a global, interstate, large national or small business ready to conduct a completely transparent activity, based on blockchain technology, which implies, in fact, an objective and impartial audit [6]?

The role of artificial intelligence in the realization of assurance tasks lies in increasing the effectiveness of the control system.

This goal is achieved through the implementation by artificial intelligence in the process of auditing the following functions:

- improving the quality of data processing: taking into account, apart from important noticeable and significant data, also important imperceptible, secondary noticeable and imperceptible, as well as even insignificant, omissible and imperceptible data for analysing information and identifying the truth;
- increasing the productivity of the audit system by analysis of the information, associated with the object of audit, round-the-clock, without fatigue, distraction, with a stable high speed of data processing;
- acceleration of reaction to changes in the information space and taking into account all possible factors that influence or have influenced the decision-making associated with the object of audit, reduce the risk of errors caused by obsolete knowledge.

Performing of these functions depends on specific tasks according to the type of control object. Thus, before setting the task to artificial intelligence, it is necessary to classify the object according to different features: volume, size, scale, level, etc.

For example, the control over the correctness of the calculation and payment of value added tax is appropriate to assign to artificial intelligence, in particular, in part of the comparison of information in the regulations, primary documents, agreements with counterparties, reports on movement of funds in bank accounts, tax declarations, etc., when it comes to a separate enterprise. Otherwise, it is advisable to describe the level of information support, if it concerns the state-level control. In addition, the information from the tax authorities, data from registers of different levels, etc. should be used as well.

In this case, the artificial intelligence is ready to perform the tasks non-stop in real time until receiving the command of termination the process.

References

1. Bochulia, T., & Melnychenko, O. (2019). Accounting and analytical provision of management in the times of information thinking. *European Cooperation*, 1(41), 52-64. <https://doi.org/10.32070/ec.v1i41.21>.
2. Bochulia, T., & Yancheva, I. (2017). Scenario maps of management as effective concept for sustainable development of enterprise. *European Cooperation*, 8(27), 44 – 52.
3. Girchenko, T., & Kossmann, R. (2016). Implementation and development of digital marketing in modern banking business. *European Cooperation*, 12(19), 68 – 85.
4. *Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements* (2018). The International Federation of Accountants (IFAC). ISBN: 978-1-60815-389-3.
5. Ivanov, S., Liashenko, V., Kamińska, B., & Kvilinskyi, O. (2016). A concept of modernization evaluation. *European Cooperation*, 12(19), 86 – 101.
6. Melnychenko, O., & Hartinger, R. (2017). Role of blockchain technology in accounting and auditing. *European Cooperation*, 9(28), 27 – 34.

Grzybowska-Brzezińska M.

Professor, dr hab.,

Grzywińska-Rapca M.

Ph.D.

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

ILLEGAL MANIPULATION TECHNIQUES IN ADVERTISING

Advertising is one of the most important promotional tools, which origins reach back into antiquity. Its main goal is to communicate with consumers in a way, which encourages them to buy certain service or product [1, p. 54; 2, p. 451; 3, p. 37]. The activity is based on many techniques concerning persuasion and manipulation [4, p. 598; 5, p. 48; 6, p. 49]. The paper concerns problems of manipulation and illegal advertising elements and techniques. The main reason for choosing the subject was to describe importance and influence of manipulation techniques and define illegal advertising elements and techniques.

The paper describes the most significant manipulation techniques, which include principles of the authority, inaccessibility, social proof and the way of creating scientific atmosphere in advertising materials. The aspects are regularized by many legal acts and codes of ethics, depiction of differences between regulations in certain countries. For performing quantitative research, the approach of survey methodology with authorial questionnaire was used. The research was performed on the group of 659 not randomly selected people.

Research results, which were discussed regarding identification and assessment of consumers' awareness in the context of illegal advertising techniques. According to performed analyses, the majority of respondents is susceptible to advertising. The majority of women aged over 41 and men aged below 18 are especially susceptible to the principle of authority, which is one of the most frequently used manipulation techniques. The technique is mostly effective while using the image of doctors, because they are believed by majority of respondents as trustworthy. What is more, it was concluded that respondents have little knowledge about advertising law. However, the use of manipulation techniques in advertising should be avoided, as it may harm the brand and company's image.

References

1. Fus A. Język reklamy jako narzędzie perswazji i manipulacji na przykładzie wybranych polskich spotów telewizyjnych / A.Fus // *Investigationes Linguisticae*. 2010. Vol 19, p. 54.
2. Grębowiec M. Reklamy kontrowersyjne i ich wpływ na podejmowanie decyzji nabywczych przez konsumentów. / M. Grębowiec // *Zeszyty Naukowe Polityki Europejskiej, Finanse i Marketing*. 2010. No 3 (52), p.451.
3. Grochowski R. Prawo i etyka reklamy. / R. Grochowski // *Wydawnictwo Naukowe 'Scriptorium'*. Opole. 2013, p.37.

4. Nowacki R. Reklama etyczna czy kontrowersyjna? Walory informacyjne a wiarygodność przekazów reklamowych w opinii konsumentów. / R. Nowacki // Marketing i Rynek. Warszawa. 2014. No 8, pp. 598.

5. Olszewska E. Przekaz podprogowy w reklamie jako manipulacja i zagrożenie dla poczucie bezpieczeństwa konsumenta. / E. Olszewska // Zeszyty Naukowe WSOWL. 2013. No 2 (168), pp.48.

6. Ożewski W. Reklama. Aspekty Prawne. / W. Ożewski // Polskie Wydawnictwo Prawnicze Iuris, Poznań. 2012. p.49.

Grzybowska-Brzezińska M.

Professor, dr hab.,

Kuberska D.

Ph.D.

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

INSTRUMENTS OF MARKETING ACTIVITIES AND CONSUMER BEHAVIOR IN THE ORGANIC FOOD MARKET

The organic food market is currently growing rapidly. Environmental awareness is also increasing, which affects consumers' behaviour, and this is linked to the growing interest of the market [1, p. 65; 2, p. 275; 3, p. 87]. The aim of this work was to identify, analyse and assess consumer attitudes towards organic food and to determine the impact of green marketing on consumer choices.

The paper presenting theoretical considerations for marketing and consumer attitudes in the organic food market, concept of marketing, with particular attention to the marketing of consumer goods and environmental marketing. It also contains aspects related to the marketing strategy of the companies on the food market. This section presents marketing instruments that underpin the implementation of the company's marketing strategy [4, p. 147; 5, p. 216]. Each of the four elements of marketing-mix has been discussed in detail, especially in terms of green marketing. The second section focuses on the essence of consumer attitudes and behaviours in the market and the factors that determine them. The paper also presents a decision-making process for consumers in the organic food market with an overview of each step. The surveys used the direct intelligence method and the Web survey, and the tool used was an individual survey questionnaire. The study was carried out on 645 respondents.

The results of studies that presented the determination of consumer behaviour in the organic food market. An assessment was made of respondents' awareness of the subject, the conditionality of purchasing decisions and the barriers to consumption of this food, taking into account demographic differences. The majority of organic food understands food without artificial additives and recognizes it

through the inscription "eco", "bio" or organic certificate. The main motive for consumers when purchasing organic food is health, as well as the perception of this food as a preservative. The biggest barriers to consumption of eco-food, perceived by consumers, are price and product availability.

References

1. Kawa M., Cyran K. Wiedza konsumentów jako determinanta decyzji zakupowych na rynku żywności ekologicznej / M.Kawa, K.Cyran // *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*. 2015. No 112, pp.63-74.

2. Kułyk P., Michałowska M. Zachowania konsumentów na rynku żywności ekologicznej w świetle wyników badań empirycznych w województwie lubuskim. / P.Kułyk, M. Michałowska // *Handel Wewnętrzny*. 2018. No 2 (373), pp. 270-282.

3. Łozińska-Wróbel K., Pachnowska B. Żywność ekologiczna w Polsce / K.Łozińska-Wróbel, B. Pachnowska // *IMAS International Sp. z o.o.*. Wrocław, 2017, pp.87.

4. Mańkowska-Wróbel L. Ekologiczne uwarunkowania zachowań konsumentów. / L. Mańkowska-Wróbel // *Handel Wewnętrzny*. 2014. No 1(354), pp. 141-150.

5. Niedzielska A. Marketing w świetle zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw. / A. Niedzielska// *Marketing i Rynek*. 2014. No11, pp. 213-219.

Hilmar Þór Hilmarsson

Ph.D., Professor

School of Business and Science University of Akureyri (Iceland)

THE CLIMATE CRISIS AND THE GLOBAL INVESTMENT REGIME

Climate change is among the most serious challenges the world has ever faced [1]. This is a global problem that is a threat to economic development and human well-being on the earth. Strong incentives exist for individual countries to free ride. The absence of a global government, or a strong international organization to enforce cuts in emissions, make this battle a sharply challenging problem to manage. Rich countries have preferred to sign bilateral investment treaties with developing and emerging countries rather than having a global investment regime supported by an international organization. This makes long term clean energy investments in developing and emerging markets more problematic. IFIs tend to serve investors from rich countries rather than the interests of developing host countries.

Part of the strategy in the battle against climate change ought to be transition to clean renewable energy sources. This requires infrastructure investment to utilize these sources on a larger scale. Renewables account for only a small share of global primary energy consumption, which is still dominated by fossil fuels: about 30 percent each for coal and oil and 25 percent for natural gas [2] (see Table).

Table

Share of Primary Energy Consumption (percentage points)					
	Oil*	Natural Gas**	Coal**	Nuclear Energy	Renewables
World	33	24	30	4	9
United States	36	30	20	8	5
China	18	6	66	1	10
European Union	37	22	17	12	13
*Oil is mostly to power transportation.					
**Coal and natural gas are mainly used for electricity generation.					
Source: Arezki and Obstfeld, 2015					

Emerging and developing countries have the largest underutilized clean energy sources in the world and they also have the strongest demand given both current economic and population growth. Clean energy investments like geothermal and hydropower, are large, capital intensive, and long term. Those projects often need sponsorship and funding from public, private and donor sources. This requires international cooperation and coordination, cooperation between the public and the private sector, as well as a fair sharing of risks and rewards [3; 4].

In the absence of a global investment agreement, like the GATT and subsequently the WTO on trade, investors have turned to piecemeal solutions when protecting their rights in risky countries [5]. This failure to create a global framework for investment supported by an international organization is especially serious if one considers capital intensive clean energy projects. The current investment regime seems mainly to be concerned with protecting investors from rich countries against government action in poor countries.

The failure to create a global investment regime traces all the way back to the Bretton Woods conference in 1944. In fact, one can hardly talk about any institutionalized cooperation on cross border investments on a global scale. Some regional agreements and interregional agreements address cross border investment but it is unclear yet if those will eventually result in a global arrangement supported by an international organization. Rich countries may be better off with the current arrangement, i.e. the interests of capital exporting countries can continue to dominate developing and emerging countries.

IFIs can be important partners not only with direct funding, i.e. loans and equity investment, but also increasingly through risk mitigation instruments. However, the insurance and guarantee instruments offered by IFIs to promote cross border investments are piecemeal solutions that could nevertheless be useful to leverage funding for clean energy investments. IFIs can also make important contributions via policy dialogue and technical assistance.

Increased investment in clean energy projects can only be part of the solution in the battle against climate change. Nevertheless, it is an important part of the strategy. Investment in infrastructure creates jobs and profits and can thus provide the right incentives for global action. Any global climate agreement needs to construct a finance regime that supports low-carbon development in developing and emerging

countries. The climate finance regime should incentivize decarbonization and IFIs should give priority to clean energy investments. The international community needs to ask two questions: How can we make the global investment regime more effective, especially in promoting clean energy investment in developing and emerging markets? How can we reform the IFIs to make them more effective in responding to the climate crisis?

References

1. Stern Review. (2006). Stern Review: The Economics of Climate Change, available at: http://mudancasclimaticas.cptec.inpe.br/~rmclima/pdfs/destaques/sternreview_report_complete.pdf (Accessed on 2 June 2019).
2. Arezki, R. and Obstfeld, M. (2015). The Price of Oil and the Price of Carbon, available at: <http://blog-imfdirect.imf.org/2015/12/02/the-price-of-oil-and-the-price-of-carbon/> (Accessed on 7 June 2019).
3. Hilmarsson, H. Þ. (2016). International Financial Institutions, Climate Change and the Urgency to Facilitate Clean Energy Investment in Developing and Emerging Market Economies. Nova Science Publishers, Inc. New York.
4. Hilmarsson, H. Þ. (2012). Small States and Large Private Sector Investments in Emerging Market Economies in Partnership with International Financial Institutions. In Innovation Systems in Small Catching-Up Economies: New Perspectives on Practice and Policy. Springer Book Series on Innovation, Technology and Knowledge Management, Volume 15, Part 2, 139-158.
5. Wells, L. T. (2005). The New International Property Rights. Can the Foreign Investor Rely on Them? In International Political Risk Management. Looking to the Future, Theodore H. Moran and Gerald T. West, Eds. The World Bank Group – Multilateral Investment Guarantee Agency.

Павленчик Н.Ф.

д.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної культури ім. Івана Боберського
(Україна)

ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ

Динамічність становлення та розвиток ринкових відносин в Україні вимагає формування належного соціального середовища для функціонування господарюючих суб'єктів усіх організаційно-правових форм та загалом економіки країни. Це функціонування залежить насамперед від пристосованості до умов господарювання економічно активного населення, наявності мотиваційних чинників та стабільності загальної соціальної та економіко-політичної ситуації.

Держава і суспільство мають значний інтерес щодо ефективного використання трудового потенціалу, який знаходиться в їх розпорядженні. Причому його використання має відбуватися таким чином, щоб населення в роки свого активного життя, забезпечувало створення належних умов існування в період свого нетрудового життєвого циклу. З цією метою необхідно підтримувати трудову активність на такому рівні, який би задовольняв потреби зацікавленого у праці населення, зумовлював подолання соціально-виробничої інертності, сприяв ефективному використанню робочої сили та її адаптації до якісно нових виробничих відносин.

Регулювання і формування трудового потенціалу України стає однією із найактуальніших проблем країни. Загальна економіко-політична ситуація, спад виробництва, низький соціальний рівень, безвізовий режим, інфляція та корупція – це лише окремі чинники, які призвели до катастрофічної ситуації із трудовим потенціалом в Україні та зниження зайнятості трудових ресурсів (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка трудового потенціалу України

Показники	2000	2010	2018	2018 до 2000, %
Економічно активне населення працездатного віку, тис. осіб	21150,7	19164,0	17296,2	81,8
- у віці 15-70 років	22830,8	20894,1	17939,5	78,6
у т.ч. - зайняте населення працездатного віку, тис. осіб	18520,7	17451,5	15718,6	84,9
- у віці 15-70 років	20175,0	19180,2	16360,9	81,1
Рівень зайнятості населення працездатного віку, %	87,6	91,1	94,6	+7 п.
- у віці 15-70 років	88,4	91,8	91,2	+2,8 п.

Як свідчать дані табл. 1, в Україні спостерігається негативна тенденція зменшення чисельності, як економічного активного населення, так і у віці 15-70 років. Так, у 2018 р. чисельність зайнятого населення працездатного віку

зменшилася на 15,1, а у віці 15-70 років на 18,9 пунктів порівняно із рівнем 2000 р. І хоча показник зайнятості населення працездатного віку у 2018 р. зріс на 7 пунктів проти рівня 2000 р., темпи зменшення зайнятого населення є вищим від темпів зменшення рівня економічно активного.

Формування трудового потенціалу знаходиться під впливом низки чинників еволюційного та кризового характеру. Одним із вагомих серед них є демографічний стан (табл. 2).

Таблиця 2

Тренди демографічного стану в Україні, тис. осіб

Показники	2010р.	2015р.	2018р.	2018р. до 2010р., %
Чисельність наявного населення на 1.01				
- міські поселення	31524,8	29673,1	29371,0	93,2
- сільська місцевість	14438,2	13256,2	13015,4	90,1
Загальний приріст/скорочення (-)				
- міські поселення	-83,1	-90,4	-114,3	137,5
- сільська місцевість	-101,2	-78,4	-118,9	117,4
у т.ч. природний приріст, скорочення (-)				
- міські поселення	-104,5	-92,7	-143,6	137,4
- сільська місцевість	-96,0	-90,3	-108,2	112,7
міграційний приріст/скорочення				
- міські поселення	21,4	2,3	29,3	137,2
- сільська місцевість	-5,2	11,9	-10,7	в 2 р.
Чисельність наявного населення на 31.12				
- міські поселення	31441,6	29585,0	29256,7	93,1
- сільська місцевість	14336,9	13175,6	12896,5	90,0

Як свідчать дані табл. 2, в Україні спостерігається негативна динаміка скорочення чисельності населення. Так, за 2018 р. Україна втратила 233,2 тис. осіб, тоді як у 2010 р. цей показник був на 48,7 тис. осіб нижчим. Особливо критичною є ситуація із сільським населенням, якого лише за 2018 р. зменшилося на 118,9 тис., а всього за період 2010-2018 р на 1,4 млн. осіб. Така тенденція скорочення чисельності населення свідчить про значне погіршення умов життя та праці людей.

Для суспільства найбільш ефективним шляхом підвищення трудового потенціалу є покращення його якісних та кількісних характеристик, яке може відбуватися під впливом позитивних змін у соціально-економічній системі та регулюється трудовими й соціально-виробничими відносинами. Правильний вибір стратегії соціально-економічного розвитку та ефективного формування національного ринку праці має стати першочерговим завданням державної програми піднесення. Отже, з метою збереження та збільшення трудового потенціалу України, необхідно розробити і запровадити загальнодержавну цілісну концепцію зайнятості, у якій вагоме місце повинно бути відведено становленню виробничо-підприємницької сфери економіки і з доповненням її ринкового механізму засобами державного регулювання.

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ІНКЛЮЗИВНОГО РОЗВИТКУ

У сучасному світі все більшого поширення у наукових і політичних колах набуває концепція інклюзивного розвитку. Тому актуальним науковим питанням є дослідження передумов та причин виникнення цієї концепції для більш глибокого розуміння її сутності та стратегічних цілей.

Статистика Світового банку свідчить про суттєве економічне зростання у другій половині ХХ ст. [1]: ВВП світу зріс у 31,9 разів у 2017 в порівнянні із 1969 р. (у поточних цінах в дол. США); ВВП на душу населення за паритетом купівельної спроможності збільшився у поточних цінах із 5493,42 дол. США у 1990 р. до 17968,88 дол. США у 2018 р.

Це позитивно вплинуло на рівень життя: населення світу зросло із 3,61 млрд. осіб у 1969 р. до 7,59 млрд. осіб у 2018 р. – в 2,1 рази. Очікувана тривалість життя при народженні зросла із 58 років у 1969 р. до 67,7 років у 2000 р. та 72,23 роки у 2017 р. [1].

Станом на кінець 2018 р. рівень надзвичайної бідності в світі був найнижчим за всю історію спостережень. У 1990 р. понад третина населення світу жили на менш, ніж 1,9 долара на день. За ці роки понад одному мільярду вдалося вирватися із злиднів, і близько половина країн світу знизили частку бідного населення до менш ніж 3 % [2].

Підвищився рівень доступу населення до освітніх ресурсів – загальний рівень освіченості людей є, напевно, найвищим за всю історію людства. Внаслідок розвитку медицини коефіцієнт смертності у віці до 5 років (на 1000 живо народжених дітей) зменшився із 93,20 у 1990 р. до 39,10 у 2017 р.

Однак з іншого боку, економічне зростання та підвищення рівня життя населення мають нерівномірний характер, що призводить до посилення нерівності у світі та виникнення структурних дисбалансів розвитку.

Близько 13 % населення світу живуть все ще без електрики – з них 87 % живуть у сільських районах. Понад 2,6 млрд. людей не мають доступу до каналізації та чистої питної води, 5,4 млрд. людей – до Інтернету, 2,5 млрд. чол. не мають рахунків у фінансових установах [3]. Невирішеною залишається системна проблема нерівності населення планети. Частка доходу найбідніших 20 % населення залишається практично незмінною – 5,3 % у 1980 р., 3,2 % у 2000 р. та 5,2 % у 2017 р. Хоча рівень бідності в світі знижується, однак вона сконцентрована в окремих регіонах світу – загальний борг країн із низьким і середнім доходом складає 607 млрд. доларів, що є найвищим показником за останні роки.

Глиbokі диспропорції у розвитку являють собою загрозу у глобальному вимірі та є однією із причин збройних конфліктів, активних міграційних процесів та зростання кількості біженців.

У таких умовах виникла об'єктивна необхідність у новому підході до розвитку людства. Концепція інклюзивного сталого розвитку (inclusive sustainable growth) сформувалась як більш широка парадигма щодо зростання та розвитку, як протипага підходу до економічного зростання як самоцілі людства. З іншого боку – це відображення споконвічного прагнення людства до суспільства, заснованого на справедливому розподілі ресурсів та рівному доступу до них та логічне продовження вчень фон Хайека, М. Вебера, В. Вернадського, концепцій сталого розвитку, зеленої економіки та інших.

Інклюзія (англ. inclusion – включення, залученість) – це збільшення ступеню участі усіх громадян соціуму у процесі економічного зростання і справедливий розподіл його результатів [4]. Інклюзивний розвиток – це зростання, яке дозволяє залучити більшу частину трудових ресурсів до ефективної економічної діяльності завдяки чому забезпечити більшій частині населення більш високий рівень життя [5, с. 152].

Перспективною науковою задачею є розробка теоретико-методологічних засад інклюзивного розвитку на макро-, мезо- та мікрорівні із залученням усіх суб'єктів економічної діяльності.

Література

1. World Development Indicators // The World Bank Group. URL: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators/Type/TABLE/preview/on#> (дата звернення: 29.07.2019).
2. Підсумки 2018 від Світового банку: бідність, біженці, борги // BBC. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-46699086> (дата звернення: 29.07.2019).
3. Федулова Л. І. Інклюзивні інновації в системі соціально-економічного розвитку. *Економіка: реалії часу*. Науковий журнал. 2016. № 3 (25). С. 56-65.
4. Базилюк А. В., Жулин О. В. Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку. *Економіка та управління на транспорті*. 2015. Вип. 1. С. 19-29.
5. Прогнімак О. Д. Інклюзивний розвиток України: перешкоди vs перспективи. *Економічний вісник Донбасу*. № 1(51). 2018. С. 187-197.

Доброва Н.В.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Інвестиційний процес в Україні гальмується через суб'єктивні та об'єктивні причини, серед яких основними є: часті зміни законодавства; високий рівень корумпованості; політичну та економічну нестабільність, недосконалість судової системи. Як результат, рівень інвестиційної привабливості України залишається досить низьким, порівняно з країнами Східної Європи.

Негативні причини, які зумовлюють зниження показників інвестиційної діяльності в Україні та Одеському регіоні, можна виділити наступні:

- 1) уповільнення темпів росту реального сектору економіки;
- 2) наявність збиткових підприємств на території регіону, які мають значне зношення основних фондів на підприємствах;
- 3) низька конкурентоздатність багатьох українських товарів, що робить не вигідними вкладення в їх випуск;
- 4) недостатній рівень державної підтримки інвестиційної діяльності та недосконалість в системі підготовки проектів державно-приватного партнерства;
- 5) несприятлива екологічна ситуація;
- 6) слабка розвиненість ринкових інститутів;
- 7) економічна нестабільність регіону;
- 8) недостатня державна підтримка впровадження високих технологій та інновацій;
- 9) низький рівень життя населення;
- 10) обмеженість інформації для інвесторів щодо наявних об'єктів інвестування.

Цих та інших причин, які гальмують розвиток Одеського регіону досить багато. Тому необхідно прийняти міри для підвищення рівня інвестиційної привабливості в Одеському регіоні. Для того, аби запропонувати дієві шляхи вирішення вищезазначених проблем, для початку необхідно створити конкурентне середовище. Значна частина капітальних інвестицій інвестується в підприємства промисловості, транспортного господарства та організації, що здійснюють операції з нерухомим майном. Якщо брати до уваги обсяги капітальних інвестицій, то тут спостерігається позитивна тенденція до росту капіталовкладень в регіон. І знову ж, такі вкладення капітальних інвестицій відбувається в основному в підприємства транспортного господарства, державне управління і оборону, підприємства промисловості та сільське господарство. Так, транспортне господарство на даний момент вважається

однією із пріоритетних галузей не тільки в регіоні, а і в Україні, саме тому значна частина коштів направляється на фінансування цієї сфери.

Можна виділити наступні шляхи вирішення існуючих проблем та залучення інвестицій в регіон.

1. Реалізація регіональних програм, які працюють сьогодні:

- регіональна програма розвитку водного господарства Одеської області на період до 2021 р.;

- комплексна програма охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки в Одеській області на 2014-2019 рр.;

- програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017-2020 рр.;

- програма залучення зовнішніх ресурсів та розвитку міжнародної діяльності Одеської області на 2018-2020 рр.;

- програма розвитку конкурентоспроможності малого та середнього підприємництва в Одеській області на 2017-2020 рр.

2. Державна підтримка в реалізації інвестиційних проектів, спрямованих на розбудову туристичної інфраструктури, агропромислового комплексу, впровадження сучасних технологій:

- сприяння організації та проведенню бізнес-форумів, ділових зустрічей, семінарів з питань інвестиційної діяльності;

- підтримка іноземних та вітчизняних інвесторів в процесі підготовки та реалізації інвестиційних проектів;

- надання допомоги місцевим підприємствам у пошуку іноземних партнерів, нових ринків збуту;

- реалізація спільних проектів з регіонами іноземних держав в рамках транскордонного та прикордонного співробітництва.

3. Концентрація наявних ресурсів у пріоритетних галузях економіки. Завдання зводиться до визначення пріоритетних галузей та направлення в них наявних ресурсів для підвищення конкурентоспроможності.

4. Інвестиції в людський потенціал.

5. Удосконалення законодавчої та нормативно правової бази, спрощення податкових процедур: зменшення рівня податків для іноземних інвесторів.

6. Доступ потенційних інвесторів до інформації щодо наявних об'єктів інвестування.

Таким чином, кожен з напрямів підвищення інвестиційної ефективності в регіоні повинен бути економічно обґрунтованим та зваженим. Поступово вирішуючи вищевказані проблеми, які заважають формуванню сприятливого інвестиційного середовища в регіоні, уряд повинен зосередити свої сили в забезпеченні зростання основних показників інвестиційної привабливості. На сьогодні важливими показниками інвестиційної привабливості є обсяги прямих іноземних інвестицій та обсяги капітальних інвестицій.

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ В УКРАЇНІ

Розвинені економічні відносини між суб'єктами господарювання передбачають чітку та ефективну організацію процесів мобілізації, розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів. У ринковій економіці цю роль виконує фінансова система (фінансовий ринок) країни. Фінансова система хоча й не має безпосереднього відношення до матеріального виробництва, але вона врешті-решт перерозподіляє фінансові ресурси інвесторів у матеріальне виробництво, тому, в певному сенсі, вона є каталізатором розвитку економіки в цілому.

В Україні найбільш потужними учасниками фінансового ринку є такі інституційні інвестори як комерційні банки, поміж активних операцій яких значний науковий та практичний інтерес становить *кредитно-інвестиційна діяльність*.

Зазначимо, що в аспекті банківських фінансових операцій, спрямованих на формування їх кредитно-інвестиційного портфелю, *інвестиційна діяльність* тісно пов'язана з *кредитною діяльністю*, оскільки інструменти фінансових інвестицій також є засобами публічної позики, тобто інвестор, вкладаючи кошти в певний бізнес, насправді кредитує його, надаючи позиковий капітал. Отже на фінансовому ринку відносини «*емітент – інвестор*» майже рівнозначні до відносин «*позичальник – кредитор*».

З метою розбудови в нашій державі ефективної банківської системи, НБУ було схвалено *Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 року* [1]. Перший етап цієї програми, який розпочався з 2014 р., зокрема передбачав «очищення» фінансового сектору та виведення з ринку неплатоспроможних банків. В результаті реалізації цієї програми за останні 5 років банківський сектор скоротився на 104 банківські установи та станом на 15.05.2019 в Україні залишилось лише 76 діючих комерційних банків [2]. Причому, поміж виведених з ринку банків, домінуючу частку (72 установи) банківський регулятор визнав неплатоспроможними саме внаслідок незадовільного фінансового стану та невиконання обов'язкових нормативів.

Однією з основних причин неплатоспроможності банків є низька якість їх кредитно-інвестиційного портфелю. Зокрема, за офіційними даними НБУ [3], більше половини від загального обсягу виданих банківських кредитів в Україні визнано непрацюючими. Фінансові інвестиції банківських установ значною мірою було сформовано такими борговими цінними паперами як векселі та облігації підприємств, за якими протягом останніх років було зафіксовано масові дефолти.

Наведені факти переконливо свідчать про необхідність запровадження дієвої системи управління ефективністю та ризиком боргових зобов'язань в межах комплексної системи ризик-менеджменту банківських установ. Високий

рівень проблемної заборгованості по кредитно-інвестиційних портфелях, а також «криза довіри» яка сформувалася у банків по відношенню до потенційних позичальників, суттєво гальмують розвиток кредитно-інвестиційної діяльності банківських установ, що спричинює дуже повільні темпи зростання активів банківської системи України протягом останніх років.

Кредитно-інвестиційна діяльність є основним джерелом генерування доходів банків та драйвером розвитку банківської системи в цілому, тому важливість її активізації важко переоцінити. Повністю погоджуємось з дослідником Огородник В.В., яка стверджує, що саме розвиток банківської кредитно-інвестиційної діяльності, дасть змогу підвищити інвестиційну привабливість держави та забезпечити структурні зрушення в економіці [4].

Також вважаємо доцільним навести тут висловлювання науковця Циганова С.С., який говорить, що потреба активізації участі банків в кредитно-інвестиційному процесі витікає з взаємозалежності успішного розвитку банківської системи і економіки в цілому. З одного боку, комерційні банки зацікавлені в стабільному економічному середовищі, що є необхідною умовою їх діяльності, з іншого – стабільність економічного розвитку багато в чому залежить від ступеня стійкості і еластичності банківської системи, її ефективного функціонування [5].

Таким чином, реалії розвитку вітчизняного банківського сектору вимагають ретельного вивчення поточних тенденцій економічної та фінансової систем України з метою впровадження у діяльність банківських установ, які залишилися на ринку, адекватних до викликів сьогодення механізмів ризик-менеджменту для кредитно-інвестиційних операцій.

Література

1. Постанова правління Національного банку "Про затвердження Комплексної програми розвитку фінансового сектору України до 2020 року" № 391 від 18.06.2015 // Національний банк України. Офіційне інтернет-представництво. URL : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=32802659&cat_id=32893159
2. Зрозуміти та відпустити: Причини і результати «великого банківського очищення» Спецпроект. Національний банк України. URL: <http://badbanks.bank.gov.ua>
3. Поточні тенденції у банківському секторі / презентація В. Вавріщука від 28.05.2019 // Національний банк України URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=95546871>
4. Огородник В. В. Кредитно-інвестиційна діяльність банків України за умов фінансової нестабільності та фактори впливу на неї. *Регіональна економіка*. 2012. № 1. С. 161-169. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2012_1_21.
5. Циганов С. С. Особливості кредитно-інвестиційної політики банків в умовах нестабільності фінансових ринків. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. Випуск 99. Частина 2. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/1613/1527>

Житар М.О.

к.е.н., доцент

Університет державної фіскальної служби України (Україна)

ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ «ФІНАНСОВА АРХІТЕКТУРА ЕКОНОМІКИ»

Проведені дослідження надали змогу систематизувати підходи щодо визначення терміну «фінансова архітектура економіки»:

– сукупність інститутів, таких як кодекси поведінки, політика, правила гри й меморандум, економічні механізми, що визначають розуміння функціонування та розвитку світової фінансової системи, світового фінансового ринку (МВФ, Г. Браун, М. Голдштейн, С. Науменкова);

– комплекс інституційних організацій (установ), із допомогою яких установлюються правила і процедури функціонування міжнародного фінансового ринку, а також самі ринки (Р. Джомейн, Е. Сердинов, Дж. Сорос);

– інституційна матриця світової фінансової системи; колективний механізм управління; світові гроші, інститути, а також правила і практичні заходи, які забезпечують функціонування світової фінансової системи (Е. Аржаной, Н. Вовченко, І. Єфременко, Т. Струк, Г. Счинаси, Е. Трумен, В. Шмельов).

С. Науменкова, дотримується першого підходу, та визначає фінансову архітектуру як сукупність визнаних міжнародних стандартів і принципів функціонування фінансового сектору, а також способів діагностування його ефективності. Формування фінансової архітектури економіки, на її думку, відбувається у двох напрямках: розробка певних процедур регулювання фінансових ринків і фінансових установ, моніторинг ефективності застосування тих чи інших визнаних міжнародних правил країною [1]. Такий варіант визначення терміну «фінансова архітектура» цілком об'єктивний і корелює з думкою фахівців МВФ, однак не вповні враховує роль і участь основних суб'єктів світових фінансів. Другий підхід орієнтований на організації, що визначають «правила гри» суб'єктів фінансової системи. Підхід пов'язаний із характеристикою інституцій як організацій, що визначають функціонування економіки, розробляють та юридично закріплюють правила і норми діяльності.

У визначення поняття «фінансова архітектура економіки» вчені та фахівці-практики включають й інші елементи, що, на їхню думку, якнайкраще її характеризують. Так, фахівці МВФ у фінансову архітектуру економіки крім інститутів, тобто правил гри, включають також ринки і практику, яку уряд, бізнес та індивідуальні учасники застосовують у своїй економічній і фінансовій діяльності.

Як зазначає В. Мельник та Н. Бичкова, фінансова архітектура економіки – це інституційна матриця фінансової системи, що формується на її національному, регіональному й глобальному рівнях та визначає функціональні взаємозв'язки елементів фінансової системи при відповідному базовому рівні трансакційних витрат, які забезпечують її цілісність [2]. При цьому

системотворчими інститутами такої матриці є міжнародні економічні організації, що забезпечують стабільність фінансової системи загалом і регулювання її розвитку в умовах активізації впливу глобалізації економічної діяльності [3].

Поглиблений аналіз низки сучасних теоретичних і прикладних досліджень провідних західних науковців [4; 5] засвідчив, що в сучасних трансформаційних умовах розвитку фінансова архітектура окремої національної економіки розглядається як інтегрована складова глобальної фінансової архітектури, стабільність якої впливає у певній мірі на стабільність всієї системи, особливого значення, при цьому, набувають такі параметри як система валютного курсу з кризою валютного та суверенного боргу, структура фінансового та фондового ринків, стійкість банківської системи. Тобто вплив зовнішнього середовища є визначальним у дослідженні сучасної фінансової архітектури національної економіки з урахуванням ступеня фінансової відкритості окремої країни або їх угруповань.

Таким чином, на підставі вищевикладеного аналізу підходів щодо визначення сутності «фінансової архітектури» пропонуємо авторський підхід до її тлумачення: фінансова архітектура економіки представляє собою: з одного боку – інституційну матрицю національної фінансової системи із чітко вибудованою конструкцією упорядкованих складових компонентів, функціональних взаємозв'язків між ними, питомої ваги та пропорцій організаційних, фінансово-економічних та інституціональних відносин у загальній ємності національної економіки з урахуванням впливу змін зовнішнього середовища; з іншого – сукупність інститутів, норм, правил, законів, домовленостей тощо – соціальних, політичних, формальних й неформальних, за допомогою яких формуються взаємовідносини суб'єктів фінансово-економічної діяльності, що забезпечують ефективне функціонування та стійкість фінансової системи у динаміці розвитку.

Література

1. Науменкова С. В., Міщенко С. В. Розвиток фінансового сектору України в умовах формування нової фінансової архітектури: монографія. К. : Ун-т банк. справи, Центр наук. досліджень НБУ. 2009. С. 170.
2. Фінансова архітектура національних корпорацій та її вплив на ефективність фінансової діяльності: монографія [Текст] / В. М. Мельник, Н. В. Бичкова. Тернопіль : Астон, 2012. 244 с.
3. Sosnovska O. Financial architecture as the base of the financial safety of the enterprise / O. Sosnovska, M.Zhytar // Baltic Journal of Economic Studies, Vol. 4 (2018) No. 4, Riga 2018. P. 334-340.
4. Bichengreen, B. Financial Crises and What To Do About Them. Oxford University Press, 2002. 206 p.
5. Buckley, P.J., Ghauri, P.N. Globalisation, economic geography and the strategy of multinational enterprises. Journal of International Business Studies, 35(2), 2004. 81-98.

Милашко О.Г.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ДЖЕРЕЛА ТА НАПРЯМКИ ФОРМУВАННЯ КІНЦЕВОГО СПОЖИВАННЯ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ

Кінцеве споживання – один з етапів відтворювального циклу. В економічній літературі для характеристики відповідного явища використовують такі категорії, як кінцеві споживчі витрати, фактичне кінцеве споживання та, безпосередньо, кінцеве споживання.

Відтворювальний цикл в економіці починається з процесу виробництва, кінцевим результатом якого на секторальному рівні є валова додана вартість [1]. Валова додана вартість є джерелом утворення первинних доходів від виробничої діяльності, до яких належать оплата праці найманих працівників, чисті податки на виробництво та валовий прибуток (змішаний дохід). Первинні доходи секторів економіки, крім доходів від виробничої діяльності, містять доходи від власності (отримані сектором за виключенням переданих). З урахуванням сальдо доходів від власності кожний з секторів отримує валове сальдо первинних доходів. Сума даного показника за усіма секторами – це валовий національний дохід. Наступним етапом відтворювального циклу є вторинний розподіл доходів через трансфертні операції. У результаті вторинного розподілу кожен з секторів отримує валовий наявний дохід.

Перелічені процеси відтворення стосуються усіх п'яти секторів економіки країни: нефінансових корпорацій, фінансових корпорацій, державного управління, домашніх господарств та некомерційних організацій, які обслуговують домашні господарства.

Проте тільки три з секторів – домашні господарства, державне управління та некомерційні організації, які обслуговують домашні господарства, – беруть участь у перерозподілі доходів у натурі, бо значна частка доходів передається та отримується не в грошовому вигляді, а у вигляді товару чи послуги (соціальні трансферти в натурі). У результаті відповідного перерозподілу дані три сектори економіки отримують валовий скоригований наявний дохід. Відмітимо, що сектор домашніх господарств отримує соціальні трансферти в натурі, які йому передають державне управління та некомерційні організації, які обслуговують домогосподарства.

Наступним етапом відтворювального циклу є використання доходу. Розглядаються процеси використання як наявного доходу секторів, так і наявного скоригованого доходу.

І наявний дохід, і скоригований наявний дохід є джерелом кінцевого споживання та заощадження. Процес кінцевого споживання описують за допомогою двох показників: кінцевих споживчих витрат та фактичного кінцевого споживання. Три сектори економіки: домашні господарства, державне управління та некомерційні організації, які обслуговують домашні

господарства, здійснюють кінцеві споживчі витрати. Їхнім джерелом є саме наявний дохід відповідного сектора.

Щодо фактичного кінцевого споживання, то його джерелом є скоригований наявний дохід двох секторів: домашніх господарств та державного управління.

Кінцеві споживчі витрати складаються з індивідуальних і колективних. Так, кінцеві споживчі витрати домогосподарств цілком розглядаються як індивідуальні та відображають витрати домогосподарств-резидентів на придбання споживчих товарів і послуг за рахунок їхнього наявного доходу. Кінцеві споживчі витрати сектора державного управління розглядають частково як індивідуальні (витрати органів охорони здоров'я, соціального забезпечення, освіти тощо), і частково як колективні (витрати на оборону, підтримку суспільного порядку, науку). Щодо сектору некомерційних організацій, які обслуговують домогосподарства, то їхні кінцеві споживчі витрати повністю розглядаються як індивідуальні.

Фактичне кінцеве споживання в цілому по економіці дорівнює загальним кінцевим споживчим витратам і, як було наголошено вище, стосується домашніх господарств и державного управління. Очевидно, що здійснюється перерозподіл елементів кінцевих споживчих витрат між секторами таким чином, що отримані нові елементи мають економічний зміст і характеризують дещо інший аспект кінцевого споживання.

Отже, фактичне кінцеве споживання сектора домашніх господарств дорівнює сумі кінцевих споживчих витрат відповідного сектора, витрат органів державного управління в частині індивідуального споживання та кінцевих споживчих витрат сектора некомерційних організацій, які обслуговують домогосподарства.

Фактичне кінцеве споживання сектора державного управління дорівнює його кінцевим споживчим витратам у частині надання виключно колективних послуг.

Сектор некомерційних організацій, які обслуговують домашні господарства, не має фактичного кінцевого споживання, бо усі послуги, які сектор надає домогосподарствам, розглядаються як індивідуальні та відносяться до фактичного кінцевого споживання домашніх господарств.

Для секторів нефінансових та фінансових корпорацій кінцеве споживання не розраховують.

Література

1. Система национальных счетов 2008 г. / Комиссия Европейских сообществ, Международный валютный фонд, Организация экономического сотрудничества и развития, Организация Объединенных Наций, Всемирный банк. URL : <http://www.cisstat.com/rus/SNA2008Russian.pdf>. – (Международный стандарт).

ОЦЕНКА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ УКРАИНЫ

Современное развитие Украины невозможно без глобализации и трансформации её экономики в мировой хозяйственный механизм, что означает развитие предпринимательства, в том числе и предпринимательства в аграрном секторе. На фоне увеличения доли сельскохозяйственной продукции в мировом экспорте, увеличивается доля продукции Украины. В таких условиях актуальными становятся вопросы постоянного статистического наблюдения за развитием предпринимательской деятельности в агробизнесе, начиная с производства продукции и заканчивая ее реализацией и потреблением.

Вопросами развития аграрного предпринимательства и его оценкой занимались украинские и зарубежные ученые: В.В. Юрчишин, В.Т. Андрийчук, Т. Джонсон, В.Ф. Семенов, Н.В. Германюк [1] и многие другие [2].

Отметим, что в соответствии с СНС предпринимательство в аграрном секторе Украины как вид деятельности охватывает три укрупнённые отрасли: добывающую (непосредственно сельское хозяйство), обрабатывающую (агропромышленный комплекс) и услуги (торговля, аренда и прочее). Таким образом, предпринимательство в аграрном секторе является многовекторным и для его оценки необходимо использовать различные системы статистических показателей. Одним из ключевых индикаторов развития предпринимательства можно считать объёмы производства продукции агробизнеса. Государственная служба статистики Украины рассчитывает показатели агробизнеса по каждому виду экономической деятельности отдельно. Поэтому для интегральной оценки развития предпринимательства на макроуровне целесообразно использовать не только показатели продукции сельского хозяйства, а и показатели производства продовольственных продуктов, напитков, табачных изделий, иначе развитие аграрного предпринимательства может оказаться недооценённым.

Несмотря на значительный потенциал Украины, на протяжении 2015-2018 гг. предпринимательство в аграрном секторе функционировало не в полную силу, что сказалось на качестве основных макроэкономических индикаторов. За последние три года продукция агробизнеса номинально увеличилась в 2,5 раза (с 577 млрд. грн. до 1347 млрд. грн. (см. табл.)).

Это произошло за счет номинального увеличения стоимости производства продовольственных товаров, напитков и табачных изделий. За изучаемый период доля продукции агробизнеса в ВВП Украины увеличилась в 1,3 раза. При этом доля продукции сельского хозяйства в ВВП, как основы агробизнеса, снизилась с 27,4 % до 23,7 %. Если в 2015 г. на каждую гривну продовольственных товаров приходилось 16,30 грн. сельскохозяйственной продукции, то уже в 2018 г. – только 1,67 грн. Такое резкое снижение почти в

десять раз за последние три года свидетельствует о перераспределении предпринимательского интереса в агробизнесе, а также о проявлении тенденции нехватки продовольственных продуктов и сырья в первую очередь для ведущих отраслей национальной экономики.

Таблица

**Результаты предпринимательства в аграрном секторе Украины
за период 2015-2018 гг.**

Показатели	2015	2016	2017	2018
1. Объем продукции агробизнеса, млн. грн.	577579,4	675941,8	1142009,8	1347627,4
2. Доля продукции агробизнеса в ВВП, %	29,0	28,3	38,3	37,9
3. Доля продукции сельского хозяйства в ВВП, %	27,4	26,5	23,1	23,7
4. Доля производства продовольственных товаров, напитков и табачных изделий в ВВП, %	1,7	1,9	15,1	14,2
5. Соотношение объемов продукции сельского хозяйства и производства продовольственных товаров, напитков и табачных изделий, коэффициент	16,300	14,076	1,532	1,672

Источник: рассчитано автором по данным [3]

Таким образом, агробизнес является многопрофильным видом предпринимательской деятельности и играет определяющую роль в развитии национальной экономики. Несмотря на благоприятные географические и климатические условия, аграрное предпринимательство в Украине ориентируется на пищевую промышленность и торговлю. Поэтому в стране необходимо создавать экономический базис для развития сельского хозяйства путем привлечения инвестиций, рабочей силы и гибкого налогового законодательства.

Литература

1. Германюк Н. В. Сучасний стан розвитку вітчизняного агросектору // Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 22. С. 160-164. URL: <http://global-national.in.ua/issue-22-2018/30-vipusk-22-kviten-2018-r/3884germanyuk-n-v-suchasnij-stan-rozvitku-vitchiznyanogo-agrosektoru> (дата звернення: 15.04.2019).
2. Статистичні методи в управлінні розвитком регіону: Монографія // За заг. ред. канд. економ. наук, професора А. З. Підгорного – Одеса : ФОП Гуляєва В. М. 2016. 218 с.
3. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 10.04.2019).

Кизенко О.О.

к.е.н., доцент

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
(Україна),

Кизенко Д.О.

начальник юридичного відділу ТОВ «Нафтогаз» (Україна)

КОНВЕРГЕНТНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ БІЗНЕСУ: ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ

За умов технологічного суспільного розвитку, що характеризується NBIC-конвергенцією (поєднанням нано (N)-; біо (B)-; інформаційних (I) та когнітивних (C) технологій) [1], змінюються усталені підходи до інформаційного забезпечення діяльності підприємств. Традиційні системи контролю із застосуванням переважно даних бухгалтерського обліку розширюється до комплексного поєднання управлінських технологій, які нівелюють функціональний підхід в моделюванні управлінських процесів. Сьогодні на ефективність функціонування підприємств найбільше впливає взаємопроникнення інформаційних та когнітивних технологій. Когнітивність як здатність до інтелектуальної обробки даних, забезпечує їх перетворення на релевантну інформацію через виконання ефективних автоматизованих алгоритмів, їх узагальнення та візуалізації в сучасних технічних пристроях [2].

Smarketing (тісна взаємодія між службами продаж (sales) і маркетингу) – перший результат цієї трансформації [3]. Йдеться про інтеграцію мети процесів маркетингу і продаж в компанії, загальну воронку продаж, наскрізну аналітику, обмін інформацією. За результатами цього та інших подібних досліджень можна зробити висновок, що на сьогодні в компаніях накопичився значний масив управлінських технологій, які використовуються керівниками різних рівнів та функціональних напрямів діяльності компаній. В результаті практичного використання технологій управління (здійснення управлінських дій) за ключовими функціональними напрямками бізнесу виникають відповідні інформаційні простори [2].

Вся сукупність функціональних інформаційних просторів компанії складається з інформаційних просторів відповідних функціональних сфер діяльності підприємства, зокрема: виробництва; логістики і збуту; обліку і фінансів; юридичного супроводження, розвитку персоналу, маркетингу та інших. Подолання технологічного розриву між системами обліку, юридичного супроводження, інформаційного забезпечення, бізнес-аналітики та прийняття управлінських рішень на основі конвергентних управлінських просторів суголосні результатам досліджень іноземних аналітичних і консалтингових компаній, зокрема [4].

Доступна конфігурація і аналітика цих інформаційних просторів генерує знання компанії в певний період часу щодо базових характеристик його бізнес-моделі та взаємовідносин із зовнішнім середовищем. Відповідно, кінцеві

множини знань щодо продукту, технології, партнерів, споживачів, ресурсів можна формалізувати як перетин відповідних множин вищеперерахованих інформаційних просторів [2]. Відповідно, дедалі більше підприємств переходять на матричні та гібридні структури управління, які дозволяють ефективно поєднувати донедавна розрізнені напрями в адмініструванні бізнесу, зокрема, економічного та правового супроводження, формуючи бізнес-процеси та використовуючи знання в єдиному інформаційному просторі.

Проблема формування єдиного інформаційного простору полягає в тому, що за останні 30 років переважною технологією організації єдиного інформаційного простору виступали економічно-облікові ERP – системи. Відтак, система для юридичного супроводження бізнесу, наприклад, «Ліга: закон» знаходилась відокремлено від нього. Відповідно, різні фахівці працюють в відокремлених системах, що збільшує витрати компанії на інформаційно-комунікаційні процеси. До певної міри знімає це обмеження застосування методів обробки інформації Business intelligence (BI), які є інструментом перспективного планування розвитку бізнесу через трансформацію його бізнес-процесів. Використання сучасних інформаційних технологій бізнес аналітики надає нові можливості інтеграції, проте, їх впровадження порушує традиційну логіку підтримки єдиного інформаційного простору на основі ERP – системи.

В результаті перманентної розробки інновацій в сфері інформаційно-когнітивних технологій в розпорядженні компаній з'являються можливості постійного удосконалення управлінських технологій, поступово автоматизуючи ті елементи, які традиційно вимагали використання людського інтелекту. BI технології дозволяють поєднувати в єдиній системі різні засоби створення і обробки інформації, що диктує нову логіку взаємодії інструментів і методів управління для ефективного ведення бізнесу.

Література

1. Roco M., Bainbridge W. Converging Technologies for Improving Human Performance. Journal of nanoparticle research. – Springer. 2004.
2. Кизенко О. О. Стратегічний контролінг: концепція і системна реалізація на підприємстві : монографія. Київ : КНЕУ, 2019. 234с.
3. Фуколова Ю. Новая эра маркетинга. Harvard Business Review. Russia, 8 февраля, 2018. Получено из <http://hbr-russia.ru/marketing/tsifrovoy-marketing/a25041> / (просмотрено 30.07.2019).
4. Morgan, L. What Enterprises Have to Learn About Emerging Tech, Again 2019. Retrieved from <https://www.informationweek.com/strategic-cio/it-strategy/what-enterprises-have-to-learn-about-emerging-tech-again/a/d-id/1333578> (Date 30.06.2019).

Романчик Т.В.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
(Україна),

Романчик А.В.

Харківський Національний економічний університет ім. С. Кузнеця (Україна)

ВИЗНАЧЕННЯ РИЗИКІВ РИНКОВОЇ ВЗАЄМОДІЇ

В процесі організації господарської діяльності підприємство вимушене контактувати з величезною кількістю зацікавлених сторін, кожна з яких має свої економічні інтереси. Для вирішення нагальних та стратегічних завдань менеджерам підприємств необхідно організовувати продуктивне спілкування із постачальниками, споживачами, підрядними організаціями, конкурентами та іншими учасниками ринку [1]. У таких умовах суб'єкти економіки вимушені відстежувати негативні тенденції ринку, контролювати процеси, що здійснюються у зовнішньому та внутрішньому середовищі, більш уважно стежити за показниками діяльності власного підприємства, ініціативами конкурентів, якістю підбору ділових партнерів та багатьма іншими чинниками, що забезпечують безпеку бізнесу.

При побудові відносин із зовнішніми стейкхолдерами підприємство не може бути гарантовано захищеним від нечесних дій конкурентів, недобросовісного виконання контрактів контрагентами, зміни вподобань споживачів та ін. В умовах організації спільних дій по досягненню спільної мети виникає взаємодія, у процесі якої постійно стикаються або перетинаються інтереси взаємодіючих сторін з позиції досягнення максимальної вигоди [2]. Чим краще організовано процес комунікації підприємств із контрагентами, тим продуктивнішими є результати їх діяльності. Стосунки, які виникають між суб'єктами ринку при цьому можуть приймати форму кооперації, конкуренції або конфлікту [2].

Залежно від прийнятної форми взаємодії суб'єкти обирають певну модель поведінки, яка визначається ступенем перетину їх фінансових інтересів та ступенем імовірності виникнення ситуацій, погрожуючих їх економічним інтересам.

Взаємодія у ринковому середовищі має практичний, діловий характер. Вона характеризується єдністю інформаційної, емоційної та прагматичної компонент. Обов'язковою умовою ринкової взаємодії є активність учасників комунікативного процесу [3].

Складність визначення реальної форми взаємодії, прихованої за моделлю поведінки суб'єкта відносин, визначається тим, що її прояв може бути як явним, так і прихованим. Це залежить від емоційного фону, який супроводжує процес. Ситуація ускладнюється наявністю великої кількості учасників процесу та нестабільністю їх положення на ринку. Неможливість чіткого розуміння поведінки учасників взаємодії є чинником невизначеності, що ускладнює процес прийняття рішень та створює певну загрозу діяльності підприємства.

З метою оцінювання ступеню можливості фінансових та інших втрат в результаті ринкової взаємодії виникає необхідність у розробці інструментарію діагностування можливих несприятливих ситуацій.

Основними чинниками, що впливають на прийняття рішення відносно побудови відносин з певним контрагентом є показники очікуваного доходу та імовірності виникнення ризикової ситуації. Оскільки економічна діяльність в будь-якій області пов'язана з дією безлічі чинників, які можуть змінюватися випадково, то показником ризику (r_i) можна вважати середнє значення втрат (усереднювання необхідно провести по всіх чинниках впливу). В теорії імовірності цей показник називають математичним очікуванням втрат.

$$r_i = [\omega_0 - \omega_1(q_i)] / \omega_0 = 1 - \omega_1(q_i) / \omega_0, \quad (1)$$

де ω_0 – величина прогнозованого прибутку від проекту; $\omega_1(q_i)$ – величина недоотриманого прибутку, як наслідок непрогнозованих дій стейкхолдерів.

Кількість недоотриманого прибутку [$\omega_1(q_i)$] залежить від всієї сукупності випадків негативного впливу

$$\omega_1(q_i) = \sum_{i=1}^n \omega_{1i}(q_{1i}), \quad (2)$$

де q_{1i} – вірогідність i -ї ситуації, яка може скластися в процесі взаємодії; n – можлива кількість ситуацій ринкової взаємодії, здатних привести до недоотримання прогнозованої суми прибутку.

Головними чинниками ризику взаємодії є ставлення стейкхолдера до проекту; відносна влада стейкхолдера над компанією; ділова репутація стейкхолдера.

Кожен з розглянутих ризикоутворюючих факторів чинить різний вплив на загальний показник та має різну ступінь важливості. Визначення ризику підприємства в умовах ринкової взаємодії стає багатокритеріальною задачею з множиною альтернатив. Завданням підприємства у таких умовах стає визначення найбільш впливових чинників, які в подальшому мусять бути враховані в ході обґрунтування рішень щодо вибору контрагентів підприємства.

Література

1. Перерва П. Г., Нагі С., Nagy S., Кобелева Т. О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)* : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 89-94.
2. Морозов В. А. Экономика взаимодействия. *Креативная экономика*. 2014. Том 8. № 8. С. 80-87.
3. Романчик Т. В. Ризики інноваційної діяльності. *Сучасні технології менеджменту*. Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 7 листопада 2018 р. Відп. ред. Л. М. Черчик. Луцьк, 2018. С. 204-206.

Кичук О.С.
к.е.н. доцент,
Дубилей Д.А.
студент

Одесский национальный экономический университет (Украина)

ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ БИРЖ В УКРАИНЕ

В Украине развивается биржевая инфраструктура, появляются биржи, брокерские компании, сети посреднических и консалтинговых компаний. Несмотря на положительную динамику последних периодов, биржевая деятельность в Украине, по многим показателям, все еще находится на стадии становления. Особое влияние на биржевую ситуацию имеет экономический кризис, вызванный нестабильной политической ситуацией в стране. Тем не менее, на сегодняшний день в Украине зарегистрировано 584 универсальных, фондовых, товарно-сырьевых и агропромышленных бирж, что значительно больше, чем в США и других странах с развитой рыночной экономикой [1].

Развитию биржевой и внебиржевой деятельности в Украине мешает целый ряд проблем, такие как: низкая ликвидность, низкий уровень биржевой культуры в стране, непрозрачность биржевых рынков, несовершенство нормативного регулирования и т.п.

Появление первых элементов биржевой торговли начиналось с простого локального рынка. В странах с высокоразвитой рыночной экономикой базары, как один из направлений реализации продукции, на сегодня полностью прекратили свое существование. На замену им пришли товарные биржи. Товарная биржа – постоянно действующий оптовый рынок чистой конкуренции, на котором по определенным правилам совершаются сделки купли-продажи на качественно однородные и легко взаимозаменяемые товары. Становление биржевой торговли в мире происходило по инициативе купцов (исторически сначала появились брокеры, затем биржи), а ее дальнейшее развитие и усовершенствования были обусловлены потребностями экономики страны и осуществлялись одновременно с ее ростом. [1]

В Украине возрождение товарных и других бирж происходило искусственно (сначала – биржи, затем – брокеры). Период резкого спада экономики породил множество негативных проявлений в их деятельности, при отсутствии единого правового поля [2].

На деятельность бирж в Украине в текущем периоде существенно повлияла политическая ситуация, ухудшение экономического положения в связи с конфликтом на востоке страны. Так же можно выделить ряд других основных проблем развития биржевой деятельности в Украине: незначительная доля организованного рынка и его непрозрачность; низкий уровень ликвидности и недостаточная капитализация рынка; проблема нормативного регулирования рынка, защиты прав акционеров и инвесторов; депозитарная деятельность и недостаточность налогового стимулирования; незначительное количество биржевых инструментов; значительная

волатильность рынка; отсутствие биржевой культуры и достаточного количества профессионалов; дефицит финансовых ресурсов [2].

Позитивное изменение климата на биржевом рынке Украины, в первую очередь, будет связано с влиянием политических факторов. Но политическая ситуация оказывает влияние на экономику страны в целом, а не только на отдельные рынки. Поэтому улучшению ситуации конкретно на биржевом рынке будут способствовать:

- сокращение численности бирж, когда останутся только те, которые постоянно функционируют и имеют значительное количество сделок и объемы торгов;
- привлечение альтернативных источников финансовых ресурсов, для стимулирования владельцев свободных денежных средств;
- увеличение доли организованного рынка в общем объеме торгов;
- обеспечение прозрачности биржевой деятельности и защиты прав инвесторов на законодательном уровне, гарантия возврата вложенных средств и выполнения соглашений;
- повышение уровня ликвидности и капитализации;
- реформирование депозитарной системы и внедрение новых инструментов биржевой торговли;
- повышение уровня биржевой культуры;
- внедрение в биржевую деятельность новых информационных технологий [3].

Такие меры окажут существенное влияние на товарооборот, уровень экономики и инвестиционную деятельность в стране. Дальнейшее развитие биржевого рынка в стране должно быть направлено на создание единой биржевой системы в Украине путем оптимизации количества бирж, создания комиссии по биржевому рынку Украины, что обеспечит эффективное регулирование биржевой деятельности. Так же целесообразно улучшить систему мониторинга конъюнктуры биржевого рынка, делая релиз котировок фактических биржевых цен и представляя прогноз на последующий месяц. Кроме того, необходимо создать и внедрить систему экономических мер, суть которых заключается в стимулировании производителей к реализации продукции отечественного производителя, в частности сельскохозяйственной, через процедуры биржевого рынка.

Литература

1. Пластун О. Л. Проблеми біржової діяльності в Україні та варіанти їх вирішення. URL: [file:///C:/Users/IceMan/Downloads/pprbsu_2013_37_16%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/IceMan/Downloads/pprbsu_2013_37_16%20(2).pdf)
2. Сухітра А. М. Біржова торгівля в Україні: проблеми становлення та розвитку URL: http://www.rusnauka.com/8_NND_2010/Economics/60579.doc.htm
3. Науменкова С. В. Зарубіжний досвід організації систем регулювання й нагляду за діяльністю фінансових установ. *Фінанси України*. 2009. № 12.

Кічук О.С.
к.е.н., доцент,
Кузнецова К.П.
студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ХЕДЖУВАННЯ ЯК МЕТОД РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ

На сьогоднішній день як для більшості іноземних, так і для українських компаній, що експортують свою продукцію на світовий ринок, тема хеджування валютних ризиків набуває особливого значення. Валютний ризик, як вид фінансового ризику, передбачає невизначеності, так як виникає в умовах коливання валютного курсу. Звідси, виникає проблема ризику майбутніх грошових потоків, вирішити яку можна за рахунок від'ємної курсової різниці за допомогою хеджування різними похідними фінансовими інструментами, такими як форвард, ф'ючерс, опціон або своп.

Поняття «хеджування» (від англ. Hedge – страховка) – являє собою операцію з купівлі-продажу похідних інструментів фінансового ринку з одночасним депонуванням базового активу з метою зниження ризику збитків від несприятливого зміни його вартості [1, с. 15].

Одним з найбільш поширених фінансових похідних інструментів виступають форвардні і ф'ючерсні контракти. Різноманіття інструментів хеджування обумовлюється кількома загальними властивостями, а саме:

- терміновість і продуктивність (тобто отримання прибутку за рахунок несприятливого курсу іноземної валюти);
- ефект фінансового важеля (тобто прагнути економити при первинному внеску).

З цього випливає, що головна ідея хеджування проявляється в тому, що, таким чином, отриманий прибуток частково або повністю компенсує збиток від валютної переоцінки. Особливість їх у тому, що операції здійснюються саме на позабіржовому ринку, яскравим прикладом якого на сьогоднішній день є ринок Форекс. Предметом угоди на цьому ринку можуть виступати різні активи, наприклад, акції, облігації [2].

Валютна угода називається «спот», якщо вона здійснюється після закриття торгів, то остаточний розрахунок проводиться не пізніше другого робочого дня укладання угоди. Коли мова йде про просту форвардну операцію, то використовують термін «аутрайт» (від англ. «Outright»), що означає угоду, обмінний курс якої обумовлюється заздалегідь, а сама операція може відбутися через якийсь проміжок часу [3, с. 10]. Інший вид деривативів – «опціон» – означає право, але не зобов'язання, здійснити купівлю (продаж) базового активу за заздалегідь обумовленою ціною в певний момент у майбутньому [4].

За характером операцій, що лежать в основі хеджу, виділяють коротку позицію «sell», що означає отримання доходу за рахунок падіння валютного курсу, і зворотний їй операцію на підвищення – довгу позицію «buy». Будь-

новачок, вперше торгує на ринку Форекс стикається з такими базовими показниками як «bid» і «ask». Різниця їх в тому, що bid становить ціну покупки (попиту), по якій кожен бажаючий може продати свої активи. Протилежною їй є «ask» – тобто ціна продажу (пропонування), по якій учасник ринку може купити активи [5, с. 12].

При виборі стратегії хеджування необхідно ретельно проаналізувати кон'юнктуру ринку. Так, в ринкових умовах, коли ціна на готівковий актив нижче ціни при постачанні на термін «спот», а ціна на товар з віддаленими термінами поставки вище, ніж з ближніми, використовується термін «контанго». В іншій ринковій ситуації, коли ціна на актив вище спот-ціни, а ціна на актив з найближчими термінами постачання вище, ніж по віддаленим термінами, використовується термін «беквардейшн».

Відповідно, при не вигідному курсі покупець буде визнавати збиток на рахунках обліку прибутків і збитків. Звідси випливає, що мета обліку операцій хеджування полягає у відображенні в фінансовій звітності ефекту від управління ризиками з використанням фінансових інструментів, які будуть впливати на прибуток і збитки компанії.

Отже, роль хеджування валютних ризиків неухильно зростає в міру розвитку світової економіки. Про це ж свідчить як підвищення ролі держав в даному процесі, так і множаться форми, і методи самого фінансового хеджування. Якщо говорити про Україну, то на даний момент наша країна бере активну участь в процесах розвитку хеджування валютних ризиків. В основі кредитно-грошової політики Національного Банку України на сьогоднішній день передбачається активна участь у вирішенні питань, пов'язаних з розвитком фондового ринку. Зокрема, мова йде про проведення робіт по введенню нової системи моніторингу фінансової стабільності ринку.

Література

1. Буренин А. Н. Хеджирование фьючерсными контрактами на фондовой бирже РТС : учеб. пособие. М : «Научно-техническое общество им. академика С. И. Вавилова», 2010. с.175-176.
2. Огорокова О. А. Индикаторы инвестиционной активности региональных рынков в условиях интеграции. Российская экономическая модель-5: настоящее и будущее аграрного, индустриального и постиндустриального секторов. Краснодар : КубГАУ. 2015. с. 431-440.
3. Джон К. Халл. Опционы, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты: учеб. пособ. М. : «Вильямс», 2013. С. 1072-1075.
4. Новиков А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах: учеб. пособ. М. : «Дашков и К», 2015. С. 214-217.
5. Определения ask и bad цен URL:
<http://www.forexluck.ru/termin/1529-bid-ask>.
6. Основы биржевой деятельности : учеб. пособ. : сетевое учеб. электрон. изд. П. Д. Китайгородский. 2013. URL: <http://lib.sfi.komi.com>.

Кічук О.С.
к.е.н., доцент,
Літвінова Д.О.
студент

Одеський національний економічний університет (України)

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ РЕАЛЬНИХ ОПЦІОНІВ ДЛЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Реальні опціони, базові активи яких переважно – це грошові потоки від діяльності підприємства, передбачають ідеологічні зміни підходів до його ведення [1]. Фінансовий опціон – це строковий контракт, що містить право покупця, а не зобов'язання купити/продати актив у майбутньому за ціною, погодженою в момент його укладання в обмін на сплату продавцеві премії. Лише цей строковий інструмент дозволяє покупцеві відмовитися від виконання контракту за несприятливих ринкових умов, обмеживши втрати розміром премії [2]. Використання реальних опціонів ґрунтується на дослідженнях у сфері оцінки похідних фінансових інструментів (contingent claims analysis). Починаючи з публікації в 1973 р. роботи Ф. Блека і М. Шоулза, у якій вони обґрунтували формулу розрахунку вартості європейського колл-опціону, розвиток фінансових моделей опціонного ціноутворення розпочався у різних сферах. Модель реальних опціонів розвивалася за різними напрямками [3].

Останні десятиріччя в усьому світі характеризуються постійною трансформацією суспільних відносин, яка відбувається під впливом швидкого науково-технічного прогресу. У цих умовах як вид майна інтелектуальний капітал набуває все більшої значущості, посідаючи важливе місце у процесах створення, просування й обслуговування продукції [4]. Специфічний характер інтелектуального капіталу та його багатоаспектна природа вимагає особливих підходів до його використання і зумовлює значний перелік ефектів, які можуть бути досягнуті з його допомогою. Наявність у складі інтелектуального капіталу активів з різною сутністю та шляхами використання спричинює можливість значної кількості способів його експлуатації. Тому застосування традиційних методів оцінки ефективності використання майна не може повною мірою забезпечити вирішення всього кола пов'язаних з інтелектуальним капіталом задач.

Серед підходів, які застосовуються для оцінки вартості інтелектуального капіталу, значну частину становлять такі, що ставлять його вартість у залежність від результатів використання інтелектуального капіталу. Однак можливість до врахування результатів не грошового характеру надає тільки підхід на основі методу реальних опціонів [5]. Цей же метод може бути використаний при оцінці комплексної ефективності інтелектуального капіталу.

Метод реальних опціонів дозволяє оцінити непрямі ефекти від інтелектуального капіталу через аналіз додаткових можливостей, що створюють ці ефекти для підприємства. Кожній із можливостей може бути поставлений у відповідність реальний опціон з певними економічними параметрами (витратами на створення та потенційними доходами) [6]. У

випадку коли реальний опціон може принести доходи, існуватиме попит на володіння ним. Наявність такого попиту обумовлює існування в опціону ринкової вартості.

Описаний підхід може бути застосований і у випадку оцінки ефективності. Співвідношення повних величин результатів і витрат характеризуватиме ефективність використання інтелектуального капіталу у певний момент часу [7]. О. Корнева [8] пропонує оцінку ефективності його використання проводити на основі показника, що враховував би і грошові потоки, і параметри створюваних реальних опціонів:

$$EIK = \frac{\sum_{t=0}^T \frac{(CIFt + ROVt)}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^T \frac{(COFt + ROct)}{(1+i)^t}}, \quad (1)$$

де EIK – ефективність інтелектуального капіталу; CIFt – вхідний грошовий потік за t-й період, як вираження безпосередніх ефектів використання інтелектуального капіталу, гр.од.; ROVt – вартість реальних опціонів, створених інтелектуальним капіталом у t-му періоді, як вираження непрямих ефектів використання інтелектуального капіталу, гр.од.; COFt – вихідний грошовий потік, спрямований на створення і підтримання інтелектуального капіталу, за t-й період, гр.од.; ROct – вихідний грошовий потік, спрямований на освоєння реальних опціонів, за t-й період, гр.од.; t – номер періоду, роки; T – строк використання інтелектуального капіталу; i – ставка дисконтування.

Література

1. Пирогов Н. Реальные опционы и реальность. Сборник статей БИБММ. 2002. URL: <http://www.cfin.ru/finanalysis/value/rorealty.shtml>.
2. Сохацька О., Расевич Н. Використання реальних опціонів у корпоративному управлінні. *Наукові записки*. 14. 2005. С. 13-17.
3. Black F. Scholes M. The pricing of options and corporate liabilities. *Journal of Political Economy*. 1973. R/81. P. 637-654.
4. Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: методологія формування механізму управління: моногр. Донецьк : НАН України, Ін-т економіки пром-сті; ДонУЕП, 2006. 307 с.
5. Levy F. A simulated approach to valuing knowledge capital. The George Washington University, 2009. 189 p.
6. Rodov I. (2002). FiMIAM: Financial Method of Intangible Assets Measurement /I. Rodov, P. Leliaert. *Journal of Intellectual Capital*. 2002. Vol. 3, Iss. 3. P. 323-337.
7. Tan H.P. Intellectual capital and financial returns of companies. / H. P. Tan, D. Plowman, P. Hancock . *Journal of Intellectual Capital*. 2007. Vol. 8, Iss. 1. P. 76-95.
8. Корнева О. В. Оцінка ефективності інтелектуального капіталу підприємства з урахуванням негрошових ефектів його використання. *Економіка промисловості*. 4. 2011. 324-329 с.

Кічук О.С.
к.е.н. доцент,
Полякова І.В.
студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ФОНДОВІ БІРЖІ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ

Процеси трансформації економіки в Україні вимагають розвитку ринкової інфраструктури. Фондові біржі стали важливим елементом фондового ринку. Ринок цінних паперів є важливим сектором економіки, дієвим механізмом фінансування інвестицій, регулювання потоків фінансових ресурсів, який забезпечує стійке зростання економіки.

Актуальність вивчення проблеми розвитку фондових бірж обумовлена тим, що успішне функціонування економіки в умовах ринку неможливо без стійкого розвитку ринку цінних паперів. Зараз підприємства України вимагають реструктуризації капіталу, оновлення основних виробничих фондів, технології, організації виробництва, а це в свою чергу вимагає значних фінансових ресурсів. Саме тому питання розвитку фондової біржі так актуальні.

Фондові біржі повинні забезпечити реалізацію національних інтересів України, сприяти надходженню інвестицій в реальний сектор економіки, а також створенню ефективною системи захисту прав та інтересів інвесторів. На жаль, фондова біржа в Україні недостатньо виконує всі завдання щодо раціонального перерозподілу фінансових ресурсів та ефективного залученню інвестицій в реальний сектор економіки України [1].

В Україні сьогодні є потреба в інструментах фінансування, які слугують джерелом отримання прибутку, у зв'язку з низькою інвестиційною привабливістю. Проблема полягає в тому, що українські підприємства не є привабливими об'єктами для національних і іноземних інвесторів. Низькі показники рентабельності інвестицій в цінні папери в реальних секторах економіки призвели до стагнації ринку цінних паперів, невисока рентабельність вкладень в цінні папери українських корпорацій стала однією з причин відтоку капіталу з ринку цінних паперів, оскільки існують більш рентабельні і менш ризиковані сфери капіталовкладень.

Сучасна фондова біржа України є складною в функціональному та інституційному аспектах система, яка, з одного боку, має ринкові механізми саморозвитку і самоорганізації, а з іншого – є об'єктом досить жорсткого державного регулювання. Це обумовлено тим, що в режимі свого нормального функціонування ринок цінних паперів позитивно впливає на економіку будь-якої країни, а в періоди відхилень від такого режиму відчувається негативний вплив не тільки на економічні, а й на соціальні процеси. Метою розвитку і функціонування фондової біржі в Україні має стати залучення інвестиційних

ресурсів (як вітчизняних, так і іноземних) для направлення їх на відновлення і забезпечення зростання виробництва.

Серед основних факторів, які заважають розвитку українського ринку цінних паперів, можна виділити наступні: політична ситуація в країні, економічна нестабільність, зміни уряду, непослідовність як зовнішньої, так і внутрішньої політики. Нестабільність зупиняє інвесторів, незважаючи на позитивні економічні показники діяльності деяких підприємств.

Серед існуючих в Україні бірж, найбільшу кількість угод з цінними паперами на первинному ринку укладається на Українській фондовій біржі. За підсумками 2016 р. найбільшими організаторами торгів цінними паперами в Україні були: ПАТ "Фондова біржа «Перспектива» (обсяг біржових угод склав 136,2 млрд. грн.); ПАТ «Фондова біржа ПФТС» (95 млрд. грн.); ПАТ "Українська біржа" (3,5 млрд. грн.) [2].

Солодкий М.О. запропонував наступні шляхи підвищення ефективності функціонування українського фондового ринку:

1. Створення умов для прозорого та достовірного бухгалтерського обліку.
2. Створення умов для раціональної дивідендної політики.
3. Спрямованість державного регулювання на взаємодію з міжнародними організаціями та співробітництво з обміну інформацією.
4. Кардинальне оновлення принципів роботи фондової біржі, завдяки яким підприємці змогли б залучати новий капітал.
5. Проведення реформування фондової біржі: запуск ринку заявок та інтернет-трейдингу, розширення біржового інструментарію.
6. Посилення ролі локальних інституціональних інвесторів при завершенні пенсійної реформи.
7. Залучення на ринок заощаджень населення завдяки зрівнюванню оподаткування доходів від банківських вкладів і доходів від операцій з цінними паперами.
8. Розвиток інтернет-трейдингу і скасування ряду обмежень на валютному ринку, створивши умови для хеджування валютних ризиків для інвесторів-нерезидентів [3].

В Україні потрібно розвивати ринок цінних паперів використовуючи успішний світовий досвід. Для цього слід створити сприятливі умови для внутрішнього інвестора та активно залучати іноземних інвесторів. Необхідно постійно поліпшення іміджу України в очах іноземних інвесторів, зниження рівня ризиків, пов'язаних нестабільністю вітчизняної економіки.

Література

1. Пєпа Т. В. Біржова діяльність: навч. посібник. Видавництво Ліра-К. 2009. С. 201-205.
2. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку : Біржі. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/fund/registers/exchange>
3. Солодкий М. О. Біржовий ринок. К. : Аграрна освіта. 2010. С. 453-456.

Колодійчук І.А.

к.е.н., старший науковий співробітник

ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»

УМОВИ ФОРМУВАННЯ РЕЦИРКУЛЯЦІЙНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВІДХОДАМИ

Однією з ключових проблем територіального розвитку є неминучий процес накопичення відходів різного походження та ступеня небезпечності. Для України цей процес набуває катастрофічного характеру, оскільки концентрація промислових відходів у спеціально відведених місцях або об'єктах оцінена в 13,27 млрд. т [1].

Прямо пропорційна залежність між динамікою соціально-економічного розвитку та накопиченням відходів вимагає адекватних систем управління. Дисбаланси у генерації та утилізації відходів при недостатніх утилізаційних потужностях спричинять їх накопичення з відповідними негативними наслідками (особливо екологічними), а при зайвих утилізаційних потужностях без належного їх сировинного забезпечення – негативні економічні наслідки.

На сучасному етапі формування системи управління відходами передбачає процес, спрямований на їх радикальне зменшення, що бачимо на прикладі провідних соціально-економічних систем Європи, які вживають активних заходів щодо створення умов для мінімізації відходів та підвищення рівня їх утилізації. Просування до розбудови сучасної ефективної системи управління відходами в Україні демонструє наступна формула:

Технологічні інновації	Європейські	Радикальні	Ефективна система
	стандарти управління відходами	системні рішення	

Прагнення до економічного зростання національної економіки без належної уваги до розвитку утилізаційних потужностей призведе до положення цугцванга соціально-економічного розвитку територій. Варіативність рішень проблеми передбачає або згортання економічної активності підприємств, або введення в експлуатацію нових утилізаційних потужностей традиційного типу. Неприпустимість першого та витратність другого шляху вимагають реалізації зусиль на формування нової якості у системі поводження з відходами – використання мало- та безвідходних технологій виробництва з використанням рециркуляційних систем управління відходами. Хоча ці технології є ще більш вартісними і малодоступними для національної економіки, але їх впровадження є виправданим та перспективним. На сьогодні зарубіжне наукове середовище вбачає вихід у впровадженні ефективних технологій управління виробничою діяльністю, включаючи рециркуляцію відходів, поширена концепція „нуль відходів” (Zero Waste), що полягає у поверненні відходів до циклу виробництва, організації кругообігу речовин, що використовуються у технологічних циклах.

Досягнення чинних у ЄС стандартів переробки відходів вимагатиме таких кроків:

1) забезпечення екологічно безпечного поводження з відходами, зокрема дотримання вимог до промислових майданчиків, на яких розміщені відходи виробництва, і до полігонів для захоронення відходів виробництва і споживання;

2) практичного застосування принципу «розширеної відповідальності виробника» і дотримання відповідності ієрархії управління відходами, згідно з якою перевага надається запобіганню їх утворення та фокусуванню на їх утилізації та повторному використанні;

3) налагодження системи роздільного збирання відходів;

4) удосконалення нормативно-правової бази у сфері управління відходами, зокрема щодо регулювання відносин у сфері поводження з відходами специфічного характеру (упаковка, відходи електричного та електронного обладнання, будівництва, медичної сфери) тощо.

Критичний стан із нагромадженням відходів в Україні вимагає реалізації радикальних рішень системного характеру, а саме:

1. Послідовної реалізації стратегії управління відходами.

2. Формування інституту відповідальності за наслідки неефективної діяльності або бездіяльності органів управління.

3. Створення організаційно-правових умов для інвестиційної привабливості індустрії переробки відходів. Система переробки відходів є достатньо привабливою для потенційних інвесторів, однак опортунізм місцевих адміністрацій щодо інвестування досить часто спричинений меркантильними інтересами окремих посадовців.

4. Міжгалузевого узгодження планів управління відходами, що передбачає координацію дій між міністерствами і відомствами на шляху реалізації національної стратегії у цій сфері.

5. Формування екологічного світогляду населення, яке повинно бути невід'ємною складовою національної системи освіти і виховання. Становлення екологічної культури є одним із превентивних заходів уникнення екологічних катастроф, а також запорукою створення ефективної системи управління відходами.

Таким чином, формування ефективної системи управління відходами є важливим компонентом якісних змін в Україні. Впровадження прогресивної моделі рециркуляції відходів в Україні вимагає комплексного використання сучасних інноваційних технологій, що у поєднанні із європейськими стандартами та запропонованими радикальними рішеннями спроможні створити ефективну національну систему управління відходами.

Література

1. Про схвалення Національної стратегії управління відходами в Україні до 2030 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 8 листопада 2017 р. № 820-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/820-2017-%D1%80>

АДАПТАЦІЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ДО НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Докорінні зміни в економіці України, зумовлені переходом до ринку, визначили необхідність створення такого господарського механізму, який дасть змогу промисловим підприємствам реалізувати принципи ринкових відносин, сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності, забезпечить динамічний розвиток.

В умовах ринку кожне підприємство є незалежним товаровиробником. Воно може самостійно приймати будь-які рішення у межах чинного законодавства, водночас у своїй діяльності зазнає впливу макроекономічних чинників зовнішнього середовища, є відповідальним за свої дії перед державою, діловими партнерами, кінцевим споживачем своєї продукції. Підприємство є відкритою системою, яка взаємодіє з зовнішнім середовищем і залежить від нього. Його виживання часто залежить від успішності взаємодії з цим середовищем, яке утворюють економічні умови, глобальний ринок, політична діяльність, технологічний поступ та суспільні традиції.

Проблема визначення ефективності управління промислового підприємства та пошуку шляхів її підвищення є складною. Адже будь-яке підприємство – це відкрита система, що функціонує у межах впливу багатьох факторів. Так низка факторів створює певні можливості, своєчасне використання яких дозволить підвищити ефективність управління підприємством. Деякі фактори навпаки створюють загрози існуванню підприємства. Мінімізація таких загроз є першочерговою метою для ефективного управління. Саме тому доцільно вивчення факторів впливу на ефективність управління промислового підприємства.

Залежно від сили впливу чинників кожного середовища, одне з них є домінуючим над іншим і впливає на його функціонування. Таким чином, ефективність управління промисловим підприємством значною мірою залежить від впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, які взаємодіють між собою. Саме тому виникає потреба у детальному вивченні детермінантів управління промисловим підприємством.

Вивченню впливу зовнішнього середовища на ефективність управління належить низка робіт, в яких воно розглядається як складна багаторівнева структура елементів, які знаходяться за межами підприємства та різним чином впливають на його діяльність. Дослідження доводять, що під зовнішнім середовищем підприємства слід розуміти сукупність елементів, що оточують його та спричиняють на діяльність суттєвий вплив.

Фактори зовнішнього середовища мають складну структуру та велику кількість, що ускладнює їх моніторинг. Зміна одного із факторів призведе до

зміни інших. Тому, основним завданням управління є забезпечення балансу між впливом зовнішніх факторів та можливостями (наявним потенціалом) підприємства на основі обміну виробленої продукції на необхідні ресурси (інформаційні, фінансові, енергетичні, матеріальні та ін.), які знаходяться у зовнішньому середовищі. Стратегічне управління підприємством має бути спрямоване на довгострокову перспективу задля стійкого функціонування [1].

Цільовою функцією адаптації є досягнення стратегічних цілей підприємства шляхом гнучкого пристосування внутрішніх можливостей підприємства до змін зовнішнього середовища. Спостереження за зовнішнім середовищем є складним і безперервним процесом, що зумовлене значною різноманітністю, великою кількістю і динамічністю факторів цього середовища. Тому підприємству необхідно постійно проводити збір, моніторинг і аналіз інформації, що відтворює стан факторів зовнішнього середовища. Дослідження факторів зовнішнього середовища передбачає не тільки фіксацію їх стану на конкретний момент, але і розкриття тенденцій змін і прогнозування трендів розвитку цих факторів [2].

Адаптація промислового підприємства до змін нестійкого зовнішнього середовища це складний процес, який неможливо реалізувати без формування сучасної організаційно-економічної системи адаптації підприємства. В основі запропонованого нами підходу щодо адаптації підприємства в умовах нестійкого зовнішнього середовища використовуються механізми біфуркації. Основою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень мають стати результати моніторингу з використанням показників-індикаторів, які характеризують тенденції змін. Але, складні процеси гомеостазу підприємства, в умовах мінливого середовища, потребує додаткового дослідження впливу факторів макро- та мікросередовища на діяльність промислових підприємств, їх взаємозв'язків та взаємозалежності [3].

Література

1. Орлова К. Організаційно-економічні засади адаптації підприємств добувної промисловості до зовнішнього середовища. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2013. Вип. 1 (8). С.181-189.
2. Бабич О. В. Особенности адаптации деятельности предприятия к современным условиям / О. В. Бабич, А. Л. Будникова. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/osobennosti-adaptatsiideyatelnosti-predpriyatiya-k-sovremennym-usloviyam>
3. Бекмурзіна А. М., Бояринова К. О. Адаптивність виробничо-економічної системи підприємства до інноваційних змін. URL: http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/66837/pdf_8

Дехтяр С.С.

аспірант

Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту ім. В. Лазаряна (Україна)

МАКРОФІНАНСОВІ ЗАГРОЗИ ТА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА

У перспективі кількох наступних років треба бути готовими до нової світової кризи чи принаймні до погіршення світової кон'юнктури. Перед Україною стоятимуть ті ж самі постійно зростаючі загрози національній безпеці, в тому числі у сфері економічної безпеки, особливо зважаючи на те, що світ з низки об'єктивних причин поступово входить у чергову смугу турбулентності. Головною стратегічною економічною загрозою безпеці України є те що країна застрягла на сировинно-індустріальному рівні економіки, що не дасть змоги в найближчому майбутньому забезпечити позитивні тенденції економічного зростання. У макроекономічному аспекті Україна має структурні вади, що породжують макроекономічні загрози, які перешкоджають швидкому та стійкому зростанню економіки. Це висока інфляція та перманентні ризики порушення фіскальної та валютної стабільності, які періодично призводять до відповідних криз [1].

Підсилюються негативні ефекти завеликого фіскального навантаження на економіку. Чимале формальне податкове навантаження доповнюється "корупційним податком", оскільки фіскальна служба випереджає решту державних органів за кількістю корупційних епізодів у відносинах із бізнесом. У структурі податків занадто велике місце займають податки на прибутки підприємств, на доходи громадян і нарахування на заробітну плату, які є найбільш шкідливими для економічного зростання. Водночас найменш шкідливі — податки на землю та нерухоме майно — недостатньо використовуються та погано адмініструються [4; 5]. До цього додаються також можливості уникнути сплати податків через використання офшорів, завезення товарів із порушенням митних правил і контрабандою, використання схем податкового шахрайства тощо, Конкуренція з підприємствами, що користуються неформальними привілеями, змушує інших теж вдаватися до мінімізації податків у різні способи, що в свою чергу ще більше усугубляє наяву проблему. Державні органи, призначені для адміністрування надходжень бюджету, – Державна фіскальна служба та Державна митна служба – є глибоко корумпованими.

Сьогодні для країни вкрай важливо прийняття необхідних державних документів для нівелювання ключових загроз економіці. Складається враження що в Україні це розуміє лише бізнес середовище, в той час як керівництво країни не приймає жодних конкретних рішень з питань перспективи забезпечення макрофінансової стабільності країни. Треба віддати належне групі

відповідальних українських бізнесменів які сформували Фонд підтримки економічної безпеки України [2; 3] та запропонували ряду експертів створити Доктрину економічної безпеки. Такий документ є необхідним, своєчасним та повинен буди пріоритетним у країні, яка має на меті побудувати справді сильну та незалежну державу.

Враховуючи вищевикладене, простежуємо прямий взаємозв'язок між економічною безпекою держави та бізнесу. Економічна безпека окремих суб'єктів господарювання не буде комплексною та дієвою без врахування аспектів економічної безпеки держави. І навпаки, при створенні концепції економічної безпеки держави треба в першу чергу враховувати інтереси українських підприємців.

Саме тому, вважаємо що держава повинна формалізувати підходи до виявлення та ідентифікації загроз, охарактеризувати їх та визначити основні напрями державної політики щодо їх нейтралізації або мінімізації негативного впливу. Необхідно визначити на державному рівні національні інтереси країни у економічній сфері, критерії економічної безпеки, описати основні загрози та ризики для економічної безпеки у різних сферах та врешті рещт вибрати основні напрями реалізації державної політики в сфері економічної безпеки.

Все це надасть українським підприємствам такі вкрай необхідні орієнтири у формуванні власної концепції економічної безпеки. Наявність у підприємств власної концепції економічної безпеки робить їх менш вразливими, гнучкими, сильними і готовими до діяльності у різних економічних умовах. Все це є в свою чергу запорукою стабільності та розвитку. Виходить, що питання визначення та забезпечення економічної безпеки є вкрай важливим як для держави, так і для окремого українського підприємства. У 21му столітті Україна може стати успішною країною, якщо реалізує свої конкурентні переваги та збереже економічну незалежність у взаємодії з глобальним світом. Основою та фундаментом такої взаємодії може бути сформована доктрина економічної безпеки держави.

Література

1. URL: <https://zn.ua/macrolevel/ekonomicheskaya-bezopasnost-akroekonomicheskie-ugrozy-i-fiskalnoe-izmerenie-315341.html>
2. URL: <http://economyfund.org.ua>
3. Шемаєва Л. Г. Економічна безпека у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 21.04.02. Шемаєва Л. Г. К. : 2010. 39 с.
4. Податковий Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755>
5. Господарський Кодекс України. URL: zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15

Наукове видання

**ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА:
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА
ПРАКТИКИ**

**МАТЕРІАЛИ
ВОСЬМОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

Підписано до друку 23.08.2019 р.
Формат 60×84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Друк офсетний. Ум. друк. арк. 17,08. Наклад 300 прим.
Зам. № 2308/1.

Надруковано з готового оригінал-макету у друкарні «Апрель»
ФОП Бондаренко М.О.
65045, м. Одеса, вул. В.Арнаутська, 60
тел.: +38 0482 35 79 76
www.aprel.od.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців ДК № 4684 від 13.02.2014 р.