

Отже, інноваційна діяльність має велике значення для розвитку економіки України. Провівши дослідження, можна сказати, що досі у законодавчих актах не узгоджено визначення термінів, що стосуються інноваційних витрат. Велика кількість інноваційних витрат підприємства зумовлює необхідність виділення їх певних типів. Така класифікація повинна давати можливість виділяти інноваційні витрати, показувати їх елементи, а також необхідно організовувати моніторинг, контролювати та регулювати види інноваційних витрат.

Література:

1. Про інноваційну діяльність в Україні: Закон України від 04.02.2002 року №40 -IV// [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Ільченко О.О. Облік і аналіз витрат на інновації: управлінський аспект: автореф. дис. на здобуття наук. степеня канд. екон. наук / О.О. Ільченко ; Держ. акад. статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К., 2009. – 21 с.
3. Грицай О.І. Теоретичне визначення сутності поняття «витрати на інноваційні процеси» [Електронний ресурс] / О.І. Грицай // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2014. – Режим доступу: http://asconf.com/rus/archive_view/53
4. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page8> - Назва с титул. екрану
5. Про затвердження Методики приведення механізму аналітично-статистичного спостереження стану інноваційного розвитку економіки у відповідність із стандартами Організації економічного співробітництва і розвитку та ЄС: Наказ Міністерство економіки України” від 19.02.2010 N 160 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type=3&id=544484&base=1
6. Пашута М. Т., Шкільнюк О. М. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна та шляхи стимулювання /М. Т.Пашута, О. М.Шкільнюк//Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури. – 2005. – 118 с.
7. Бажал Ю.М., Федулова Л.І., Александрова В.П. та ін. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика /Ю. М.Бажал, Л. І. Федулова, В. П. Александрова та ін.// Ред. Л. І. Федулова – НАН України: Ін-т екон. прогнозування. – К.: Основа. – 2005. – 552 с.
8. Сичук С.М. Класифікація витрат на інновації та напрями їх вдосконалення для цілей обліку та контролю [Електронний ресурс] / С.М.Сичук// Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2013. – С. 238-243. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2013_10\(2\)__32.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2013_10(2)__32.pdf)

ВАЖЛИВІСТЬ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

С.В. Безнос
М.В. Степаненко

Одеський національний політехнічний університет

Світова практика підтверджує, що саме ефективний розвиток інноваційної діяльності підприємства дає змогу пристосування до змін зовнішнього середовища, а диверсифікація є одним із надійних методів забезпечення конкурентоспроможності та стійкості фінансового стану господарюючого суб'єкта в умовах ринкових трансформацій.

В усіх галузях економіки спостерігаються різноманітні прояви диверсифікації, так як диверсифікація не є однорідною і може протікати у різних умовах по-різному. Навіть саме визначення терміну диверсифікації має безліч різних поглядів науковців. Так термін «диверсифікація» (від лат.: *diversus* – різний, *fasere* – робити) означає:

а) різноманіття, різнобічний розвиток;

б) проникнення спеціалізованих фірм (промислових, транспортних, будівельних) до інших галузей виробництва, сфери послуг тощо; у процесі диверсифікації виникають багатогалузеві комплекси;

в) розширення асортименту виготовлення виробів, надання послуг.

На фоні фінансової кризи, більшість компаній обирають стратегію зменшення витрат, як основний метод по боротьбі з кризою. Хоча вони могли б перенаправити свої ресурси у інший напрямок для того щоб зайняти позиції, які звільнилися з настанням кризового стану в економіці світу. Звичайно вихід на нові ринку чи створення нового продукту пов'язане з великими витратами на переобладнання виробництва, нові маркетингові дослідження, збільшення числа конкурентів та інше. Проте можна знайти шляхи диверсифікації діяльності підприємства, які займуть менше витрат і пройдуть менш болісно. Наприклад, почати виробництво товару, який за своїми характеристиками схожий з рідною продукцією чи на договірній основі з іншим підприємством виходити на новий ринок.

Щоб диверсифікація була розумною, необхідно підтримувати її базові принципи:

- визначення мети диверсифікації, що не суперечить глобальній меті підприємства;
- необхідність передусім захищати вже отриманий і сформований капітал, а лише потім розробляти шляхи його збільшення та розвитку;
- узгодження напряму диверсифікації з потребами ринку;
- доцільність технологічної сумісності;
- максимальне або оптимальне використання наявних матеріальних, трудових на фінансових ресурсів на виробництві [2].

З урахуванням принципів та видів диверсифікації необхідно використовувати дві групи методів диверсифікації.

Перша – диверсифікація діяльності в межах одного підприємства. Внутрішнє зростання передбачає диверсифікацію існуючого підприємства за рахунок використання наявних і залучених ресурсів. На підприємстві існують різні можливості внутрішньої диверсифікації: створення подібної продукції або зовсім нової, диверсифікація ринків та технологій. Головною причиною внутрішньої диверсифікації компанії стає надлишок ресурсів, які можна використати у виробництві нової продукції або продукції, яка випускалася, за більш ефективною технологією для отримання додаткового прибутку. Мета внутрішньої диверсифікації – забезпечення збереження підприємства у майбутньому.

Друга – диверсифікація через злиття та поглинання. Зовнішнє зростання передбачає об'єднання підприємств, пов'язаних або непов'язаних технологічним ланцюжком. До переваг цієї групи методів диверсифікації необхідно віднести наявність відпрацьованих технологій, функціональних зв'язків із постачальниками, налагоджених каналів збуту, високий рівень попиту на продукцію компанії, кваліфікованість персоналу, а також популярність продукції, імідж, що значно зменшує обсяг додаткових інвестицій. При зовнішньому зростанні компанія постає перед вибором: придбати успішне підприємство за високу ціну або низькорентабельне, проте більш дешеве підприємство. Цей вибір залежить від стратегічного потенціалу компанії.

Отже, підприємство повинно здійснювати диверсифікацію з найбільшою для себе вигодою і найменшим ризиком, тобто вибрати оптимальний варіант вкладення капіталу із максимально можливим прибутком і забезпеченням фінансової стійкості підприємства. Для цього потрібно враховувати всі переваги та недоліки [1].

Диверсифікація діяльності підприємства це різнобічний та багатогранний процес, який за своєю специфікою є складним, але у той же самий час і дуже практичним, як варіант розвитку. Проте тільки знання всіх можливих варіантів результату діяльності дозволить правильно обрати подальший шлях розвитку підприємства. Отже, обираючи стратегію диверсифікації, необхідно орієнтуватися на постійний аналіз поточної ситуації, оцінку конкурентної позиції та привабливості галузі із врахуванням переваг та недоліків впровадження даної стратегії. Використання диверсифікації дозволяє підприємству знизити ризик втрат, так як якщо з однією продукцією (чи на одному ринку) він отримує збиток, а на інших, ймовірно, – прибуток, тобто покрий частину збитків.

Література:

1. Переваги та недоліки стратегії диверсифікації діяльності підприємства/ О.О. Цогла// Актуальні проблеми економіки. - 2007. - №5. - С.149-152.
2. Організаційно-економічний механізм диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання/ М.Д. Корінько// Актуальні проблеми економіки. - 2008. - №6.- С. 135-142.

ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДЛЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

С.С. Чеботар

Одеський національний політехнічний університет

Один з найважливіших чинників зростання ефективності виробництва є поліпшення якості своєї продукції чи наданої послуги. Воно розцінюється нині, як вирішальне умова її конкурентоспроможності на внутрішньому, а зовнішньому ринках. ТО

Аналіз витрат і прибутку — найважливіший елемент системи управління якістю, що орієнтована на оптимальний розподіл ресурсів. Теоретичні матеріали і практичний досвід підприємств доводять, що діяльність щодо підвищення якості обов'язково веде до економічного успіху. Тому подібна активність повинна оцінюватися з позиції господарської корисності.

Збільшення прибутків досягається завдяки лояльності клієнта і його позитивній особистій комунікації з навколишніми, сприятливому розширенню збуту. Зниження витрат є результатом удосконалення виробничого процесу і попередження помилок. Значення управління якістю для підприємства доведено багатьма емпіричними дослідженнями. Проте на практиці виявлено і ряд негативних прикладів підприємств, що не досягли успіху, не зважаючи на інтенсивну роботу з підвищення якості. Іншими словами, зусилля в галузі якості не завжди визначають економічний успіх. Не кожний захід в галузі якості обов'язково викликає зростання задоволеності клієнта пропорційно докладеним зусиллям, що, у свою чергу, підвищувало б його лояльність і забезпечувало б збільшення прибутку компанії. Можна припустити, що заходи щодо підвищення якості призводять лише до невеликого збільшення прибутку або зниження витрат до конкретного моменту (або на визначеному рівні активності). Звідси необхідність перспективної господарської оцінки капіталовкладень у відповідні заходи.

Витрати, пов'язані з якістю, — це сукупність витрат, які викликані вимогою досягнення або підтримки визначеного рівня якості на підприємстві, тобто зумовлені заходами щодо запобігання помилок, планованим контролем якості, виправленням помилок усередині і поза фірмою, а також виконанням зовнішніх менеджерських функцій у даній галузі. При класифікації відповідних витрат можна виділити три підходи: розподіл витрат з орієнтацією на конкретні дії; розподіл з орієнтацією на ефективність; врахування витрат в сегменті помилок. Орієнтація на конкретні дії передбачає три класичні розподіли витрат – витрати профілактики, витрати контролю і витрати помилок. Витрати профілактики (попередження) визначаються видами активності, що спеціально започатковуються, щоб уникнути відхилень від необхідного рівня якості. Витрати контролю виникають у зв'язку з вимірюваннями, оцінками, аудиторськими перевітками, що гарантують відповідність товарів і послуг встановленим нормам, стандартам і/або вимогам. Витрати помилок є результатом дій, що викликані недостатньою відповідністю товарів і послуг нормам, стандартам і вимогам. Залежно від місця виникнення помилок витрати класифікують як внутрішні (наприклад, на додаткове опрацювання) або зовнішні (наприклад, з гарантійного обслуговування). У рамках другого напрямку класифікації — розподіли витрат з орієнтацією на ефективність — виділяють витрати відповідності і невідповідності товарів і послуг вимогам клієнта. Витрати відповідності сприяють успіху підприємства в тому плані, що виправдовують очікування клієнта. У цю категорію входять витрати, пов'язані з заходами щодо довгострокового виключення помилок і попередження ризиків їх виникнення. Витрати невідповідності є, по суті, марною витратою ресурсів, коли засоби спрямовуються на виробництво товарів і послуг, що не відповідають з погляду якості вимогам споживача. У цій групі також розрізняють зовнішні і внутрішні витрати.