

Секція 1.
Стратегічне управління економічним
розвитком промислових
підприємств

Науковий модератор:
д.е.н., професор, Бельтюков Є.А.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ ОБЛІГАЦІЙНИМ ЗАЙМОМ

*О.Г. Бровкова, к.е.н., с.н.с.,
К. Телюх*

Одеський національний політехнічний університет, м.Одеса

Як показує зарубіжний досвід, важливе місце в структурі зовнішніх джерел фінансування підприємства займають емісії цінних паперів і, перш за все, акцій і облигацій. У сучасних розвинених країнах облигаційна маса підприємств становить, як правило, від 10–15 до 60–65% загальних обсягів емісій корпоративних цінних паперів, що свідчить про важливу роль облигацій як альтернативного джерела інвестицій

Перш за все, облигація є цінним папером, що засвідчує відносини позики між її власником (кредитором, або інвестором) і особою, що випустила її (позичальником, або емітентом).

Облигація як інструмент запозичення в більшій мірі відповідає сучасним умовам фінансового ринку і має ряд переваг над іншими інструментами. До них можна віднести наступні [1]:

1. можливість доступу безпосередньо (без посередника) до грошових ресурсів інвестора. При цьому величина грошової суми боргу, що засвідчується однією облигацією, як правило, незначна, емітент отримує доступ до ресурсів дрібних інвесторів;

2. зважаючи на роздробленість великої кількості власників облигацій мала ймовірність втручання кредитора у внутрішні справи позичальника;

3. облигаційні позики надають більше можливостей для фінансування на довгостроковій основі;

4. є можливість оперативного управління структурою і обсягом заборгованості, їх оптимізацією відповідно до змінних умов господарювання, як внутрішніх, так і зовнішніх;

5. функціонування вторинного ринку виявляє орієнтири, на які спирається емітент при виробленні параметрів нових облигаційних випусків. Ліквідний вторинний ринок своїм існуванням створює можливості для наступних випусків облигацій емітентом, оскільки саме висока ліквідність облигацій є однією з їх найбільш привабливих для потенційних інвесторів характеристик.

Дослідження зарубіжного досвіду дозволяє виділити кілька найважливіших особливостей функціонування ринку корпоративних облигацій:

1. корпоративні облигації, як правило, забезпечують залучення капіталу на тривалий період: це довгострокові позики, що розміщуються на ринку цінних паперів, проте в останні десятиліття виявилась тенденція до скорочення термінів їх обігу (з 25–30 років до 5–10 років), що пов'язано, з одного боку, з прискоренням впровадження новітніх науково-технічних розробок, які призводять до швидкого старіння основних фондів, широкого використання механізмів прискореної амортизації і т.д., а з іншого боку – з прагненням інвесторів вкладати свої кошти в цінні папери з більш короткими термінами погашення і зменшити тим самим інвестиційні ризики;

2. портфель облигацій, що випускається підприємствами є неоднорідним: відмінності у виборі характеристик облигацій, що випускаються обумовлено такими факторами, як галузева специфіка, зв'язок підприємства з ринком цінних паперів і вищої освіти, діловий престиж, фінансове становище;

3. в процесі обігу корпоративних облигацій на ринку пріоритетна увага приділяється питанням оцінки їх якості та надійності: більш висока якість облигації означає більш низький відсоток виплат по ній і, відповідно, більш вигідні для емітента умови залучення інвестицій;

4. для корпоративних облигацій характерна велика стійкість в порівнянні з іншими цінними паперами: курс облигацій, як правило, не знижується при погіршенні кон'юнктури, він стає навіть більш привабливим для інвесторів у порівнянні з акціями та державними цінними паперами;

5. значну частину власників корпоративних облигацій складають, як правило, дрібні інвестори і населення: висока частка індивідуальних учасників на ринку цінних паперів є характерною рисою для країн з розвинутою ринковою економікою і відображає сучасні

тенденції до переходу грошових коштів зі своїх традиційних форм (заощадження, готівку, банківські депозити і т.п.) в форму цінних паперів і перетворенню все більшої маси капіталу в цінні папери, доступні самому широкому колу інвесторів.

Наприклад, боргові папери США можуть випускатися і різними комерційними компаніями. Такі папери називають корпоративними облигаціями. В якості забезпечення для корпоративних облигацій є прибуток, який отримує компанія в ході інвестування грошей, отриманих в ході продажу корпоративних облигацій.

Термін виплати, прибутковість, номінальна вартість та інші параметри корпоративних облигацій визначаються організацією самостійно. У більшості випадків прибутковість таких облигацій становить кілька відсотків і вище, ніж у раніше розглянутих облигацій (державних і муніципальних). Але і число випадків невиконання зобов'язань тут теж вище. Найчастіше корпоративні облигації США випускаються з номіналом в розмірі 1.000 доларів з терміном обігу більше 1 року. Дуже часто корпоративні облигації випускаються з можливістю дострокового погашення заборгованості [2].

Серед біржових фондів поширені фонди корпоративних облигацій, де частка компаній США 60–80%. Однак при бажанні інвестувати в цей сегмент ринку такий відсоток є цілком достатнім.

Всі японські облигації можуть випускатися як іменні або представницькі цінні папери. Корпоративні облигації (Sha Sai). В Японії існують дуже жорсткі правила випуску облигацій. Високі вимоги пред'являються до стану балансу емітента. Випуски здійснюються тільки з довіреною особою (як в США), яким виступає довірчий банк.

Ринок облигацій ФРН (за обсягом облигаційної заборгованості) є третім в світі національним ринком після США і Японії з об'ємом в 2–2,5 трлн. дол. США. Специфікою облигаційного ринку Німеччини є абсолютна перевага банківських облигацій в структурі заборгованості і незначна частка облигацій промислових компаній.

Розміри ринку внутрішніх корпоративних облигацій Великобританії по порівняно з іншими розвиненими країнами невеликі. У загальному обсязі заборгованості по інструментах в фунтах стерлінгів на корпоративні облигації припадає не більше 5%. Однак насправді ситуація з борговим фінансуванням за допомогою випуску облигацій інша. Велика частина корпоративних облигацій, що випускаються англійськими компаніями, розміщується на ринку євробумаг в формі євростерлінгових облигацій. Англійська статистика виділяє їх в окрему групу, не відносячи до категорії внутрішніх облигацій (domestic bonds), основними емітентами євростерлінгових облигацій в Великобританії виступають найбільші банки, будівельні товариства і провідні нефінансові компанії (British Telecom, GlaxoSmithKline і ін.) [3]. Велика частина євростерлінгових облигацій –представницькі цінні папери.

Література:

1. Финансовый блог : [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://investprofit.info/usa-bonds/#link2>
2. Инфраструктурные облигации: [Електроний ресурс] / Т.Качалина, Н.Лебедева // – Режим доступу: <http://www.rcb.ru/lp/2009-00/22946>
3. Международная конференция «Стратегический ресурс для развития экономики» [Електроний ресурс] / Режим доступу: <http://www.region.ru/o-gruppe/press-tsentr/news/img>

LOGISTIKSTRATEGIEN IM UNTERNEHMEN: EINIGE PROBLEME UND PERSPEKTIVEN

L.M. Gerasimova, PhD

Nationale Polytechnische Universität von Odessa, Odessa

Die Logistik ist einer der Schlüsselbereiche des Unternehmens, die strategische Vorteile bringen kann. Bei der Globalisierung der Wirtschaft von den Staaten sind die Entwicklung und die Anwendung wissenschaftlich fundierter logistischer Strategien für das Unternehmensmanagement

entscheidende Faktoren, um sie an die Bedingungen der Weltwirtschaft anzupassen. Daher ist das Problem der Entwicklung und Auswahl von den innovativen Logistikmanagementstrategien für Unternehmen wichtig. Dies erfordert auch eine theoretische, methodische und methodologische Unterstützung, die den Trends der Entwicklung friedlicher sozioökonomischer Beziehungen entspricht. Es sei darauf hingewiesen, dass das wichtigste Logistikverfahren darin besteht, dass die Integration des Logistikmanagementsystems im Vergleich zur getrennten Verwaltung einzelner Logistikvorgänge wirksamer ist [1]. Für den erfolgreichen Betrieb des Logistiksystems ist ein Mechanismus (System) für das Management der Logistikaktivitäten erforderlich. Dieses Mechanismus steuert seine Aktivitäten bzw. steuert und korrigiert Maßnahmen, steuert die Logistikflüsse, trifft Entscheidungen und ist für die Ergebnisse ihrer Implementierung usw. verantwortlich.

Das Logistiksystem muss unbedingt die Eigenschaft der Integration besitzen, weil mit zunehmender Instabilität der Umgebung die Notwendigkeit eines strategischen Unternehmensmanagements relevanter ist. Dieses Unternehmensmanagements kann als Ergebnismanagement betrachtet werden. Das integrierte Logistiksystem sollte leicht an Änderungen in der internen und externen Umgebung angepasst werden können. Die Strategie beschreibt wiederum die Hauptwirkungsweise, die zur Erreichung ihrer Ziele gewählt wird. Die Logistikstrategie besitzt die Entscheidungs- und Installationsregel, die die Entwicklung des Logistiksystems des Unternehmens steuern. Die Logistikstrategie stellt ein verallgemeinertes Handlungsmodell dar. Dieses Handlungsmodell ist erforderlich um die durch Koordinierung und Verteilung von Unternehmensressourcen gesetzten Ziele zu erreichen. Strategisches Logistikmanagement ist folglich eine Tätigkeit, die mit der Festlegung der Ziele und Ziele des Logistiksystems des Unternehmens und der Aufrechterhaltung der Beziehung zwischen dem Unternehmen und der externen Umgebung zusammenhängt. Dies ermöglicht es dem Unternehmen, seine Ziele zu erreichen, seine internen Fähigkeiten zu erfüllen und es Ihnen zu ermöglichen, auf externe Faktoren einwirken zu können Umwelt "[2].

Die Dynamik der wirtschaftlichen Entwicklung des Landes unter den Bedingungen der Globalisierung hängt von externen Marktfaktoren ab. Daher sind die Probleme der logistischen Komponente des Managements als Mechanismus zur Verringerung der Transaktionskosten und zur Sicherstellung der globalen Wettbewerbsfähigkeit von den nationalen Unternehmen relevant bzw. werden zu einem neuen Zweig der Wirtschaftswissenschaften. [3]

Eine wichtige Voraussetzung für die wirtschaftliche Entwicklung ist der Erwerb von innovativen Strategien und von den Managementmethoden bzw. seine praktische Anwendung in der Tätigkeit von Unternehmen. Die Logistikbranche verfügt über ein erhebliches Investitionspotenzial und erfordert die Entwicklung eines Mechanismus für innovative Logistikmanagementstrategien und eine Anziehungskraft auf dem Gebiet der Logistik.

Moderne Business-Systeme besitzen komplexe Verbindungen. Um ihre eigene Position im Geschäftssystem zu schützen, können Unternehmen gleichzeitig an verschiedenen Arten von Verbindungen und Kommunikationen teilnehmen. Einige horizontale Verbindungen bestehen aus reinem Wettbewerb, andere aus reiner Kooperation. Es können jedoch die Verhältnisse zwischen ihnen sein, die aus einer Kombination beider Arten von Beziehungen bestehen. Die wettbewerbsorientierte Zusammenarbeit in der Logistik bewirkt, dass die Kosten für die Entwicklung neuer Produkte zwischen kooperierenden Unternehmen aufgeteilt werden, wodurch die Lieferzeiten verkürzt werden und die Möglichkeit besteht, dass jedes Unternehmen seinen eigenen Beitrag leistet. Die wettbewerbsorientierte Zusammenarbeit in der Wirtschaft als neues Phänomen in der Wirtschaftstätigkeit hat ein gewisses Potenzial auch bei der Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von ukrainischen Unternehmen.

Die Entwicklung und Anwendung moderner Logistikmanagementstrategien ist einer der Schlüsselfaktoren für die Beteiligung der Ukraine an europäischen Integrationsprozessen und die Anpassung der Unternehmen an die schwierigen Bedingungen einer globalen Marktwirtschaft. Die Verbesserung der Logistiksysteme als Schlüsselbereich des Unternehmens bietet ein großes Potenzial zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. Diese Verbesserung sollte auf einem innovativen Ansatz zur Nutzung von Marktmechanismen und Logistik als strategischer Komponente der Wettbewerbsposition des Unternehmens sowie auf neuen strukturellen und organisatorischen Beziehungen bzw. auch der Integration von Logistikpartnern in strategischen Allianzen basieren. Vielversprechende innovative Formen der Unternehmensführung sind strategische Allianzen. Die Untersuchung von Allianzen zeigt, dass Engagement ein entscheidender Faktor für den Erfolg von Logistikallianzen ist. Durch das Outsourcing im Logistikmanagement von Zulieferern und die Bestellung eines weiteren Outsourcing

an den Fremdlogistikprozess "Third Party Logistics" (ZLL) werden Informationssysteme zentralisiert, die Effizienz der Abläufe erhöht, die Kosten gesenkt und die logistischen Dienstleistungen für die Kunden entlang der globalen Lieferkette erhöht [4]. Die Steigerung der Effizienz von Logistikdienstleistungen wird durch strategische Allianzen im dreieckigen Outsourcing erreicht.

Ein effizient entwickeltes Logistiksystem stellt den immateriellen Vermögenswert eines Unternehmens dar und steigert seinen Wettbewerbsvorteil. Die Umsetzung des Konzeptes der Minimierung von Gesamtkosten durch Bereitstellung eines akzeptablen Niveaus an Logistikdienstleistungen im Rahmen des innovativen Bestandsverwaltungssystems eines Industrieunternehmens ermöglicht die Festlegung des optimalen Niveaus der Produktions- und Endproduktbestände, die Sicherstellung der Anforderungen des Verbraucherdienstes bzw. die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

Daher sind die Strategien zur Verwaltung der Logistiksysteme von Unternehmen von großer Bedeutung für die Steigerung der Rentabilität und der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Das Logistikmanagement wirkt sich auf die Kostensenkung des Unternehmens aus, die von der Qualität der Zusammenarbeit des Unternehmens mit Zulieferern, Spediteuren und Kunden im Vertriebskanal abhängt, was zu strategischen Allianzen zwischen Herstellern, Händlern und Spediteuren führt [5].

Literaturverzeichnis:

1. Харрісон Алан, Ван Хоук Ремко. Управління логістикою: Розробка стратегії логістичних операцій/ Пер. з англ.; За наук. ред. О.Є. Міхейцева. –Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. – 368 с.
2. Иванов Д.А. Логистика. Стратегическая кооперация / Дмитрий Иванов – М.: Вершина, 2006. – 176 с.
3. Герасимова Л.М. Логістичні стратегії та конкурентоспроможність підприємств. – В зб.: Економіка: реалії часу і перспективи. Том 1 //Матеріали II Міжн.науково–практ.конф. (Одесса, 07 – 11 вересня 2015 р.). – Одеса: ОНПУ, 2015. – С.67–69.
4. Герасимова Л.М. Управління логістичними ланцюгами: практика застосування в інноваційних проектах. – В зб.: Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки. Том I. Частина II //Матеріали XX Міжн.науково–практ.конф. (Одесса, 07 – 11 вересня 2015 р.). – Київ – Одеса, Націон.академія наук України, інститут досліджень науково–техн.потенціалу та історії науки ім. Г.М.Доброва НАНУ, 2015.
5. Герасимова Л.М. Етапи в логістичнім менеджменті. – В зб.: «Strategiczne putania awiatowwej nauki – 2011». Volume 5. Ekonomiczne nauki. – Przemysl: Nauka: Studia, 2011. – С.5 – 8. Матеріали VII Міжн. науково–практ. конф., 07–15 лютого 2011 р.

СТРАТЕГІЧНИЙ ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Р.Б. Годунько, аспірант

Львівський торговельно–економічний університет, м. Львів

Проблема інноваційного розвитку економіки України є вельми актуальною, але, на жаль, залишається невирішеною. Позитивною рисою усіх трьох документів є те, що у кожному з них звертається увага на кадрову складову як рушійну силу інноваційного розвитку. Але при цьому є й суттєва недоробка: в них розглядаються проблеми інноваційного розвитку лише у сфері виробництва поза врахування сфери торгівлі. На наше переконання, саме сфера обігу та інтенсивний розвиток торгівлі на основі впровадження інновацій на торговельних підприємствах як де-факто прискорюють інноваційний розвиток національної економіки, оскільки торгівля як галузь є зв'язуючим ланцюгом між сферами виробництва та споживання як інноваційних, так й інших товарів. [1,с.84]

Як зазначають відомі фахівці – торговельне підприємство це первинна або основна ланка сфери торгівлі, вона є самостійним господарюючим суб'єктом з правом юридичної особи, що створена для закупівлі та реалізації а також зберігання товарів. Додатковим може

бути надання різноманітних супутніх послуг заради задоволення потреб ринку та отримання ще більшого прибутку. Існує багато шляхів розвитку, які можна вибрати для торгового підприємства, але не всі є ефективними та не всі ідуть на користь підприємству, бо більшість з них є уявними. Деякі, намагаючись покращити розвиток свого підприємства, не рідко допускають неминучі помилки, які зрештою прирікають життєвий цикл цього підприємства на період «смерті». Розглянемо деякі помилкові шляхи такого розвитку: Наявність позаринкових переваг над конкурентами за короткий термін; Монополізація ринку без впровадження інновацій та пошуку більш ефективних рішень у сфері техніки, технології, маркетингу, управління тощо; Безперспективність власників підприємств або тимчасового вкладення капіталу у власний бізнес, чи з метою його подальшого продажу; Створення скрутної фінансової ситуації, з метою уникнення податків. Перераховувати ці помилки можливо дуже довго, але головна мета полягає у тому, щоб виявити правильний шлях для розвитку торгового підприємства, тому будь-яке підприємство торгового напрямку на протязі всього свого існування повинно правильно обирати напрямки та способи своєї діяльності. Визначати сегмент ринку, на який підприємству потрібно буде увійти, та виявити головних конкурентів і можливих союзників на даному ринку і у відповідності з цією інформацією сформулювати свої пропозиції на ринку.

Розвиток торговельного підприємства має бути тісно пов'язане з таким економічними показниками, як тенденції розвитку ринку та просування на нього, попит, клієнти та постачальники, товарні запаси, прибуток, чисельність працівників, електронні засоби зв'язку, витрати на оплату праці, транспортні питання та інші фактори внутрішнього та зовнішнього середовища.[2,с.45]

Головна мета діяльності торговельного підприємства – максимізації прибутку від продажу продукції. Приведені напрями та етапи стратегії розвитку дозволяють у процесі управління торговельною діяльністю підприємств досягти цієї мети. У визначенні поняття факторів розвитку торговельного підприємства необхідно розглядати такі категорії як торгова мережа (система взаємопов'язаних торгових підприємств), торгова інфраструктура (спеціалізований транспорт, сховища, інформаційні, рекламні, сервісні центри, тарне господарство і т.п.) і споживачі. Сутність діяльності торговельного підприємства полягає в максимальному задоволенні споживчого попиту в продукції, товарах і послугах у зручний для споживача час, потрібному асортименті і необхідній кількості. На відміну від економіки, в політиці немає детермінованих параметрів виміру зазначених проявів політичної кризи, а значить, не може бути детермінованих факторів її впливу на економіку. [3,с.50]

А це вже політичний аспект проблем. Для економіки головне: якщо вже політична криза виникла, вона має бути мінімальна в масштабах і в тривалості. Це економічне завдання для політики. Формування соціально орієнтованої ринкової економіки в Україні основною своєю метою ставить підвищення рівня якості життя населення. Важливе значення в її досягненні належить торговій сфері. Треба враховувати соціальний аспект розвитку торговельного підприємства, адже з зростанням воно забезпечую робочими місцями свій регіон. Для подальшого покращення торговельної діяльності підприємств слід більш детально приділити увагу наступним напрямкам: система факторів які впливають на торговельну діяльність підприємств; технології оцінювання попиту на продукцію; формування стратегії розвитку; методи досягнення стратегічних цілей підприємства.

Література:

1. Защук М.С. Управління інноваційним розвитком торговельного підприємства: дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / М.С. Защук – Донецьк, 2012. – 203 с.
2. Про інноваційну діяльність : Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2014. – № 2–3. – Ст. 1.
3. Кучинський В.А. Оцінка і розвиток інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Кучинський, А.Д. Гайдукова // Вісник НТУ «ХП». – 2014. – № 65(1107). – С. 139–147.

ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВ

Ю.Г. Горященко, к.е.н., доц.,

Г.Д. Тоболь

Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро

Виготовлення продукції (виконання робіт, надання послуг) здійснюється в процесі взаємодії праці людини та певних засобів виробництва. Останні за своїм матеріально-речовим складом становлять основні виробничі фонди підприємства, усю сукупність яких поділяють на основні та оборотні.

Основні фонди є невід'ємною складовою процесу господарської діяльності. Від їх стану залежить ефективність діяльності будь-якого підприємства, якість наданих послуг та робіт. Вперше поняття «основні фонди (капітал)» з'явилося в працях А. Сміта, Д. Рікардо, К. Маркса, що підтверджує їх особливу важливість у здійсненні діяльності підприємства.

Основні фонди – це засоби праці, що беруть участь у виробництві тривалий час (більше 365 днів), не змінюють своєї речовинної форми і переносять свою вартість на щойно виготовлений продукт частинами, по мірі їх зносу (шляхом амортизаційних відрахувань) [1, с. 228].

Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», основні засоби – матеріальні активи, які підприємство/установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва/діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік) [2].

Слід зазначити, що Т.П. Макаровська визначає основні фонди як засоби праці, які неодноразово беруть участь у виробничому процесі, не змінюючи при цьому своєї первинної форми [3, с. 48].

Таким чином, проаналізувавши сутність визначення поняття основних фондів, слід відзначити, що основні фонди включають в себе матеріальні активи, цінності і засоби праці, що призначаються для використання у господарській діяльності підприємства протягом тривалого часу, який перевищує один рік, не змінюючи своїх форм та розмірів.

Метою і завданнями управління основними фондами підприємства є забезпечення максимально ефективного використання при мінімальних витратах на їх утримання та обслуговування. Для вирішення проблеми управління основними фондами підприємств та отримання відчутних результатів у діяльності підприємства необхідно провести аналіз основних фондів. За результатами аналізу необхідно розробити конкретні засади, спрямовані на поліпшення використання основних фондів, практичне застосування яких дасть змогу використовувати наявні на підприємствах резерви підвищення їх ефективності.

Основні фонди є необхідним фактором будь-якого виробництва. Їх стан, ефективне використання та відтворення прямо пропорційно впливає на кінцеві результати господарської діяльності підприємства. Особливе значення для підприємства має збільшення активної частини основних фондів, яка бере участь у створенні продукції.

Відтворення основних засобів – це процес безперервного їх поновлення. Виділяють два види відтворення основних засобів – просте і розширене. Просте відтворення передбачає проведення ремонтних робіт основних засобів та заміну зношеного. Воно здійснюється в тому самому обсязі, коли відбувається заміна окремих зношених частин основних засобів або заміна старого устаткування на аналогічне, тобто тоді, коли постійно відновлюється попередня виробнича потужність. Розширене відтворення передбачає кількісне та якісне збільшення діючих основних засобів або придбання нових основних, які забезпечують вищий рівень продуктивності устаткування [4, с. 132].

Стабільному перебігу відтворювальних процесів сприяє постійний облік ступеня спрацювання (старіння) та амортизації основних фондів, інтенсифікації відтворення та ефективності використання основних засобів. Ці процеси сприяють постійному підтримуванню належного технічного рівня кожного підприємства та дають змогу збільшувати обсяг виробництва продукції без додаткових інвестиційних ресурсів, знижувати собівартість виробів

за рахунок скорочення питомої амортизації й витрат на обслуговування виробництва та його управління, підвищувати фондовіддачу і прибутковість.

Для того, щоб підвищити ефективність використання основних фондів та зменшити їх знос, підприємство може використовувати наступні засоби: збільшення змінності роботи устаткування та ступеня використання потужності обладнання; скорочення внутрішніх простоїв; підвищення кваліфікації робітників; підвищення рівня організації догляду за фондами; своєчасне проведення капітального ремонту та планово-попереджувальних заходів; оптимальний склад верстатного парку; забезпечення виробництва необхідною кількістю робітників; забезпеченість матеріалами та інвентарем.

Спираючись на це, на підприємствах бажано використовувати нову інноваційну складову – інтенсифікацію виробництва. В економічній літературі немає єдиного підходу до тлумачення сутності інтенсифікації виробництва. Найбільш розповсюдженими нині є такі позиції вчених щодо розкриття змісту даної економічної категорії:

- інтенсифікація – це процес розвитку виробництва, за якого темпи росту кінцевих результатів випереджають темпи росту витрат [5, с. 188];
- інтенсифікація виробництва – це концентрація капіталу на одній і тій же земельній ділянці або в межах конкретного суб'єкта господарювання за певний проміжок часу [6, с. 55];
- інтенсифікація виробництва – це якісне поліпшення продуктивних сил на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу [7, с. 109].

На нашу думку, повністю розкриває сутність досліджуваного поняття визначення інтенсифікації як процесу в розвитку виробництва за рахунок застосування ефективніших засобів виробництва і його організації (на відміну від екстенсивного економічного зростання за рахунок розширення виробництва при рівні, за яким зберігається якість ресурсів).

Сучасна концепція інтенсифікації виробництва базується на підвищенні продуктивності праці, прискоренні впровадження досягнень науково-технічного прогресу, скорочення витрат матеріальних ресурсів і спрямована на збільшення віддачі від вже створеного ресурсного потенціалу.

Таким чином, інтенсифікація виробництва, як сторона інноваційного потенціалу може максимально генерувати високу інноваційну активність та збільшувати ефективність використання та відтворення основних фондів підприємства.

Література:

1. Гетьман О.О. Економіка підприємства : навч. посіб. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – 2-ге видання. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/z0288-00>
3. Макаровська Т.П. Економіка підприємства: навчальний посібник / Т.П. Макаровська, Н.М. Бондар. – К.: МАУП, 2003. – 304 с.
4. Колеснік, Я.В. Відтворення основних засобів: види, форми та джерела фінансування Я. В. Колеснік // Вісник ДДФА: Економіка. – 2009. – С. 130–133.
5. Агаркова Н.А. Теоретико-прикладні аспекти інтенсифікації виробництва / Н.А. Агаркова // Вісник ХНУ. – 2009. – № 6. – С. 186–190.
6. Горбачов Б. Еволюція та сучасний стан наукових уявлень про інтенсифікацію виробництва / Б. Горбачов, О. Гурченков // Економіка України. – 2005. – № 1. – С. 53–59.
7. Економіка сільського господарства : навч. посібник / В.К. Збарський, В.І. Мацибора, А.А. Чалий та ін. ; за ред. В.К. Збарського і В.І. Мацибори. – К. : Каравела, 2016. – 312 с.

ЗНАЧЕННЯ РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ КРАЇНИ

І.М. Єніфінова, к.е.н., доц.

С.Г. Мурадова

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Будівництво – одна з найстаріших галузей народного господарства, рівень розвитку якої сигналізує про розвиток всієї економічної системи країни та рівень життя її населення. Визначна роль цієї галузі полягає у створенні умов динамічного розвитку економіки країни. Її розвиток тісно пов'язаний з багатьма іншими галузями національної економіки. Так, у будівництві використовується 50% продукції промисловості будівельних матеріалів, близько 18% металевого прокату, 40% пиломатеріалів, понад 10% продукції машинобудівної промисловості. [1]

Будівництво – це самостійна галузь економіки, яка призначена для введення в дію нових, а також реконструкції, розширення, ремонту і технічного переозброєння діючих об'єктів виробничого та невиробничого призначення. У табл. 1 наведено дані щодо обсягу виконаних будівельних робіт за видами будівництва: будівлі (житлові і нежитлові) та інженерні споруди.

Таблиця 1 – Обсяг виконаних будівельних робіт за видами будівельної продукції [2]*

(млн.грн.)

	Будівництво всього	Будівлі	У тому числі		Інженерні споруди
			житлові	нежитлові	
2014	51108,7	24856,5	11292,4	13564,1	26252,2
2015	57515,0	28907,5	13908,8	14998,7	28607,5
2016	73726,9	38106,4	18012,8	20093,6	35620,5
2017	105682,8	52809,6	23730,0	29079,6	52873,2
2018	141213,1	66791,6	29344,8	37446,8	74421,5

* Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя, за 2014–2018 рр., також без частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

За 2018 рік обсяг виконаних будівельних робіт у порівнянні з 2014 роком виріс у 2,76 рази. Темп росту будівництва будівель складає 269 % (житлові – 260%, нежитлові – 276 %), інженерних споруд – 283 %. Темпи росту складових підгалузей будівництва коливаються від 260% до 283 %. Все це свідчить про достатньо гармонійний розвиток будівництва в цілому. На такі темпи зростання обсягів виконаних робіт, безперечно, у тому числі вплинуло законодавче розширення дозволу на будівництво та окремі типи будівельних робіт. Так, згідно постанові Кабінету Міністрів України від 7 червня 2017 року за № 406 сформовано список будівельних робіт, які не потребують дозволів:

1. Переобладнання та перепланування жилого будинку і жилого приміщення, а також нежилого будинку, будівлі, споруди, приміщення в них, виконання яких не передбачає втручання в огорожувальні та несучі конструкції та/або інженерні системи загального користування, – щодо об'єктів, що за класом наслідків (відповідальності) належать до об'єктів з незначними наслідками (СС1).

2. Роботи із заміни покрівлі будівель і споруд згідно з будівельними нормами, виконання яких не передбачає втручання в несучі конструкції.

3. Технічне переоснащення згідно з державними будівельними нормами внутрішніх

систем опалення, вентиляції, водопостачання, водовідведення, газопостачання (включаючи спеціальне), силових та слабкострумівих систем, які забезпечують функціонування будівель і споруд; обладнання (переобладнання) будівель і споруд приладами для ведення відокремленого обліку енергоносіїв, гарячої і холодної води.

4. Відновлення елементів благоустрою, визначених Законом України “Про благоустрій населених пунктів”, тощо.[3]

Україна посіла тридцяте місце у рейтингу Світового банку Doing Business за показником "Отримання дозволів на будівництво", піднявшись в рейтингу на 5 сходинок відносно минулого року. За підрахунками експертів Світового банку, підвищення позиції на один пункт у загальному рейтингу Doing Business дає можливість країні залучити до 600 млн доларів інвестицій. Doing Business є одним з найпопулярніших рейтингів Світового банку, який характеризує стан інвестиційного клімату країни. [4]

Зростання цін на житло протягом тривалого часу поряд зі слабкістю фондового ринку та нерозвиненість фінансових інститутів, сформувало попит на бюджетне (доступне) житло як спосіб інвестування з метою збереження коштів. Попит існує, але різке збільшення пропозиції не вигідно в першу чергу забудовникам, які втрачають в прибутковості через посилення конкуренції. [5] В таких умовах вони намагаються знизити витрати, економлячи на матеріалах, проектних роботах, інженерних комунікаціях і т. п. Це призводить до погіршення якості житла. Але, з іншого боку, у нашій країні на 1000 чоловік доводиться 400 квартир проти 486 в Євросоюзі. При цьому доля населення, що мешкає в старому і аварійному житлі, у нас занижена. Тому можна прогнозувати подальше зростання попиту на якісне доступне житло.

Вирішення житлових проблем населення країни повинно мати соціально-економічну спрямованість.

Світовий досвід переконує, що одним із механізмів розв'язання житлових проблем у ринкових умовах господарювання є житлова іпотека. Іпотека могла б значно оздоровити і соціальну, і економічну ситуацію в країні. На це треба націлити систему кредитування та надання пільгових позичок населенню. Створення бірж, інвестиційних та інших фондів, іпотечних і житлових банків, страхових компаній, інших ринкових структур, які можуть забезпечити залучення необхідного обсягу інвестицій у будівництво – все це є базовими елементами, які повинні формувати нову політику в галузі будівництва.

Подальший стійкий розвиток будівельної галузі країни є важливим завданням, яке постає, перш за все, перед економічним блоком уряду країни, законодавчими органами. Його розв'язання в цілому впливає на розвиток інших галузей економіки, стимулює покращення якості життя населення.

Література:

1. Світлична Т. І. Конспект лекцій з дисципліни «Економіка і організація діяльності будівельного підприємства» / Т. І. Світлична;. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – 37 с.
2. Держстат України, 1998–2019 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/bud/ovb/ovb_u/ovbp_vyd_u.htm.
3. Постанова від 7 червня 2017 р. № 406 Київ «Про затвердження переліку будівельних робіт, які не потребують документів, що дають право на їх виконання, та після закінчення яких об'єкт не підлягає прийняттю в експлуатацію» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/406-2017-%D0%BF>.
4. Doing Business 2019: Training for Reform, 2018. The World Bank 1818 H Street NW, Washington DC 20433.
5. В каком состоянии рынок недвижимости и чего ждать от цен. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://voxukraine.org/ru/metr-peremen-v-kakom-sostoyanii-rynok-nedvizhimosti-i-chego-zhdat-ot-tsen/>.

СТРАТЕГІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ

Л.А. Некрасова, к.е.н., доц.

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

В умовах глобалізації критерії «стратегічність» і «ефективність» в поєднанні з постулатами концепції сталого розвитку складають основу нової парадигми стратегічного управління, яка повинна пов'язувати в єдине ціле стратегію розвитку держави, території, галузей і окремих підприємств. Для досягнення цього необхідно всі основні складові парадигми стратегічного управління і системного підходу адаптувати під нове сприйняття системності, стратегічності і ефективності в контексті глобального сталого розвитку. При цьому, в першу чергу, слід забезпечити спрямованість всіх зусиль в зовнішнє середовище для пошуку нових «точок зростання», способів адаптації до стрімко мінливих умов.

Дослідження ряду праць з проблем стратегічного управління показало, що укрупнено воно передбачає розгортання таких логіко-розумових процесів, як цілепокладання, стратегічний аналіз середовища, стратегічне планування і вибір, реалізація обраної стратегії, стратегічний контроль і оцінка ефективності [1]. Для розуміння сутності стратегічного управління необхідно відзначити, що йому притаманні такі сторони, як [2]:

- функціональна, при якій стратегічне управління розглядається як сукупність видів діяльності, що спрямована на досягнення певних результатів: стратегічне планування, стратегічна організація, стратегічна координація, стратегічна мотивація і стратегічний контроль;

- процесна, при якій стратегічне управління розглядається як дія по виявленню і вирішенню проблем, тобто як процес підготовки і прийняття рішень, при цьому об'єктом розгляду тут є етапи стратегічного управління, що виділені вище;

- елементна, при якій стратегічне управління розглядається як діяльність з організації взаємозв'язків певних структурних елементів, при цьому об'єктом розгляду тут виступають елементи його механізму: інформація, кадри, техніка управління, структура, фінансові засоби, технологія процесів управління.

З позицій дуалістичного підходу слід розглядати стратегічну ефективність в сукупності рівноправних категоріальних її характеристик □ результативності та продуктивності. При цьому результативність характеризує ефективність вибору стратегії, продуктивність □ відношення результату до витрачених ресурсів, тобто ефективність реалізації стратегії підприємства. На думку Дойля П., продуктивність і ефективність □ це дві основи окремих стратегій [3]. Автор вважає, що для підприємства, його виживання і успішної діяльності важливіше ефективність, яка пов'язана з пошуком нових можливостей створення ринків, з нововведеннями, а потім вже продуктивність, що обумовлена завжди витратами, концентрація на зниженні яких може привести до втрати ринку.

Ефективність забезпечується в рамках ефективності управління через підсистеми аналізу зовнішнього і внутрішнього середовищ та ефективності виконання через підсистему виконання стратегії з урахуванням задіяних ресурсів на досягнення поставлених цілей. Іншими словами, результативність □ це здатність системи стратегічного управління поставити цілі і розробити стратегію, які адекватні сформованим умовам господарювання, а ефективність □ отримання максимуму благ в процесі реалізації стратегії. Компоненти стратегічної ефективності сталого розвитку промислового підприємства відображають ті аспекти стратегічного вибору на всіх рівнях управління, від яких залежить процес і ступінь реалізованості перспективних цілей і стратегії сталого розвитку.

Спеціальні методи і прийоми стратегічного менеджменту допомагають керівникам оцінити та проранжувати різні види бізнесу, сфокусувати увагу на основних проблемах і напрямках і в кінцевому підсумку забезпечити сталий розвиток підприємства і його конкурентоспроможність в довгостроковій перспективі [4]. На рис. 1 представлена взаємозв'язок основних інструментів стратегічного управління.

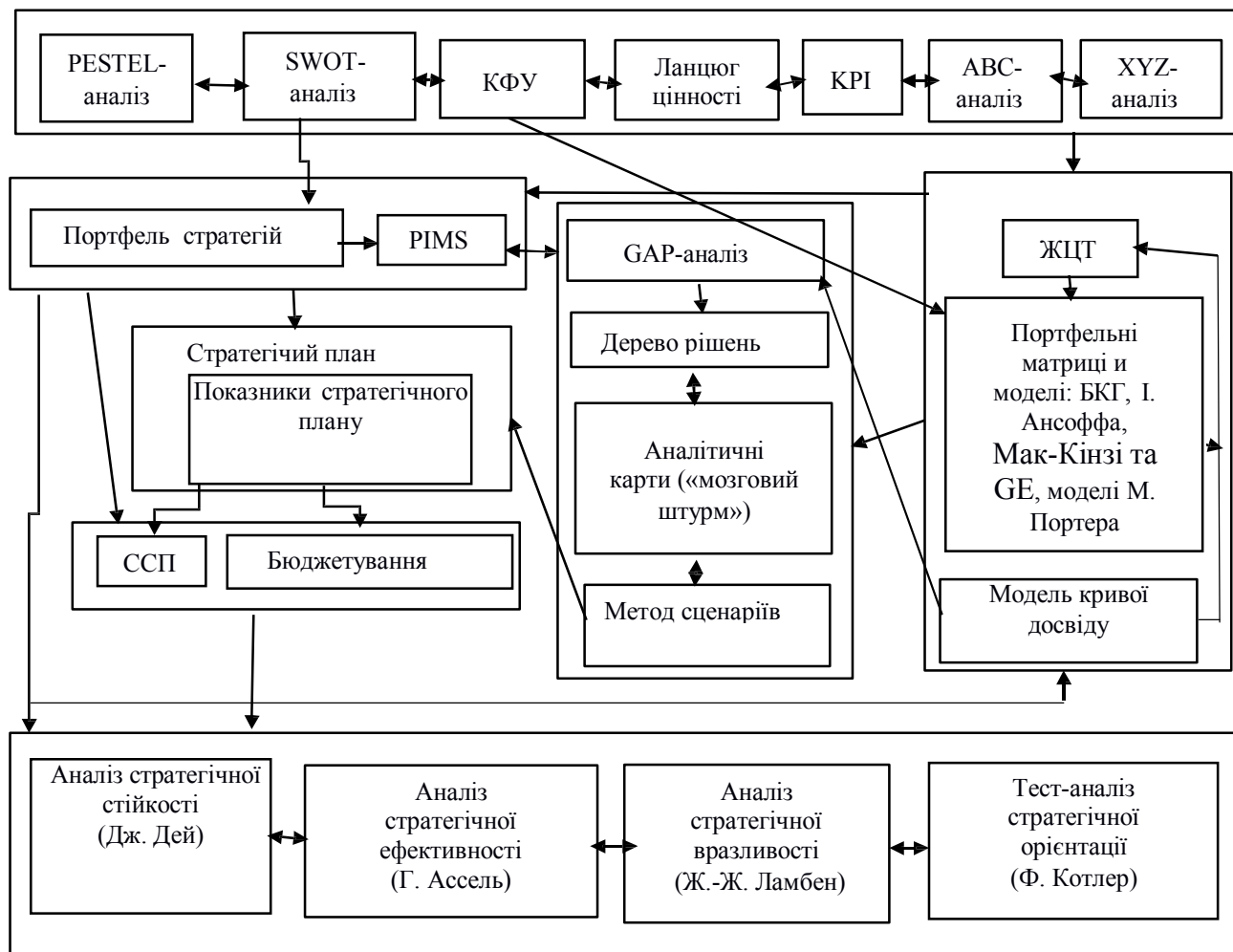


Рис. 1. – Традиційні інструменти стратегічного управління

Широке застосування в практиці діяльності підприємств отримали такі інструменти, як SWOT-аналіз, PESTEL-аналіз, КФУ, GAP-аналіз, ЖЦТ, матричні моделі (І. Ансоффа, БКГ, Мак-Кінзі і GE, моделі М. Портера), дерево рішень, сценарії, стратегічний план, збалансована система показників, КРІ, бюджетування, а також методики контрольного етапу – аналіз стратегічної стійкості, вразливості, орієнтації і ефективності.

Представлені змістовні аспекти поняття стратегічної ефективності сталого розвитку промислового підприємства певним чином дозволяють систематизувати і конкретизувати предметну область оцінки ефективності стратегії розвитку і в прикладному розрізі перейти до розробки та впровадження дієвих систем стратегічного управління ефективністю сталого розвитку з урахуванням контекстуальних характеристик конкретної бізнес-системи.

Література:

1. Camillus J. C. Wicked Strategies: How Companies Conquer Complexity and Confound Competitors. Toronto: University of Toronto Press, 2016. 185 p.
2. Кэмпбел Д., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. Стратегический менеджмент; пер. с англ. Н.И. Алмазовой. М: ООО «Издательство Проспект», 2003. 336 с.
3. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика/ Пер с англ.; под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 1999. 560с.
4. Некрасова Л.А. Принципы выбора и оценки стратеги развития предприятия в условиях трансформационной экономики// Наукові праці економіко-правового факультету ОНУ. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2004. Т.7 (В.8). С. 506–513.

ПЕРЕХІД НА ЄВРОПЕЙСКУ СИСТЕМУ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ ЯК СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

*Н.Я. Петришин, к.е.н., доц.
Р.Л. Логвиненко*

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Після підписання Угоди про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі між Україною і Європейським Союзом (ЄС) та її ратифікації, для українського бізнесу з'явилися значні перспективи розвитку у напрямку євроінтеграції та виходу на ринки країн ЄС. Враховуючи нові можливості, виникла необхідність формування нових стратегічних цілей, досягнення яких дало б змогу використати переваги введення в дію вищевказаної Угоди.

Одним із елементів Угоди є зобов'язання України гармонізувати вітчизняну систему технічних регламентів та стандартів із нормами, які діють на території ЄС [1]. Це означає, що будуть змінюватися стандарти, на основі яких функціонують українські підприємства, що вносить значні корективи у їхню подальшу діяльність [2]. В умовах сьогодення процес гармонізації знаходиться у активній фазі, зокрема введено в дію 2 тис. нових стандартів, які відповідають європейським вимогам, а до 2020 року це число повинне зрости до 5 тисяч [3].

Оскільки у подальшому підприємства не матимуть змоги функціонувати як на ринку України, так і ЄС, якщо їхня діяльність не буде здійснюватися відповідно до регламентованих технічних норм та стандартів, уже сьогодні з'являється потреба у розробці та формуванні стратегічних цілей, що відобразатимуть європейський вектор розвитку бізнесу. З огляду на те, що процес переходу на європейські стандарти є комплексним, що охоплює усі сфери діяльності підприємств, необхідно розробляти багаторівневу стратегію, що складатиметься із ділової, функціональних та операційної. На кожному із рівнів потрібно чітко сформулювати цілі та завдання, виконання яких забезпечить економічно обґрунтований та раціональний перехід до нових принципів діяльності.

Значну увагу під час розроблення стратегій слід приділити саме операційному рівню. Це викликано низкою причин, серед яких можна виділити:

1. необхідність залучення додаткових фінансових ресурсів для здійснення реорганізації та модернізації виробничого процесу;
2. необхідність зміни характеристик продукції та процесу її виробництва;
3. потреба у проведенні сертифікації на відповідність європейським стандартам;
4. необхідність підвищення кваліфікації працівників у зв'язку із модернізацією виробництва та впровадженням новітніх інноваційних технологій.

Під час розроблення стратегій підприємствам слід також розуміти переваги, які вони отримують внаслідок досягнення стратегічних цілей. Як свідчать європейські дослідження, впровадження європейських стандартів якості призводить до значного скорочення фінансових витрат [4]. Окрім матеріальних переваг, продукція вітчизняних підприємств здобуде право бути представленою на ринку ЄС та стане більш конкурентоспроможною.

Для повної реалізації стратегічної цілі щодо виходу на європейські ринки збуту, підприємствам потрібно пройти процедуру оцінки відповідності стандартам якості ЄС. Незважаючи на те, що процес гармонізації вітчизняної системи стандартів із європейськими перебуває на активному етапі, проблема полягає у процесі сертифікації. Українські центри оцінювання проводять оцінку відповідності параметрів продукції нормам гармонізованих стандартів, проте іноземні сертифікаційні центри та органи ринкового контролю не визнають результатів випробувань та сертифікації через відсутність необхідної акредитації. Відповідно, у експортноорієнтованих компаній виникає необхідність звернення до європейських центрів оцінювання, що надасть їм можливість розміщувати товари на ринку ЄС. Зазначена проблема постала перед львівським підприємством ТзОВ НВП «Електроприлад» – провідним виробником систем пожежного сповіщення та управління евакуацією людей при пожежі, що має експортний вектор розвитку та планує виходити на європейський ринок під власною торговою маркою VELLEZ. Для компанії буде необхідно пройти процедуру оцінки відповідності стандарту EN 54–24 Alarm devices – Loudspeakers for voice alarm systems. На території ЄС у зазначеному напрямку проводять випробування у Польщі, зокрема у Науково–

дослідному центрі пожежного захисту у м. Юзефув. Для зазначеного підприємства рекомендовано технологію, що дозволить здійснити підготовку та безпосередньо пройти оцінку відповідності у польському центрі. Рекомендована процедура складається із трьох основних етапів: документального, технологічного та організаційного, схематичне відображення та короткий зміст яких наведені на рис. 1.

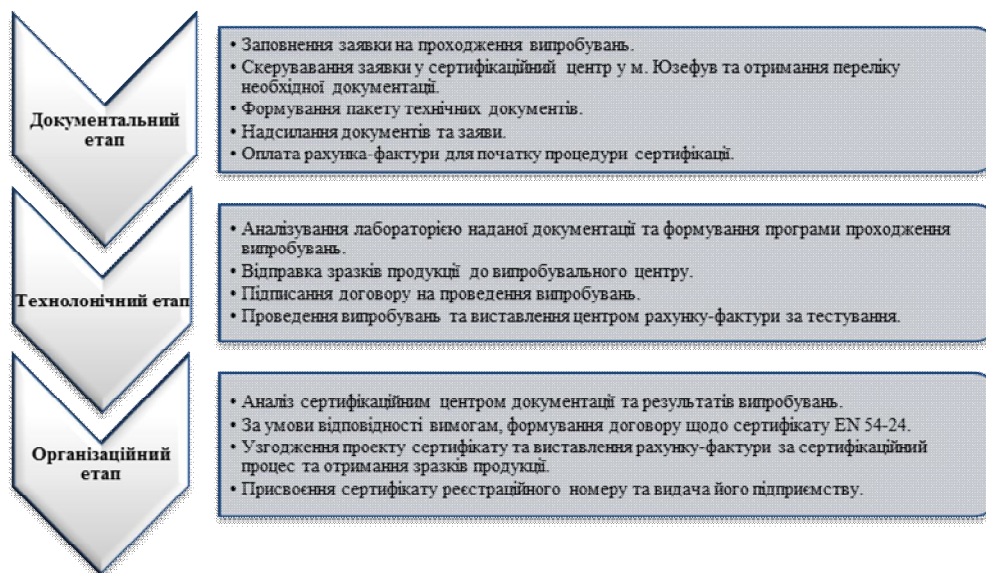


Рис. 1. – Рекомендована технологія проходження процедури оцінки відповідності стандарту EN 54–24 для ТзОВ НВП «Електроприлад»

*Примітка: власна розробка авторів

Рекомендована технологія надасть можливість у подальшому реалізувати підприємству свій експортний потенціал та представити вітчизняну продукцію на ринках європейських країн.

Враховуючи вищенаведене, можна зробити висновок, що на даний момент розроблення комплексної стратегії із переходу на систему стандартів якості ЄС є критично важливим та нагальним завданням, якісне виконання якого сформує для українських товаровиробників значні конкурентні переваги та перспективи розвитку.

Література:

- Живора Г. Угода про асоціацію з ЄС: економічні наслідки для України / Г. Живора // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2014. – №8. – С. 107–119.
- Марищенко Л. Угода про асоціацію: і шанс на успіх, і випробування на міцність / Л. Марищенко // Віче. – 2015. – №11. – С. 20–22.
- Мусієнко Д.І. Стандартизація як один із пріоритетних напрямів наближення до Євросоюзу [Електронний ресурс] / Д.І. Мусієнко // Сучасна спеціальна техніка. – 2015. – № 4. – С. 40–49.
- Прощання з радянським ГОСТом: Чому Україні потрібні європейські стандарти? RE:ФОРМА [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://hromadske.ua/posts/chomu-ukraini-potribni-ievropeiski-standarty-reforma>.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ ТА ЄС

Н.Я. Петришин, к.е.н., доц.
А.Я. Суха

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

У сучасному світі інформація стала тим ресурсом, на який здійснюється найбільше злочинних посягань, і тому її захист від неправомірного використання має пріоритетне значення. На підприємствах інформацію, яка вимагає захисту, називають комерційною таємницею. Відповідно до ст. 505 Цивільного кодексу України, комерційна таємниця – це інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію [1]. Зазвичай, до комерційної таємниці підприємств відносять: рівень прибутку і цінову політику; плани розвитку компанії; відомості про постачальників і клієнтів; власні винаходи, які ще не захищені авторським правом; аналітичні чи маркетингові дослідження. З правової точки зору комерційна таємниця є засобом захисту від недобросовісної конкуренції в межах реалізації права на інтелектуальну власність.

Розголошення комерційної таємниці – це неправомірне розкриття працівником інформації, що завдало шкоди суб'єкту господарювання. Відповідно до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» третім видом правопорушень, що визнаються недобросовісною конкуренцією, є неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці. Він включає чотири склади правопорушень: неправомірне збирання комерційної таємниці; її розголошення; схилення до розголошення та неправомірне використання комерційної таємниці [2].

Законодавство України передбачає цивільну та кримінальну відповідальність за розголошення комерційної таємниці. Однак, як показує судова практика, захист комерційної таємниці в Україні перебуває на значно нижчому рівні, ніж в країнах Європейського Союзу. Найбільшою проблемою при розгляді таких справ є представлення доказів вчинення правопорушення, визначення розміру завданої шкоди та притягнення до відповідальності. Значною прогалиною, зокрема, є те, що трудове законодавство України не декларує норм захисту комерційної таємниці між працівником та роботодавцем. Законодавство України не містить жодного нормативно-правового акту, що зобов'язує працівника підписувати договір про нерозголошення комерційної таємниці, але якщо у внутрішніх документах підприємства прописаний такий пункт, то працівник повинен його дотримуватись.

У всіх країнах ЄС трудовий договір зобов'язує працівників зберігати комерційну таємницю протягом усього періоду його дії. Однак після закінчення терміну його дій, ситуація ускладнюється. В багатьох країнах ЄС з колишнім працівником може бути укладено угоду про не конкуренцію, що перешкоджає використанню або розголошенню секретів виробництва його колишнього роботодавця. У Німеччині після припинення трудового договору працівник має право на власний розсуд користуватися набутими їм знаннями і навичками. Але незаконним може бути визнано використання тієї інформації, яку він навмисне запам'ятав з метою використання після завершення роботи в компанії. У Великобританії до інформації зі звичайним і високим рівнями конфіденційності застосовуються різні підходи. Перший вид конфіденційної інформації колишній працівник може вільно використовувати і поширювати [3].

Охорона комерційної таємниці на законодавчому рівні в ЄС не є уніфікованою. Однак відмінності в трактуванні та класифікації не заважають країнам ЄС наділяти власників комерційної таємниці тими ж засобами захисту, що й власників інтелектуальної власності. Країни ЄС, які законодавчо не закріплюють приналежність секретів виробництва до об'єктів інтелектуальної власності, позбавляють власників можливості їх захисту нормами Директиви 2004/48/ЄС Про реалізацію прав на інтелектуальну власність. Комерційна таємниця (секрет виробництва) вважається інтелектуальною власністю та законодавчо охороняється в таких

країнах як Великобританія, Франція, Італія, Румунія, Латвія, Словенія, Словаччина, Фінляндія.

Також правова система ЄС здійснює захист комерційної таємниці через охорону «ноу-хау», яка міститься в Європейській патентній конвенції. Основні правові норми, що стосуються «ноу-хау», містяться в законодавстві про недобросовісну конкуренцію і застосовується в таких країнах як Австрія, Німеччина, Польща, Бельгія, Данія, Іспанія, Словенія, Фінляндія, Чехія, Естонія [4].

Актуальність надійного захисту комерційної таємниці зростає разом з розвитком інформаційного суспільства. У деяких бізнес-сферах, зокрема ІТ, збереження в таємниці даних є чи не єдиним надійним способом захисту від недобросовісної конкуренції. Враховуючи те, як легко інформація може бути скопійована на електронні носії, власник комерційної таємниці зустрічається зі труднощами при доведенні її неправомірного використання. Судовий розгляд справ щодо розголошення комерційної таємниці можливий лише за умови наявності відповідної доказової бази. Для отримання таких доказів необхідно отримати відповідний ордер на огляд приміщень та комп'ютерної техніки. Однак отримання такого ордера можливе тільки в деяких країнах ЄС, зокрема Великобританії, Ірландії, Італії, Греції, Фінляндії та Кіпрі.

Велика кількість міжнародних угод щодо захисту комерційної таємниці свідчить про вихід такого захисту за межі національних законодавств. Розвиток міжнародної торгівлі та глобальних інвестицій зумовив розроблення та впровадження міжнародних норм щодо охорони комерційної таємниці, оскільки розвинуті країни-інвестори не бажали розкривати свої «секрети» без належного правового захисту.

В Угоді ТРІПС було закріплено три відомі критерії збереження комерційної таємниці: секретність, комерційна цінність та застосування адекватних заходів з метою забезпечення секретності. Важливість тлумачення секретної інформації впливає з того, що статтями 41–47 Угоди на країни-учасниці покладається обов'язок створення національних систем для впровадження визнаних Угодою прав інтелектуальної власності. При цьому країни повинні забезпечити справедливі та рівні процедури для власників інтелектуальних прав і такі засоби захисту як судові заборони та компенсація шкоди. Таким чином, стаття 39 Угоди ТРІПС встановила мінімальні стандарти, яким має відповідати законодавство країн – членів СОТ. Зокрема, обов'язковим є включення згаданих трьох критеріїв та системи законного примусу для реалізації відповідних положень [5].

Література:

1. Цивільний кодекс України № 435–IV від 16.01.2003 р. (зі змінами і доповненнями).
2. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» № 236/96–ВР від 07.06.1996 р. (зі змінами і доповненнями).
3. Законодавство Європейського Союзу та держав – членів Європейського Союзу у сфері інтелектуальної власності: Науково-практичне видання / О.П. Орлюк, Г.О. Андрощук, А.М. Горнісевич, Т.Ю. Федорова / За заг. ред. О.П. Орлюк. – К.:НДІ ІВ НАПрНУ, «Лазурит-Поліграф», 2010. – 262 с.
4. Андрощук Г.О. Конкурентне право: захист від недобросовісної конкуренції. Науково-практичне видання / Г.О. Андрощук, С.В. Шкляр – К.: Юстініан, 2012. – 472 с.
5. Андрощук Г. Правова охорона комерційної таємниці в країнах Європейського Союзу / Г. Андрощук // Теорія і практика інтелектуальної власності : науково-практичний журнал / Н-д. ін-т інтелектуальної власності ; Акад. правових наук України. – Київ, 2012. – № 5 (67). – 35 с.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ "ЦЕНТР-ПІДПРИЄМСТВО" ЗАДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТА РЕГІОНУ

І.М. Семененко, д.е.н., доц.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

Сталий розвиток регіону як збалансований розвиток за умов ринкової економіки може здійснюватися лише на основі створення економічних стимулів та умов для розвитку

підприємств, оскільки саме підприємства створюють економічне підґрунтя для сталого розвитку. Забезпечення сталого розвитку регіону на засадах цільового управління підприємствами вже розглядалось у попередніх дослідженнях [1], де відзначено, що такий розвиток потребує пошуку розумного співвідношення між корпоративними, регіональними та національними стратегіями, адже їхні інтереси та цілі відносяться до різних систем управління. Питання забезпечення сталого розвитку регіону у такому разі відноситься до пошуку компромісу між приватними і суспільними цілями або цілями підприємства та цілями сталого розвитку регіону. Для актуалізації цих питань на рівні організації інституційного забезпечення сталого розвитку регіону на засадах цільового управління підприємствами слід визначити існуючі моделі пошуку компромісів у взаємовідносинах між суб'єктами. Такі взаємовідносини відомі в теорії управління та системному аналізі, і розглядаються, наприклад, як взаємовідносини між суб'єктами одного рівня управління ("підприємство–підприємство" або "суб'єкт–суб'єкт"), або суб'єктами, які перебувають в певній ієрархії управління ("центр–підприємство" або "суб'єкт–об'єкт"). Зазначені та інші типи взаємовідносин проаналізовано в працях багатьох вчених в галузі теорії ігор, теорії управління, теорії ієрархічних систем тощо. Зокрема, М.М. Моїсєєв [2], О.М. Дегтярева [3] та інші вчені досліджували моделі і технології пошуку компромісів у взаємовідносинах "центр–підприємство". Проте відкритим залишається питання про співвідношення цих суб'єктів. Слід зазначити, що згідно Господарського кодексу [4] ці відносини є рівноправними, але при цьому фактично між підприємствами та суб'єктами регіонального управління існує певна ієрархія, яка стосується, зокрема, наявних повноважень щодо здійснення своєї діяльності, втім, розподіл ресурсів здійснюється на ринкових принципах, хоча і може мати місце певна ситуація нестачі ресурсів для здійснення діяльності суб'єктом господарювання, так і для досягнення певних регіональних цілей.

Для встановлення розумного співвідношення між цілями підприємства і цілями сталого розвитку регіону необхідно врахувати різні аспекти відносин між всіма суб'єктами регіонального розвитку. Це потребує проведення досліджень, спрямованих не лише на вивчення традиційних відносин підприємств та споживачів, які втілюються у моделі попиту–пропозиція, а і на виявлення інших типів відносин, які впливають на ефективність функціонування суб'єктів регіонального розвитку і у такий спосіб на сталий розвиток регіону. Згодні, з О.М. Дегтяревою, що невід'ємною частиною цих відносин виступають певні взаємовідносини між підприємством та регіоном, характер яких визначається по–різному в різних типах економічних систем та виражаються в таких поняттях, як конкуренція, самоорганізація, відносна свобода вибору стратегії розвитку тощо [3]. Отже, в контексті дослідження відносини між підприємством та регіоном (регіональними органами влади) у більшості випадків не можуть розглядатися однозначно як відносини між рівноправними суб'єктами, та у різних ситуаціях має місце певне домінування одного із суб'єктів. Тому слід розглядати певні ситуації пошуку компромісу, збалансованості та рівноваги.

З урахуванням досліджень, які виконані у [3], бажання суб'єктів регіонального розвитку визначати цільові компроміси свідчить про певну збалансованість, яка виражається в тому, що:

у жодного підприємства і керівництва регіону відсутні реальні повноваження і ресурси, реалізація яких веде до переважної переваги (абсолютної вигоди);

кожне підприємство передбачає хоча б часткову наявність ресурсів і повноважень, сумісність власних цілей з цілями інших підприємств і об'єднання в цілому;

ставши на шлях пошуку компромісу, кожне підприємство і об'єднання в цілому може придбати вигоду, принаймні, не менш, ніж при відсутності будь–якої угоди.

В контексті визначення розумного співвідношення між цілями підприємства та регіону пошук компромісів є необхідним елементом взаємовідносин, і саме пошук компромісу грає роль у вирішенні проблеми організаційної розбалансованості. Так, за думкою О.М. Дегтяревої, компроміси неминуче присутні в економічних відносинах "центр–підприємство" і розглядаються як зняті на основі взаємних поступок частини різноманітних протиріч, виникаючих в процесі спільного функціонування цих суб'єктів [3].

З урахуванням зазначеного та актуалізуючи цю схему взаємовідносин "центр–підприємство", відзначимо, що при розподілі окремих проектів за виконавцями виникає проблема щодо співвідношення ресурсів виконавців та їхніх повноважень, необхідність вирішення якої потребувала розробки відповідної процедури розподілу та визначення логічних правил розподілу. Такі співвідношення включають: паритет за ресурсами, домінування

підприємства за ресурсами, домінування регіону за ресурсами, паритет за повноваженнями, домінування підприємства за повноваженнями, домінування регіону за повноваженнями. Аналіз можливих співвідношень ресурсів виконавців та їх повноважень щодо виконання проектів дав змогу визначити такі можливі варіанти домінування: регіон домінує над підприємствами; підприємства домінують над регіоном; паритет регіону і підприємств. При цьому визначено що паритет виконавців за ресурсами може існувати і за їх відсутності у обох виконавців, але ситуація одночасної відсутності повноважень стосовно проектів у обох виконавців є неможливою. Оскільки кожний варіант домінування розрізняється за ознакою домінування (ресурси або повноваження), то було логічно виведено 9 можливих станів рівноваги/домінування. Деякі стани рівноваги/домінування співпадають із типами співвідношення ресурсів виконавців та їх повноважень щодо виконання проектів. Окрім вже визначених можливих типів співвідношень ресурсів виконавців та їх повноважень щодо виконання проектів, слід відзначити такі стани рівноваги/домінування, як абсолютна рівновага, абсолютне домінування підприємства, абсолютне домінування регіону, відносне домінування.

Загальним способом розв'язання організаційної проблеми з розподілу ресурсів і повноважень стало застосування логічних правил розподілу і пошуку компромісу між приватними (керівників і власників підприємства) і суспільними (регіональними) цілями. Найбільш дієвим для пошуку компромісу між приватними і суспільними цілями є розробка та функціонування відповідного компенсаційного механізму, під яким можна розуміти певний механізм вирішення проблеми перерозподілу проектів за станами рівноваги/домінування, який залежно від типу розподілу проектів між виконавцями за станами рівноваги/домінування може бути фінансовим, організаційним, фінансово-організаційним. Таким компенсаційний механізм в більшому або меншому ступені містить або поєднує зазначені елементи стійкого рівноважного стану між зацікавленими сторонами і сприяє як сталому розвитку регіону, так і сталому розвитку самого підприємства.

Література:

1. Семененко І.М. Забезпечення сталого розвитку регіону: інституційні засади та трансформація цільового управління підприємствами : монографія / І.М. Семененко // Северодонецьк: СНУ ім. В. Даля, 2017. — 370 с.
2. Моисеев Н.Н. Люди и кибернетика / Н. Н. Моисеев. — М.: Мол. гвардия, 1984. — 224 с.
3. Дегтярева О.Н. Модели и технологии поиска компромиссов во взаимоотношениях "центр – предприятие" : дис. ... канд. тех. наук : 05.13.10 / Оксана Николаевна Дегтярева. — Воронеж, 2007. — 117 с.
4. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>.

СЕМАНТИЧНЕ КОЛО ДЕФІНІЦІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

В.Ю. Філіпнов, к.е.н., доц.

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

Розуміння терміну «Підприємництво» прийшло разом із появою перших ринкових відносин, але більш стійкого значення набуло у середні століття. Разом із розвитком суспільства змінювались і підходи до визначення поняття «підприємництво». Постійно з'являлись нові уточнення, зміни, доповнення, де-хто взагалі змінював його значення, а де-які визначення відкидалися взагалі. Такі трансформації відбувались, з одного боку, за умов змін форм власності, засобів виробництва, політичної системи, та з іншого боку – зміною рівня життя, свідомості людини, поняттям цінностей, моралі та культури.

Як слідство цих змін – зміст поняття «підприємництво» постійно змінюється, а основні фактори впливу завжди залишаються діюча в певний період політична система, рівень розвитку науки та техніки, зміна форми організації виробництва та його масштабованості, поточна ринкова ситуація, обіг коштів на цьому ж ринку, а також культура та освіта рівня населення. Цій перелік можна доповнити і іншими факторами, але саме ці є ключовими [1].

Історія інституту підприємництва в незалежній Україні почалося з приватизації та зняття законодавчих обмежень на підприємницьку діяльність. Пострадянські умови розвитку підприємництва сприяли становлення певного типу бізнесу (фінансово-промислових груп), які зрощені державною владою.

Українські вчені в період 90х років ХХ століття стверджували, що бізнес або підприємництво – це економічна діяльність суб'єкта в умовах ринкової економіки, спрямована на те, що отримає прибуток та власну вигоду шляхом виготовлення та реалізації товарів та послуг [2]. Впровадження 1996 гривні, стабілізація фінансового сектору, налагодження зовнішньоекономічних зав'язків, економічне зростання після 2000р. сприяли становленню малого та середнього підприємництва. «Помаранчева революція» 2004 засвідчила наявність прошарку малих та середніх підприємців із власними пріоритетами, які були готови їх відстоювати (що є важливим елементом громадянського суспільства).

Поняття «Підприємництво» в незалежній Україні чітко прописано у ст. 42 Господарського Кодексу України та у Законі України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698–ХІІ. Але це є державне визначення, ряд українських вчених, а саме О.М. Вінник, В.М. Кравчук, Р.А. Майданик, С.О. Теньков, В.С. Щербина та інші формують власне семантичне коло, в якому визнають одним з найкращих визначень терміну "підприємництво" українським науковцем З. Варналієм. Адже саме його трактування охоплює історично сформованому еволюціонування категорії та сучасне функціонування його в умовах посттрансформаційного розвитку соціально-економічної системи України [3]. Відмінність його точки зору від інших – це є те, що автор скомбінував дві загальні ознаки підприємництва – новаторство та інноваційність (Табл. 1).

Таблиця 1. Хронологія розвитку дефініції «підприємництва» в Україні

Дата	Автор	Визначення, та його зміст
1991	Закон України «Про підприємництво»	Підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством
2003	Господарський кодекс України	Підприємництво – це самостійна, ініціативна, сис-тематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку
2008	Варналій З.С.	Підприємництво є – особливим типом господарю-вання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва та інноваційність. Оснований на власній відпо-відальності, організує і керує виробництвом з метою одержання доходу від підприємницької діяльності.
2010 – 2019	Дядін А.С., Прутська Т.Ю., Варга Н.І., Ключник А.В., Трунина І.М., Зянько В.В.	Підприємництво – це провідний сектор ринкової економіки, який забезпечує насиченість ринку товарами та послугами, сприяє здоровій конкуренції. Воно базується на самостійній, ініціативній, систематичній, на власний ризик, діяльності по виробництву продукції, наданні послуг і зайняттю торгівлею та має на меті отримання прибутку.

У більш широкому розумінні, підприємництво – це певний тип господарської поведінки, для якої характерні наступні ознаки:

- інноваційність, постійний пошук нових можливий, новаторських ідей;
- готовність йти на обґрунтовані ризики;

- гнучкість та постійне оновлення;
- цілеспрямованість и наполегливість.

Література:

1. Дядін А.С. Дефініція категорії "підприємницька діяльність" / А.С. Дядін // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: Зб. наук. Праць. – Харків, 2017. – Вип. 1 (25). – С.62–72.
2. Жигір А.А. Сутність підприємництва та чинники його економічного розвитку / А.А. Жигір // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 20. – С.28–33.
3. Філіппов В.Ю. Сучасні Тенденції розвитку підприємництва як соціально–економічного явища в Україні: Матеріали міжнар. наук.–практ. конф. ["Підприємництво и торгівля: Тенденції розвитку"], (м. Одеса, ОНПУ, 23 травня 2018 р.) / В.Ю. Філіппов. – Одеса: ОНПУ, 2018. – С.100–102.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТРАНСПОРТНО–ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

О.П. Чукурна, к.е.н., доц.
А.А. Жекул,
К.Ю. Геращенко

Одеській національний політехнічний університет, м. Одеса

В сьогоднішні, основними тенденціями світової логістики є наступні напрямки:

- розвиток аутсорсингу логістики, враховуючи тенденцію концентрації міжнародних компаній;
- посилення позицій міжнародних логістичних компаній на ринку транспортних послуг;
- скорочення логістичного ланцюгу, оптимізація часу доставки вантажу та мінімізація витрат;
- зростання ролі інновацій у технологічному процесі перевезень вантажів;
- зростання цін на паливо–мастильні матеріали.

Згідно представлених даних світових транспортних організацій, початок третього тисячоліття для світового логістичного сектору оцінюється більше ніж в 10 трлн. доларів США.

Інвестиційний процес в логістичному бізнесі йде повільними темпами. Рівень інвестицій навіть серед найбільших компаній складає в середньому всього 2,5% від загального обсягу виручки. В структурі інвестицій найбільших логістичних компаній переважають вкладення в основні кошти, спрямовані в основному на модернізацію обладнання, будівництво нових логістичних центрів і складських приміщень, оновлення автомобільного парку, відкриття нових офісів.

В загальносвітовому експорті та імпорті всіх видів послуг, частка транспортних послуг становить приблизно 24%. Постачальники транспортно–експедиційних послуг на світовий ринок програють за вартісними показниками, найбільшим експортерам товарів. До найбільших постачальників транспортних послуг відносять США. Їх експорт становить близько 80–90 млрд. доларів США, проте вони імпортують транспортно–експедиційні послуги на суму 90–100 млрд. дол. США на рік. Але поступово США втрачають лідируючі позиції в даному сегменті ринку. Це пояснюється низкою економічних факторів та активним розвитком логістики в провідних європейських країнах.

Для аналізу ефективності міжнародних ланцюгів постачання та визначення конкурентних позицій країн на світовому логістичному ринку використовують Індекс ефективності логістики (LPI), Зміну позицій в десятці країн–лідерів відображено в таблиці 1.

Таблиця 1. – Індекс ефективності логістики (LPI)

Country	Year	LPI Rank	LPI Score
Germany	2018	1	4.20
Sweden	2018	2	4.05
Belgium	2018	3	4.04
Austria	2018	4	4.03
Japan	2018	5	4.03
Netherlands	2018	6	4.02
Singapore	2018	7	4.00
Denmark	2018	8	3.99
United Kingdom	2018	9	3.99
Finland	2018	10	3.97
United Arab Emirates	2018	11	3.96
Hong Kong, China	2018	12	3.92
Switzerland	2018	13	3.90
United States	2018	14	3.89
New Zealand	2018	15	3.88
Ukraine	2018	66	2.83

Україна посіла 66–те місце зі 160 країн за логістичною ефективністю, набравши 2,83 бали і стала третьою серед країн СНД. Про це свідчать дані рейтингу Світового банку Logistics Performance Index 2018. Порівняно з попередньою версією рейтингу (дослідження проводиться раз на два роки) Україна в загальному заліку піднялася на 14 позицій. В розділі "митні процедури" Україна набрала 2,49 бала, з інфраструктури – 2,22 бала, за міжнародним транспортуванням вантажів – 2,83 бала, за логістичною компетентністю – 2,84 бала, з відстеження вантажів – 3,11 бала, за своєчасності доставки – 3,42 бала (Рис.1.).

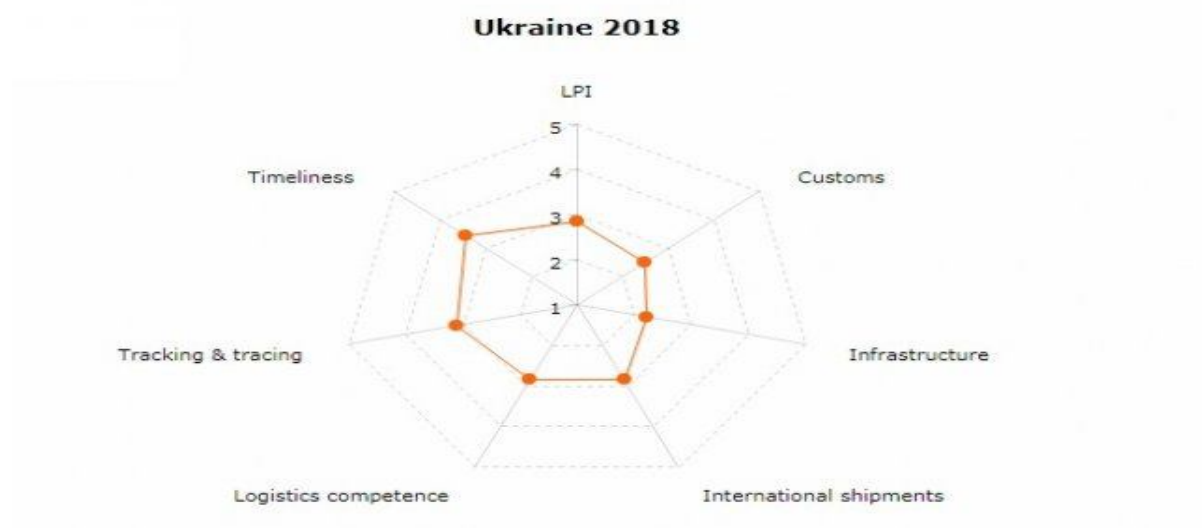


Рис. 1. Рейтинг України за показником Logistics Performance Index 2018

Лідерство в рейтингу за Німеччиною, з сумарним показником LPI Score на рівні 4,2 бала. За нею йдуть Швеція, Бельгія, Австрія і Японія. Другу п'ятірку кращих відкривають Нідерланди, далі йдуть Сінгапур, Данія, Велика Британія та Фінляндія.

В даний час транспортна логістика в Україні розвивається не так стрімко, існують декілька причин, що впливають на затримку в розвитку цієї галузі, а саме: нестабільна економічна ситуація; невисокий рівень розвитку виробництва тари і упаковки; поганий стан дорожнього покриття; невисокий рівень виробничо-технічної бази.

Незважаючи на певні труднощі розвитку транспортної логістики на даному етапі, є необхідні ресурси для активного розвитку цього напрямку в найближчому майбутньому. Україна володіє вигідним транспортно-географічним положенням, розвинутою системою транспортної інфраструктури, що за умови оновлення й подальшої розбудови дозволяє стати лідером за обсягами вантажних перевезень у Східній Європі. Результати дослідження свідчать про постійно зростаючий транзитний потенціал України, що говорить про зміцнення конкурентоспроможності держави на міжнародних ринках.

Пріоритетними напрямками подальшого розвитку транзитного потенціалу можуть бути: постійне оновлення транспортної інфраструктури, приведення її до загальносвітових норм, підписання міжнародних договорів для збільшення транзитного потоку товарів територією країни, проведення внутрішнього ліцензування транспортних засобів.

Література:

1. Колодізева Т. О. Інноваційні технології в логістиці [навчальний посібник] / Т. О. Колодізева, Г. Р. Руденко. — Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. — 268 с.
2. Електронний ресурс URL: <https://www.uvk.ua/ru/>
3. Електронний ресурс URL: <https://stfalcon.com/ru/blog/post/transportation-industry-trends>