

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»
ДОНЕЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. В. ДАЛЯ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ДИЗАЙНУ
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ РИНКУ ТА ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
НАН УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ ПРИКЛАДНИХ НАУК (ФРН, М. АУГСБУРГ)
УНІВЕРСИТЕТ ІНФОРМАТИКИ ТА ПРИКЛАДНИХ ЗНАНЬ У М. ЛОДЗЬ
(ПОЛЬЩА)
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВАЛЕНСІЇ (ІСПАНІЯ)
НАУКОВИЙ ПОРТАЛ «ЕКОНОМІКА: РЕАЛІЇ ЧАСУ»
<http://economics.opu.ua/>

МАТЕРІАЛИ

ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»**

**Том 1
28-29 вересня 2015 р.**

**Одеса – 2015
ОНПУ**

УДК 658.5

Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми забезпечення економічного розвитку промислових підприємств» (Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса, 28-29 вересня 2015). Том 1. — Одеса, ОНПУ, 2015 — 236с.

У збірнику наведені матеріали, які докладалися на III Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми забезпечення економічного розвитку промислових підприємств» (Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса, 28-29 вересня 2015 р.), висвітлюються результати науково-методичної роботи ОНПУ та інших ВНЗ України та зарубіжжя з актуальних питань теорії та практики стратегічного управління економічним розвитком промислових підприємств, проблем реалізації моделі їх інноваційного розвитку та підвищення конкурентоспроможності, питань розвитку ринку капіталу України та зростання інтелектуальних ресурсів суспільства.

Редакційна колегія:

Голова	—	Бельтюков Є.А., д.е.н., проф.
Співголова	—	Філіппова С.В., д.е.н., проф.
Вчені секретарі конференції	—	Некрасова Л.А., к.е.н., доц.
	—	Єпіфанова І.М., к.е.н., доц.
Секретарі конференції	—	Фоміна Д.С.
	—	Толмачова О.В.

Рецензенти:

Орлов В.М., д.е.н., проф.
Гречановська І.Г., д.е.н., проф.
Харічков С.К., д.е.н., проф.
Філіппова С.В., д.е.н., проф.

Секція 1.
***Стратегічне управління економічним
розвитком промислових
підприємств***

*Науковий модератор:
к.е.н., доцент Некрасова Л.А.*

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ СТРАТЕГІЧНОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Г.В. Аблова

*Херсонський політехнічний коледж
Одеського національного політехнічного університету*

Обґрунтування актуальності проблеми. Стратегічне фінансове управління передбачає реалізацію концепції, в якій поєднуються цільовий та інтегральний підходи ефективного використання фінансових ресурсів. В сучасних умовах господарювання підприємствам необхідно орієнтуватись на постійні зміни в зовнішньому середовищі та визначати методи підвищення ефективності системи управління фінансовими ресурсами підприємства, одним з яких є бюджетування.

Актуальність бюджетування полягає в плануванні майбутньої діяльності підприємства на основі системи бюджетів, з допомогою яких здійснюється кількісний аналіз фінансового планування та контроль за його виконанням. Впровадження системи бюджетування допомагає оптимізувати фінансові потоки, визначаючи критичні періоди в діяльності підприємства, та своєчасно приймати стратегічні управлінські рішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання бюджетування фінансово-господарської діяльності розглядали у своїх працях західні економісти Дж. Сігел, К. Шим Джай. Цій проблематиці присвячені праці учених І.Т. Балабанова, О.С. Стоянової, А.Д. Шеремета, В.Е. Хруцького, М.Д. Білик, С.Ф. Голова. Науковцями розроблені основи формування системи бюджетування і методичні підходи до створення окремих її елементів для забезпечення процесів обґрунтованого фінансового планування, що є невід'ємним елементом механізму управління фінансовими ресурсами підприємства.

Мета роботи. Дослідити технологію бюджетування за допомогою вивчення особливостей функціонування основних сфер діяльності та етапів бюджетування в управлінні фінансовими ресурсами підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманого результату. Бюджетування є важливою технологією управління підприємством, що охоплює всі функціональні сфери діяльності підприємства:

- організацію, яка передбачає створення організаційної структури підприємства, виділення структурних підрозділів та центрів фінансової відповідальності, розподіл обов'язків між виконавцями і координаторами бюджетного процесу, створення системи збору інформації про результати діяльності, забезпечення керівників підрозділів інформацією про їхню діяльність;
- планування, під час якого розробляють фінансові плани підприємства, методику планування, визначають обсяг надходжень і витрат, здійснюють прогнози діяльності та розробку стратегії бізнесу;
- облік витрат і результатів за підрозділами (управлінський, фінансовий та статистичний);
- аналіз фінансової структури підприємства, виконання бюджету, порівняння результатів зі стандартами;
- регулювання, що передбачає інтерпретацію причин відхилень плану від факту і розробку пропозицій щодо зменшення відхилень, вживання заходів заохочення позитивних результатів та коригування негативних показників;
- контроль, що здійснюється за допомогою порівняння планових і фактичних показників для визначення оцінки ступеня досягнення цілей, встановлення допустимих меж відхилень від плану, їх аналіз та виділення сфери відповідальності [1].

Об'єктом дослідження технології бюджетування є ТОВ «Авто-Електромаш», яке знаходиться в м. Херсоні. В процесі дослідження визначено, що технологія бюджетування на

підприємстві складається з таких етапів:

1. Усвідомлення керівництвом ТОВ «Авто-Електромаш» необхідності комплексного планування діяльності підприємства. Це необхідно для упорядкування роботи в цілому і фінансових потоків підприємства зокрема, прогнозування наслідків передбачуваних змін у функціонуванні підприємства, забезпечення умов досягнення встановленої мети і розподіл відповідальності за виконання плану.

2. Структуризація бізнес-процесів і виділення центрів відповідальності, тобто визначення структурних підрозділів і одиниць, що займаються виробництвом, обслуговуванням виробництва, продажами, управлінням. На ТОВ «Авто-Електромаш» функціонують такі підрозділи: пресовий, механічний, збиральний цехи (підрозділи основного виробництва); інструментальний і ремонтний цехи (допоміжні і обслуговуючі підрозділи); відділ технічного контролю. На їх основі сформовані центри відповідальності і визначені місця виникнення витрат. Бюджетування здійснюється в розрізі центрів відповідальності.

Структуризація бізнес-процесів дозволяє провести їх подальший опис: визначення переліку операцій, розрядів, робіт, умов праці. Опис бізнес - процесів представляє паспорт бізнес-процесу. Паспортизація необхідна для планування витрат ресурсів і є основою для створення нормативної бази бюджетування.

Після проведення паспортизації був створений бюджетний комітет – робочий орган, який здійснює загальне керівництво процесом бюджетування, розробляє методичне забезпечення і регламент, узагальнює дані часткових бюджетів, готує спільно з відповідними функціональними підрозділами проект бюджету і представляє його на затвердження керівництву. Бюджетний комітет є основою організаційного забезпечення процесу бюджетування.

3. Встановлення бюджетного регламенту, що включає зведення положень про основні бюджети, про порядок обміну інформацією між функціональними підрозділами, контролю і оцінки виконання бюджету, стимулювання.

Безпосередній процес бюджетування ТОВ «Авто-Електромаш» передбачає розробку операційного плану (бюджету) і фінансового плану (бюджету). Формування операційного бюджету складається з двох частин: прогнозування і планування дохідної і витратної частин бюджету операційної діяльності в натуральному і вартісному виразах. Формуючи бюджет у вартісному вираженні враховують поправки на індекси зміни цін, курсів валют і інфляції.

Для складання бюджетів визначають джерела інформації, призначають відповідальних за збір та обробку інформації, необхідної для складання бюджетів.

Управлінські рішення керівництвом ТОВ «Авто-Електромаш» приймає на основі інформації про відхилення від бюджету, які розраховують як різницю між фактичними (які одержують з управлінського обліку) і бюджетними даними. Важливо зазначити, що бюджети самі по собі управлінської цінності не мають. Управлінські рішення приймають на підставі аналізу відхилення від бюджету. Тому наявність системи управлінського обліку – необхідна умова функціонування системи бюджетування ТОВ «Авто-Електромаш».

Висновки дослідження й перспективи подальшого розвитку в даному напрямі. Бюджетування є однією з найбільш прогресивних управлінських технологій, що сприяє забезпеченню раціонального управління фінансовими результатами, рухом грошових коштів, удосконаленню інформаційної системи підприємства, тому впровадження її є однією з конкурентних переваг підприємства.

Перспективними напрямками дослідження, на думку автора, залишаються питання вдосконалення методики бюджетування, визначення факторів, які впливають на якість системи бюджетування на промисловому підприємстві.

Література:

1. Білик М.Д. Основи бюджетування. Навч. посіб. [Текст] / М.Д. Білик. - К: КНЕУ, 2009. – 454 с.
2. Власова Н.О. Фінанси підприємств. Навч. посіб. [Текст] / Н.О. Власова, О.А. Круглова, П.І. Безгінова. – К: Центр учбової літератури, 2007. – 271 с.
3. Кузьмін О.Є. Бюджетування на підприємстві. Навч. посіб. для студ. вузів. [Текст] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельнік. – К: Кондор, 2008. – 312 с.

ИННОВАЦИОННО-УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ

И.А. Александров, д.э.н., профессор

Одесский национальный политехнический университет

Постановка задачи. Ключевые проблемы обеспечения экономического роста и развития для удовлетворения растущих потребностей общества требуют новых подходов к их решению. Факторы, такого развития (разделение труда, специализация, качество трудовых ресурсов, норма сбережений, размеры заработной платы, внешняя торговля) исследованы в работах А. Смита (1776 г.), Т. Мальтуса (1798 г.), Д. Рикардо (1817 г.), К. Маркса (1867 г.), Дж. Миля (1848 г.), Дж. Кейнса (1936 г.). Резкие скачки инновационного процесса в предпринимательской деятельности были объектом исследований экономического развития Й. Шумпетера (1912 г.). Количественное описание и учет факторов экономического роста и развития представлено в работах Р. Харрода (1939 г.), Е. Домара (1948 г.), Р. Солоу (1974 г.), Я. Тинбергена (1958 г.), А. Анчишкина (1963 г.), Д. Львова (1986 г.), С. Глазьева (1986 г.), С. Шаталина (1968 г.) и др. Прогрессирующее увеличение дефицитности возобновляемых и не возобновляемых природных, материальных, финансовых и других ресурсов углубляет экологический кризис, усложняет возможности использования экономического потенциала большинства регионов и создает объективную необходимость для формирования механизмов реализации устойчивого развития. Исходя из этого, *целью доклада* является создание концепции инновационно-устойчивого развития региона на основе сбалансированного объединения экологических, социальных и экономических целей развития.

Основы концепции инновационно-устойчивое развитие экономики. Несмотря на отличия в методологии и инструментарии, существующие концепции инновационного развития предусматривают обеспечение экономического развития без достаточного учета социально-экономического прогресса. При этом охрана окружающей среды остается в подчинении экономического развития и природоохранные проекты и природоохранное законодательство становятся мало эффективными.

В этих условиях формируется новая парадигма общества на принципах устойчивого развития. Она, как теория, становится концептуальной основой перехода от экстенсивного экономического роста к интенсивному, т.е. можно утверждать, что *устойчивое развитие – это удовлетворение основных потребностей настоящих и будущих поколений при сохранении традиционного природно-ресурсного потенциала биосферы.*

Такой подход к дефиниции понятия «устойчивое развитие» предполагает выполнение следующих условий [1, 2]:

- 1) при устойчивом социальном развитии использование ресурсов должно быть направлено на обеспечение;
- 2) экономически устойчивое развитие представляет собой поддержание созданного человеком капитала (материального), человеческого (в том числе информационного и культурного) и природного капитала. При этом необходим отход от экстернализации затрат

на охрану окружающей среды (как навязанных извне окружающей средой) и их интернализация, т. е. формирование как внутренне присущих экономической системе [2];

3) экологически устойчивое развитие обуславливает благополучие людей при обеспечении сохранения источников сырья и окружающей среды;

4) уровень загрязнения природной среды не должен превышать ее ассимиляционную способность. Скорость использования невозобновляемых ресурсов должна соответствовать их возмещению за счет замены возобновляемыми компонентами.

Реализация механизма инновационно-устойчивого развития возможно на основе предложенной концепции (рис.).

Практика реализации концепции инновационно-устойчивого развития базируется на соблюдении определенных принципов (табл.). В процессе планирования инновационно-устойчивого развития преимущество необходимо отдавать планированию назад по времени (от фиксированного по времени желаемого состояния к настоящему через промежуточные состояния, например, по Беллману).

Таблица - Основные принципы регионального инновационно-устойчивого развития

Общие принципы	Инструменты реализации
временных горизонтов	проектное управление
измеримости	измерение эффективности
субсидарности	согласование целей и функций уровней власти и управления
временных горизонтов+ измеримости	формализация временных приоритетов управления
временных горизонтов+ субсидарности	планирование ресурсных возможностей и ограничений
измеримости+ субсидарности	автомодельность в параметрах планируемых состояний
временных горизонтов+ измеримости+ субсидарности	развитие инновационных процессов

Выводы.

1. Экономическое развитие включает изменения институциональной и социальной среды.

2. Парадигма общества предусматривает объединение экономического, социального и экологического составляющих. Исследование дефиниций «устойчивое развитие», «эволюция», «инновация» позволяет утверждать, что инновационно-устойчивое развитие является динамичным процессом изменения качественных характеристик социально-экономических систем в условиях экологических ограничений.

3. Концептуальная схема формирования механизма инновационно-устойчивого развития региона базируется на методологической основе междисциплинарных теорий (экономическая управления, экономического развития, эволюционной экономики,, системной динамики), концепции устойчивого развития и инновационного подхода.

Литература:

1. Goodland R., Daly H.E., El Serafy S. Population, Technology and Lifestyle. Washington D.C. 1992, P. 13-17.
2. Рюмина Е.В. Экологический фактор в экономико-математических моделях. – М.: Наука, 1980. – 166 с.

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.В. Бобров

Керівник – М.А. Заєць, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Ситуація, що склалася на ринку транспортних і транспортно-експедиторських послуг свідчить про те, що біля 80% торгового товарообігу на земній кулі організується експедиторами, і успіхи зовнішньої торгівлі та роботи транспорту держави залежать від стану сфери експедиторських послуг.

В Україні до 1993 року експедитор, як окрема юридична особа, не мав законодавчого визначення. Регламентувалася тільки транспортно-експедиторська діяльність, яку виконували підприємства залізничного та автомобільного транспорту. Уперше експедитора як окрему юридичну особу було визначено постановою Кабінету Міністрів України “Правила здійснення транспортно-експедиторської діяльності під час перевезення зовнішньоторговельних і транзитних вантажів”. Було запроваджено ліцензування надання транспортно-експедиторських послуг, яке передбачало видачу дозволів підприємствам, які мають персонал певного рівня освіти і кваліфікації, необхідний для здійснення цього виду діяльності.

Через відсутність в Україні професійної підготовки експедиторів на міжнародний ринок в основному вийшли непрофесіонали. Діяльність таких фірм підірвала на міжнародній арені і без того невисокий рівень надання послуг українськими експедиторами. Відміна ліцензування у 1998 р. ще погіршила стан справ [1, с.94-95].

Аналізуючи тенденції розвитку ринку транспортно-експедиторських послуг в Україні, можна відзначити, що останнім часом виникає питання одноособової відповідальності експедитора перед вантажовласником. Відповідно до Женевської Конвенції 1980 р. «Експедитор - єдина особа, що несе відповідальність перед вантажовласником за вантаж з моменту прийняття вантажу у своє ведення до моменту видачі вантажу. При цьому експедитор відповідає за дії і недогляди його агентів чи будь-якого іншої особи, послугами якої він користується для виконання договору перевезення, як начебто такі дії та недогляди були зроблені б ним самим». Іншими словами, сьогодні експедитору недостатньо здійснити одне тільки перевезення, клієнту необхідно надати якісно нові послуги для збереження своєї ніші на транспортно-експедиторському ринку. Усе це створює прямі передумови для створення мережі сюрвеєрських і страхових компаній і активного їхнього залучення в процесі організації перевезення для забезпечення максимального захисту експедитора. Упровадження таких послуг дозволить вирішити проблеми, що виникають на шляху проходження вантажу, особливо при перевантаженні: порушення цілісності упакування вантажу, неправильне навантаження на станції відправлення, ушкодження вантажу.

Для поліпшення ситуації, що склалася, потрібно, по-перше, привести шляхове господарство і рухомий склад нашої держави до міжнародних стандартів, оновити і поповнити парк залізниць, що дозволить виконувати транзитні перевезення зі значною швидкістю, забезпечуючи при цьому безпеку і схоронність вантажу на шляху проходження. По-друге, необхідно гармонізувати національне законодавство з вимогами міжнародних багатобічних конвенцій і угод, удосконалити законодавчу базу в питаннях транспортно-експедиторського обслуговування зовнішньоторговельних перевезень вантажів. По-третє, створити міжнародні логістичні центри для оптимізації процесу перевезень, розробки ефективних схем доставки вантажів, удосконалити інформаційні системи, забезпечити сприятливий інвестиційний клімат для розвитку прикордонно-складських комплексів, розвитку сервісної інфраструктури, будівництва на границі терміналів по перевантаженню, нагромадженню, збереженню зернових і відходів переробки зернових культур, переливу темних і світлих нафтопродуктів, зрідженого газу.

Незважаючи на значне збільшення транспортно-експедиторських фірм і істотні успіхи в підвищенні якості їхньої діяльності, варто визнати що транспортне експедирування в Україні ще перебуває на стадії становлення, загальний рівень транспортно-експедиторського обслуговування не можна визнати задовільним: у цілому він не відповідає сьогоднішнім вимогам організації транспортного процесу. Фактично припинилися такі ефективні транспортні схеми, як прямі змішані сполучення, термінальні перевезення, технології безперервного планування роботи в транспортних вузлах, централізованого ввозу і вивозу вантажів із залізничних станцій і портів. Не одержали належного розвитку комбіновані перевезення, практично використовується тільки один з цих видів, а саме - контейнерні перевезення, проте й обсяг контейнерних перевезень має тенденцію до скорочення, особливо на залізничному транспорті. У загальному обсязі перевезень вантажів питома вага контейнерних вантажів складає менш ніж один відсоток [2, с.7].

Література:

1. Залізник О. Транзитний потенціал України // Урядовий кур'єр. - 2003. - 8 травня (с.94-95).
2. Желінський В.П. Необхідність і перспективи утвердження України як транзитної держави // Митна справа. - 2002. - № 4. - С.7-21.
3. Чуев А. Украинские транспортные коридоры как важный инфраструктурный элемент национального рынка транспортно-экспедиторских услуг // Транспорт. - 2002. - № 50. - С.59-61.

ІНФРАСТРУКТУРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ

***А.І. Бутенко, д.е.н., професор
Н.С. Пашкова***

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Останнім часом інформаційний сектор економіки став визначальним фактором не тільки економічного розвитку, а й соціально-економічного прогресу. Оскільки, саме знання є ключовим чинником, що визначає розвиток суспільства та стратегічним ресурсом будь-якого підприємства. Число робочих місць в ІТ-індустрії в цілому за період з 1996 по 2012 рік виросло на 40%, а в галузі програмного забезпечення — на 76%. Таким чином, можна зробити висновок, що ріст ІТ-індустрії вигідний для держави і суспільства в цілому. Сучасний вітчизняний малий бізнес в сфері інформаційних технологій значно відстає від провідних країн світу, хоча й в останні роки спостерігаються позитивні тенденції зростання. Однією з основних перешкод на цьому шляху є відсутність інфраструктурної підтримки малого інноваційного підприємництва в даній галузі. Найбільш вагома задача яку вирішує ефективна інфраструктура – це сприяння створенню інновацій, адже роль економіки знань та рівень наукомістких технологій зростає. У всьому світі інноваційний розвиток є фактором посилення інтеграційних процесів серед суб'єктів підприємницької діяльності.

Ключові питання з малого інноваційного підприємництва, а саме заснування та фінансування таких структур, їх роль в сприянні прискореного розвитку інфраструктурного сектору економіки країни розглядають такі вчені, як Валдайцев С.В, Євстаф'єв Д.С, Ілляшенко С.М., Лазарева Є.В, Мельников Г.В, Молчанов Н.Н, Поручник А.М. Тимоніна І.Л. та ін.

На сьогодні вже є значна кількість опублікованих праць та досліджень вчених за даною проблематикою, але більшість розглядає той чи інший об'єкт інфраструктури

підтримки малого бізнесу, не зважаючи на такі фактори, як: необхідність системного підходу; специфіка регіонального потенціалу; стратегічно важливі галузі для досягнення конкурентоспроможності національної економіки. Саме тому дана проблематика вимагає подальшого дослідження.

Щороку в Україні вищі навчальні заклади випускають близько 50 тисяч спеціалістів з питань ІТ-технологій. За кількістю програмістів Україна займає четверте місце в світі після США, Індії та Росії, а отже в нас наявний значний інтелектуальний потенціал, та для ефективного його використання необхідна чітка стратегія, яка повинна включати:

- Розробку та реалізацію державної стратегії, яка визначатиме пріоритети країни у сфері інформаційних технологій.
- Вдосконалення законодавчої бази забезпечення інформаційних відносин у напрямку підтримки розробки програмного забезпечення.
- Створення сприятливих інвестиційних умов (сприяння інвестуванню в стартапи).
- Створення ефективної інфраструктури підтримки малого інноваційного підприємництва в інформаційній сфері (створення бізнес-інкубаторів).

Важливу роль в підтримці малого інноваційного бізнесу грають технопаркові структури. Вони надають широкий спектр послуг новоствореним інноваційним фірмам, які без такої допомоги в багатьох випадках не мали б шансів на існування з причин обмеженості ресурсів. Такі структури можуть значно відрізнитися за видом наданих послуг та в залежності від їх можливостей. Найбільш поширеними з них, є такі [2 , с. 235]:

- бізнес-інкубатор;
- інноваційний центр;
- технопарк;
- технополіс.

Що стосується перших, то інкубатори бізнесу в порівнянні з інноваційними центрами та технопарками мають ряд суттєвих відмінностей, вони уособлюють специфічну структуру, яка спеціалізується на створенні сприятливих умов задля підтримки ефективної діяльності малих підприємств, на умовах надання їм матеріальних ресурсів (перш за все мається на увазі обладнання та приміщення), інформаційних, консультаційних та інших послуг. Слід зазначити, що відмінність технопаркових структур полягає й в різних стартових можливостях.

Перші бізнес-інкубатори з'явилися у Великобританії, проте найбільшого розповсюдження вони отримали в США [3]. Як підтверджує історія, бізнес-інкубатори виявились надзвичайно вдалою формою підтримки нового підприємництва, лише за останнє десятиріччя їхня кількість в США зростає з декількох десятків до 575, які на сьогодні входять в Національну асоціацію інкубаторів бізнесу. На другому місці за чисельністю бізнес-інкубаторів є Західна Європа.

Досить часто інкубатори формуються за змішаною схемою, проте по мірі дорослішання отримують більш вузьку спеціалізацію. Наприклад, окремо створюються інкубатори для фірм, що займаються розробкою програмного забезпечення, саме тому три чверті бізнес-інкубаторів співпрацюють з найближчими університетами та іншими навчальними закладами. На сьогоднішній день в Україні успішно функціонують 7 стартап інкубаторів [1]:

- WannaBiz - допомога інноваційним та перспективним ІТ-проектам стати компаніями світового рівня;
- Harry Farm - пошук та комерціалізація нових технологій та розробок в сфері інформаційних технологій;
- iHUB - підтримка інновацій та підприємництва, iHUB надає широкий спектр послуг (окрім бухгалтерських та юридичних);
- EastLabs - пошук талановитих команд з ідеями, що здатні змінити світ інформаційних технологій;

- GrowthUP - допомога стартапам в побудові та розвитку бізнесу, залученню перших користувачів та перевірці основних гіпотез;
- Polytesco - підтримка студентської підприємницької ініціативи, в основі якої лежать прогресивні ідеї онлайн-проектів;
- Founder Institute - підготовка випускників Founder Institute для вступу в інкубатори на більш пізніх стадіях (Happy Farm, EastLabs), а також спілкування с бізнес-ангелами та залучення інвестицій.

Отже, загальні параметри розвитку малого бізнесу усе ще не відповідають можливостям та потребам української економіки. З метою ефективного розвитку підприємницького сектору країни необхідно сформувати та забезпечити ефективне функціонування інфраструктурного сектору в стратегічних для держави галузях. Сектор інформаційних технологій є одним з найбільш перспективним для розвитку малого бізнесу, адже не потребує серйозних початкових капіталовкладень. Разом з тим відсутність у підприємств економічних стимулів та попиту на інновації з одного боку та низький рівень використання інфраструктурного потенціалу держави з іншого утримує ринок інновацій в Україні на початковій стадії розвитку. Таким чином, інфраструктурне стимулювання підприємницького сектору буде сприяти підвищенню ефективності діяльності малих бізнес-структур та відповідно збільшенню їх частки у ВВП, а отже й стабілізації економіки та підвищенню рівня життя населення.

Література:

1. Антипов І. Інноваційний розвиток національної економіки в контексті створення інноваційних інфраструктур в освітній галузі / І. Антипов // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління. – 2010. – Вип. 148. – С. 1 – 8.
2. Бутенко А.І. Проблеми та стратегічні напрямки розвитку підприємництва в інфраструктурному секторі економіки (ІСЕ) / керівник авт. кол. д.е.н., проф. А.І.Бутенко – Одеса: Фенікс, 2006. – 373 с.
3. Захарченко В.И., Осипов В.Н. Кластерная форма территориально-производственной организации – Ч.2. – Повышение региональной конкурентоспособности на основе кластерного подхода. – Одесса: «Фаворит» - «Печатный дом», 2010. – 236с.

ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ

Л.О. Волощук, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

За умов впровадження інноваційної та інноваційно-інвестиційної моделі розвитку національної економіки загально визнаним вважається твердження, що саме інноваційна активність промислових підприємств є найголовнішою рушійною силою їх економічного розвитку, та, як наслідок, економічного розвитку країни. Численні Стратегії та Програми розвитку України, затвержені на державному рівні за роки незалежності, визначають зростання інноваційної активності промислового сектору як один з першочергових чинників позитивного впливу на забезпечення сталого економічного розвитку країни та національної економічної безпеки [1, 2]. Отже, інноваційність, як ознака розвитку, є запорукою його сталості та безпечності. Це обумовлює доречність дослідження тенденцій та взаємозв'язків індикаторів економічного розвитку та інноваційності розвитку вітчизняних промислових підприємств.

Секція 1. Стратегічне управління економічним розвитком промислових підприємств

Одним з ключових індикаторів економічного розвитку промислових підприємств, досліджуваних у вітчизняній статистиці, є зростання обсягів їх виробництва. До ключових індикаторів інноваційності розвитку слід віднести такі: 1) частки інноваційно-активних промислових підприємств та підприємств, що запроваджували інновації; 2) частка реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі промислової; 3) обсяги інноваційних витрат. Перші два з означених також визначені як вагомі чинники інноваційно-інвестиційної складової національної економічної безпеки [2].

Аналіз статистики інновацій в промисловості свідчить, що найбільший рівень інноваційної активності та участі підприємств у впровадженні інновацій спостерігався в 2000 та 2002 роках, до якого майже наблизились показники 2012 року, з 2013 й досі спостерігається поновлення спаду інноваційної активності підприємств. Водночас, найбільший темпи зростання обсягів промислової продукції спостерігався в 2004 році, до рівня якого були наближені підсумки 2010 року, а з 2012 спостерігається прискорений спад обсягів промислової продукції. Узагальнений аналіз динаміки обсягів виробництва та інноваційної активності промислових підприємств за даними Державної служби статистики України [3] наведено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Аналіз динаміки ключових статистичних показників економічного розвитку та інноваційної активності промислових підприємств (складено за даними ДССУ [3] та власних розрахунків)

Показник	Значення по роках										
	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
Ланцюгові індекси ключових показників розвитку та інноваційної активності промислових підприємств											
Обсяг промислової продукції	89,3	95,7	99,5	108,0	111,2	78,1	94,8	107,6	106,2	103,1	112,5
Обсяг продукції переробної промисловості	89,9	92,3	96,3	107,7	113,5	73,4	96,8	111,7	106,3	103,0	114,6
Обсяги продукції машинобудування	78,7	86,2	94,0	116,9	134,5	54,9	108,6	128,6	115,2	107,1	128,0
Частка інноваційно-активних підприємств	93,8	97,6	104,7	114,8	103,6	101,0	98,5	126,8	94,1	86,9	90,7
Частка підприємств, що впроваджували інновації	92,1	95,7	103,3	109,0	103,1	101,7	97,8	115,0	122,0	82,0	87,0
Впроваджено нових технологічних процесів	82,4	72,0	87,2	122,9	107,9	114,9	116,1	123,9	63,3	104,7	116,5
Освоєно виробництво інноваційних видів продукції	87,9	92,2	105,1	134,5	89,7	109,8	96,8	104,9	76,4	79,2	53,6
Питома вага реалізованої інноваційної продукції, %	75,8	100,0	86,8	100,0	79,2	81,4	88,1	100,0	103,1	112,1	103,5
Інноваційні витрати	80,5	148,2	126,8	107,1	176,2	110,5	66,2	101,2	178,2	80,1	83,3

З наведеного порівняння видно, зокрема, що зростання обсягів промислового виробництва у 2004-2006 роках проходило на фоні суттєвого зниження показників інноваційної активності, крім впровадження нових технологічних процесів. В той же період

спостерігається суперечливе явище – зростання частки реалізованої інноваційної продукції на фоні суттєвого зниження показника освоєння виробництва нових видів інноваційної продукції. Водночас, зростання інноваційної активності у 2012 році не призвело до зростання обсягів виробництва ані в 2012, ані в 2013, ані в 2014 роках.

За підсумками аналізу можна зробити такі висновки та припущення:

1. Інноваційні процеси та інноваційна діяльність набули належного розповсюдження у промисловому виробництві. Ця проблема дійсно існує та стійко обговорюється й у наукових колах, й у колах влади як найменш останні десять років. Вважається, що саме низький рівень інноваційної активності є ключовою причиною низької конкурентоспроможності та гальмування економічного розвитку вітчизняних промислових підприємств. Причини низької інноваційної активності (не враховуючи події 2014 року) вже є загальноновизнаними. До них звичайно відносять: на макрорівні - відсутність дієвих державних механізмів стимулювання інноваційної діяльності, нерозвиненість інноваційної інфраструктури та недостатній рівень державного фінансування НДДКР, а на рівні окремих підприємств, крім фінансово-інвестиційного чинника, який досі розглядається як головне гальмо інноваційних процесів, недостатній рівень підготовки системи менеджменту до реалізації завдань інноваційного розвитку.

Проте, незважаючи на зростання інноваційної активності в 2010-2011 роках, суттєвому зростанні в той же період обсягів промислового виробництва, особливо у машинобудуванні, частки інноваційної продукції в загальному обсязі реалізації промисловості – мізерні, та з 2004 року ще й скоротились на 34,5% (в 2014 порівняно з 2004 – на 57%). Отже, нарощення обсягів виробництва здійснювалось, ймовірно, не за рахунок реалізації інноваційної продукції. Зростання ж інноваційної активності у 2012 році не призвело до зростання обсягів виробництва ані в 2012, ані в 2013, ані в 2014 роках. Це може слугувати висновку, що інноваційна активність не завжди призводить до економічного розвитку підприємства, а розвиток підприємства не завжди є наслідком інноваційної діяльності.

2. Вітчизняна статистика не надає об'єктивної інформації щодо інноваційної діяльності промислових підприємств та достатніх можливостей для аналізу процесів інноваційного розвитку. Так, вітчизняна статистика науки та інновацій майже не містить показників, які б свідчили про розвиток підприємств завдяки інноваційній діяльності. Майже єдиним фінансовим показником є обсяг інноваційних витрат, зростання якого в більшому ступені свідчить про зростання вартості придбання зовнішніх результатів інноваційної діяльності, ані ж про активізацію інноваційних процесів на підприємствах. Проте, немає жодного фінансового показника ефекту. Майже єдиним результатним показником є частка інноваційної продукції в загальному обсягу реалізації. Рівень цього показника та його скорочення як раз свідчить про низький рівень «інноваційності» розвитку підприємств. Також, серед фахівців існує думка, що статистичні дані щодо обсягів інноваційної діяльності підприємств є завищеними. Так, існують дискусії щодо віднесення до інновацій змін пов'язаних з рекламою та просуванням продукції під виглядом маркетингових, будь-яких поліпшуючих інновацій, тощо. Проте, має право на існування й протилежна думка - що статистичні дані є заниженими внаслідок того, що існують інноваційно-активні підприємства, які подаючи форми статистичної звітності щодо інноваційної діяльності не вказують в них жодних показників, щоб не ускладнювати собі й до того навантажену обліково-звітну роботу.

3. Невідповідність деяких тенденцій, віддзеркалюваних на макрорівні у показниках економічного розвитку та показниках інноваційної активності промислових підприємств, дозволяє зробити висновок, що інноваційна активність, економічний та інноваційний розвиток не є тотожними, а також може свідчити про наявність та вплив на розвиток ще одного суттєвого чинника впливу – саме чинника економічної безпеки. Цей вплив логічно можна висловити в такий спосіб: «В умовах «безпеки» інноваційна діяльність з більшим ступенем ймовірності призводить до розвитку, ані ж в умовах «небезпеки». Кризові явища в

економіці обумовлюють зниження економічної безпеки на макрорівні – рівні національної економічної системи, який може проявлятися по різному на окремих підприємствах, в залежності від їх «запасу міцності» - приводячи як до нестабільного стану та гальмування процесів економічного розвитку, так й до кризового та критичного стану, що призводить до спаду.

Література:

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». Схалено Указом Президента України від 12.01.2015 № 5/2015./ Електронний ресурс: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
2. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України. Затверджено Наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України 29.10.2013 N 1277 / Електронний ресурс: http://cct.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm
3. Державна служба статистики України. Електронний ресурс: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗАГРОЗ ТА РИЗИКІВ

Т.В. Головач

Д.С. Мацеха

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

Актуальність теми дослідження. Сучасні економічні умови господарювання підприємств України характеризуються підвищеною нестабільністю дії макроекономічних чинників. Невизначеність впливу макроекономічних чинників, а також специфіка внутрішніх факторів виробництва визначають підвищений ризик фінансово-господарської діяльності підприємств України. Забезпечення економічної стійкості підприємства в сучасних умовах господарювання, яким характерні невизначеність та нестабільність, є найважливішим питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальнотеоретичну та методологічну базу дослідження проблем економічної стійкості та впливу ризиків на діяльність підприємства склали праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як: Р.А. Коренченко, В.І. Аверін, С.І. Утробін, М.Н. Марценюк, В.П. Боголепов, Ю.М. Клімантовіч, А.І Чухлому, А. Файоль, Ерроу, Дж. Добре, А.Л. Бобров, А.В. Козаченко, Т.Т. Краснова, А.С. Тува, І.М. Євстюхіна, І.І. Білий, А.П. Альгін, І.Т. Балабанова, П.І. Верченко, В.В. Вітлінський, В.В. Лук'янова, О.Л. Устенко, Е.А. Уткін, В.В. Черкасов, Г.В. Чернова, Д.А. Штефаніч та ін.

Мета дослідження. Управління сучасними підприємницькими структурами з метою забезпечення економічної стійкості вимагає комплексного підходу щодо врахування максимальної кількості параметрів фінансово-господарської діяльності, але особливу увагу слід приділяти розгляду проблем оцінки економічної стабільності функціонування підприємницьких структур за умов невизначеності та ризику, як індикаторів ефективності адаптаційних механізмів в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна стійкість є комплексним поняттям. Вона характеризує такий стан фінансово-економічних ресурсів підприємства, за якого раціональне розпорядження ними є гарантією стабільної прибутковості та розвитку господарської діяльності. Чим вища економічна стійкість підприємства, тим більше воно захищене від втрати конкурентних позицій на ринку. Внутрішня стабільність підприємства багато в чому залежить від умов, особливостей та тенденцій розвитку зовнішнього середовища, тому що будь-яке підприємство є відкритою соціально-технічною системою. У

відповідності до цього економічна стійкість підприємства може розглядатися в якості компенсаційного механізму, який дозволяє підприємству адаптуватися до дестабілізуючого впливу ризиків внутрішнього та зовнішнього середовищ в процесі досягнення своїх цілей [3]. При цьому чим вище стійкість підприємства – тим менше ризик і, навпаки, чим менша стійкість підприємства – тим вищий ризик.

В статті [2] для всебічного аналізу стійкості підприємства пропонується введення терміну «функціональна складова». Функціональна складова економічної стійкості – це категорія, яка характеризує економічну стійкість господарюючого об'єкта з позиції ефективності виконання ним своїх функцій. Зокрема виділені наступні функціональні складові: виробнича стійкість, ринкова стійкість, фінансова стійкість, інвестиційно-інноваційна стійкість, соціальна стійкість та екологічна стійкість. Процедура оцінки економічної стійкості підприємства у розрізі функціональних складових передбачає розрахунок низки показників, які характеризують стан підприємства в стані рівноваги: фінансова стійкість (коефіцієнти поточної ліквідності, термінової ліквідності, абсолютної ліквідності, маневреності, фінансової залежності, автономії, забезпеченості власними засобами, показник співвідношення чистого оборотного капіталу до короткострокових зобов'язань, рентабельність продажів, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу); виробнича стійкість (рівень використання потужностей, частка активної частини основних виробничих фондів (ОВФ), коефіцієнт зносу ОВФ, фондвіддача, співвідношення оновлення ОВФ до вибуття ОВФ); ринкова стійкість (співвідношення коефіцієнта оборотності кредиторської заборгованості до коефіцієнта оборотності дебіторської заборгованості, диверсифікація, співвідношення реалізованої продукції до товарної продукції, темп зміни фізичного обсягу продажу); інвестиційно-інноваційна стійкість (коефіцієнт інвестиційної привабливості, питома вага інноваційної продукції, темп зміни обсягу інвестицій в основний капітал, темп зміни обсягу інвестицій в НДР, темп зміни обсягу інвестицій в нематеріальні активи); соціальна стійкість (коефіцієнт плинності кадрів, надання соціального пакету, співвідношення середньої зарплати по підприємству до середньої зарплати по регіону, співвідношення темпу зміни продуктивності праці до темпу зміни реалізації продукції); екологічна стійкість (зміна питомої ваги викидів забруднюючих речовин підприємства в загальній масі викидів по області; зміна маси викидів забруднюючих речовин підприємства в атмосферу) [2]. Оцінка значення показника з точки зору відповідності рівню економічної стійкості повинна здійснюватися шляхом порівняння з нормою, нормативом або середньогалузевим значенням або значенням цього показника у конкурента.

Забезпечення економічної стійкості з позицій ризик-менеджменту означає, в першу чергу, пошук ризикових ситуацій (слабких місць) в діяльності підприємства та застосування стратегій щодо їх зменшення. Об'єктом оцінки ризику економічної стійкості є економічна діяльність, пов'язана із її внутрішнім і зовнішнім середовищем. Суб'єктом оцінки ризику економічної стійкості є безпосередньо підприємницькі структури. Метою оцінки є підвищення економічної стійкості організації, яка повинна ґрунтуватися на вивченні потреб суспільства, ринку, аналізі конкурентів і економічної діяльності підприємницьких структур, обробці отриманих результатів і створенні плану практичних заходів на короткострокову та довгострокову перспективу. До завдань оцінки ризику економічної стійкості підприємництва відносяться: визначення потреб суспільства і ринку, порівняння їх з іншими організаціями та конкурентами; виявлення факторів, які позитивно і негативно впливають на суб'єкт оцінки; визначення фінансових, трудових, виробничих резервів, необхідних для підвищення економічної стійкості; розробка (уточнення) стратегії щодо підвищення економічної стійкості [4]. Для досягнення економічної стійкості, сталого розвитку та подолання ризикових ситуацій можна застосовувати наступні інструменти ризик-менеджменту [1]: моніторинг діяльності організації; управлінський облік; бюджетування; забезпечення господарського процесу необхідними грошовими ресурсами та на підвищення ефективності

управління грошовими коштами в цілому; контролінг; маркетинг; логістика тощо.

Висновки. У ринковій економіці підприємства не зможуть успішно діяти на ринку, не забезпечивши свою економічну стійкість. Для того, щоб зміцнити свої конкурентні позиції, вони повинні орієнтуватися на нові підходи, принципи і методи організації та ведення бізнес-процесів, заснованих на удосконаленні саме внутрішнього механізму управління сталим функціонуванням підприємств. Головним компонентом такої організації є економічна стійкість та оцінювання ризиків, що на неї впливають.

Література:

1. Головач Т.В. Ризик та економічна стійкість підприємницьких структур / Т.В. Головач // Вісник ХНУ, «Економічні науки». – 2014.–№2, Т.2. –С.38 – 40
2. Коняшова А.В. Показатели оценки функциональных составляющих экономической устойчивости развития предприятия [Электронный ресурс]: <http://www.lib.csu.ru/vch/299/023.pdf>
3. Семененко, І. М. Економічна стійкість підприємства: сутність і поняття [Текст] / І. М. Семененко // Вісник Східноукр. нац. ун-ту імені Володимира Даля: зб. наук. пр. – Вип. 2 (144). – Луганськ, 2010. – С. 78 – 82
4. http://www.misbfm.ru/sites/all/files/2012-3_str125_136.pdf

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.А. Горбатова

Руководитель – М.В. Котова, к.э.н., доцент

Одесский национальный политехнический университет

Для предприятий, которые работают на внешних рынках, важно правильно оценить сложившуюся ситуацию, разработать эффективные способы повышения конкурентоспособности, которые бы полностью отвечали тенденциям рынка и особенностям функционирования самого предприятия. Этого невозможно достичь без налаженной системы стратегического управления и разработки стратегии развития внешнеэкономической деятельности (ВЭД) предприятия.

Необходимость разработки предприятием стратегии ВЭД вызвана прежде всего нестабильностью среды функционирования предприятий, недостаточным количеством информации о его будущем состоянии.

Несмотря на множество исследований в области стратегического управления, недостаточно изученным остается вопрос выбора вариантов стратегической ориентации предприятия на внешних рынках в условия изменяющейся среды и повышения конкуренции, использования инструментария при проведении стратегического анализа и разработке стратегии ВЭД.

Не существует единого определения управления ВЭД, оно трактуется по-разному. Так, согласно Безугловой Н.П., стратегическое управление ВЭД – это управление за пределами национальных границ, которое, в сущности, занимается теми же вопросами, что и национальный менеджмент. При этом, необходимо учитывать международные особенности решения проблем [1].

Согласно Володько В.Ф., стратегическое управление ВЭД предприятия – это управление с использованием конкурентных преимуществ за счет ведения бизнеса в другой стране, опираясь на особенности ее экономики [2].

Пивоваров С.Э. отмечает стратегическое управление ВЭД как особый вид

менеджмента, главними цілями якого виступають формулювання, розвиток і використання конкурентних переваг підприємства за рахунок можливостей ведення бізнесу в різних країнах і відповідного використання економічних, соціальних, демографічних, культурних і інших особливостей цих країн і міжнародного взаємодія [3]. Таким чином, можна утвердити, що стратегічне управління ВЕД підприємства – це неперервний і комплексний процес управління, головною метою якого є формування і практична реалізація стратегій, які дадуть можливість підприємству конкурувати на зовнішніх ринках в сучасних умовах розвитку економіки.

В розробці стратегії будь-якого підприємства особливо важливу роль грає визначення місії підприємства (основної причини його існування), його основних цінностей і напрямків діяльності. Зовнішньоекономічна стратегія повинна розглядатися як функціональна, яка по своїй ієрархії пов'язана з товарною, ресурсною, конкурентною і іншими стратегіями організації. Існують деякі особливості стратегії ВЕД підприємства:

- орієнтація на мікро- і макросереду;
- комплексність стратегії ВЕД;
- необхідність урахування пріоритетності ВЕД серед інших видів економічної діяльності підприємства;
- вимагає адекватної і швидкої реакції на змінювані вимоги конкурентного середовища, створення стійких конкурентних переваг на міжнародному ринку.

Успішна діяльність підприємства на зовнішньому ринку досягається шляхом своєчасного реагування на зовнішні і внутрішні зміни в ринковому середовищі. Механізм управління ВЕД повинен включати планування ВЕД; управління виробництвом, продажами і поставками; управління логістикою, ризиками, фінансами; інвестиційний аналіз; контроль і оцінку ефективності зовнішньоекономічних операцій.

На формування стратегії ВЕД підприємства впливають зовнішні (політичні, економічні, політичні, правові, соціальні, науково-технічні, природні) і внутрішні фактори (інформаційне забезпечення ВЕД, організація управління підприємством, планування експортного виробництва, урахування і аналіз експортних поставок, кадровий менеджмент), які в свою чергу формують зовнішньоекономічний потенціал підприємства, виходячи з якого здійснюється розробка стратегії ВЕД.

Розробка стратегії ВЕД включає наступні етапи:

- аналіз зовнішньої і внутрішньої середовища з використанням SWOT-аналізу, PEST-аналізу, SNW-аналізу, фінансового аналізу;
- визначення місії і цілей ВЕД підприємства;
- порівняння цілей ВЕД з аналізом зовнішньої і внутрішньої середовища, виявлення вільних ресурсів на реалізацію цих цілей;
- розробка альтернативної стратегії;
- вибір найбільш вигідної стратегії (зростання, скорочення, диференціації, мінімальних витрат і т.д.);
- розробка остаточного варіанта стратегічного плану з урахуванням вибраної стратегії;
- розробка середньотермінових і оперативних планів;
- організація реалізації стратегії;
- практична оцінка ефективності і контроль за виконанням стратегії;
- в разі потреби, корекція стратегічного плану в ході поточної діяльності.

Сьогодні стратегічне управління ВЕД для українських підприємств в основному зводиться до питань виживання, тоді як для підприємств розвинутих країн орієнтовані на розширення діяльності. Конкурентні переваги українські підприємства

завоюють з допомогою мінімізації затрат, європейські – з допомогою диференціації продукції. Основні цільові ринки збуту для вітчизняних підприємств – ринки СНГ і Азії, для компаній розвинутих країн – ринки «Триади» (Північна Америка, Західна Європа, Японія). Основна форма виходу на зовнішній ринок українських підприємств – експорт товарів, тоді як для іноземних компаній – експорт товарів і капіталу.

Таким чином, не існує універсальної моделі управління ВЕД, кожне підприємство повинно формувати стратегію управління виходячи з цілей, можливостей, конкурентних переваг, кон'юнктури ринку і особливостей ведення бізнесу. Процес управління вимагає індивідуального підходу, в якому будуть враховані всі сильні сторони і особливості функціонування суб'єкта господарювання.

Література:

1. Безуглова Н.П. Межкультурний менеджмент: розмежування і систематизація // Російський зовнішньоекономічний вісник. – 2011. №3. – С. 53-60
2. Володько В.Ф. Міжнародний менеджмент: навч. посібник / В.Ф. Володько. – Мінськ: Амалфея, 2009. – 448 с.
3. Пивоваров С.Є. Міжнародний менеджмент / С.Є. Пивоваров, Л.С. Тарасевич, А.І. Майзель. – СПб.: Пітер, 2009. – 656 с.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УТВОРЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

О. М. Гуцалюк, к.е.н., доцент

Класичний приватний університет, м. Запоріжжя

Актуальність проблеми та аналіз публікацій. Одним з найскладніших наукових та практичних питань в сфері формування організаційно-методичного забезпечення процесу утворення корпоративних інтеграційних об'єднань (КІО) шляхом злиття-поглинання акціонерних товариств (АТ) є визначення методів підбору партнера для здійснення такого роду операцій. Даний етап планування інтеграційних процесів є надзвичайно важливим у зв'язку з тим, що процес визначення партнера є досить складним і різноманітним за змістом, охоплює всі сфери діяльності усіх учасників процесу інтеграції та вимагає детального всебічного підходу щодо обґрунтування вибору того чи іншого АТ для участі в КІО. Теоретичні та методичні аспекти вирішення даного питання розглядалися у роботах А. Алексєєва [1], Б. Гаррета [2], П. Дюссожа [2], Ю. Іванова [3], М. Колісник [1], А. Мороз [1], А. Пилипенка [4] та ін. Проте питання методичного забезпечення вибору учасників корпоративних інтеграційних процесів залишаються недостатньо дослідженими та вимагають поглибленого вивчення.

Мета роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні та систематизації методичного забезпечення вибору учасників процесу утворення корпоративних інтеграційних об'єднань шляхом злиття-поглинання акціонерних товариств.

Результати дослідження. Визначення партнера для утворення КІО являє собою відбір певних АТ з чіткими оптимальними характеристиками, що мають сприяти досягненню стратегічних цілей ініціатора інтеграції у випадку об'єднання даних АТ. Існування АТ, характеристики якого були б повністю задовольняли б систему стратегій учасників утворення КІО майже неможливе: досягнення оптимальних значень певних характеристик АТ може унеможливити досягнення оптимуму іншої. Таким чином, задача відбору АТ складається у оптимізації деякого набору чітких параметрів АТ, які необхідні для здійснення ефективного інтеграційного процесу. Невизначеність та нечіткість цих параметрів

обумовлює необхідність віднесення цієї задачі до класу нечітких множин. Завдяки тому, що такі параметри досить важко чітко вимірити та визначити, ця задача відноситься до складу нечітких множин. Такі параметри відносяться до різних сфер діяльності АТ, вимірюються різними способами, та складно формалізуються.

Існує багато різних методів розв'язання оптимізаційних задач: пошук методом повного перебору, аналітична оптимізація, метод Нельда-Міда, генетичний алгоритм та ін. Метод повного перебору складається у послідовному переборі значень параметрів для пошуку максимуму цільової функції. Проте, даний метод характеризується великими витратами часу на його здійснення, вимагає досить великої кількості оцінок цільової функції з метою знаходження оптимуму. Під час використання такого методу існує велика ймовірність зробити недостатню вибірку, якщо цільова функція потребує тривалого часу для її розрахунку. Завдяки цьому, даний метод на практиці використовується тільки для розрахунку невеликої кількості параметрів в обмеженій області пошуку. Проте, слід відмітити, що більшість алгоритмів оптимізації використовують різні різновиди даного підходу, вони починають досліджувати великі області, після чого продовжують пошук кращих рішень. Метод аналітичної оптимізації передбачає спрощення розрахунків шляхом пошуку похідної від цільової функції та прирівнювання її до 0. Також розраховується градієнт функції, який допомагає вирішити напрямок подальшого дослідження у пошуку оптимуму цільової функції. Проте, даний метод також не підходить до рішення більшості практичних задач завдяки неможливості точного знаходження глобального оптимуму цільової функції. Метод Нельда-Міда являє собою певну модифікацію симплекс методу. Під час використання симплекс методу, кожна ітерація створює нову вершину для симплекса, та у випадку, коли вона краща за попередні, то вона заміняє одну з них. Таким чином, алгоритм зупиняється коли діаметр симплексу досягне певного допустимого відхилення. Як тільки алгоритм Нельда-Міда досягає локального максимуму, його об'єднують з попередніми методами.

Проте можливості використання зазначених методів при обґрунтуванні інтеграційних процесів є досить обмеженими. Це пов'язано з особливостями зазначених методів, які вимагають значних витрат часу для здійснення, великої кількості експертних оцінок цільової функції з метою знаходження оптимуму, великої кількості математичних розрахунків та нездатні знаходити глобальний максимум чи мінімум цільової функції замість глобального та, таким чином, не дозволяють зробити оптимальний вибір АТ на основі об'єктивних показників. Значно більші можливості щодо вирішення проблеми пошуку оптимального варіанту утворення КІО надає використання методу генетичного алгоритму (ГА), що дозволяє використовувати об'єктивні та контролювати ступінь суб'єктивних факторів та їхній вплив на процес відбору потенційних учасників КІО. Теоретичні аспекти використання методу ГА розглядалися в працях Дж. Голланда [8], К. ДеДжонга [9], Д. Голдберга [6-7], К. Деба [5-7] та ін. Проте практичні аспекти використання даного методу для оптимізації економічних процесів і зокрема, процесу визначення партнера для створення КІО до цього часу залишаються остаточно не вирішеними та вимагають ретельного дослідження. Великий потенціал використання генетичного алгоритму для задач такого класу обумовлюється його головними особливостями: оптимізується неперервними параметрами; не вимагає похідної інформації; не вимагає розрахунку похідної цільової функції; одночасно здійснює пошук серед широкої галузі цільової плоскості; має можливість працювати з великою кількістю параметрів; застосовується для паралельних компонентів; оптимізує параметри складної цільової плоскості; параметри можуть з'являтися із локальної оптимізації; знаходить єдине оптимальне рішення; має можливість кодування параметрів для здійснення розрахунків закодованих параметрів; має можливість працювати із великою кількістю генерованих, експериментальних даних та аналітичними функціями. Все вищезазначене обумовлює доцільність використання саме методу генетичного алгоритму для знаходження оптимальних кандидатів на утворення КІО.

Висновки. Використання методу генетичних алгоритмів для відбору акціонерних товариств-кандидатів на утворення корпоративного інтеграційного об'єднання є досить ефективним, дозволяє використовувати об'єктивні показники для відбору кандидатів на утворення КІО, упорядковувати велику кількість кандидатів та показників їх діяльності, а також певною мірою знизити ризики невірної вибору інтеграційного шляху розвитку при невірному обраному напрямку розвитку акціонерного товариства. Слід зазначити, що додаткового вивчення вимагають методичні засади формування цільової функції АТ-кандидата та питання експертної оцінки параметрів потенційних учасників КІО для подальшого дослідження.

Література:

1. Алексеев И. В. Управление ресурсным обеспечением промышленно-финансовых групп : монография / И. В. Алексеев, М. К. Колісник, А. С. Мороз. – Львів : Видавництво Національного Університету «Львівська політехніка», 2007. – 132 с.
2. Гарретт Б. Стратегические альянсы. / Б. Гарретт, П. Дюссож. – Москва : ИНФРА-М, 2002. – 332 с.
3. Иванов Ю. В. Слияния, поглощения и разделение компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса. – Москва : Альпина Паблишер, 2001. – 244 с.
4. Пилипенко А. А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку : монографія / А. А. Пилипенко. – Харків : ВД «Інжек», 2007. – 380 с.
5. Deb K. Understanding Interactions Among Genetic Algorithm Parameters. / K. Deb, S. Agrawal // Foundations of Genetic Algorithms. – Calif., USA. – 1999. – V. – pp. 265–286.
6. Goldberg D. E. Messy genetic algorithms revisited: Studies in mixed size and scale / D. E. Goldberg, K. Deb and B. Korb, – Complex Syst. – 1990. – Vol. 4. – pp. 415–444.
7. Goldberg D. E. Genetic algorithms, noise, and the sizing of populations / D. E. Goldberg, K. Deb, J.H. Clark // Complex Syst. – 1992. – Vol. 6. – № 3. – pp. 333–362.
8. Holland H. Adaptation in Natural and Artificial Systems. / H. Holland. – Ann Arbor, MI : Univ. Michigan, 1975. – 228 p.
9. DeJong K. A. An analysis of the behavior of a class of genetic adaptive systems. Ph.D. dissertation / K. A. DeJong, – Univ. Michigan, 1975.

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

*А.А. Дискіна, к.е.н., доцент
Р. Чучуменко*

Одеський національний політехнічний університет

В жорстких умовах ринкової конкуренції, різноманіття форм і методів конкурентної боротьби, особливої актуальності набуває необхідність дослідження механізмів взаємодії суб'єктів ринку та новітніх тенденцій в ринковому середовищі. З метою отримання максимального ефекту від інтеграції, та вироблення ефективної конкурентної стратегії необхідно ретельно дослідити природу конкуренції, та окремих її форм, що домінують у сучасних умовах.

Засновником теорії конкуренції як вищої спонукальної сили, яка змушує виробників продукції підвищувати її якість, знижувати витрати на виробництво, підвищувати продуктивність праці, вважається шотландський економіст Адам Сміт (1723-1790) [1].

Поняття «конкурентоспроможність» підприємства введено в науковий обіг М.Є.

Портером, є базовим в управлінні і буде існувати по відношенню до підприємства до тих пір, поки воно утримує конкурентну перевагу над конкурентами на ринку[2]. Конкуренентоспроможність можна визначити як здатність деякого класу об'єктів продуктивно займати ринкову нішу і ефективно утримувати свої позиції.

Стратегія конкуренції являє собою основу конкурентної поведінки підприємства на ринку і описує схему забезпечення переваг над конкурентами. Конкурентна стратегія концентрується на діях і підходах, які пов'язані з управлінням, спрямованим на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку в одній специфічній сфері підприємництва.

Аналіз показав, що у науковій літературі до середини 70-х рр. XX ст. успіх організації пов'язували з наявністю трьох основних умов: розроблення внутрішнього несуперечливого набору цілей та функціональних політик, виявлення сильних і слабких сторін організації та зіставлення їх зі сприятливими чи несприятливими факторами зовнішнього середовища; створення, нарощування та ефективного використання ключових факторів успіху. Тобто, визнаючи необхідність розроблення стратегії, не особливо звертали увагу на її впровадження.

Дослідження у сфері стратегії конкуренції вийшли на якісно новий рівень після публікації у 1980 р. книг М. Портера "Стратегія конкуренції" [2], а у 1985 р. – "Конкурентні переваги", в якій розвинуто основні ідеї попередньої праці. До публікації цих праць стратегічне мислення було зосереджене на аналізі зовнішніх факторів середовища функціонування, сильних і слабких сторін організації. Запропонований А. Чендлером SWOT-аналіз заклав основу стратегічного аналізу, проте не давав змоги узагальнити способи, які використовує підрозділ організації при веденні конкурентної боротьби. Оскільки кожна організація стикатиметься з різним набором можливостей і загроз, сильних і слабких сторін, то в результаті кожна стратегія буде унікальною, і керівництво за результатами SWOT-аналізу матиме значний перелік рекомендацій, а, отже, й невизначену стратегічну картину, оскільки ефективні стратегії повинні бути побудовані на використанні сильних позицій і можливостей[3].

Подальші дослідження проблем стратегічного управління розвивали теорію конкурентної боротьби М. Портера, зокрема виявлення і реалізацію конкурентних переваг.

У теорії та практиці використовуються різні підходи і схеми формування конкурентних стратегій, такі як поетапний процес розвитку стратегій, факторна схема визначення конкурентної стратегії компанії, механізм формування альтернатив, циклічна і ієрархічна моделі процесу стратегічного планування та ін. Кожен з вищенаведених методів має певні недоліки, найбільш значимі з яких: відсутність чітко вираженої ієрархії за значимістю елементів, недооцінка ролі конкурентного середовища та ринкової позиції підприємства при виборі конкурентної стратегії, відсутність багатоваріантності дій залежно від сформованих умов (алгоритмізації) та ін. У даній ситуації набувають питання вдосконалення науково-методичного забезпечення стратегічного конкурентного планування.

З метою усунення виявлених недоліків, уточнимо етапи розробки і впровадження конкурентних стратегій (рис.1), що дозволяє вибирати раціональні та ефективні стратегії поведінки за рахунок більш повного врахування факторів конкурентного середовища, варіантності дій з конкурентного позиціонування[4].

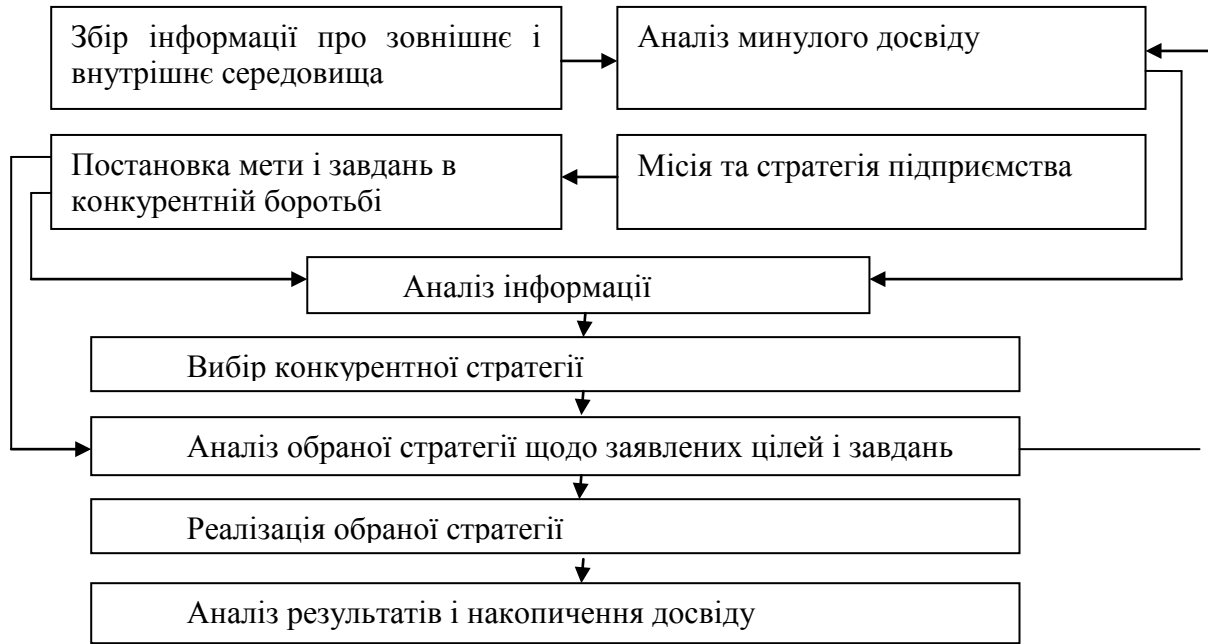


Рис. 1 Етапи розробки та впровадження конкурентної стратегії

У ході розробки конкурентної стратегії слід пам'ятати про ієрархію планування - стратегія повинна розкривати заявлені цілі і завдання підприємства. Для цього побудову стратегії необхідно починати з аналізу поточної ситуації на ринку і власного становища на ньому. Після збору та аналізу інформації про ринок і конкурентів розробляються відповідні дії - стратегії [5].

Але варто відзначити, що сама готова стратегія не є підсумком і кінцевою метою розробки конкурентної стратегії, дуже важливо провести аналіз її впровадження і отриманий досвід [6]. Згодом цей аналіз стане відправною точкою у майбутній розробці стратегії.

Література:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. - М.: Лениздат, 1963. - 684 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. / Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 234 с.
3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник / З.Є. Шершньова. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: КНЕУ, 2004. - 699 с.
4. Кныш М. И. Конкурентные стратегии: Учеб. пособие. — СПб.: Б. и., 2000. - 284 с.
5. Є.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Є.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. - 2014. - № 2 (12). - С. 6-13. - Режим доступу до журн.: <http://www.economics.opu.ua/files/archive/2014/n2.html>
6. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник і самост. вивч. - К.: КНЕУ, 2002. - 198с.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

А.А. Дорошук, к.э.н., доцент

А.А. Савченко

А.Н. Левандовская

Одесский национальный политехнический университет

Реализация концепции стратегического управления на предприятии касается всех аспектов его деятельности; однако, поскольку информация - это предмет управленческого труда, а большинство факторов влияния субъект и управления на объект носит информационный характер, необходимо очень тщательно пересмотреть существующую информационную систему, чтобы сформировать информационно-аналитическое обеспечение стратегического управления согласно с выбранными стратегиями. Большинство современных промышленных предприятий уделяет незначительное внимание стратегической информации. Именно это обуславливает актуальность данной проблемы.

Изучением стратегической информации в деятельности предприятий занимались такие отечественные и зарубежные ученые как Ансофф И., Боумен К., Виханський О.С., Дафт Р.Л., Забелин П.В., Стрикленд А.Дж., Томпсон А.А. [1-6]. Но эта проблема не является целиком решенной: нет четко разработанных рекомендаций и моделей поведения для руководителей предприятий. Цель работы – проанализировать роль стратегической информации в стратегическом управлении предприятием.

Кризисные явления в мировой и национальной экономике, усиливающаяся нестабильность внешней среды ухудшают деятельность отечественных предприятий всех сфер деятельности, а особенно предприятий промышленности. Успешное функционирование предприятий во многом зависит от стратегии, которая в свою очередь, зависит от качества и полноты информации, используемой при разработке планов развития [5].

Стратегическая информация выполняет целый ряд функций: познавательную, должна позволять изучать предприятие как систему; аналитическую, связана с предоставлением информации для анализа текущей и перспективной ситуации; управленческую, она должна быть использована при постановке целей, формировании и осуществлении управленческих процедур, решений, стратегий; мотивирующая, она должна задавать ориентиры развития предприятия в целом и его персонала; оценочная, которая позволяет оценить ситуацию на предприятии до и после внедрения стратегии; контролирующую, она должна давать возможность формировать контрольные стандарты и проводить саму процедуру контроля.

Стратегическая информация должна удовлетворять таким требованиям: быть достоверной, так как только такая информация служит надежной базой для принятия решений и выработки стратегии; быть релевантной, то есть иметь отношение к выбору стратегии; быть системной, позволять изучать предприятие как систему; отражать структуру управления предприятием; охватывать различные сферы деятельности предприятия: производственную, организационную, техническую, технологическую, экологическую составляющую; отражать текущее состояние внешней среды и позволять его прогнозировать хотя бы на ближайшую перспективу; отражать возможности дальнейшего развития и существования, а также угрозы прекращения деятельности (например, рейдерского захвата) [4].

Источниками формирования стратегической информации являются: законодательные и нормативные акты; исследования и разработки; данные бухгалтерского учета и годовые отчеты; регламенты деятельности предприятия; пресса, телевидение и радио, Интернет; конференции, выставки, ярмарки; данные маркетинговых исследований; специальные источники (в том числе промышленный шпионаж и слухи) [2].

Структурировать стратегическую информацию и представить ее в удобном для конечного пользователя – менеджера – виде возможно с помощью формирования баз стратегических данных, являющихся одной из компонентов информационно-управленческой системы.

База стратегических данных (БСД) – это упорядоченное системное описание внутренней и внешней среды предприятия, позволяющее оценивать текущее состояние системы управления, определять будущие процессы и принимать стратегические решения. База стратегических данных может трактоваться как подсистема поддержки стратегических решений [3] и включать в себя анализ внешней и внутренней среды.

Анализ «Внутренней среды» можно проводить в зависимости от того, с помощью какой схемы она представлена. Это могут быть: совокупность ресурсов предприятия: финансовых, материальных, трудовых, информационных, интеллектуальных, предпринимательских и др. Каждый из этих ресурсов, обладает в свою очередь рядом характеристик, например, финансовые ресурсы: объем собственных и заемных средств, норматив оборотных средств, величина долгосрочных и краткосрочных займов, дебиторская и кредиторская задолженность, сумма денежных средств на счетах и т.д. При этом показатели могут оцениваться в динамике и прогнозироваться их будущие значения; система управленческих отношений между управляющей и управляемой подсистемами. Тут помимо анализа структуры подсистем анализируется связи между ними: прямая и обратная, а также достижение эффекта синергии; алмаз Ливитта: технология, задачи, цели, люди, структура [6].

Блок «Внешняя среда», с нашей точки зрения, целесообразно представить в виде трех уровней: среды прямого воздействия или среды задач (поставщики, потребители, банки, государственные органы, инвесторы, акционеры, рынок труда); среды косвенного воздействия (политическая ситуация, экономическая ситуация, уровень развития технологии в стране, инвестиционный климат, демографическая ситуация, климатические условия); среды международного влияния (условия евроинтеграции национальной экономики, глобализация мировой экономики) [1].

При этом следует отметить, что необходимо рассматривать не только влияние внешней среды на предприятие в виде ограничений деятельности и поставки основных ресурсов, но и влияние фирмы на внутреннюю среду в виде рекламы, пиара, а также продукта, который поставляется во внешнюю среду (продукты, услуги, работы, заработная плата работников, доходы акционеров, акты благотворительности).

База стратегических данных в настоящее время является мощным средством сбора, анализа и организации данных, а возможность выдачи их в реальном времени (например, при управлении предприятием) и универсальность использования еще более увеличивают выгоды от ее эксплуатации.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Сокр. пер. с англ./ Науч. ред. и предисловие Л. И. Евенко.- М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента // Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 175 с.
3. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Гардарики, 1998. - 296 с.
4. Дафт Р.Л. Менеджмент.- Серия: Теория и практика менеджмента, СПб: Питер, — 2003.- 832 с.
5. Забелин П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления: Учебное пособие. – М.: Информационно-внедренческий центр “Маркетинг”, 1998. – 195с.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Ученик для вузов/ Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: банки и биржи, ЮНИТИ. – 1998. – 268 с.

ВИСВІТЛЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ДОСЛІДЖЕНЬ ЩОДО ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

І.М. Єніфанова, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Процес формування прибутку підприємства завжди знаходив відображення у наукових досліджень з цього питання. Це підкреслює значна кількість напрямів досліджень. Але цей зазначений важливий економічний процес - процес формування прибутку підприємства потребує подальшого дослідження та постійного впровадження результатів цих досліджень у практичну діяльність суб'єктів господарювання. Необхідно більш детально висвітлити наступні існуючі напрямки досліджень.

Аналіз підходів науковців до джерел визначення прибутку показав, що актуальність питання генезису прибутку, його ролі та визначення є беззаперечною, і такою, що вимагає безперервного удосконалення та доопрацювання, як з теоретико-методологічних, так і з методико-прикладних позицій.

Саме з огляду на такі вимоги, підкреслюється першочергова необхідність детальнішого висвітлення таких важливих питань, які пов'язані з якістю прибутку. Вирішення цього завдання дозволить сформувати систему управління фінансовими результатами підприємства, спрямовану на зростання її якісної складової.

Відсутність комплексного аналізу контролю за діяльністю підприємства – одна з причин некерованості його прибутком. У результаті виникають негативні тенденції в розвитку підприємства. Виникнення таких проблем краще попереджати, а для цього необхідно систематично стежити за виконанням встановленої виробничої програми, за поточними і кінцевими результатами діяльності підприємства. Аналіз розкриває проблеми, які вимагають своєчасного вирішення. Це допомагає заздалегідь уловити негативні тенденції і зміни, а також привернути до них увагу апарату управління підприємством. Вся діяльність підприємства спрямована на забезпечення зростання прибутку або його стабілізації на певному рівні. [1, с.34]

Значення ролі управління прибутком в економіці і фінансах підприємства визначається наступним. По-перше, управління прибутком визначає реальний економічний результат у грошовій формі, отриманий на підприємстві. Але, як відомо, не всі аспекти діяльності підприємства можна оцінити з допомогою показника прибутку. Це зумовлено тим, що на процес формування прибутку впливає багата кількість факторів, таких як: кон'юнктура ринку, ціна на сировину та паливо, рівень оплати праці, норми амортизації та інші. Але незважаючи на це, прибуток відображає ефект у вигляді доходу отриманого господарюючим суб'єктом. По-друге, прибуток володіє стимулюючою функцією. Він виступає не тільки фінансовим результатом підприємства, а й основним елементом формування грошових ресурсів підприємства.

У дослідженнях підкреслюється необхідність проведення синтезу результатів аналізу прибутковості підприємства, на базі якого формується аналітичне забезпечення прийняття ефективного управлінського рішення щодо забезпечення належного рівня прибутку. [2, с.144]

На формування прибутку як фінансового показника діяльності підприємства, що відбивається в бухгалтерському обліку, в офіційній звітності суб'єктів господарювання, впливає встановлений порядок визначення фінансових результатів діяльності; обчислення собівартості продукції (робіт, послуг); загальногосподарських витрат; визначення прибутків (збитків) від фінансових операцій, іншої діяльності. На формування абсолютної суми прибутку підприємства впливають: результати, тобто ефективність його фінансово-господарської діяльності; сфера діяльності; галузь господарства; установлені законодавством умови функціонування підприємства та правила обліку фінансових результатів.

Основним фактором, який визначає величину прибутку підприємств, які не займаються виробничою діяльністю, є рівень ціни закупівлі товарів. Підприємство при здійсненні комерційних угод намагається закупити товар за якомога нижчою ціною. Це може бути досягнуто шляхом скорочення кількості посередників при закупівлі товару, використання цінових знижок при узгодженні ціни, закупівлі партій товарів у період їх сезонного розпродажу.

Якщо підприємство займається зовнішньоекономічною діяльністю, зниженню ціни закупівлі товарів може служити придбання товарів в іноземних партнерів при сприятливому співвідношенні курсів національної та іноземної валюти, або здійснення прямих товарообмінних операцій при сприятливому співвідношенні рівня цін на обмінювані товари. [3, с.54]

Зростання розмірів одержання прибутку пов'язане також із збільшенням рівня цін продажу товарів. Управління цінами реалізації залежить від обґрунтованості вибору цінової політики підприємства на споживчому ринку, використання сприятливої торгової кон'юнктури в окремі періоди року, місяців. Збільшення ціни реалізації товарів сприяє розширенню продажів сезонних товарів перед початком сезону, коли ціни найвищі, реалізації окремих товарних груп на аукціонах і товарних біржах, експорту конкурентоспроможних товарів при сприятливому співвідношенні курсів національної й іноземної валюти.

Маса одержання прибутку залежить від обсягу діяльності підприємства - товарообороту, кількості реалізованих товарів. Збільшення обсягу продажу сприяє здійсненню ефективної маркетингової політики шляхом включення до переліку взаємодоповнюючих товарів, надання споживчого кредиту при реалізації товарів, розширення системи додаткових торгових послуг, пов'язаних із реалізацією товарів здійснення ефективних рекламних заходів. Для оптової торгівлі важливе значення в розширенні продажу має регіональна диверсифікація збуту.

Зазначаються фактори, які впливають на обсяг доходів і, відповідно, на прибуток підприємства. При тій же величині доходів підприємство може мати різний розмір прибутку, що залежить від величини витрат обігу. Вони формуються під впливом таких факторів, як обсяг товарообороту, його склад та асортиментна структура, джерела надходження товарів, місцезнаходження контрагентів комерційних угод, умови страхування, рівень продуктивності праці на підприємстві, ступінь ефективності використання ресурсів, структура капіталу, розміри матеріально-технічної бази тощо. Вищезазначені фактори впливають на прибуток від реалізації товарів.

Також важливим фактором впливу на аналітичний процес є кількість інформації, якою володіє підприємство з приводу конкретної економічної події, а також її якість. Якщо є сумніви щодо її якості, середовище, в якому функціонує підприємство, стає більш невизнаним і це напряму впливає на саму можливість отримання прибутку. Це висуває підвищені вимоги щодо інформаційного забезпечення підприємства.

Наведені напрямки дослідження питань стосовно процесу формування прибутку підприємства підкреслюють його важливість для ефективного функціонування сучасного підприємства.

Література:

1. Податки та бухгалтерський облік ПАД [Електронний ресурс] / Під ред. В.С. Пархоменко – Електрон. дан. – М.: Довідково-інформаційний інтернет-портал «Нібу.Юа», 2013. – Режим доступу: <http://www.nibu.factor.ua> / вільний.
2. Єпіфанова І.М. Формування системи управління прибутком на підприємстві / І.М. Єпіфанова, Н.В. Мандибур // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Черкаси (Україна), Черкаси: 2014. – с.143.
3. Нежиборець В.І. Розвиток інноваційної діяльності в Україні, як умова забезпечення конкурентоспроможності економіки / В.І. Нежиборець, // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – №5.(2). – С. 48 – 54.

APPLICATION OF FACTOR MODELS IN ANALYTICAL INVESTIGATIONS OF THE ENTERPRISE INNOVATIVE DEVELOPMENT

Lidiia Nikolaevna Karpenko

PhD, Associate Professor of Business Economics

Odessa National Polytechnic University (Ukraine)

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. High level economic development, according to experience of industrially developed countries, is ensured by the number of conditions.

Research of innovation potential production, its structure and methods for evaluation, innovation investment into enterprises development was conducted in the studies by foreign and domestic scientists: O. Amosha, V. Andriychuk, V. Ambrosova, I. Balabanovaa, O. Datsiia, E. Elton, F. Fabozzy, S. Filipova, K. Freeman, P. Haydutskiy, V. Heydzya, O. Hudz, M. Kysil, O. Krysalny, M. Kropivka, L. Kolosova, P. Makarenko, M. Malika, L. Martiusheva, V. Mesel-Veseliaka, V. Onegin, G. Pidlisetsky, M. Portera, I. Prygozhyna, P. Sabluka, V. Seminozhenko, V. Sytnyka, R. Solou, P. Stetsiuk, S. Volodina, N. Xruch, V. Yurchyshyna, Y. Yakovets, M. Zubtsia, V. Zaharchenko and others. Analysis of the recent scientific materials indicates the results of comprehensive research on the development and implementation of the elements of innovation and investment mechanism, improvement of the investment climate, some economic and statistic calculations [1, p. 222].

The objective of research consists in defining programmatic and methodological basic concepts for analysis of innovation activity, systematization of analytic indicators of industrial enterprises innovation activity in Odessa region, conduction of complex economic and statistical research of enterprises innovation investment activity, showing up perspectives of region development.

The next, we describe 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. In the BIRR model, there are five macroeconomic factors that reflect unanticipated changes in the following macroeconomic variables: investor confidence (confidence risk), interest rates (time horizon risk), inflation (inflation risk), a market index (market timing risk), real business activity (business cycle risk).

Fundamental Factor Models use company and industry attributes and market data as raw descriptors. Examples are price-earning ratios, book-price ratios, estimated economic growth and trading activity. The inputs into a fundamental factors model are stock returns and the raw

descriptors about a company. Those fundamental variables about a company that are pervasive in explaining stock returns are, then the raw descriptors retained in the model. Using cross-sectional analysis. The sensitivity of a stock's return to a raw descriptor is estimated [2, p. 298-301].

Also there are *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.

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. The sale price is also called the terminal price [2, p. 265].

In this article author examines both multi-index models and averaging models. Several of the models put forth in the finance literature are discussed as well as some of the empirical evidence on their relative merits. There are other uses for multi-index models besides predicting correlation coefficients. So, we are viewing *Multi-Index Models*. The assumption underlying the single-index model is that stock prices move together only because of common movement with the market. Many researchers have found that there are influences beyond the market that cause stocks to move together. Two different types of schemes have been put forth for handling additional influences. We have called them the general multi-index model and the industry index model.

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 i can be related to the influences that affect its return in the following way (1):

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

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}^* of 2 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 [3, p. 159-163].

At this point it is worth examining how well these multi-index models have performed when the parameters are estimated from historical data. There are an infinite number of multi-index models that can be tried, one cannot unequivocally say that multi-index models are better or worse than single-index models. So, models were considered by us in the article can be used in analytical researches of enterprise innovative development.

References

1. Карпенко Л.М. Розробка системи аналітичних показників інтегрованого управлінського аналізу інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства / Л.М. Карпенко / Mechanism of Sustainable Development of Economic Systems Formation Collective monograph. Vol. 2. Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2014. – P. 222-234.
2. Frank J. Fabozzi, CFA. Investment management / Frank J. Fabozzi. – 2nd ed. – USA, New Jersey 07458, 1998. - 837 pages.
3. Edwin J. Elton, Martin J. Gruber. Modern Portfolio Theory and Investment Analysis. – 7-th Edition. - USA: New York University, 2007. - 728 pages.

ПРОМИСЛОВІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ: ДЕФОРМАЦІЇ РОЗВИТКУ

Г.В. Карпінська, к.е.н.

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Промислові підприємства України займають одну з найважливіших позицій в економіці країни. Вони є джерелом збільшення національного прибутку, валового внутрішнього продукту, розвитку науки та інновацій, вирішення проблеми зайнятості та інших соціальних проблем.

Проблеми та шляхи підвищення ефективності розвитку промислових підприємств активно досліджували та продовжують досліджувати вітчизняні вчені О.І. Амоша, Є.О. Бельтюков, Б.В. Буркинський, А.І. Бутенко, В.М. Гейц, А.І. Ковальов, Л.І. Федулова, С.В. Філіппова та інші автори. Про те, комплексному дослідженню структурних змін та тенденцій розвитку промислових підприємств України в аспекті визначення деформацій їх розвитку не приділено належної уваги. У зв'язку з цим, актуальним завданням є визначення деформацій розвитку промислових підприємств України в аспекті їх соціально-економічного, інвестиційного та інноваційного розвитку.

Деформація – будь-яка зміна, відхилення чого-небудь від норми, перекручування сутності чого-небудь, спотворення сутності чого-небудь [1]. Деформації можуть бути як причиною, так і слідством еволюційного або революційного, а іноді і деградаційного розвитку економічної системи та її окремих складових. Тому, іноді позитивні зміни у структурі системи можуть бути спричинені негативним розвитком однієї чи декількох її складових. Таким чином, для визначення деформацій розвитку будь-якої економічної системи, необхідно здійснювати, як оцінку її структурних змін, так і аналіз тенденцій розвитку її окремих складових та в цілому системи. Для визначення деформацій розвитку промислових підприємств України була проведена оцінка структурних змін і аналіз тенденцій їх діяльності в розрізі основних галузей промисловості та основних показників, що характеризують їх соціально-економічний, інвестиційний та інноваційний розвиток.

Промисловість України у 2013р. налічувала 49130 підприємств – 12,5% загальної кількості підприємств по Україні (табл. 1). У переробній промисловості здійснювало свою діяльність 41,4 тис. од. підприємств (84,3% загальної кількості у промисловості), добувній і розробленні кар'єрів – 1,9 тис. од. (3,9%). У промисловому секторі економіки зайнято 2,9 млн. осіб – 38,3% загальної кількості працюючих по Україні. В останні роки утримується стійка тенденція до скорочення кількості зайнятих працівників у тому числі і у сфері промислового виробництва.

Таблиця 1 – Основні показники діяльності промислових підприємств України

Показники	Роки			
	2010	2011	2012	2013
Кількість підприємств од	47827	47479	43356	49130
у % до підсумку	12,6	12,6	11,9	12,5
Кількість зайнятих працівників, тис.осіб	3091,8	3045,9	3026,4	2924,9
у % до підсумку	37,8	38,0	38,2	38,3
Обсяг реалізованої продукції, млн. грн	1159231,4	1464792,1	1498929,7	1473091,5
у % до підсумку	33,5	35,8	34,8	35,5
Прибуток, млн. грн.	68933,1	106688,2	86504,1	81336,9
у % до підсумку	32,5	39,1	31,1	34,7

Джерело: розраховано за даними [2]

Скорочення зайнятих працівників мають місце за всіма галузями промисловості. Такі негативні тенденції спостерігаються і щодо обсягів виробленої промислової продукції, зокрема, скорочення відстежується з 2011 року. Відповідно зменшується прибуток промислових підприємств на 23,7% у 2013р. по відношенню до 2010р. Найбільше зменшення прибутку відбулося на підприємствах переробної промисловості 22,1%.

За дослідний період спостерігається підвищення інвестиційної активності підприємств (відношення інвестицій в основний капітал до обсягу реалізованої продукції) майже у всіх галузях промисловості, виключенням є підприємства легкої, хімічної та нафтохімічної промисловості та підприємства з виробництва коксу, продуктів нафтопереробки. Про те, за результатами 2013 р. фактичний приріст капітальних інвестицій відбувся лише у таких видах економічної діяльності, як будівництво (3,2%) та операції з нерухомим майном (9,7%) [3]. Що дає підставу для висновку, що переорієнтація інвестиційних потоків у промислову сферу не відбувається. Натомість переважаючу інвестиційну привабливість мають сектори з високою ліквідністю та швидким обігом коштів. У структурі джерел інвестування визначальну роль відіграють власні кошти підприємств 63,8%, тобто можливість здійснення інвестиційної діяльності визначається перш за все фінансовим станом підприємства. У 2013 р. позитивну динаміку фінансових результатів мали підприємства у сфері виробництва та розподілення електроенергії, газу та води та деякі підприємства переробної промисловості, зокрема машинобудування і харчової промисловості. За дослідний період спостерігається тенденція до зменшення частки амортизації у структурі джерел фінансування та кредитування підприємств промисловості. Найбільші обсяги кредитів надходили підприємствам переробної промисловості, зокрема: підприємства харчової промисловості - 26,7 %, металургії 12,4 %, хімічної та нафтохімічної промисловості 8,9%, машинобудування 6,4%, виробництва неметалевої мінеральної продукції 4,9%. Переважна більшість кредитів у промисловий сектор були короткостроковими – 47% проти 4,3% - довгострокових кредитів, що не є добрим явищем у зв'язку з їх високими кредитними ставками та складністю повернення на фоні погіршення фінансових результатів підприємств.

Інноваційною діяльністю у 2013 р. займалося лише 16,8% всіх підприємств промисловості, збільшення кількості інноваційно активних підприємств склало 2,1%. Впроваджували інновації 76,5% загальної кількості інноваційно активних промислових підприємств, зокрема підприємства машинобудування, з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, з виробництва гумових і пластмасових виробів, іншої неметалевої мінеральної продукції, металургійного виробництва та виробництва готових металевих виробів. Скоротилася кількість підприємств що впроваджували інноваційні види продукції. 1031 підприємство реалізувало інноваційної продукції на 35,9 млрд. грн., або 3,3% загального обсягу реалізованої промислової продукції. Частка нової для українського ринку продукції становила 40%, тоді як 60% становила реалізація продукції, яка була новою для окремих підприємств [4].

Таким чином, проведений аналіз тенденцій та оцінка структурних змін діяльності підприємств промисловості дозволив виявити наступні деформації їх розвитку: скорочення зайнятих працівників за всіма галузями промисловості; спад за всіма економічними показниками у переробній промисловості та сировинна спрямованість промислового виробництва; погіршення фінансових результатів підприємств; зменшення капітальних інвестицій; відсутність накопичення власних коштів для модернізації виробництва; скорочення кредитування та переважання його короткострокової форми, незначна доля промислових підприємств, які займаються інноваційною діяльністю; незначна доля та скорочення кількості підприємств, що впроваджують інновації та інноваційні види продукції; скорочення та незначні обсяги реалізованої інноваційної продукції; домінування виробництв з низькою наукоємністю та використання застарілих технологій.

Література:

1. Толковый словарь Ушакова /Д.Н. Ушаков 1935-1940 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу із: tolslovar.ru
2. Діяльність суб'єктів господарювання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Олійник Ю.А. Оцінка тенденцій в інвестиційній діяльності вітчизняних підприємств / Ю.А.Олійник, С.А. Мехович. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/news/rashody-predpriyatiy-ukrainy-na-tehnologicheskie-innovatsii-14042014125200>
4. Інноваційна діяльність промислових підприємств України – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ КОРПОРАЦІЇ

Н.Е. Красностанова, к.е.н., доцент

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

Нестабільність зовнішнього середовища, дисбаланс економічних пропорцій, динамічність появи інновацій, кризовий стан компаній, галузей — ті відмінні риси сучасного стану економіки практично всіх більшості країн, які в умовах глобалізації призводять до світових криз. Наявність диспропорцій в діяльності компаній свідчить насамперед про слабкості фінансового планування та недостатній компетентності керівників. Проблемам створення механізму управління збалансованим розвитком організації розглядаються в дослідженнях провідних вітчизняних і зарубіжних авторів: Федулової Л. І., Осецького В. Л., Гончарова Ю.В., Акоффа Р., Редькіна О.С. та інших. Проведений аналіз цих і ряду інших досліджень дозволяє зробити банальний висновок, що недооцінка планування або некомпетентне управління, як правило, призводять до великих економічних втрат. Сучасна українська економіка характеризується поглибленням глобалізації бізнесу, посиленням конкуренції. Ці умови диктують необхідність інтеграції підприємств, концентрації капіталу, зростання товарообігу. Корпоративний розвиток передбачає включення великої кількості підприємств-учасників. Це означає, що їх взаємодія в процесі розвитку має бути збалансованим за часом і ресурсами.

При розробці організаційно-управлінського механізму пропонується наступне визначення корпорації (інтегрованої структури). Інтегрована структура — це сукупність підприємств (фірм), об'єднаних єдиними цілями, місією, інтересами, які здійснюють спільну діяльність по їх досягненню в рамках прийнятих організаційно-правових відносин і встановленої відповідальності за результати на основі загальної корпоративної культури управління, здійснюваної головною компанією.

Організаційно-управлінський механізм розробляється на основі поєднання трьох підходів: технологічного, транс акційного і стратегічного. При формуванні механізму планування потрібно виходити із запропонованої концепції, сутність якої полягає в тому, що розвиток корпорації вимагає забезпечення достатньої сталості підприємств в перехідний період розвитку корпорації. Сталість корпорації включає такі складові, як виробнича, економічна, фінансова та організаційна сталість. Виробнича сталість характеризується техніко-технологічним рівнем використовуваного обладнання, тобто рівнем прогресивності основних фондів, а також ступенем відтвореності технічних параметрів продукції, що випускається і стабільністю виробничих процесів (у тому числі технологічних).

Для характеристики виробничої сталості обрані наступні показники: вік використовуваних основних фондів; коефіцієнт введення нової техніки; рівень прогресивності технічної та технологічної бази; коефіцієнт завантаження виробничих потужностей.

Економічна сталість забезпечується дотриманням ресурсних пропорцій і співвідношень, що створюють базові умови для економічної рівноваги. В якості основних показників використовуються: пропорції між рівнем запасу та обсягами випуску; співвідношення між дебіторською та кредиторською заборгованістю; пропорції між грошовими коштами, дебіторської заборгованістю і запасами; пропорції між власними коштами, короткостроковими і довгостроковими зобов'язаннями; рівень забезпеченості власними оборотними засобами; динаміка зниження питомого ресурсоспоживання (зменшення трудомісткості, матеріаломісткості, енергоємності, фондомісткості); динаміка зростання продуктивності праці; рівень рентабельності активів.

Фінансова сталість досягається дотриманням раціонального співвідношення між

швидкістю, обсягами грошових надходжень і швидкістю та обсягами виплат, а також потенційною здатністю використання фінансового важеля і можливістю залучення інвестицій. Для оцінки фінансової стійкості використовуються наступні показники: рівень ліквідності та платоспроможності; коефіцієнти оборотності обігових коштів та інших ресурсів (запасів); динаміка зростання доданої вартості продукції компанії; рівень і ефект фінансового важеля; загальноприйняті показники ефективності інвестицій у розвиток компанії; динаміка руху грошових надходжень (поток), виплат (відтоку) й потоку (сальдо).

Організаційна сталість забезпечується рівнем організаційної готовності компанії до стратегічних змін, відповідністю кадрового потенціалу вимогам нововведень, наявністю ефективного механізму організаційного супроводження програм розвитку.

Основним елементом організаційно-управлінського механізму функціонування компанії є функції і структура керуючої компанії як головного (центрального) органу управління інтегрованої структури. Залежно від прийнятого співвідношення між централізацією і децентралізацією керуюча компанія приймає на себе відповідну сукупність централізованих функцій. Виходячи з особливостей створюваного науково-промислового комплексу керуюча компанія бере на себе наступні генеральні функції: забезпечення поточної стійкості інтегрованої компанії; формування та здійснення інноваційно-виробничої політики; підвищення рівня капіталізації корпорації, розробка та реалізація маркетингової політики. Виконання кожної генеральної функції забезпечується здійсненням сукупності певних функцій. На цій основі будується функціональна модель управління інтегрованої компанії, яка припускає, що розробка структури управління повинна передбачати можливість виконання необхідних функцій.

Виконання перерахованих завдань управління фінансовою діяльністю має забезпечити платоспроможність компанії, бюджетне управління ресурсами і залучення інвестицій в компанію, що в кінцевому підсумку сприятиме економічному зростанню, підвищенню капіталізації та забезпечення фінансової стійкості компанії. Таким чином, розроблений організаційно-управлінський механізм функціонування інтегрованої компанії служить основою для практичного здійснення концепції збалансованого планування розвитку компанії.

Література:

1. Федулова Л. І. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України [Текст] / За ред. д-ра екон. наук Л. І Федулової. — К.: вид-во УкрІНТЕІ, 2007. — 812 с.
2. Акофф Р. Планирование будущего корпорации [Текст] / Р.Акофф. — М.: Прогресс, 1985. — 382 с.
3. Редькін О.С., Реген В., Хрущ Н.А. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління [Текст] / О.С. Редькін, В. Реген, Н.А. Хрущ.; Одес. Нац. Академія зв'язку ім. Попова О. С. — Одеса: Евен, 2004. — 216 с.

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.Є. Кузьмін, д.е.н., проф.

О.Г. Мельник, д.е.н., проф.

А.М. Дідик, к.е.н.

Національний університет «Львівська політехніка»

Сучасні умови функціонування на вітчизняному ринку характеризуються кризовими явищами, високим рівнем невизначеності, розвитком нових різновидів ризиків,

загальноекономічним спадом, зростанням фіскального навантаження та загальним падінням економічної активності. Усі ці чинники негативно впливають на розвиток машинобудівних підприємств, фінансово-економічні результати їх діяльності та мінімізують реалізацію функцій соціальної відповідальності.

Проблеми забезпечення розвитку підприємств висвітлюють у своїх працях Ю.С. Погорелов [1; 3], Л.Г. Мельник [2], А.Е. Воронкова [3], М.Я. Нагірна [4] та інші науковці, при цьому розкриваючи термінологічний, історичний, семантичний, типологічний та методичний аспекти розвитку підприємств. Проте виникає необхідність у ідентифікуванні ключових проблем забезпечення розвитку підприємств в сучасних умовах з урахуванням галузевого аспекту.

Зважаючи на результати аналізування літературних джерел за проблемою [1-4] та практики функціонування вітчизняних підприємств метою роботи є виокремлення ключових проблем забезпечення соціально-економічного розвитку вітчизняних машинобудівних підприємств.

Виконані дослідження дають змогу дійти до висновку, що найбільш істотні перешкоди щодо розвитку машинобудівних підприємств формуються саме у зовнішньому середовищі функціонування і пов'язані вони насамперед із загальноекономічними процесами, що відбуваються в країні, а також трансформаціями у геополітичному просторі. Варто зауважити, що значна більшість підприємств машинобудівної сфери характеризувалась розвиненими кооперативними зв'язками із країнами СНД, які в умовах військової агресії щодо України послабились або повністю ліквідовані. Таким чином, чимало підприємств втратило постачальників та споживачів, що зумовлює необхідність радикальної реорганізації, реструктуризації та переорієнтування вітчизняних підприємств на інші ринки. З підписанням у 2014 р. Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ЄС) вітчизняні підприємства активно вивчають можливості виходу на ринок ЄС. Варто також зауважити, що з 23.04.2014 р. по 01.01.2016 р. з боку ЄС діє режим автономних торгових преференцій щодо України. Як свідчить практика, ключовими проблемами виходу українських експортерів на ринок ЄС є: критична неінформованість машинобудівних підприємств про можливості та механізми виходу на ринок ЄС; складність здійснення митного оформлення машинобудівної продукції внаслідок її комплектності; переважна цінова та споживча неконкурентоспроможність вітчизняної продукції на європейському ринку; невідповідність української продукції технічним регламентам ЄС тощо. Закономірно, що модернізаційно-реструктуризаційні зміни на підприємствах вимагають істотних капіталовкладень, що вимагає залучення інвестиційних або кредитних ресурсів. Внаслідок того, що ринок фінансово-кредитних установ у нинішніх умовах є вкрай нестійким та регулюється у ручному режимі, отримати кредит у банку підприємствам практично неможливо, адже переважна більшість банківських структур заморозили кредитні програми для юридичних осіб. Щодо залучення інвестицій, то іноземні інвестори активно виводять капітал з України, зважаючи на військово-політичну нестабільність, рецесійні явища в економіці, високий рівень корумпованості державних органів влади. У таких умовах залучити іноземних інвесторів практично неможливо, оскільки надто високі ризики інвестування капіталу.

Істотним чинником, що негативно впливає на діяльність вітчизняних машинобудівних підприємств, які працюють на використанні імпортних матеріалів, сировини чи комплектування, є девальвація національної валюти, адже впродовж 2014-2015рр. гривня стосовно долара США знецінилась практично утричі, що зумовило зростання вартості усіх імпортних складових, а це, своє чергою, сприяло зростанню собівартості машинобудівної продукції та подальшому падінню її цінової конкурентоспроможності. Проте, девальвація гривні є доволі вигідною для експортерів машинобудівної продукції, контракти яких прив'язані до вартості в еквіваленті долара чи євро, оскільки за рахунок цього вони мають змогу отримати надприбутки.

Однією із перешкод гальмування розвитку машинобудівних підприємств є системна криза неплатежів в національній економіці, яка породжує затримки із виплат заробітної плати працівникам, скорочення персоналу, нарощення кредиторської заборгованості за розрахунками із бюджетом та за розрахунками із постачальниками тощо. При цьому систематичне нарощення боргів підприємством за неможливості інвестування коштів у забезпечення виробничо-господарської діяльності зумовлює зростання кількості випадків банкрутства підприємств з подальшим розпродажем їхнього майна та неможливістю відновлення виробничих потужностей.

Серед проблем забезпечення соціально-економічного розвитку машинобудівних підприємств варто відзначити також нестабільність податкового законодавства, його фіскальне спрямування та непрогнозованість, авансову сплату податку з прибутку, хронічне невідшкодування ПДВ, що не дає змогу власникам та керівникам підприємств спланувати свою діяльність навіть у середньостроковій перспективі.

Варто також зауважити, що переважна більшість вітчизняних машинобудівних підприємств працюють на застарілій техніко-технологічній базі, практично не розробляють і не впроваджують інновації в різні сфери діяльності підприємств, не забезпечують орієнтацію за зміни потреб ринку тощо. Такі підприємства приречені на подальше банкрутство, оскільки вони є неконкурентоспроможними а інерційно функціонують завдяки попереднім розробкам та досягненням.

Відновлення вітчизняного машинобудівного сектора і забезпечення його кількісно-якісного зростання на новому рівні можливе лише завдяки активному та масовому впровадженню сучасних технологій виробництва, систем управління якістю ISO, виготовленню інноваційної продукції, розвитку власної науково-дослідної бази щодо розроблення інновацій в машинобудуванні, залученню вагомому інвестиційного капіталу у розвиток підприємств.

Таким чином, визначальний негативний вплив на діяльність вітчизняних машинобудівних підприємств чинять чинники зовнішнього середовища, які вимагають проведення внутрішніх кардинальних змін технологічного, управлінського, кадрового, фінансово-економічного, адміністративного характеру.

Перспективами подальших досліджень за проблемою є ідентифікування найбільш перспективних секторів машинобудування та розроблення пропозицій щодо забезпечення їхнього соціально-економічного розвитку.

Література:

1. Погорелов Ю.С. Природа, рушійні сили та способи розвитку підприємства: [монографія] / Ю.С. Погорелов. – Харків: АдВАTM, 2010. – 352 с.
2. Основи стійкого розвитку / За заг. ред. проф. Мельника Л.Г. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 654 с.
3. Розвиток потенціалу підприємства в умовах економіки знань: [монографія] / За заг. ред. А.Е. Воронкової та Ю.С. Погорелова. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2012. – 380 с.
4. Формування механізму стійкого розвитку економіки: теорія та практика: [монографія]. – Дніпропетровськ: «ФОП Дробязко С.І.», 2014. – 438 с.

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. Лапин, к.э.н., доцент

Одесский национальный политехнический университет

Основной целью государственной промышленной политики является создание условий для стабилизации, повышения эффективности производства и конкурентоспособности продукции, наращивания промышленного производства.

Решающей сферой для подъема экономики в целом является промышленность, и именно на ее росте должны быть сосредоточены усилия всех ветвей власти и основных экономических структур.

Роль промышленной политики в третьем тысячелетии возрастает, что обусловлено следующими факторами:

- изменяется роль государства, возрастает взаимозависимость субъектов мирового хозяйства, изменяется содержание глобальной конкуренции. Все это требует выработки адекватной национальной и региональной экономической стратегии;
- ускоряются структурные преобразования в промышленности, обусловленные, в частности, появлением новых социально-экономических рисков, связанных с комплексом проблем НТП, защитой окружающей среды и рядом других.

Применительно к управлению экономическим развитием в промышленности под стратегией нами понимается установление целей и задач, механизма и условий их реализации на основе сочетания интересов государства в целом, с одной стороны, и промышленности с ее отраслями и предприятиями, с другой стороны, с целью максимизации рыночной стоимости организации и повышения реальных доходов ее работников.

При значительном разнообразии конкретных стратегий экономического роста среди них можно выделить некоторое ограниченное число типовых вариантов. Так, выделяются следующие стратегии экономического роста:

- стратегии концентрированного роста;
- стратегии интегрированного роста;
- стратегии диверсифицированного роста.

К числу стратегий концентрированного роста относится стратегия усиления позиций на рынке (горизонтальная интеграция), стратегия развития рынка и стратегия развития продукта, т.е. стратегия, связанная с изменением продукта и (или) рынка.

Следуя стратегии усиления позиции на рынке, предприятия стремятся установить контроль над своими конкурентами и с этой целью объединяются с другими предприятиями, т.е. осуществляется так называемая «горизонтальная интеграция». Стратегия развития рынка предполагает поиск новых рынков для реализации уже освоенного продукта. Стратегия развития продукта предусматривает выпуск и реализацию новой продукции, но уже на освоенном рынке.

Стратегия интегрированного роста предполагает расширение предприятия на основе добавления новых структур. В качестве таких структур могут выступать, например, предприятия - поставщики, дочерние структуры, осуществляющие снабжение. Такая стратегия получила название стратегии обратной вертикальной интеграции. В том случае, если рост предприятия осуществляется за счет приобретения или усиления контроля над структурами и конечным потребителем, т.е. над системами распределения и продажи, речь идет о стратегии прямой вертикальной интеграции. Этот тип интеграции выгоден в том случае, если посреднические услуги значительно расширяются или предприятие не может найти посредников с качественным уровнем работы. Стратегии диверсифицированного роста реализуются в том случае, если предприятия не могут дальше развиваться на данном рынке с

данным продуктом в рамках данной отрасли. Примером этого типа стратегий является стратегия централизованной диверсификации, при которой существующее производство остается в центре бизнеса, а новое производство возникает из тех возможностей, которые заключены в освоенном рынке, используемой технологии и других сильных сторонах функционирования предприятия.

Стратегия горизонтальной диверсификации предполагает поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой. Поскольку новый продукт должен быть ориентирован на потребителя основного продукта, то по своим качествам он должен быть сопутствующим уже производимому продукту.

Стратегия конгломеративной диверсификации является наиболее сложной для реализации, так как в этом случае расширение предприятия осуществляется за счет производства технологически новых продуктов, которые реализуются на новых рынках.

Как известно, экономическое развитие может осуществляться по восходящей или нисходящей кривой, в связи с этим во втором случае возникает не рост, а падение или сокращение границ бизнеса.

Сокращение бизнеса может осуществляться, например, в форме прямой ликвидации, если организация не может вести дальнейший бизнес. В том случае, если бизнес не имеет перспективы и не может быть прибыльно продан проводится стратегия «сбора урожая», предполагающая при постепенном сокращении данного бизнеса до нуля получение максимального совокупного дохода. Возможны такие варианты продажи предприятием одного из своих подразделений с целью осуществления долгосрочного изменения границ ведения бизнеса. В качестве самостоятельной можно выделить и стратегию сокращения затрат, ориентированную на устранение достаточно небольших источников затрат и носящую, как правило, характер временных и краткосрочных мер.

Кроме того, избранной или в ряде случаев вынужденной стратегией может быть пассивная стратегия, основанная на поддержании неизменного уровня использования производственного потенциала предприятий. Пассивная стратегия приводит к отставанию от среднеотраслевого уровня и будет иметь в более долгосрочном периоде отрицательные последствия.

Активная стратегия, обеспечивающая рост использования производственного потенциала промышленных предприятий региона, предполагает отбор и реализацию различного рода инновационных проектов, внедрение новых технологий, обновление основных производственных фондов, совершенствование кадровой составляющей и т.д.

Эффективная (или опережающая) стратегия связана уже с инновациями, реализующими принципиально новые технологические решения, различающиеся значительной степенью риска таких вложений.

Развитие современного рыночного хозяйства характеризуется переходом к новому качеству экономического роста. Новое качество экономического роста неотъемлемо от экономического развития и связывается с:

- внедрением научно-технического прогресса;
- повышением качества выпускаемых товаров и услуг;
- устойчивым экономическим развитием, сбалансированным с экологическими требованиями сохранения окружающей среды;
- усилением социальной направленности экономического развития, проявляющейся в росте социальной инфраструктуры, улучшении условий труда, увеличении инвестиций в человеческий капитал, обеспечении полной занятости.

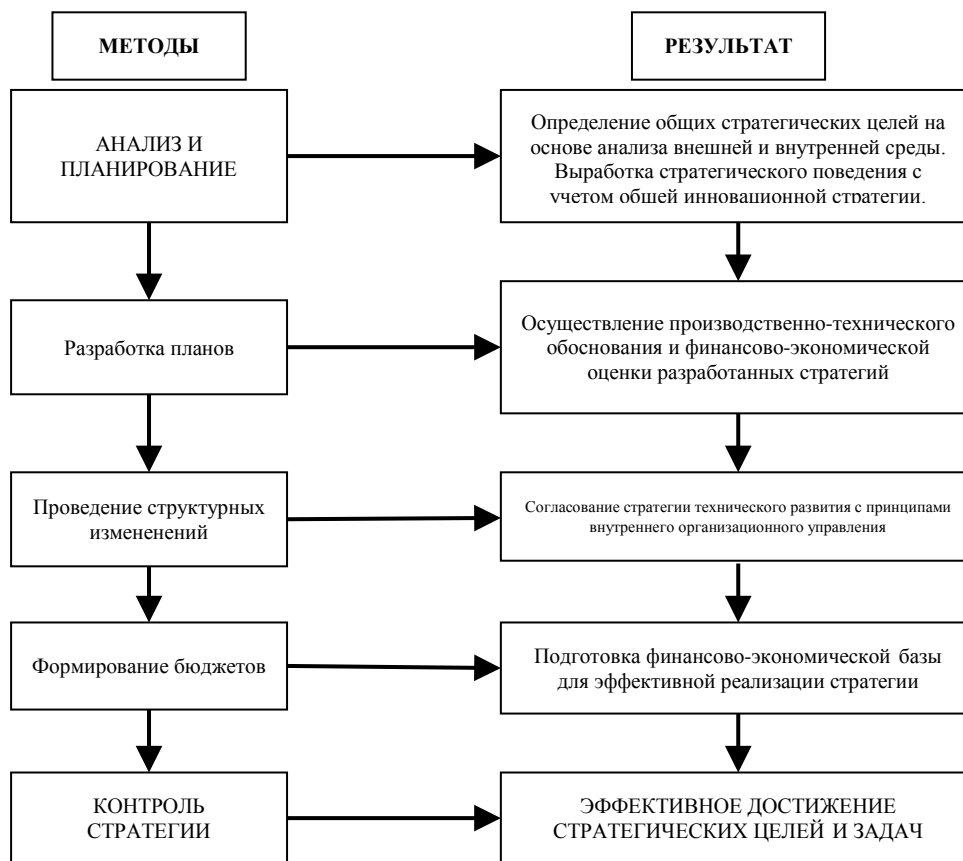


Рис. 1. Процесс разработки и реализации стратегии

Из рисунка 1 видно, что этап «реализации» стратегии задается в форме планов, структуры и бюджетов с целью выполнения поставленных целей и задач. Одновременно, эта группа мероприятий служит основой для проведения «оценки и контроля» по эффективности достижения выдвинутых (на этапах «анализа» и «планирования») стратегических ориентиров.

Важнейшими требованиями к формированию стратегии экономического развития являются комплексность и системность которые должны обеспечивать, во-первых, непротиворечивость процессов развития, во-вторых, скоординированность действий всех участников, в-третьих, адекватность полученных результатов новым условиям функционирования предприятия.

Исходя из теории эволюционной экономики, особое внимание следует уделить формированию системы адаптации промышленных предприятий к изменениям экономической среды. Такая система включает в себя широкий доступ к маркетинговой информации, обеспечение квалифицированными консалтинговыми услугами, создание развитой многоканальной системы товародвижения, коммуникационного комплекса, финансово - кредитной системы.

Література:

1. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління підприємством: Навч. посібник. – Вид. 2-ге, виправл. і доп. За ред. Василенка В.О. – К.: ЦНЛ, 2004. – 400 с.
2. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність. - Київ: КНТЕУ, 2002. – 301 с
3. Портер М., Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. - К.: Основи, 1998. - 390 с.
4. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.

РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОШУКУ НОВИХ РИНКІВ ЗБУТУ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ю.М. Морозова

Одеський національний політехнічний університет

Обґрунтування актуальності проблеми. В сучасних економічних умовах отримання постійного прибутку, рентабельності та утримання своєї частки на ринку являються одними із пріоритетних задач вітчизняних промислових підприємств. Актуальним рішенням цих проблем може стати розширення асортименту продукції і як наслідок вихід підприємства на нові ринки збуту. Вибір ефективної асортиментної політики є важливою проблемою, від рішення якої залежить рівень ефективності як самих підприємств, так і забезпечення економічної безпеки країни в цілому. Визначення стратегічного набору товарів має набуває особливого значення для виробника, адже забезпечує можливості його виживання на ринку.

Саме тому питання ефективного формування товарної політики є актуальним, оскільки саме товар є результатом діяльності підприємства, джерелом його прибутків, основою подальшого функціонування та розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема формування товарного асортименту займалися такі вітчизняні економісти: Б.С. Грабовецький, О.Ф. Оснач, В.Г. Герасимчук, А.Ф. Павленко, В.В. Липчук, В.Я. Кардаш, Л.В. Балабанова та зарубіжні економісти: Г. Армстронга, Ф. Котлера, Е. Дихтля, Х. Хершген, Ж.Ж. Ламбен.

Метою роботи є дослідження розвитку та проблем розширення асортименту продукції для формуванні стратегії пошуку нових ринків збуту промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу досліджень з обґрунтуванням отриманих результатів. Асортиментна політика передбачає певний курс дій або наявність заздалегідь обдуманих принципів, завдяки яким забезпечувалась би спадкоємність рішень та заходів у галузі формування товарного асортименту. Основна мета науково обґрунтованої асортиментної політики полягає в оптимізації товарного асортименту з урахуванням стратегічних ринкових цілей, які стоять перед підприємством[1; 106].

Формування товарного асортименту - це поєднання конкретних товарів і їх окремих ліній, улаштування співвідношень між "новими" і "старими" товарами, наукомісткими і звичайними, матеріальними товарами або ліцензіями і ноу-хау. При формуванні товарного асортименту необхідно враховувати вимоги споживачів окремих сегментів ринку, а також необхідно забезпечувати найбільш ефективно використання матеріальних, технологічних, фінансових ресурсів, для того щоб виробляти продукцію з найменшими затратами[2; 106].

Розширення асортименту може відбуватися за стратегією диверсифікованого росту. Диверсифікація – це одночасний розвиток декількох або багатьох не взаємопов'язаних технологічних видів виробництва або обслуговування, розширення асортименту виробництва або послуг[2].

Як приклад підприємства, що переходить на розширення асортименту, тобто стратегію диверсифікації є ПАТ «ДМК «Таврія», яке являється одним із ключових виноробних, промислових підприємств України по виробництву коньяків з повним циклом переробки «від лози до бокалу». Підприємство активно вводить модель диверсифікаційного зростання за рахунок виробництва нової продукції, чим завойовує нові ринки збуту за межами України.

Так за період 2012-2014 р. р. підприємством було освоєно виробництво нових алкогольних товарів: лінійка коньяків Alexx, Jatou, вин Naomi: білата червона слива, бренді «Каховський», коньяків високої витримки.

За даними проведених досліджень, ДМК «Таврія» - продовжує займати одне із лідируючих позицій у виробництві справжніх марочних коньяків України. Приріст за період

січень-квітень 2014 р. склав 138%. Зростання виробництва коньяку за 2015 р. у порівнянні з 2014 р. на даному підприємстві склав 197%.

Це найвищі показники динаміки виробничих показників серед усіх національних виробників коньяків. Наприклад, підприємства, що займають перші позиції рейтингу виробників, за обсягами виробленого коньяку показали падіння в мінус 14% та 21%.

Саме розширення асортименту дало поштовх до розширення присутності підприємства у новому для себе сегменті, формуванню нової стратегії пошуку нових ринків як України так і закордону.

За підсумками 2013-2014 р.р. зростання експортних поставок ДМКТ склав 352 %. Країни, в які експортуються таврійські коньяки сьогодні, це: США, Естонія, Ізраїль, Іспанія, Франція, Литва, Латвія, Данія, Німеччина, Канада, Ізраїль, Казахстан, Італія, Білорусь, Узбекистан, на кінець 2014 року розпочато збут продукції на Австралійський континент та Африканську державу Нігерія[4].

За даними Держстатуправління, виробництво коньяку та брендів в Україні за шість місяців зросло на 28,7%, у порівнянні з січнем-червнем 2014 року, і склало 1,305 млн. дал. У червні 2015 року виробництво коньяку брендів склало 0,208 млн дал, що на 34,2% більше, ніж у червні 2014 року, та на 6,3% більше, ніж у травні цього року[5].

Висновки даного дослідження й перспективи подальшого розвитку в даному напрямі. Отже, запровадження системи стратегічного підходу у розвитку підприємства, зокрема асортиментної політики, є об'єктивно необхідним процесом в сфері організації управління бізнесом, який підвищує готовність підприємницьких організацій адекватно реагувати на непередбачені зміни і сприяє обґрунтованому, узгодженому вирішенню як поточних так і стратегічних проблем.

Асортимент продукції сучасного промислового підприємства повинен бути чітко орієнтованим на вимоги ринку, потреби споживачів та відповідати міжнародним стандартам якості.

Стратегічне управління в традиційній схемі практичного використання має низку істотних недоліків, зокрема при його формуванні недостатньо враховується: вплив зовнішнього середовища, внесення змін і коригування існуючого асортименту продукції, узгодження планових рішень і локальних цілей поточного, оперативного та стратегічного планування.

Також одним із важливих впливів на розвиток та формування стратегії збуту та пошуку нових ринків є підтримка держави промислових підприємств, зокрема: необхідність скасування вартості ліцензії на оптову торгівлю виноробною продукцією – 500 тис. грн. та встановлення її в залежності від обсягів власного виробництва; обов'язкове використання при виробництві коньяку України визначеної частки вітчизняних коньячних спиртів; перегляд ставки оренди на сільськогосподарські землі, а також нагальність гармонізації підходів до оподаткування з тими, що чинні в Європейському Союзі тощо.

Література:

- 1 Азарян О.М. Маркетинг: принципи та функції [Текст]: Навч. посібник для вищих навч. закладів/Олена Михайлівна Азарян - 3-е вид., перероб. та доп. - Харків: Студцентр 2002. - 320 с.
- 2 Дарвішева М.В. Проблеми формування товарного асортименту на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Economics/6_105711.doc.htm
- 3 Вибір стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах [Текст]: Матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств»(Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса, 23-24 квітня 2015). — Одеса, ОНПУ, 2015 —155с.
- 4 Офіційний сайт ДМК «Таврія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tavria.ua/news/tavriya_otkryla_novyy_kontinent.html
- 5 Державний служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

ВПЛИВ ДИВЕРСИФІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Л.А. Некрасова, к.е.н., доцент

А.А. Ващенко

Одеський національний політехнічний університет

Високі ціни на сировину, матеріали, жорстка конкуренція зумовлюють необхідність орієнтації на принципи стратегічного управління, які полягають у використанні стратегічних відповідностей та синергічного ефекту. Часто використання відповідностей проявляється у стратегії диверсифікації як інструменті освоєння нових напрямків діяльності та проникнення на нові ринки.

Чітка тенденція до диверсифікації наборів напрямків діяльності в західних компаніях намітилась в 20-х роках, саме в цей час зароджуються перші ознаки диверсифікаційної діяльності підприємства. Навіть у період широкої популярності стратегії спеціалізації і теоретичного її обґрунтування через розробку теорії кривих досвіду і зниження витрат все більше підприємств диверсифікувало свою діяльність. Так, дослідження Р.Румельта показали, що в 2000 році серед 500 найбільших компаній США 65 % мали диверсифіковану діяльність через клопіт розподілу ризиків. Цього самого року у Франції цей показник становив 52 % [1].

Водночас із посиленням тенденції до диверсифікації, кількісним і якісним розростанням цього явища розгортались і наукові дослідження даної проблеми, які разом із практикою застосування диверсифікаційних стратегій теж еволюціонували [2].

Метою роботи є вивчення впливу диверсифікаційних процесів на ефективність діяльності підприємства. Як впливає з численних проведених наукових досліджень, практичними результатами та їх теоретичними узагальненнями перевірялись дві основні гіпотези [3]:

1) диверсифікація, безумовно, позитивно впливає на економічний і фінансовий стан підприємства:

2) впливовість диверсифікації значною мірою залежить від обраного її напрямлення.

Перша гіпотеза ґрунтується на, здавалося б, очевидному положенні: будь-яка диверсифікація повинна приводити до зниження ризику і створення синергетичного ефекту. Однак емпірична перевірка цієї гіпотези давала протилежні результати – як для її підтвердження, так і для доведення її неспроможності. Разом із цим встановлено, що, як правило, на першому етапі реалізації рішення про диверсифікацію ефективність підприємства зростає за рахунок раціонального перерозподілу ресурсів. Потім настає другий етап, протягом якого ефективність знижується внаслідок зростання складності управління, виявлення суперечностей, невідповідностей у управлінських технологіях та ін.

Щодо емпіричної перевірки другої гіпотези, то було зроблено загальний висновок про те, що диверсифікація в галузях, які відповідали профілю підприємства, виявляється більш результативною, ніж проникнення у сфери, не зв'язані з основними напрямками діяльності. Але головним, на наш погляд, є те, що спеціалісти з теорії і менеджери-практики все більш чітко усвідомлюють, що диверсифікацію варто розглядати не як засіб для підвищення ефективності діяльності підприємства, а як умову її потенціального зростання, підкреслюючи тим самим її стратегічне значення.

Більш детально ринкову мотивацію диверсифікаційних процесів на рівні підприємства можна розглянути за допомогою матричного підходу [3] (рис. 1).

Необхідно визначитися з питаннями відносно умов, за яких диверсифікація на виробництві може мати місце. Ясно, що серед передумов найважливіше місце належить передумовам з економічним змістом, а саме: падіння норми прибутку в традиційних виробництвах або негативна динаміка для вартості бізнесу, або навпаки дуже великий

нерозподілений прибуток [4].

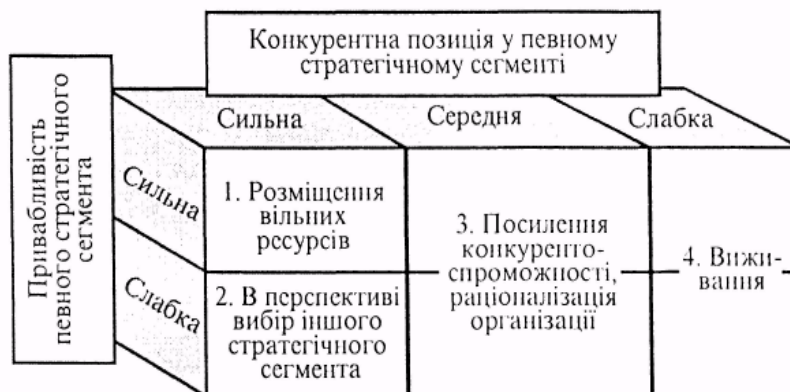


Рис. 1 Ринкові мотиви диверсифікації діяльності підприємства

Достатньою умовою диверсифікування виступає бюджетування процесів диверсифікації. Ці умови торкаються матеріальних можливостей підприємства.

Як відомо зі статистичних спостережень [5], значна частина інновацій в українських підприємствах впроваджується за рахунок власних коштів (нерозподіленого прибутку). На Заході такий тип бюджетування інновацій називають бутстрепінгом (англ. „bootstrapping” - затування поясів).

Відносно нематеріальних умов можна відзначити такі фактори, як:

1) співвідношення неприпустимості існуючого положення та очікуваних від радикальних змін вигод;

2) співвідношення очікуваної потреби у змінах і здатності підприємства до змін, тобто диверсифікації, та таке інше.

Диверсифікація за своєю сутністю переважає просте розширення поля діяльності підприємства. Якщо спеціалізація має в своїй основі використання незмінного набору компетенцій, то диверсифікація відбувається за умови впровадження нового набору компетенцій, який виник внаслідок проникнення підприємства в нові конкурентні сфери і є необхідною передумовою для такого проникнення. Диверсифікація може проявлятися через подальший розвиток певного напрямку діяльності або через його заміщення новим напрямком, або через розширення набору напрямків діяльності підприємства.

Рішення о диверсифікації приймається на основі очікувань та прогнозів. При розробці стратегії диверсифікації необхідно користуватися наступними трьома критеріями [2]:

- привабливість галузі;
- затрати на входження в галузь;
- додаткові переваги (ефект синергізму).

Тобто, суть стратегії диверсифікації виробництва полягає в забезпеченні стратегічної стабільності діяльності компанії і зменшенні її залежності від мінливої кон'юнктури ринку.

Література:

1. Круглов М.І. Стратегічне управління компанією. - М.: Російська ділова література, 1998. – 367 с.
2. Маркова В.Д. Кузнецова С.А. Стратегічний менеджмент. - М.: ІНФРА-М, 2006. – 153 с.
3. Шишкін В.О. Диверсифікація як елемент стратегічного розвитку підприємства // Держава та регіони. – 2010. – №3 – с. 358-361.
4. Должанська І.З., Загорна Т.О., Удалих О.О. та інші. Управління потенціалом підприємства: Навч. посіб. – К.: 2006. – 362 с.
5. Держстат України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

*Л.А. Некрасова, к.е.н., доцент
О.В. Моніч*

Одеський національний політехнічний університет

За умов фінансово-економічної кризи сучасна економічна політика держави повинна бути спрямована на стимулювання зростання економіки, забезпечення стабільного соціального захисту населення, зменшення рівня безробіття, створення умов для науково-технічного прогресу та залучення інвестицій для розвитку регіонів України.

Для забезпечення економічного відродження України необхідно сформувати ефективну систему взаємовідносин між наукою і промисловістю, державою і регіонами. Інновації в результаті їх комерціалізації є основою розвитку промисловості, регіонів і держави. Вони значною мірою визначають найважливіші напрями наукової діяльності шляхом постійного врахування ринкових змін попиту і пропозиції в межах країни, загалом, та конкретних регіонів, зокрема. Економічне зростання регіонів, як передумова процвітання України, потребує вибору державою інноваційної моделі економічного розвитку, основи якої повинні бути закладені вже під час розроблення стратегії розвитку регіонів і заходів подолання фінансово-економічної кризи [3].

Проблеми покращення розвитку інноваційно-інвестиційної стратегії в Україні розглядаються такими вітчизняними вченими, як О.П.Просович, Ю.Г.Бондаренко, Л.Р.Прийма, М.Л.Гончарова, П.Саблук та ін.

Незважаючи на дослідження вітчизняних вчених економічна політика держави залишається на низькому рівні. Саме тому серед вітчизняних науковців зберігається інтерес до цієї проблеми, про що свідчать численні публікації.

Однак, які б не були безперечні досягнення вчених, слід наголосити на удосконаленні ролі держави у формуванні стратегії інноваційно-інвестиційної моделі розвитку економіки в Україні.

Загальну картину розвитку інноваційних процесів в Україні визначають такі високотехнологічні галузі економіки, як харчова промисловість та переробка сільськогосподарських продуктів; машинобудування; легка промисловість; металургія; хімічна промисловість. Вказані вище галузі охоплюють близько 80% усіх інноваційних підприємств і, як правило, відрізняються рівнем інноваційної активності, який на 3-5% перевищує середній рівень активності підприємств у промисловості країни в цілому.

Кризова ситуація в інноваційній сфері української економіки зумовлена насамперед відсутністю інноваційно-інвестиційної ринкової стратегії підприємств в управлінні інноваційною діяльністю.

Отже, найважливішим завданням, яке пов'язане з пожвавленням виробництва, є активізація реального інвестування, що забезпечуватиме виробництво конкурентоспроможної продукції на світових і внутрішніх ринках [1].

Основними засадами ефективного формування зазначеної стратегії інноваційно-інвестиційної моделі, на нашу думку, мають бути:

1. Формування інвестиційного блоку моделі повинно здійснюватися з урахуванням стратегічного завдання переходу підприємств на інноваційний шлях розвитку, який передбачає, що цикл відтворення кожної одиниці капітальних вкладень повинен мати нововведення, поліпшувати технології виробництва з метою збільшення їх економічної та соціальної результативності.

2. Об'єктами управлінського впливу при реалізації вимог інноваційного типу відтворення повинні стати інвестиції (власні і залучені).

3. Інноваційність повинна стати вимогою до обирання інвестиційних пріоритетів

розвитку підприємств.

4. Застосування додаткових адміністративно-правових стимулів і механізмів повинне здійснюватися з метою фінансової та організаційної підтримки науково-технічної діяльності [1].

Важливим моментом при формуванні стратегії розвитку підприємства з метою її адаптації до інноваційно-інвестиційних умов функціонування є фінансова стратегія, яка визначає поведінку підприємства галузі на ринку, його ринкової позиції у зв'язку зі станом і використанням фінансових ресурсів.

Як свідчать більшість досліджень, інноваційно-інвестиційна стратегія через окремі свої особливості є, з одного боку, ефективним управлінським інструментом, а з іншого – створюють багато проблем в управлінні організацією.

Одним з методів вирішення сформованого протиріччя є вдосконалення організації процесу управління інвестиційними процесами в інноваційній діяльності підприємств, що має сприяти розкриттю потенціалу підприємства для вкладення капіталу, обґрунтуванню, прийняттю інвестиційних рішень, а також оптимізації результатів інвестиційної діяльності, пов'язаної із здійсненням інновацій. В умовах недостатньої забезпеченості підприємств різними видами ресурсів, особливо фінансовими, процес інвестування інноваційної діяльності може бути сильно складним [2]. Жорсткий дефіцит фінансування вимагає ефективного управління і раціональної організації як окремих стадій капіталовкладень в інноваційну діяльність, так і процесу інвестування в цілому.

Побудова та впровадження системи організації інвестування інноваційних процесів є ефективним способом вирішення цієї проблеми. Представляється доцільним підхід, до формування даної системи заснований на застосуванні системного аналізу, методів організаційного проектування та інвестиційного аналізу. Найбільш істотним і важливим є застосування системного підходу до організації інвестування інноваційних процесів [4]. Розглянемо основні принципи системного підходу, використовувані при побудові системи організації:

- принцип єдності - система організації розглядається, як єдине ціле, а саме: планування інвестицій в інноваційні процеси, фінансування, інвестиційного аналізу і т.д. ;
- принцип глобальної мети - глобальна мета вибирається для всієї системи загалом, так як цілі підсистем можуть не збігатися і навіть суперечити цілям системи;
- принцип розвитку - система здатна до розвитку, зміни своїх станів залежно від особливостей поведінки;
- принцип ієрархії - система будується з урахуванням підпорядкування, ранжирування її складових частин, а також певного характеру взаємозв'язків різних елементів системи;
- принцип функціональності - система має структуру і функції, які є взаємодіючими взаємозалежними з пріоритетом функцій над структурними зв'язками.

Виходячи з перерахованих вище принципів, визначення системи має на увазі набір цілей, які вона повинна досягти. Таким чином, системна концепція організації інвестування інновацій полягає в наступному: процес розробки та реалізації інноваційних проектів підприємства є система, в якій найбільш важливим є організаційний аспект цього процесу, причому основною метою даної системи можна вважати ефективну організацію капіталовкладень в інновації. Така система розглядається, з одного боку, як елемент системи вищого порядку, а з іншого боку, вона є сукупністю її елементів.

Для аналізу ефективності інвестиційної діяльності в інноваційні процеси підприємства необхідний її постійний моніторинг. У зв'язку з цим потрібно визначити рівень ефективності управління інвестиційною діяльністю на основі зіставлення досягнутих результатів з прогнозними, визначити ступінь впливу реалізації інноваційно-інвестиційних проектів на фінансовий стан підприємства і вжити рішення щодо закриття неефективних проектів і реінвестування капіталу. Екстраговані етапи в процесі формування стратегічного

поводження підприємства представляються найбільш значними з позиції формування інноваційно-інвестиційного механізму як єдиної системи. Такий механізм спрямований на вдосконалення методики стратегічного управління за рахунок посилення ролі інвестицій в інноваційному менеджменті для здійснення процесу прийняття довгострокових рішень. Формування інноваційно-інвестиційної стратегії пропонується будувати з урахуванням досягнутого рівня інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства. Це пов'язано з тим, що з цілком зрозумілих причин не всі промислові підприємства можуть вибрати інноваційний шлях розвитку, для цього підприємству необхідно мати певні ресурси.

Таким чином, організація управління інноваційно-інвестиційною діяльністю на підприємствах повинна носити комплексний характер і складатися з послідовного виконання цілого ряду заходів, а також сприяти виявленню можливих шляхів оптимізації інвестування в інноваційну діяльність підприємства.

Література:

1. Гончарова М.Л. Інноваційно-інвестиційна модель розвитку підприємств цукробурякового під комплексу/Гончарова М.Л.// Вісник Сумського національного аграрного університету: науково-методичний журнал. Випуск 8/2 (32), 2008. – С. 66-72.
2. Коваленко М.Н., Гончар А.И. Формирование управленческих решений в области модернизации производства на строительном предприятии /Коваленко М.Н., Гончар А.И. //Экономика и менеджмент инновационных технологий.– 2014.– № 9.– [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/09/5720>
3. О.П. Просович, Ю.Г. Бондаренко, Л.Р. Прийма. Стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку регіону в умовах кризи/О.П. Просович, Ю.Г. Бондаренко, Л.Р. Прийма. // Вісн. нац. ун-ту «Львів.політехніка». –2009.– №640. – С. 183-188.
4. Селютина Л.Г., Митягина Н.В. Особенности инновационно-инвестиционных процессов в современном строительстве/Селютина Л.Г., Митягина Н.В. //Материалы Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием и элементами научной школы для молодежи.– Иркутск, 2014. – С. 319-323.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ АДАПТИВНОЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Т. В. Олійник, к.е.н., доцент

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

У постійно мінливій обстановці, умовах зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, стратегічна адаптивність являє собою конкурентну перевагу і дозволяє підприємству швидко коригувати або розробляти нові стратегічні фінансові рішення.

Адаптивна фінансова стратегія - це основний план дій підприємства, який охоплює формування фінансів і їх планування для забезпечення фінансової стабільності підприємства і розвитку всіх основних напрямки його фінансової діяльності та фінансових відносин. Підприємству необхідно формувати довгострокові фінансові цілі, вибрати найбільш ефективні варіанти їх досягнення, адекватно коригувати напрями формування і використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього і внутрішнього середовища [3].

Актуальність розробки адаптивної фінансової стратегії підприємства в даний час визначається інтенсивністю зміни факторів зовнішнього фінансового середовища. Висока динаміка основних економічних показників, стрімкі темпи технологічного прогресу, глибокі коливання кон'юнктури фінансового і товарного ринку, непостійність державної економічної політики і форм регулювання фінансової діяльності не дозволяють ефективно управляти

фінансами підприємства на основі лише раніше накопиченого досвіду і традиційних методів фінансового менеджменту[5]. У таких умовах, відсутність розробленої і вивченою фінансової стратегії, адаптованої до можливих змін факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, може призвести до того, що фінансові рішення будуть призводити до виникнення протиріч і зниження ефективності функціонування підприємства. Виділені пріоритетні напрямки адаптивної фінансової стратегії підприємства повинні отримати свою конкретизацію в цільових стратегічних нормативах: темпи зростання чистого грошового потоку; рентабельність власного капіталу; структура активів; фінансовий леверидж; період обороту дебіторської та кредиторської заборгованості.

Розробка і реалізація адаптивної фінансової стратегії підприємства забезпечує: формування чіткого взаємозв'язку стратегічного, поточного та оперативного управління фінансовою діяльністю підприємства; можливість активного маневрування фінансовими ресурсами; реалізацію перспективних інвестиційних можливостей; можливість зниження негативного впливу факторів зовнішнього середовища на результати діяльності підприємства; виявлення переваг і недоліків підприємства у фінансовій діяльності в порівнянні з його конкурентами.

Адаптивна фінансова стратегія справляє суттєвий вплив на формування стратегічного розвитку діяльності підприємства, спрямована на ефективне забезпечення відтворювальних процесів і приросту активів, що забезпечують обмежений ріст обсягів виробництва та реалізації продукції. Стратегія носить досить складний характер за рахунок необхідності забезпечення високих темпів розвитку фінансової діяльності, її диверсифікації за різними формами, регіонам і т.п.

Адаптивна фінансова стратегія покликана забезпечувати ефективне інвестування і високу маневреність фінансового капіталу з метою забезпечення подальшої фінансової стабілізації [4].

При розробці адаптивної фінансової стратегії підприємства доцільно виділяти домінуючі сфери розвитку фінансової діяльності [2]. Це дозволить забезпечити ідентифікацію пріоритетних напрямків фінансової діяльності підприємства, що забезпечують успішну реалізацію її головною цільовою функції - зростання ринкової вартості підприємства в довгостроковій перспективі.

Адаптивна фінансова стратегія повинна забезпечувати інвестиційну підтримку розвитку окремих стратегічних зон господарювання і стратегічних господарських одиниць підприємства, а так само складати фінансову основу формування найважливіших напрямків інвестиційної діяльності підприємства в стратегічній перспективі.

В основі стратегічних фінансових рішень повинен лежати активний пошук альтернативних варіантів напрямів, форм і методів здійснення фінансової діяльності, вибір найкращих з них, побудова на цій основі загальної фінансової стратегії і формування механізмів ефективної її реалізації. Найважливішою умовою ефективної реалізації адаптивної фінансової стратегії є відповідні їй адаптивні зміни організаційної структури управління та організаційної культури[1].

Основним завданням процесу реалізації адаптивної фінансової стратегії є створення на підприємстві необхідних передумов для здійснення передбачуваної фінансової підтримки його базової корпоративної стратегії та успішного досягнення кінцевих стратегічних цілей його фінансового розвитку.

Процес реалізації адаптивної фінансової стратегії характеризується наступними основними особливостями[5, 6]:

1) управління реалізацією адаптивної фінансової стратегії спрямоване на досягнення основних стратегічних цілей його фінансової діяльності. Стратегічні цілі фінансового розвитку підприємства, що відображають суть передбачаються стратегічних змін, носять, як правило, стабільний характер (їх зміна може бути обумовлено тільки зміною цілей базової корпоративної стратегії або наслідками несподіваних змін умов зовнішнього і внутрішнього

фінансового середовища);

2) здійснення реалізації адаптивної фінансової стратегії підприємства дозволяє отримати додатковий ефект порівняно з передбаченим, на цьому етапі стратегічного процесу є можливість усунути всі помилки та неузгодженості, допущені при її розробці;

3) вибір пріоритетів, зміщення акцентів стратегічного фінансового управління підприємством. Керуючі зусилля набувають адаптивний характер, пов'язаний з реакцією на зміни умов зовнішнього і внутрішнього фінансового середовища;

4) побудова ефективних комунікативних зв'язків менеджерів фінансових служб з співробітниками інших функціональних підрозділів і керівниками стратегічних господарських одиниць, а також із зовнішніми партнерами підприємства з фінансових відносин. Від ефективності цих зв'язків залежить успішна реалізація адаптивних стратегічних цілей залучення фінансових ресурсів із зовнішніх джерел і оптимальне їх розподіл;

5) реалізація адаптивної фінансової стратегії є найменш структурованим процесом управлінської діяльності з позицій готового набору конкретних управлінських рішень і дій в тій чи іншій реальній стратегічній ситуації.

Реалізація адаптивної фінансової стратегії на кожній стадії здійснення протікає в різних організаційних умовах здійснення фінансової діяльності, при різного ступеня інтенсивності прояву факторів зовнішнього фінансового середовища і т.п. Все це визначає необхідність індивідуалізації підходів до управлінських стратегічних рішень, що забезпечують реалізацію адаптивної фінансової стратегії підприємства.

Література:

1. Дюков И.И. Стратегия развития бизнеса. Практический подход. - СПб.: Питер, 2008. – 325 с.
2. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. – К.: «Ника-Центр», «Эльга», 2004. – 711 с.
3. Хоминич И.П. Финансовая стратегия компании. – М.: Российская экономическая академия, 1998. – с.156.
4. Экономическая стратегия фирмы: Учеб. пособие/ Под ред. А.П. Градова. – 3-е изд., испр. – СПб.: Спец-Лит, 2010. – 414 с.
5. Яковлева И.Н. Справочник по финансовой стратегии и тактике / И.Н. Яковлева. - М.: Профессиональное издательство, 2009. - 336 с.
6. Електроний
ресурс:http://www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=7785033

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОРТОВО-ПРОМИСЛОВИХ КЛАСТЕРІВ

***В.М. Осипов, д.е.н., професор
М.С. Кукош***

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Зростання обсягів світової морської торгівлі та посилення конкуренції на ринку морських перевезень зумовлюють підвищення вимог до якості портових послуг, зокрема, скорочення витрат на час та доставку вантажів. Практика свідчить – відбувається диверсифікація портових послуг, що виходять за межі власне порту (його внутрішньої і зовнішньої акваторії) й охоплюють велику кількість берегових та інших господарських операцій транспортного ланцюга.

На відміну від інших організаційних форм господарювання, кластер об'єднує зусилля влади, бізнесу та науки за принципом територіальної локалізації. Це створює можливість розробляти, приймати та запроваджувати інноваційні рішення швидко, ефективно та цілеспрямовано. Серед стратегічних завдань влади щодо підтримки розвитку кластерів – розробка стратегічних планів їх розвитку як «точок економічного зростання регіону», створення сприятливих умов для розвитку в регіоні бізнесу та інших форм економічної активності [1].

Найбільш розповсюдженими схемами створення морських кластерів у Європі є наступні:

1) «згори донизу» (наприклад, Німеччина)- ініціатива виходить з боку уряду, а надалі морський кластер отримує значну підтримку з боку владних структур;

2) «знизу догори» (наприклад, Норвегія)-ініціатива виходить з боку великих компаній-лідерів, або з боку галузевих об'єднань;

3) комбінація наведених вище схем (за цією схемою побудовано Морську мережу Нідерландів).

Практика створення морських кластерів країн-членів ЄС свідчить, що найбільш доцільним є входження до складу кластеру наступних підприємств: судноплавні компанії; порти, термінали, суднобудівні і судноремонтні верфі; підприємства суднового машинобудування та морського приладобудування, постачальники суміжних галузей промисловості; державні структури національного та регіонального рівнів; проектно-конструкторські компанії; науково-дослідні центри, підприємства малого та середнього бізнесу; освітні установи для морської галузі; класифікаційні організації; банки, що беруть участь у фінансуванні підприємств морської галузі; морські брокерські й страхові компанії та ін.

Водночас слід зазначити, що переважна більшість морських кластерів в світі спеціалізуються на двох-трьох підгалузях морегосподарського комплексу, в світі існує лише декілька морських кластерів, які є універсальними, тобто включають до себе більшість галузей морегосподарського комплексу: MerseyMaritime (Великобританія), Морська коаліція Коннектикуту, Дансько-Шведський спільний морський кластер та Фінський морський кластер. Основними центрами розміщення морських кластерів є: Західна Європа, Північна Америка та Південно-Східна Азія.

Необхідність створення морських кластерів в Одеській області обумовлена вигідним економіко-географічним розташуванням регіону та його високим транзитним потенціалом, що сприяє розвитку транспортно-логістичної інфраструктури, наявністю потужного морегосподарського комплексу, до складу якого входять сім морських портів.

Серед найбільш перспективних портово-промислових кластерів Одеського регіону можна виділити індустріальний парк «iPARK», який розташований в акваторії порту Южний. Індустріальний парк «iPARK» реалізується найбільшим приватним портом - Групою морських терміналів ТІС - і є унікальним прикладом створення сучасного індустріального і логістичного комплексу в Україні.

Проект дозволить виробникам оптимізувати доставку продукції до споживчих ринків Європи, Росії, Білорусії та України. «iPARK»- це масштабний проект розвитку припортових територій загальною площею понад 500 га [2].

Серед конкурентних переваг даного проекту можна виділити: створення єдиної митної зони з контейнерним терміналом, можливість розміщення підприємств будь-яких галузей завдяки віддаленості від населених пунктів, наявність кваліфікованої робочої сили.

На даний момент в рамках проекту індустріального парку «iPARK» здійснюється низка інвестиційних проектів (табл. 1), які дозволять значно підвищити портові потужності, залучити значні іноземні інвестиції розвиток портової інфраструктури та підвищити міжнародну конкурентоспроможність морегосподарського комплексу України.

Таблиця 1 – Перспективні інвестиційні проекти, що реалізуються в рамках індустріального парку “iPARK” в 2013-2018 рр. [3]

№	Назва підприємства	Планова потужність, млн. т.	Вартість реалізації проекту, млн. грн.	Дата реалізації проекту, рік.
1	ТІС	22,0	4400,00	2015-2018
2	Портінвест	18,0	3300,00	2016
3	Олсідз Блек Сі	6,0	2400,00	2016
4	М.В. Cargo (спільно з Cargill)	4,0	800,00	2018
5	UkrLandFarming	7,0	1000,00	2016
6	Сонячна Пальміра	6,0	730,00	2018
7	Трансойл	2,5	500,00	2018
8	Хлібна гавань	3,3	350,00	2015
9	Дельта-Вілмар	1,0	176,00	2014
10	Рісойл	1,1	150,00	2013

На даний момент можна стверджувати, що вже реалізовані проекти в рамках портово-промислового кластеру “iPARK” дозволили порту ТІС збільшити обсяги перевалки вантажів в 2014 р. на 4,5 млн. т. до 25,9 млн. т., в порівнянні з 2013 р. та зайняти перше місце серед портів Одеського регіону (МТПЮ – 21,5 млн. т, ОМТП – 24,6 млн. т, ІМТП – 17,8 млн.т).

Слід також зазначити, що даний проект можна віднести до морських кластерів, що формуються за принципом «знизу-догори», внаслідок чого ініціатива створення кластеру виходить з боку великих приватних компаній, а не з боку уряду. Така ситуація склалася внаслідок відсутності дієвої стратегії уряду в сфері створення портових кластерів в Україні. Наприклад у вітчизняному законодавстві досі не визначено поняття «кластер», а також особливості їх створення та функціонування в Україні.

Література:

1. Щодо перспектив створення морських кластерів в Одеській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.od.niss.gov.ua/articles/520/>
2. Сайт проекту створення індустріального парку “iPARK” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ipark.info/>
3. Что строят в порту Южный [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.cfts.org.ua/infographics/chto_stroyat_v_portu_yuzhnyy/
4. Перевалка в портах Украины 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.tis.ua/img/perevalka_v_portah_ukr_2014.pdf

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС

*В.М. Осипов, д.е.н., професор
Д.І. Шевченко*

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Постановка проблеми у загальному вигляді. Євросоюз розглядає Україну як пріоритетну державу у рамках Європейської політики сусідства починаючи з 2004 року. Вибравши європейський вектор розвитку, Україна намагається залучитись підтримкою ЄС у стратегуванні регіонального розвитку та використати позитивний досвід європейських країн.

Мета роботи. Дослідити особливості стратегування сталого розвитку регіонів України в контексті застосування інвестиційної політики Європейського Союзу.

Викладення основного матеріалу. Після кризи 2008-2010 років, Європа значно уповільнила свій економічний розвиток. Тяжкі наслідки в економіці змусили Європейський Союз шукати шляхи виходу з такого становища, що втілилось в розробку в 2010 році «Стратегії-2020».

Ключове місце в Стратегії «Європа-2020» відводиться завоюванню інноваційного лідерства. Інноваційний Союз, як одна з семи ініціатив стратегії ставить за мету:

- зробити Європу світовим інноваційним лідером;
- усунути перешкоди для інновацій - дороге патентування, фрагментацію ринку, доступ до програм фінансування;
- зробити так щоб державний і приватний сектори працювали разом, зокрема шляхом інноваційного партнерства між європейськими інститутами, національними та регіональними органами влади та бізнесом.[1]

Найбільшу зацікавленість з точки зору розвитку інтеграційних інноваційних процесів викликають рамкові програми з наукових досліджень та технологічного розвитку.[4]

Восьма рамкова програма – Горизонт 2020 – це перша програма ЄС, в якій Україна прийняла рішення брати участь після початку тимчасового застосування Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Угода відкриває широкий спектр нових можливостей для українських науково-дослідних інститутів, університетів і підприємств по всьому ланцюжку досліджень та впровадження інновацій. [3]

Інноваційна політика Європейського Союзу фінансується Європейським Інвестиційним Банком (ЄІБ). ЄІБ також фінансує низку проектів в Україні.

Досвід взаємодії України з ЄІБ є найуспішнішим у таких сферах як енергетика, енергоефективність, транспорт та муніципальна інфраструктура. Ефективне співробітництво відбувається в напрямку спільної підготовки та реалізації пріоритетних проектів у рамках регіонального формату співпраці.

З 25 березня 2011 р. в Україні працює Постійне Представництво Європейського інвестиційного банку(ЄІБ).

На даний момент Європейським Інвестиційним Банком профінансовано проектів в Україні на суму більше 3 млрд. євро. [2]

В 2014 році ЄС виділив понад 1.6 млрд. кредитної і грантової допомоги, зокрема в рамках Контракту з розбудови держави та Програм макрофінансової допомоги.[5]

Україна ухвалила низку важливих законодавчих реформ, спрямованих на досягнення критеріїв, визначених у Плані дій щодо лібералізації візового режиму.

Започатковано процес децентралізації повноважень. Було ухвалено низку законодавчих актів, а саме: про добровільне об'єднання територіальних громад та реформу міжбюджетних відносин (бюджетну децентралізацію).[5]

Зазначені реформи були здійсненні в рамках Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» - документу, який визначає напрямки та пріоритети розвитку України на період до 2020 року. Стратегія була розроблена за ініціативи Президента України Петра Порошенка та презентована ним 25 вересня 2014 року. 12 січня 2015 року Президент Петро Порошенко підписав Указ «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020».[6]

«Стратегія-2020» складається з чотирьох векторів руху: сталий розвиток країни; безпека держави, бізнесу та громадян; відповідальність і соціальна справедливість; гордість за Україну в Європі та світі. Метою реформ визначено досягнення європейських стандартів життя та гідного місця України в світі. «Стратегія–2020» включає в себе 62 реформи. З них пріоритетними визначені 8 реформ та 2 програми. Визначено 25 ключових показників успішності розвитку країни.

Як першочергові визначені реформа системи національної безпеки і оборони, оновлення влади та антикорупційна реформа, судова реформа та реформа правоохоронної

системи, децентралізація та реформа державного управління, дерегуляція та розвиток підприємництва, реформа системи охорони здоров'я і податкова реформа.

Серед пріоритетів стратегії також реалізація двох програм – енергонезалежності та популяризації України у світі, а також просування інтересів держави у світовому інформаційному просторі.[6]

Одним із ключових векторів розвитку у стратегії «Україна-2020» є наближення до стандартів ЄС, європейська інтеграція та майбутнє членство в ЄС. За підтримки Європейського Союзу розробляються стратегії соціально-економічного розвитку регіонів України. В 2014 році, на основі адаптованої до українських умов методики, були розроблені стратегії для Сумської, Полтавської, Київської, Рівненської та Івано-Франківської областей. В 2015 розроблено стратегії Херсонської та Миколаївської областей. Регіональна стратегія розвитку Одеської області, на даний момент, ще перебуває в стадії актуалізації. Нова методологія є основою для систематичного запуску і реалізації процесів регіонального розвитку «знизу вгору», які в Україні або відсутні, або є дуже фрагментарними. Ініціатива здійснюється у методичному та експертному супроводі проекту ЄС «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні».

Висновки. Намагаючись використати позитивний досвід стратегування сталого розвитку регіонів та отримавши фінансову підтримку Європейського Союзу, Україна намагається адаптувати стратегії соціально-економічного розвитку регіонів до стандартів ЄС. Але українські реалії значно відрізняються від ЄС, де громада має значні повноваження на місцях, функціонують місцеві організації, які отримують фінансування для реалізації проектів, узгоджених з громадою, де існують сильні інститути та ін. Головною з проблем реалізації стратегій, які на практиці є лише частково адаптованими, є відсутність конкретних проектів, обсягів їх фінансування та термінів реалізації. Стратегії соціально-економічного розвитку регіонів розробляються без координації між собою, яскравим прикладом чого є стратегії Причорноморських регіонів. Маючи багато спільних проблем, стратегічні та операційні цілі в стратегіях значно відрізняються. А стратегія Одеської області взагалі знаходиться в процесі розробки.

Література:

1. Офіційний сайт Європейської комісії [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm.
2. Офіційний сайт Європейського Інвестиційного Банку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.eib.org>
3. Портал програми HORIZON 2020 в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://h2020.link/ukra-u-gorizont-2020/>.
4. Федулова Л., Андрощук Г. Особливості розвитку інноваційної політики Європейського Союзу: виклики для України // Проблеми науки. – 2014. – № 7–8. – С. 40–43
5. Прогрес щодо виконання Європейської політики сусідства в Україні у 2014 році та рекомендації щодо подальших дій/ Спільний робочий документ// Брюссель, 25.03.2015 SWD(2015) 74 final
6. Про Стратегію сталого розвитку "Україна - 2020" Президент України; Указ, Стратегія від 12.01.2015 № 5/2015
7. Офіційний сайт Проекту ЄС «Підтримка політики регіонального розвитку в Україні» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://surdp.eu/RDS>

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В. І. Паламарчук, к.військ.н., доцент

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

Л.М. Лінгур

Одеський національний політехнічний Університет

Актуальність теми визначається необхідністю вирішення концептуальних питань забезпечення безпеки підприємницької діяльності. Це обумовлено тим, що підприємницька діяльність завжди пов'язана з ризиком, можливим витокон конфіденційної інформації, наявністю внутрішніх і зовнішніх загроз. Напружена криміногенна обстановка в країні, поява в Україні активно діючих структур економічної розвідки, міжнародної організованої злочинності, повсюдне застосування жорстких методів впливу на підприємницькі структури визначають актуальність розглянутих у тезах питань на найближчу перспективу.

Забезпеченню економічної безпеки підприємства та факторам впливу на діяльність підприємства приділена увага в працях вітчизняних учених, таких як: О.В. Арєф'єва [1], І.О. О.І. Барановський [2], О.Є. Користін [2], Л.В. Герасименко [2], О.І. Захаров [3] та ін.

Мета публікації полягає в визначенні ролі і діяльності держави в запровадженні напрямів, принципів і методів забезпечення економічної безпеки підприємств України.

Система економічної безпеки повинна виявляти проблемні ситуації, тенденції в діяльності організації та виробляти заходи, які зменшать наслідки впливу даних загроз і викликів. Виходячи з цього, систему забезпечення економічної безпеки підприємства можна умовно розділити на два рівні:

- на першому рівні економічна безпека організації забезпечується за допомогою держави, через нормативну правову базу, і в даному випадку обов'язок держави - загальна організація діяльності суб'єктів у сфері економічної безпеки;

- на другому рівні економічна безпека забезпечується самим підприємством за допомогою спеціальних підрозділів, з використанням правових, організаційних і технічних заходів.

Розглянемо перший рівень забезпечення економічної безпеки докладніше. На першому рівні система державного, законодавчого регулювання економічних відносин підприємства всередині держави спрямована на підвищення ефективності економіки та соціального захисту населення країни.

У цьому випадку роль держави в забезпеченні економічної безпеки полягає у:

- підтримці та розвитку галузей виробництва на сучасному технологічному рівні;
- усуненні нерівномірності соціально-економічного розвитку регіонів;
- нарощуванні обсягу і частки використання відновлюваних ресурсів і в зменшенні використання невідновних ресурсів;
- боротьбі з корупцією та криміналізацією господарських відносин;
- постійному розвитку інтелектуального потенціалу нації.

Діяльність держави щодо забезпечення економічної безпеки включає в себе наступні напрямки:

- визначення і моніторинг факторів, що підривають стійкість соціально-економічної системи держави в короткостроковій перспективі;

- формування економічної політики та інституціональних перетворень, що усувають або пом'якшують шкідливий вплив цих факторів у рамках єдиної програми економічної реформи.

З урахуванням перерахованих вище напрямків, діяльність держави щодо забезпечення економічної безпеки здійснюється виходячи з наступних принципів:

- законність;
- повага і дотримання прав підприємства;
- єдність і незмінність державної політики при забезпеченні економічної безпеки підприємства;
- пріоритет захисту інтересів вітчизняних компаній у порівнянні з іноземними компаніями;
- застосування тільки ефективних і оптимальних заходів забезпечення економічної безпеки підприємства;
- інформованість і відкритість при строгому дотриманні державної та комерційної таємниці.

Серед основних загроз економічній безпеці України (корупції, спаду виробництва в наукомістких галузях, зростання злочинності) відзначимо таку загрозу, як невиконання державою функцій захисту підприємств. Однак держава не зобов'язана захищати підприємства, що працюють поза законодавчих рамок.

Умовно підприємства за ступенем законності діяльності поділяють:

- «нормальні» - офіційно зареєстровані підприємства, що здійснюють свою діяльність повністю відповідно до чинного законодавства;
- «сірі» - офіційно зареєстровані підприємства, які з ряду причин порушують встановлений законодавством порядок роботи;
- «чорні» - підприємства ніде не зареєстровані, працюють нелегально.

Всі дані підприємства займаються забезпеченням своєї безпеки, але у останніх двох типів вона може приймати кримінальний чи навколокримінальний характер, викликаний тим, що вони знаходяться в «тіні», під «дахом» кримінальних структур і не можуть розраховувати, та й не розраховують, на підтримку держави.

Повернемося до діяльності держави щодо забезпечення економічної безпеки підприємства. Держава впливає на економічну безпеку підприємства через пряме і непряме регулювання, що впливає на виробничу діяльність підприємства.

До непрямого регулювання, яке проводиться через економічні інтереси підприємця і не можна сподіватися на автоматичну дію прийнятих державою заходів можна віднести податкову і фінансово-кредитну політику, державне замовлення і субсидування, антимонопольне та трудове законодавство.

До прямого регулювання відносяться адміністративно-правові методи, які безпосередньо впливають на діяльність підприємства наприклад, нормативна правова база.

Одна з цілей державного регулювання за допомогою даних методів - розподіл ресурсів між економічними суб'єктами, що, в кінцевому рахунку, впливає на їх економічну безпеку.

Таким чином, держава, регулюючи діяльність підприємства, використовує вищеперелічені в тезесах методи, мають вплив на його економічну безпеку. При цьому, оперуючи даними методами, можна посилювати чи послаблювати економічну безпеку підприємства, тим самим, посилювати чи послаблювати деякі галузі промисловості, забезпечуючи структурні зрушення в економіці України.

Література:

1. Ареф'єва О.В. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки / О.В. Ареф'єва, Т.Б. Кузенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1(91). – С. 98-103.
2. Економічна безпека: навч. посіб. / О.Є. Користін, О.І. Барановський, Л.В. Герасименко та ін.; за ред. О.М. Джужі. – К. Алерта; КНТ; Центр учбової літератури, 2010. – 368 с.
3. Захаров О.І. Планування діяльності системи економічної безпеки підприємства / О.І. Захаров // Науковий вісник. – Львів: ЛДУВС. – 2011. – Вип. 1. – С. 163-171.

ГЕОСОЦИОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И.В. Петенко, д.э.н., профессор

Донецкий государственный университет

Актуальность. Насущная необходимость переориентации экономики страны с сырьевого на инновационный путь развития не раз декларировалась на самом высоком уровне и раньше. Несмотря на все эти меры, готовность перехода экономики Украины на инновационный путь развития в настоящее время многими специалистами оценивается весьма скептически [1,5].

Актуальность данного вопроса для развития национальной экономики обусловило его постоянное исследование ведущими отечественными экономистами. Среди которых следует выделить исследования Н.Андреевой В.Геца, Л.Козачок, Е.Подсолонко, Л.Федуловой, С.Харичкова, В.Чухно, др.

Постановка проблемы. Для того чтобы разобраться в причинах сложившегося положения, рассмотрим его с позиций геоэкоосоциосистемного подхода, в соответствии с которым, индикаторы устойчивости отражают уровень совместимости (сбалансированности) хозяйственного развития региона с его природным потенциалом, соответствие направленности процессов природных и социально-экономических систем и применение экологически приемлемых и природосовместимых технологий.

Цель – обосновать целесообразность использования геоэкоосоциосистемного подхода, как наиболее подходящего для оценки степени готовности к переходу на инновационный путь развития.

Основной материал исследования. Геоэкоосоциосистемный подход характеризует изменение во времени агрегированного капитала, представляющего собой сумму человеческого, физического (накопленного) и природного капиталов. Виды капитала тесно взаимосвязаны, поэтому при сокращении одного из них обычно происходит увеличение другого. Концепция устойчивого развития и переход мировой экономики на инновационный путь развития — самый яркий тому пример. Рассмотрим их в указанной последовательности.

Человеческий капитал. В развитых странах приоритетным направлением являются целевые инвестиционные вложения в повышение интеллектуального потенциала и улучшение качества социальной и экологической среды обитания человека. Инвестиции предприятий в образование, квалификацию сотрудников, информационные технологии и т. п. в 90-е годы прошлого века ежегодно увеличивались в среднем на 3,4%, тогда как в основные фонды — только на 2,2%.

По уровню использования человеческого потенциала среди всех 44 стран Европы Украина занимает 34 место, опередив Молдову, Армению, Грузию. Постоянно уменьшается численность высококвалифицированных трудовых ресурсов занятых в инновационной сфере и науке: за 10 лет она сократилась более чем вдвое при постоянном росте "утечки мозгов". В сфере науки численность докторов и кандидатов уменьшилось более чем в три раза при постоянном сокращении научного персонала (средний возраст докторов наук превышает 53 лет, академиков — 70 лет [8]).

Структура отечественной науки остается архаичной и не отвечает требованиям рынка. Удельный вес Украины на мировом рынке наукоемкой продукции в 2012 г. составлял 0,06%, США — 24%, Японии — 20%. Крайне низкая востребованность научно-технических достижений в значительной мере объясняется их неподготовленностью к практическому внедрению. Разработку и освоение инноваций ведут только 9,6% промышленных предприятий, в странах развитой экономики – 60-80%

Крайне низким остается спрос бизнеса на результаты научных исследований.

Физический капитал. Физический капитал характеризуется двумя основными

проблемами: прямой деградацией и ухудшением экологических характеристик. Первая обусловлена старением производственных фондов и как следствие — ростом числа техногенных аварий. Ухудшение экологических характеристик физического капитала связано с моральным старением используемых технологий (до 90%) и оборудования, а также с последствиями природоёмкой реструктуризации экономики в 90-е годы в пользу сырьевых и загрязняющих секторов, происшедшей на фоне деградации ресурсосберегающих и высокотехнологичных производств.

Природный капитал. Включает экологические активы (экологические и эстетические способности природы) и природные ресурсы. Его истощение является общемировой проблемой, но для нашей страны это имеет особенно нижнее значение в связи выраженным ресурсным характером экономики. Диспропорции в размещении продуктивных сил привели к тому, что территория Украины по техногенной нагрузке на природную среду в 4-5 раз превышала аналогичный показатель развитых стран. Ускоряются темпы деградации окружающей среды- 85% территории страны загрязнено, 18% - поражено эрозией, на 17%-подтоплено, 20% -загрязнено тяжелыми металлами. Налицо экологический кризис.

Сложившаяся ситуация в Топливном балансе приведет в энергетике к замене природного газа на уголь и мазут для внутреннего потребления. Это грозит возникновением серьезных проблем в части человеческого капитала. Известно, что продукты сгорания угля от 10 до 50 раз, а мазута в 3 раза токсичнее, чем газа. Следовательно, такая замена приведет к дополнительному загрязнению атмосферного воздуха в городах, возрастет заболеваемость и смертность населения.

Свою позицию руководители ТЭК обосновывают изменением экономических отношений с Россией, но в отрасли мало что делается для его рационального использования.

Выводы. Из рассмотренных видов капитала, по сути, только природный является невосполнимым. Значит, развитие экономики должно базироваться на его адекватной компенсации человеческим и физическим капиталом. Для этого нужно резко увеличить финансирование науки, образования, здравоохранения, создать нормативно-правовую базу и систему управления, которые необходимы для эффективного инновационного развития. Таким образом, нынешнее состояние экономики Украины не может радовать, поскольку ни один из видов капитала объективно не прогрессирует. Это ставит под сомнение реальность относительно быстрого перехода к инновационной экономике. С другой стороны Украина располагает огромным потенциалом для инновационного развития, связанного в первую очередь с повышением эффективности ресурсосбережения и снижением загрязнения окружающей среды.

Литература:

1. Андреева Н.Н., Харічков С.К. Экологоориентированные инвестиции в системе обеспечения ресурсно-экологической безопасности.- Одесса: Ин-т проблем рынка и эколого-экономических исследований НАН Украины, 2010.-196с.
2. Ибатулин О.У. Возможности перехода российской экономики на инновационный путь развития.//Экономика природопользования.-20011.- № 1.- С.13-20.
3. Козачок Л.Г. Проблеми реалізації інвестиційно-інноваційної моделі економічного зростання// Україна в ХХІ столітті: проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку: Зб.наук.праць- Камянець – Подільський. - 2008. - С.50-53.
4. Федулова Л.І. Проблеми технологічного розвитку промислового виробництва України та напрями їх вирішення.//Вісник Хмельницького національного університету.-Т.2. Економічні науки.- .-№4-2009.-С.26-31.
6. Хлобыстов Е.В. Экологическая безопасность и основы определения риска техногенных катастроф.// Экономика Украины.-№ 6.-2000.- С.38-45.
7. Устойчивое использование и управление природными ресурсами (отчет Европейского агентства окружающей среды № 9. //Ресурсосберегающие технологии. - 2006. - № 14. - С.3-84.

ПРОБЛЕМИ, НАПРЯМКИ ТА ВИБІР СТРАТЕГІЙ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

В.А. Сааджан
А.В. Чернишова

Одеський національний політехнічний університет

Сучасні політико-економічні умови, в яких опинились українські підприємства викликають пошук до нових стратегічних напрямків їх розвитку. Особливо це стосується підприємств продукція яких була орієнтована на Російський ринок. Умови які склалися в Україні та світі диктують правила завдяки яким вони повинні переорієнтуватись на нові невідомі для них ринки збуту. Складність переорієнтування підприємств полягає не лише у політичній площині а в можливості зайняти відповідну нішу у європейському та інших ринках, конкурувати поряд з виробниками на цих ринках.

Відповідно офіційних даних Державної служби статистики України у 2014р. обсяги експорту зменшились на 11,33% порівняно з 2013р. У 2014р. зовнішньоторговельні операції здійснювались з партнерами з 217 країн світу. Найкрупніші експортні поставки товарів серед країн-членів ЄС проводились в Польщу – 9,1%, Єгипет – 7.3%, Білорусію – 15.9%, Туреччині – 4,4%, Індію – 3.3%. [1,2]. У загальному обсязі експорту товарів виникло збільшення частки чорних металів, зернових культур, жирів та масел рослинного та тваринницького походження, руд, шлаків та золи. В той же час було відчутне зменшення частки технологічного обладнання, машин та устаткування, нафти та продуктів її перегонки, виробів з чорних металів, продукції неорганічної хімії, залізничних локомотивів та інших, що спонукає підприємства – виробників цих видів продукції до вирішення проблеми пов'язане з виходом на зовнішній ринок та набуває вирішального значення для будь-якого підприємства, яке планує своє економічне майбутнє та подальші перспективи розвитку.

З теоретичної точки зору проблемам виходу підприємств на зовнішні ринки у сучасній зовнішньоекономічній практиці присвячені праці таких українських і зарубіжних вчених, як Ф. Котлер, І. Кратко, М.Портер Т. Циганкова, П. Черномаз та інших, але сьогоденні умови потребують подальшого розвитку цієї проблеми з урахуванням факторів притаманних сучасному розвитку вітчизняної економіки.

Вітчизняні підприємства які прагнуть: продовження життєвого циклу виробляємої продукції та збільшення доходів, отримання виручки у конвертованій валюті, економії витрат завдяки «ефекту масштабу», зниження ризиків внаслідок зменшення залежності від внутрішнього ринку, особливо в сучасних не простих економічних умовах (воєнні дії, інфляція, зниження доходів населення, знецінення національної валюти), підняття іміджу підприємства потребують розробки стратегії виходу на нові ринки. Розробці цієї стратегії та пошуку нових ринків сприяє розвиток подій пов'язаних з асоціацією України з ЄС.

Опанування міжнародних ринків для результативної діяльності та підвищення потенціалу вітчизняних підприємств потребує системного підходу щодо удосконалення стратегічного розвитку господарської їх діяльності, визначення ринку та виду стратегії.

При прийнятті рішення щодо виходу на новий ринок підприємство повинно: провести внутрішній аналіз господарської діяльності за для виявлення як внутрішніх можливостей підприємства так і зовнішніх; виявити попит на ринках щодо продукції, яку виробляє підприємство; оцінити можливість конкурувати на ринках (конкурентоспроможність продукції); провести маркетингові дослідження ринків які потребують продукцію; визначити можливість виходу на виявлені ринки, що потребують продукцію, з урахуванням внутрішніх можливостей та сприйняття її на виявленому ринку; здійснити вибір стратегії виходу на обраний ринок.

Виділяють три основні стратегії виходу на міжнародні ринки до яких належать: експортування; спільне підприємництво; пряме інвестування.. Експорт продукції здійснюється:

- за допомогою послуг незалежних міжнародних маркетингових посередників (непрямий експорт), що оптимізує фінансові витрати та зменшує ризик у випадку не отримання очікуваних прибутків або виникнення несприятливих ситуацій для бізнесу (посередник бере на себе усі обов'язки з приводу доставки продукції за кордон, але треба мати на увазі що підприємство втрачає практично повністю контроль над ціноутворенням та доставкою продукції на зовнішній ринок;

- самостійно (прямий експорт), що пов'язаний з значними витратами та ризиком, але у цьому випадку підвищується контроль підприємством за продукцією, яка перетинає за кордон.

Створення спільного підприємства - це з'єднання зусиль підприємства з комерційним підприємством країни-партнера з метою формування виробничих і маркетингових потужностей, що надає можливість здійснювати процес управління діяльністю на зовнішньому ринку.

Підприємства, які не мають досвіду на міжнародних ринках, на наш погляд, мають віддавати перевагу створенню спільного підприємства тому що: кількість учасників спільного підприємства не обмежена; спільне підприємство дає право здійсненню контролю і управління усім учасникам спільного підприємства; підприємство зможе підвищити контроль над виробництвом і збутом продукції на зовнішньому ринку; ризик ділиться порівну з партнером (партнерами), а також існує можливість виходу підприємства на закриті для експорту ринки.

Поряд з позитивними моментами при створенні спільного підприємства треба також враховувати, що не завжди знаходяться зрозуміння з партнерами щодо напрямків з такими процесами як інвестиційної та маркетингової політики, використання прибутку. Третій вид стратегії – пряме інвестування. – це переміщення капіталу для створення за кордоном власних виробничих підприємств. Прямі іноземні інвестиції дають найвищий рівень контролю, який підприємство може мати при виході на зовнішній ринок. Існують наступні методи прямих інвестицій:

- створюється нове підприємство на зовнішньому ринку, що потребує значних витрат на нові контакти, канали збуту, місцезнаходження, придбати обладнання, винайняти працівників та інше;

- здійснюється придбання вже існуючого іноземного підприємства, що потребує в більшості випадків лише зміни організаційної структури цього підприємства..

До переваг стратегії прямих інвестицій належить можливість самостійно визначати маркетингову та збутову політику підприємства на всіх своїх ринках, а також отримує прямий контакт зі своїми споживачами, що сприяє можливості задовольняти їх вимогам та тим самим підвищує конкурентоспроможність продукції і підприємства. Поряд з позитивними моментами у цієї стратегії існує ризик, пов'язаний з девальвацією валюти, політичною нестабільністю, перешкоджання щодо проведення політики підприємства з боку держави, спадом попиту на ринку та інші. При рішенні покинути іноземний ринок підприємство може втратити фінансові та інші ресурси, вкладені в нього. Ця стратегія для більшості вітчизняних підприємств, які обрали шлях на міжнародний ринок, поки нездійсненна, завдяки відсутності значних фінансових можливостей.

Під час дослідження виявлено, що експорт продукції українських товаровиробників повільно знижується за рахунок різноманітних факторів і в першу чергу за рахунок обмеження російського ринку. За для підвищення результативності діяльності та отримання більших доходів вітчизняні виробники повинні направити зусилля на розробки стратегій щодо виходу на нові закордонні ринки. Розгляд видів стратегій на міжнародні ринки надає можливість визнати найбільш перспективу стратегію в сучасних умовах – стратегію спільного підприємства, яка дозволить зменшити ризики з виходом на обраний ринок та

надасть можливість виходу підприємства на закриті для експорту ринки. У випадку неможливості створення спільного підприємства пропонуємо стратегію експортування за допомогою послуг незалежних міжнародних маркетингових посередників, що забезпечить зменшення ризику та витрат на просування та доставку продукції.

Література:

1. Украина-2015: с высокотехнологичного экспортера в сырьевой придаток. Электронный ресурс. - Режим доступа <http://vybor.ua/article/economika/ukraina-2015-s-vysokotehnologichnogo-eksportera-v-syrevoyu-pridatok.html>
2. Украина наращивает объемы поставок продукции на рынки Азии. Электронный ресурс. - Режим доступа <http://ukrapk.com/news/ua/ukraina-narashivaet-obemi-postavok-prodykcii-na-rinki-azii.html>
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/Ф.Котлер –. 11-е. СПб.: Питер, 2005г. — 800с.
4. Портер М. Конкуренция/М.Портер. дом "Вильямс"- М.: 2005. — 608 с.

ПРОБЛЕМИ ВИБОРУ МОДЕЛІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*І.М. Сараєва, к.філос.н, с.н.с.
Н.І. Носова, пров. інж.*

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, м. Одеса

В умовах глибокої системної соціально-економічної кризи, яку переживає Україна, мале й середнє підприємництво могло б стати рушійною силою для вирішення багатьох проблем, зокрема: проблеми зайнятості й працевлаштування змушених переселенців, подолання монополізму, вирівнювання регіональних диспропорцій, зниження соціальної напруженості й формування основ економічної й соціально-політичної стабільності у суспільстві. Однак сьогодні вітчизняний бізнес змушений виживати в дуже складних умовах виникнення нових ризиків, як глобальних, так і внутрішніх. Рівень підприємницької активності, розрахований як відношення кількості зареєстрованих суб'єктів підприємницької діяльності до кількості суб'єктів підприємництва, що припинили свою діяльність, у 2014 р. різко впав. І ця тенденція триває.

У 2015 р. прискорилося загальне падіння економіки України, особливо в секторі промислового виробництва. Так, за даними Держкомстату України, падіння рівня промислової продукції за січень-липень 2015 р. у порівнянні з відповідним періодом 2014 р. склало 19,5%, нафтопереробної промисловості – 38,5%, металургії – 25,4%, машинобудівництва – 22,1% (Рис. 1).

При цьому індекс споживчих цін (індекс інфляції) у січні-липні 2015 р. становив 139,3%, індекс цін виробників – 125,9%, індекс реальної заробітної плати – 76,1% [1]. До цього варто додати девальвацію національної валюти у три рази, різке підвищення житлово-комунальних тарифів, що призвело до значного падіння інвестиційного потенціалу населення.

Така ситуація свідчить про наявність серйозних проблем вітчизняного бізнесу, основними з яких є:

- різкі коливання курсу національної валюти;
- нестабільність політичної системи;
- дуже високі ціни на енергоносії, сировину й матеріали;

- обмежений доступ до одержання кредиту (через надмірно високі процентні ставки й жорсткі умови надання кредитів);
- нестабільність податкового законодавства, посилення податкового тиску;
- звуження обсягів споживчого ринку внаслідок падіння реальних доходів населення;
- високий рівень корупції, рейдерства й відсутність захисту прав власності, підвищення загального рівня криміногенності в країні.

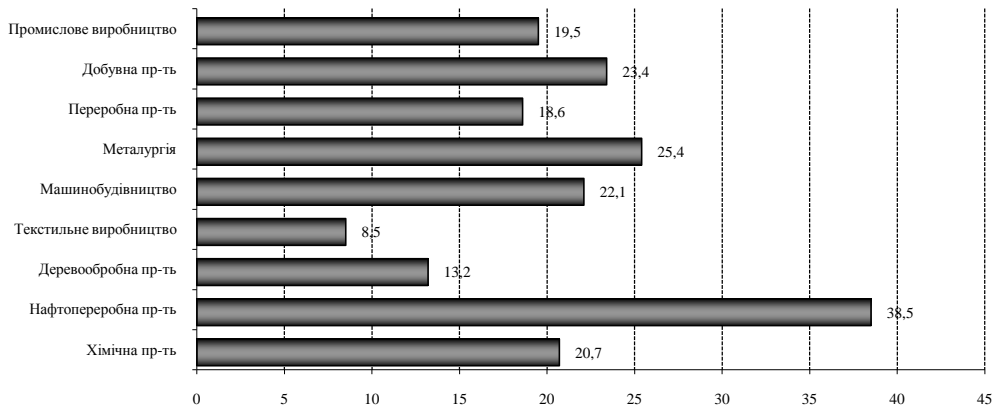


Рис. 1. Падіння рівня промислового виробництва в Україні в січні-липні 2015 р. за основними секторами економіки, %

Сьогодні в Україні, на жаль, зруйнована державна система підтримки розвитку підприємництва, а промислова політика майже деінституціоналізована. Бюджетна, податкова й кредитно-фінансова політики не збалансовані й не сприяють розвитку вітчизняного підприємництва, не розроблені антикризові програми, спрямовані на збереження існуючого підприємницького потенціалу й активізації внутрішнього промислового виробництва, імпортозаміщення, стимулювання створення нових виробництв з випуску конкурентоспроможної продукції й створення робочих місць, полегшення доступу промислових підприємств до кредитних ресурсів, підвищення платоспроможного попиту й ін.

Нову українську державну політику відносно розвитку підприємництва пропонується будувати на підставі деякої неоліберальної моделі, що припускає максимальне звільнення від державного втручання, як у процеси регулювання, так і в процеси формування й фінансування інфраструктури підтримки бізнесу. При цьому передбачається «Забезпечення істотного поліпшення умов ведення бізнесу в Україні за тими напрямками, які враховуються Світовим банком й Міжнародною фінансовою корпорацією під час складання рейтингу Doing Business, поставивши за стратегічну мету входження України у лідируючу двадцятку країн світу за умовами ведення бізнесу» [2, п. 102], тобто оцінка ефективності державної політики розвитку підприємництва в Україні буде проводитися тільки за показниками, передбаченими методологією Doing Business. Однак, ця методологія, незважаючи на її безсумнівну корисність, не є повністю адекватною для оцінки умов ведення вітчизняного бізнесу, оскільки вона не враховує такі важливі для нього фактори, як: макроекономічну стабільність, рівень хабарництва й корупції, обсяг ринку, стан фінансової системи, доступність кредитів для суб'єктів господарської діяльності, безпеку підприємницької діяльності тощо. Економічна політика держави, зокрема її промислова політика не може зводитись тільки до дерегуляції та імплементації угоди про вільну торгівлю з ЄС.

Тому, не применшуючи важливість державної дерегуляції, зниження адміністративного тиску й полегшення умов ведення бізнесу, слід зазначити, що всі ці заходи можуть бути тільки необхідними, але недостатніми умовами для подолання кризових явищ у секторі промислового підприємництва України. Для нівелювання негативних факторів неможливою є продумана державна антикризова політика. Треба якомога швидше

розробити й почати реалізовувати державну комплексну програму захисту, підтримки й розвитку промислового підприємництва, що базується на цілісному баченні об'єктивної ситуації, що склалася у сфері бізнесу, і системному підході до вирішення наявних проблем. У протилежному випадку ускладнюється можливість подальшого ефективного розвитку промислового підприємництва в Україні й гостро постає питання його подальшого функціонування.

Література:

1. Соціально-економічне становище України за січень-липень 2015 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. План заходів з виконання діяльності КМУ України та проекту сталого розвитку «Україна 2020» в 2015 році» /Розпорядження КМУ від 4.03.2015 р. № 213-р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/213-2015-%D1%80/print1400114701662186>

ЭВОЛЮЦИЯ ОРИЕНТАЦИИ БИЗНЕСА

Л.А. Стрий, д.э.н., профессор

Одесский национальный политехнический университет

В ходе развития рыночной экономики ориентация бизнеса предприятий непрерывно эволюционировала, адаптируясь к изменяющимся условиям, направляя производителя на приоритеты, которые были наиболее актуальны в тот или иной период, и нацеливалась на получение уровня прибыли, который может обеспечить не только выживание предприятий, но и их стабильное развитие в длительной перспективе. Отдельные аспекты данной проблемы рассматривали Ф. Котлер [1], П. Дойль [2], П. Друкер [3], М. Портер [4], Р. Бест [5], В. Хруцкий [6] и другие исследователи. Анализ работ данных авторов позволяет выделить несколько этапов эволюции ориентации бизнеса в процессе развития рынка и, соответственно, концепций рыночной деятельности предприятий: ориентация на совершенствование производства, ориентация на совершенствование производства и интенсификацию сбыта, ориентация на потребителя, ориентация на конкурентную борьбу, ориентация на партнерские отношения и связи, ориентация на инновации (на новые идеи).

Ориентация на совершенствование производства. Изначальная ориентация бизнеса направляла основные усилия предприятия на совершенствование технологии и организации производства, снижение издержек, совершенствование характеристик товара, что давало возможность осуществлять массовое производство товаров по приемлемой для массового потребителя цене и приемлемый уровень прибыли. Наиболее были распространены концепции совершенствования производства и совершенствования товара. Они детально изложены в работах Ф. Котлера, в частности [1], и в других работах по маркетингу. Ориентация на совершенствование производства и в настоящее время может использоваться предприятиями в ситуации, когда спрос на товары предприятия (например, на инновационные товары) превышает предложение. В этих случаях для удовлетворения спроса необходимо совершенствовать производство с целью значительного увеличения объемов выпуска продукции и обеспечения роста прибыли [7].

Ориентация на совершенствование производства и интенсификацию сбыта. После формирования массового рынка и его насыщения товарами, что обострило проблему сбыта и, соответственно, снизило прибыли, ориентация производителя дополнительно сместилась

на решение проблемы сбыта производимых товаров, когда производитель, кроме совершенствования производства и товара, интенсифицирует усилия по продаже с помощью рекламы и других мер стимулирования сбыта. Стала актуальной концепция интенсификации коммерческих усилий, которая утверждает, что потребители будут покупать предлагаемые товары в достаточном объеме лишь в том случае, если предприятием будут приложены коммерческие усилия по стимулированию сбыта, потребителей можно стимулировать покупать производимые товары с помощью различных методов продажи. Сущность данной концепции также детально изложена в работах Ф. Котлера, в частности [1] и в других работах по маркетингу. В некоторых условиях данная концепция может быть использована и в настоящее время [7].

Ориентация на потребителя. Ориентация бизнеса на потребителя оформилась приблизительно в середине 50-х годов. Она направляла бизнес на выявление реальных и возможных потенциальных покупателей и, соответственно, их потребностей. Согласно этой ориентации цели предприятия, особенно долгосрочные, могут быть достигнуты только благодаря исследованию и удовлетворению потребностей и желаний целевых групп потребителей. В этот период сформировалась наиболее популярная концепция бизнеса – маркетингового подхода к организации деятельности предприятия, которая ориентирует предприятие на целевой рынок. Главный принцип бизнеса формулируется как «*Не пытайтесь продавать то, что вы можете производить, производите то, что у вас будет, безусловно, куплено*». Эта концепция утверждает, что предприятия могут достичь своих целей только в том случае, если они правильно определяют нужды и потребности своих потребителей и будут удовлетворять их более эффективно, чем могут это сделать их конкуренты. В то же время предприниматели должны не только приспосабливаться к требованиям рынка, но и сами формировать потребности потенциальных клиентов и стимулировать потребление. Для реализации ориентации на потребителя были разработаны эффективные методы работы на рынке: активизация исследований рынка и потребителей; гибкая ценовая политика; ускорение разработки новых товаров; внедрение управления сверху, снизу и по горизонтали; усиление и совершенствование ориентации на потребителя; развитие постоянных связей со своими клиентами; укрепление сотрудничества с потребителями и партнерами предприятия. Сущность ориентации бизнеса изложена во многих работах, в частности, в [1-3, 5, 6, 7].

Однако ориентация бизнеса только на потребителей не была в полной мере реализована, хотя методике изучения потребителей, проведения рекламы и стимулирования сбыта; разработки приемов и способов ведения конкурентной борьбы посвящены объемные издания, затрачены колоссальные суммы [7].

Ориентация на конкурентную борьбу. В последней четверти XX века бизнес столкнулся с ужесточающейся с каждым годом конкуренцией. Компании, которые продолжали по-прежнему ориентироваться на потребителя (только на потребителя), стали проигрывать конкурентам, освоившим новые методы работы на рынке. М. Портер и Ф. Котлер разработали новую конфликтную модель (конкурентную концепцию) бизнеса, согласно которой при разработке стратегии предприятия основное внимание должно уделяться противодействию конкурентам [1, 4]. Конкурентная концепция бизнеса утверждает, что предприятие, стремящееся занять наиболее выгодную позицию на рынке, должно направлять свои усилия, чтобы победить конкурентов. Залогом выживания и успеха на рынке, по мнению М. Портера [4], является выбор прочной позиции в отрасли, неуязвимой для атак конкурентов, а также защищенной от угроз товаров-субститутов. Наиболее четко конфликтная концепция бизнеса изложена в уникальной работе, вышедшей в 1986 году в издательстве McGraw-Hill, «Маркетинговые войны». Авторы книги Эл Райс и Джек Траут проанализировали деятельность многих компаний в новой эре конкуренции, сравнили современные условия бизнеса с условиями многих войн, которые вело человечество (из последних 3486 лет, о которых сохранились исторические сведения, только 286 лет обошлись без войн), и сделали вывод, что свободное предпринимательство – это

«война» на ринку. Автори убедительно обоснують, что многие компании могли бы избежать "ужасных финансовых потерь", своевременно применив в бизнесе принципы ведения «войны». Истинная природа современного бизнеса заключается в конфликте между корпорациями, а не в ориентации на потребителя. Принципом ведения бизнеса, по их мнению, должен быть «бизнес – это война, в которой конкурент является противником, а покупатель – территорией, подлежащей завоеванию» [8]. Однако конфликтная парадигма бизнеса не смогла адаптироваться к существенным изменениям на рынке вследствие воздействия информационной революции [7].

Ориентация на партнерские отношения и связи. Главные усилия производителя направляются на формирование и укрепление системы отношений и связей предприятия в его бизнес-среде. Предприятие стремится создать единую цепочку созидания, производства, реализации и потребления товара (услуги), в которых производитель, его партнеры и потребители участвуют на равноправной и взаимно выгодной основе. Концепция *партнерских отношений и связей* рассматривается как философия, направленная на установление, поддержание и укрепление взаимовыгодных отношений сотрудничества со всеми участниками процесса планирования, производства и распределения товаров, услуг и информации с целью обеспечения длительного процветания предприятия, поддержания и улучшения благополучия его партнеров, потребителей и общества в целом [1-3, 6]. Новые информационные технологии позволяют создать механизм созидания потребительской ценности, включающий не только производителей и потребителей, но и всех участников других звеньев этой цепочки на взаимно выгодной основе. Взаимодействия и отношения между производителями, посредниками и потребителями ограничивают действие и могут постепенно вытеснять стихийные рыночные силы, что требует новой ориентации бизнеса [7].

Современный этап. Ориентация на инновации (на новые идеи). В начале XXI столетия развитие бизнеса характеризуется все возрастающим темпом изменений во всех сферах экономической деятельности. Бурное развитие Интернет и других современных информационных сетей вызвало появление новой проблемы – стремительного роста объема информации, которую могут использовать и производители, и потребители как при разработке рыночных стратегий, так и при выборе правильного варианта решения в той или иной рыночной ситуации. При этом избыточная информация становится мешающей, снижая вероятность выбора правильного решения. Эта проблема получила название «информационного взрыва». Кроме ускоряющегося роста объема информации обо всем информационный взрыв характеризуется: убыстряющимся процессом создания и внедрения на рынок нововведений и ускорением темпов изменений во всех сферах жизни человечества; интенсивным ростом индустрии информации и повышением ее доли в ВВП страны; быстрым старением информации и имеющихся знаний [7]. Эти факторы обуславливают необходимость разработки и внедрения новой концепции бизнеса, которая должна направлять экономическую деятельность предприятия на разработку и реализацию инноваций. Данную концепцию бизнеса называют также «концепцией новых идей» [7].

Финансово-экономический кризис показал, что в этой ситуации наиболее стабильно работают предприятия, которые активно внедряют в практику новые информационные технологии. Сущность ориентации бизнеса на инновации изложена во многих работах, в частности, в [1-3, 5, 6, 7].

Таким образом, в результате комплексного воздействия ряда факторов в настоящее время происходит смена ориентации бизнеса. Современные товары появляются не в результате исследований потребностей потребителей, а вследствие разработки инновационных продуктов при реализации новых идей. Ориентация на инновации (на внедрение новых идей) становится основным инструментом, который может обеспечить стабильное развитие предприятий.

Література:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 14 изд. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
2. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость / П. Дойль. – СПб.: Питер, 2001. – 480 с.
3. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер. – М.: Вильямс, 2001. – 272 с.
4. Портер М. Стратегія конкуренції: методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер. – Київ: Основи, 1997. – 390 с.
5. Бест Р. Маркетинг от потребителя / Роджер Бест. – М.: Манн, Иванов и Фартер, 2011. – 700 с.
6. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка / В.Е. Хруцкий, И.В. Конеева. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 528 с.
7. Маркетинг предприятий инфокоммуникаций: современные виды маркетинговой деятельности: монография / Л.А. Стрий, М.А. Мамедов, О.М. Рустамов // Под научн. ред. профессора, д.э.н. В.Н. Орлова. – Saarbrücken: LAPLAMBERT Academic Publishing, 2015. – 244 с.
8. Райс Э. Маркетинговые войны / Э. Райс, Дж. Траут. – СПб.: Питер, 2001. – 256 с.

КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ДП «НЕК «УКРЕНЕРГО»

К. В. Ущановський, к. е. н.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Однією зі складових реформування ринку електроенергії України є реорганізація ДП «НЕК «Укренерго», яке наразі здійснює функції оперативно-диспетчерського управління об'єднаною енергосистемою України та транспортування електроенергії магістральними та міждержавними електричними мережами. В результаті реорганізації буде створено два юридично самостійні підприємства – системний оператор та електропередавальна організація [1]. Оскільки йдеться не просто про механічну передачу функцій ДП «НЕК «Укренерго» новоствореним підприємствам, а про значне оновлення набору функцій, існує необхідність в обґрунтуванні концептуальних засад стратегії подальшого розвитку холдингу ДП «НЕК «Укренерго», у складі якого обидва підприємства працюватимуть до запровадження повноцінного ринку електроенергії.

Концептуалізації стратегій бізнес-організацій приділяється значна увага в економічній літературі. Але з огляду на монополні умови функціонування, формування стратегії ДП «НЕК «Укренерго» виключає можливість використання традиційних конкурентних парадигм. Тому стратегія цього підприємства зосереджується у площині забезпечення ефективного загального управління, виконання важливих суспільних функцій. Більш того, стратегію цього підприємства доцільно розглядати як складову загальноекономічного реформування, спрямованого на формування сприятливого для ведення бізнесу середовища Центральним питанням за таких умов стає впровадження адекватних стабілізуючих механізмів, спрямованих на балансування інтересів держави як суспільного інституту, держави як регулятора та держави як економічного агента. Це потребуватиме чіткого визначення довгострокових цілей держави як власника підприємства та як представника суспільних інтересів.

Серед особливості реорганізації ДП «НЕК «Укренерго», які суттєво впливатимуть на процес формування стратегії підприємства та її подальшу реалізацію, на думку автора, можна виділити такі:

- поступовий характер реорганізації, яка здійснюється не одномоментно, а є розтягнутим у часі процесом. Відповідно, стратегію доцільно вибудовувати, спираючись на

принципи логічного інкременталізму, що дозволить поєднати у стратегії як аналітичні, так і поведінкові аспекти. У сучасних вітчизняних реаліях (втрата частини активів через анексію АРК, недофінансування заходів з реорганізації за рахунок державного бюджету, погіршення платіжної дисципліни у розрахунках за електроенергію) інкрементальний розвиток стратегії – практично єдиний шлях переходу підприємства у новий економічний стан, а також збереження життєздатності та стійкості підприємства у період трансформації;

- виокремлення стратегічних напрямів діяльності з різним функціональним навантаженням (функцій електропередавальної організації та системного оператора різні, хоча і тісно пов'язані), що зумовлює використання дещо різних підходів до формування їх стратегії. Для електропередавального підприємства стратегія носить скоріше реактивний характер, оскільки прийняття рішень про розвиток електромереж здійснюється з огляду на очікуваний попит. Для системного оператора базовим принципом, навпаки, є проактивний, оскільки нормальне функціонування цього підприємства можливо лише за умов рівновіддаленості від усіх учасників ринку. Це актуалізує питання про інституціональні передумови зміцнення незалежності системного оператора;

- загроза посилення впливу зацікавлених осіб (стейкхолдерів) на діяльність підприємства. З одного боку, існує ризик перевищення державою свої статусних можливостей як власника: штучне, з популістською метою, утримання тарифів на передачу електроенергії на заниженому рівні; тиск на менеджмент системного оператора при виникненні надзвичайних подій; можливість втягування менеджменту електропередавальної підприємства у корупційні схеми при затвердженні інвестиційних програм тощо. З другого боку, інституціональне середовище реалізації корпоративних прав у ПЕК уможливорює активний вплив власників крупних електроенергетичних активів на формування стратегії (призначення «лояльного» менеджменту, «захоплення» органів державного регулювання з метою прощовхування власних інтересів у визначенні інвестиційних пріоритетів, вплив на регулювання цін). Змістом стратегії за таких умов стає, по-перше, сукупність правил прийняття рішень щодо розподілу різноманітних ресурсів між окремими індивідами (їх групами) та особливості внутрішньофірмової координації, по-друге, пошук та закріплення сталих інституціональних форм пом'якшення внутрішньої конфліктності.

З урахуванням цих особливостей було виокремлено стратегічні цілі для різних етапів розвитку ДП «НЕК «Укренерго» та обґрунтовано зміст заходів, спрямованих на їх реалізацію.

На 1-му етапі реорганізації, який триватиме до 01.01.2016 р., стратегічною метою є підготовка до повномасштабної реорганізації, створення двох юридично самостійних підприємств – системного оператора та електропередавальної організації. У цей період буде змінено принципи організаційної побудови підприємства: виокремлено функціональні підрозділи, відповідальні за адміністрування розрахунків, адміністрування комерційного обліку, виконання диспетчерських функцій, функціонування балансуєчого ринку, ринку допоміжних послуг, діяльності з передачі електроенергії. Ці підрозділи законодавчо зобов'язані вести окремий облік витрат і доходів, але самостійного юридичного статусу не матимуть.

На 2-му етапі реорганізації (з 01.01.2016 р. по 31.12.2016 р.) системний оператор та електропередавальне підприємство функціонуватимуть як дочірні компанії, підпорядковані ДП «НЕК «Укренерго». Стратегічна мета цього періоду – ефективне управління процесом переходу підприємства у новий економічний стан, збереження життєздатності та стійкості підприємства у період трансформації. Серед заходів, спрямованих на її досягнення: корпоративне навчання, кадрова оптимізація, тестування програмного забезпечення та технічного забезпечення, інституціональне закріплення нових організаційно-економічних відносин з іншими суб'єктами ринку електроенергії, а також трудовим колективом.

На 3-му етапі реорганізації (з 01.07.2017 або з моменту запровадження повноцінного ринку електроенергії) системний оператор та електропередавальна організація

працюватимуть як самостійні підприємства. Для системного оператора стратегічною метою є безперерйна робота ОЕС України, досягнення якої потребуватиме забезпечення незалежності підприємства та його рівновіддаленості від зацікавлених осіб – учасників ринку, уникнення надмірного впливу стейкхолдерів. Для електропередавального підприємства стратегічною метою є підтримка МЕМ в експлуатаційній готовності, забезпечення недискримінаційного доступу та приєднання до електромереж. Для її досягнення необхідні: оцінка пропускнув спроможности МЕМ; визначення напрямів інвестування у розвиток електромереж, оцінка обсягів інвестицій; пошук джерел інвестицій (залучення інвесторів – суб'єктів ринку; перехід до справедливої оцінки вартості активів, що уможливить фінансування інвестицій за рахунок амортизації; відмова від перехресного субсидювання та нормалізація ціноутворення у галузі).

Таким чином концепцію стратегії ДП «НЕК «Укренерго» та його правонаступників – системного оператора та електропередавальної організації, можна представити як контрактний процес, у якому стратегія постає як експліцитна або імпліцитна домовленість між підприємствами та їх стейкхолдерами стосовно розмежування пучка корпоративних прав, а також визначення напрямів використання наявних у підприємства ресурсів. Такий підхід дозволяє пом'якшити внутрішню конфліктність підприємства, а також підвищити його соціальну відповідальність за виконання суспільно значущих функцій. Практична реалізація обгрунтованої концепції стратегії потребуватиме розробки збалансованої системи соціально-економічних показників, спираючись на які можна оцінити ефективність реалізації запропонованих у стратегії заходів.

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Л.І. Чернишова, к.е.н., доцент
А.С. Дженкова*

Одеський національний політехнічний університет

Економічний розвиток є дуже важливим для будь-якої держави, оскільки основним його завданням є забезпечення незалежності країни на різних рівнях внутрішніх та зовнішніх відносин. Проте, справжній суверенітет можливий лише на засадах ефективної та конкурентоспроможної соціально орієнтованої ринкової економіки, яка дозволить визначити місце країни у світовому господарстві. Нажаль, сучасні тенденції формують досить несприятливе середовище з огляду на економічні перспективи України. В умовах нестабільності світової кон'юнктури щодо українських товарів експортної групи, відсутність чіткої стратегії просування національних інтересів можуть стати фактором втрати конкурентних переваг, істотного уповільнення темпів росту ВВП при одночасному зростанні внутрішніх цін в Україні. Отже проблема забезпечення економічного розвитку країни є найактуальнішою для сьогодення.

Це питання хвилює багатьох науковців, серед яких О.А. Довгаль, В.М. Геєць, З.В. Варналій, Б.Т. Кліяненко та багато ін. Проте на деяких аспектах слід детальніше зацентувати увагу.

Як відомо, процес глобалізації надає можливість нового світового виміру господарства і зумовлює його нові кількісні і якісні характеристики, тобто посилюється необхідність глибокої модернізації і переорієнтації всієї вітчизняної економічної і соціальної системи, здійснення радикальних змін в інституціональній, соціальній та адміністративній структурах. Отже метою дослідження визначено обгрунтування необхідності подолання проблем, пов'язаних із забезпеченнями економічного розвитку нашої держави в процесі глобалізації.

Трансформація економіки України відбувається в умовах формування глобальної моделі світової економіки, яка демонструє тенденції ослаблення традиційних територіальних, соціокультурних та державно-політичних бар'єрів, ізольованих народи один від одного і оберігають їх від зовнішнього впливу, і становлення нової системи міжнародної взаємодії. Все це, в свою чергу, впливає на економічний розвиток української економіки, породжує «паралельне існування» в ній майже протилежних тенденцій. З одного боку, переплетення глобалізаційних та трансформаційних процесів ускладнює формування і розвиток ринкових відносин та інститутів, а, з іншого - прискорює темпи соціально-економічних перетворень. Те, на що іншим країнам (при еволюційному розвитку) знадобилися десятиліття, в нашій державі створюється буквально на очах. Така ситуація потребує ретельного вивчення, теоретичному обґрунтуванню та прогнозуванню. Саме тому вона перебуває в центрі уваги як іноземних, так і вітчизняних економістів. Всі вони так чи інакше намагаються відповісти на питання, що створюється в процесі ринкової трансформації вітчизняної економічної системи: на основі якої економічної парадигми вона повинна формуватися [1; 4], які домінанти повинні пронизувати всі її структурні рівні [2]; зрештою, якісь константи повинні скріплювати її каркас [5].

Слід визначити наступні ключові проблеми, вирішення яких є нагальними для подальшого погодження внутрішніх і зовнішніх факторів економічного розвитку вітчизняної економіки.

По-перше, вітчизняна економіка залишається слабо диверсифікованою і, відтак, вразливою до коливань кон'юнктури світових ринків, характеризується низьким рівнем інновацій та ефективності використання ресурсів;

По-друге, однією з сутнісних характеристик вітчизняної економіки є роздвоєність: офіційна заробітна плата і неофіційна, управлінський прибуток і балансовий, ринкова вартість нерухомості і балансова тощо.

По-третє, необхідне скоріше подолання суперечностей щодо умов транспортування енергетичних ресурсів по території України, а також економічна експансія на вітчизняні ринки іноземних ТНК, що працюють у відповідних галузях.

Четверта проблема – це занижений інноваційно-технологічний рівень виробництва. Господарські структури не мають достатньої економічної мотивації у вирішенні завдань технологічної та структурної модернізації виробництва, формування та освоєння нових товарних ринків.

Також, особливе значення в процесі економічного розвитку набуває правильно скоординована інвестиційна політика. Проте, на жаль, сьогодні в Україні умови для формування сприятливого інвестиційного клімату відсутні (що підтверджується міжнародними рейтингами) [3]. І це п'ята проблема. Тому стратегічним завданням щодо подальшої активізації інвестиційної діяльності в Україні є створення привабливого інвестиційного клімату та розвиток інфраструктури, необхідної для забезпечення сталого економічного зростання та підвищення життєвого рівня населення.

Шоста проблема - це вплив процесу глобалізації на розвиток фінансово-банківської та валютної системи України, стабільність яких є однією з умов подальшого розвитку національної економіки. Сучасні тенденції, які відбуваються у фінансовій сфері, інфляційні процеси, значні валютні коливання відбиваються як на виробниках продукції, так і споживачах. Це вимагає якнайшвидшої розробки фінансово-економічних важелів, які б дозволили запобігати негативним наслідкам кризових коливань.

Критичним фактором реалізації економічного розвитку України є стан основних фондів, ступінь зношеності яких становить близько 50%, у тому числі в промисловості - 58%. Середній вік фондів матеріального виробництва дорівнює 21,7 року. Потреби у реновації їх задовольняються лише на 37,3%. І це є сьомою проблемою.

Восьма проблема - це дерегулювання підприємницької діяльності, лібералізація ділової активності та створення конкурентного середовища, як дієвих чинників економічного

зростання.

Дев'ята проблема - це визначення Україною свого місця в системі світогосподарських зв'язків і напрямів регіональної та міжнародної інтеграції, узгодження зовнішніх і внутрішніх інтересів держави.

Десята проблема полягає в тому, що абсолютним пріоритетом для країни мають стати реформи секторів, пов'язаних з розвитком людського потенціалу, насамперед освіти та охорони здоров'я.

Визначені проблеми потребують ґрунтовного опрацювання і економіка України вже сьогодні має якнайшвидше подолати перешкоди на шляху поглиблення інтеграції у світові економічні структури, підвищуючи рівень її відкритості.

Література:

1. Белінська Я. Формування пріоритетів економічного розвитку України // Актуальні проблеми економіки. - 2003. - №2. - С. 25-27.
2. Білорус О. Глобалізація и нова парадигма глобального постіндустріального розвитку // Економічний часопис. - XXI. - 2002. - №10. - С. 3-7.
3. Інвестиційний рейтинг регіонів України у 2 006 р. / Недержавний аналітичний центр "Інститут Реформ". - К.: Інститут Реформ, 2007. - 52 с.
4. Пахомов Ю. Трансформаційні процеси у світовому господарстві. - К.: Либідь, 2000. - 344 с.
5. Соскін О. Глобалізація та економічні проблеми, Які вона породжує. Український вимір // Економічний часопис - XXI. - 2007. - №10. - С. 8-10.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ОБ'ЄКТІВ МАЛОЇ ГІДРОЕНЕРГЕТИКИ

С.В. Шашков

Сумський державний університет

В Національному плані дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 року значну увагу приділяється збільшенню виробництва електричної енергії малими гідроелектростанціями [1]. В той же час, у зв'язку зі змінами в законодавстві, викликаними складною економічною ситуацією в країні, суттєво зменшена величина «зеленого тарифу» за екологічну чисту електроенергію [3], що в свою чергу суттєво знижує інвестиційну привабливість даної галузі. Одним з вагомих чинників, який безпосередньо впливає на зацікавленість інвесторів є ринкова вартість об'єкту власності, необхідно приділити максимальну увагу пошуку шляхів її підвищення.

В загальному випадку, ринкова вартість дохідної власності визначається методами прямої та непрямой капіталізації очікуваних доходів. Визначення ринкової вартості дохідного об'єкту методом прямої капіталізації відбувається наступним чином [2]:

$$B_p = \frac{D}{i_{б/р} + \sum i_{к/р} + НПК},$$

де: D – очікуваний дохід;

$i_{б/р}$ – безризикова ставка;

$НПК$ – норма повернення основної суми капіталу;

$\sum i_{к/р}$ – компенсації за ризики, властиві оцінюваному об'єкту.

На сьогоднішній день, дохід від діяльності малих гідроелектростанцій формується виключно як результат реалізації електричної енергії виходячи з обсягів її виробництва та вартості, встановленої «зеленим тарифом». З метою збільшення доходу, пропонується

перехід від одноцільового до багатоцільового використання об'єктів малої гідроенергетики та прилеглих до них територій, в результаті чого можливе отримання наступних додаткових доходів за рахунок:

- організації компенсацій з боку користувачів природно – господарськими утвореннями, які підпадають під позитивний вплив об'єкту малої гідроенергетики і тим самим забезпечують собі додатковий дохід за рахунок підтримання гідровузлами малої гідроелектростанції стабільного рівня води в річці, стану водойм та прибережних зон, екологічно безпечного, збалансованого та стійкого стану екосистеми в регіоні розташування гідроенергетичного комплексу;
- організація багатоцільового використання підпорядкованих територій з метою диверсифікації виробництва для підвищення загальної дохідності та ринкової стійкості. Вказаний напрямок, незалежно від стану справ ринку електроенергії, дозволяє забезпечити максимальну дохідність від інших видів користування наявною власністю,

в результаті чого очікуваний дохід можливо представити як суму таких складових:

$$D = D_1 + D_2 + D_3,$$

де: $D_{ц}$ – дохід, отримуваний від реалізації електроенергії;

$D_{к}$ – дохід, який забезпечується компенсаційними виплатами за надання можливостей отримання додаткового доходу іншими користувачами природних об'єктів та територій;

$D_{с}$ – додатковий дохід від використання водного об'єкту в супутніх напрямках, що не суперечать основному призначенню.

Визначення ринкової вартості об'єкту малої гідроенергетики можливе й іншими методами як прямої, так і непрямої капіталізації, але головними напрямками нарощування економічного потенціалу, отже і підвищення інвестиційної привабливості в ринкових умовах, в будь – якому випадку є збільшення доходів, як від основного так і від супутніх видів діяльності, та зниження ризиків за рахунок підвищення виробничої і екологічної надійності та безпеки функціонування об'єкту, а також диверсифікації виробництва.

Література:

1. Національний план дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 року, затверджений Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 жовтня 2014 р. № 902-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
2. Панасовський Ю. В. Оцінка активів підприємства : навчальний посібник / Ю.В. Панасовський, Б.А. Семененко, О.М. Теліженко, А.О. Назаренко, О.Ф. Балацький. - Суми: Університетська книга, 2009. - 512 с.
3. Постанова НКРЕКП від 27 лютого 2015 року № 493 «Про зупинення дії пункту 1 постанови НКРЕКП від 27 лютого 2015 року № 492 та встановлення «зелених» тарифів на електричну енергію в рамках тимчасових надзвичайних заходів на ринку електричної енергії» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nerc.gov.ua

Секція 2.
***Проблеми реалізації моделі
інноваційного розвитку промислового
підприємства***

*Науковий модератор:
к.е.н., професор Черкасова Т.І.*

МЕХАНІЗМ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ

В. В. Бальтюкевич

Одеський національний політехнічний університет

Найбільш перспективною стратегічною моделлю розвитку економіки України вважається зміна технологічного способу виробництва, реалізувати яку можливо лише шляхом підтримки та стимулювання «інноваційних ланок» економічного зростання.

В Україні немає для цього ні фінансового, ні соціального підґрунтя. Враховуючи нестачу інвестиційних ресурсів, а також тривалий період окупності більшості інноваційних проєктів, пропонується інша модель вибору пріоритетів, яка складається з двох ланок:

– по-перше, пріоритетне інвестування виробництва товарів народного споживання – цільове, контрольоване пільгове кредитування тих інвестиційних проєктів, реалізація яких дозволить поліпшити фінансовий стан галузей з найменшими витратами та в короткий термін обумовить збільшення податкових надходжень до бюджету і поступово створить матеріальну основу для подальшого фінансування структурної перебудови;

– по-друге, пріоритетне інвестування в розвиток виробничої інфраструктури, енергозберігаючих технологій і наукомісткого машинобудування[1].

На підприємствах машинобудування, інноваційний процес реалізується відповідно до їх виробничого призначення. Тому доцільно розглянути не весь інноваційний процес, початкові стадії якого зазвичай здійснюються університетами, конструкторськими бюро і т. ін., а безпосередньо ті його етапи, які є базовими для реалізації інновацій чи створення інноваційних продуктів та технологій.

Структуру механізму інвестиційного забезпечення інноваційних процесів на підприємствах машинобудування на наш погляд доцільно розподілити на дві зони.

Перша зона – це зона господарювання підприємства, тобто організація та управління інноваційними процесами, включно з розподілом ресурсів здійснюється безпосередньо керівництвом підприємства. У цій зоні відбувається внутрішньоорганізаційний обіг фінансових активів для реалізації інноваційних процесів. Друга зона – зона інвестиційної діяльності, у складі якої діють такі суб'єкти інвестиційно-інноваційних процесів як партнери, інвестори та держава.

Особливістю партнерів інвестиційного забезпечення інноваційних процесів є те, що вони не визначаються як безпосередні інвестори, а виконують функцію опосередкованих, оскільки інвестиційні ресурси на підприємство від таких партнерів не надходять у фінансовому виразі, а становлять результати створені на основі використання отриманих коштів від підзони інвесторів чи держави.

Сукупність економічної взаємодії в забезпеченні інвестиційними ресурсами інноваційних процесів за визначним механізмом реалізується через державне інвестування, кредитування, самофінансування, венчурне інвестування.

Результатом запропонованого механізму слід вважати отримання прибутків, що можуть бути розподілені між інвесторами та отримані підприємством.

На підприємствах машинобудування виникає проблема не тільки акумулювання фінансових ресурсів для інноваційного розвитку та реалізації інноваційних процесів, а й вдалого їх використання. Відповідно до цього є доцільним створення дочірніх підприємств чи відділів у формі венчурних структур, які б мали змогу не тільки розподіляти отримані кошти, але й мати функцію фонду спільного інвестування з партнерами реалізації певних проєктів, які б потребували додаткових фінансових вкладень у інші підприємства, що є компонентно необхідними для ефективного завершення інноваційного процесу та отримання готової продукції на виході, а не часткових її елементів.

Тим більше, що такі венчурні структури можуть стати плацдармом для створення

машинобудівних кластерів, де на даний час пропонується в якості ядра кластера використовувати великі підприємства. Однак як показує практика така форма не є дієвою, центральною ланкою має стати все ж таки установа з діяльністю фінансово-інвестиційного спрямування.

Зв'язок з внутрішнім середовищем підприємства машинобудування відбуватиметься через координаційну групу освоєння венчурних інвестицій, що регулюватиме внутрішні фінансові потоки інвестиційного забезпечення інноваційних процесів.

Венчурний капітал ще називають «інтелектуальним диварсифікантом», адже крім фінансових послуг він виконує послуги пов'язані з управлінням, маркетинговим інформаційним обслуговуванням тощо [2]. Зазначена структура зможе поєднати виокремлені для адаптації зарубіжного досвіду базові складові єдиної основи інноваційного механізму: матеріальна база, фінансове забезпечення та інформаційне забезпечення.

Венчурне фінансування в Україні є не розвиненим, в основному такою діяльністю займаються інвестиційні фонди/ компанії з управління активами. Специфіка фінансування не відповідає венчурному змісту, притаманному в розвинених країнах та практично зводиться до надання інвестиційного кредиту.

Неможливо не погодитися з тим, що цінність вкладень венчурного фонду визначається «майбутніми очікуваннями того прибутку, який фонд отримає «на виході». Тому для даного фонду потрібні особливі методи оцінки активів.

Загалом діяльність венчурних фондів, що діють в Україні діяльність зорієнтована на будівельну промисловість, харчову і т.д. Зважаючи на складність інноваційних процесів підприємств машинобудування та необхідність реалізації євроінтеграційних процесів, доцільним є співпраці з іноземними партнерами.

Таким чином запропонований механізм інвестиційного забезпечення інноваційних процесів на підприємствах машинобудування визначає основних суб'єктів фінансових вкладень: банківські установи, державні фонди, бізнес-яголи, лізингові компанії для їх дольової участі в інноваційній діяльності з розподілом та оптимізацією інвестиційних потоків через венчурну структуру, створену на базі підприємства у якості ядра формування інвестиційно-орієнтованого кластеру.

Література:

1. Бодров В. Г. Інноваційно-інвестиційна модель сталого розвитку національної економіки: навч.-метод. матеріали / В. Г. Бодров, В. О. Гусєв, В. Ф. Мартиненко.– К.: НАДУ, 2009.– 60 с.
2. Редіна Н. І. Венчурний капітал у ринковій економіці / Н. І. Редіна, Н. Ю. Пікуліна– Дніпропетровська держ. фінансова академія. — Д., 2005. — 124 с.

ТЕХНОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ ЯК ЗАСІБ РІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Є.А. Бельтюков, д.е.н. , професор
О.В. Романюк*

Одеський національний політехнічний університет

Сьогодні підприємства України прямо зіткнулися з необхідністю розробки цілеспрямованої політики енергозбереження, заходи якої необхідно нагально впроваджувати у виробничу діяльність промислового підприємства. Це пояснюється як різким зростанням тарифів на тепло та на електричну енергію, так й нестачею необхідних обсягів корисно відпущеної енергії.

Перше, як правило, призводить до різкого зростання витрат на виробництво всіх споживачів електричної енергії, а друге – до обмеження обсягів виробництва, зростання частки бракованої продукції (за умов впливу несподіваних перерв в енергопостачанні на якість технологічного процесу) та нестійкості виробничого процесу, зниженню рівня якості.

Особливо гостро постає питання економії електричної енергії, що пов'язано з дефіцитом генеруючих потужностей в Об'єднаній енергетичній системі (ОЕС) України. У 2014 році Україна вперше за тривалий період почала імпортувати енергетичне вугілля для забезпечення потреб теплових електростанцій. У 2015 році приблизно 50 % електроенергії, що виробляється в Україні, генерують АЕС, решту виробляють ТЕС шляхом спалювання газу і вугілля. Брак газу і зупинка 80 % шахт викликали дефіцит енергоносіїв і, як наслідок, електроенергії [1].

Про стан електроенергетики свідчить необхідність імпорту електроенергії вже на початку вересня 2015 року, коли середньодобова температура перевищує $+20^{\circ}\text{C}$. Так при проходженні максимальних навантажень 06.09.2015 (2100 – 16212 МВт) з середньодобовою температурою по Україні $+20,8^{\circ}\text{C}$ покриття сумарних навантажень електроспоживання в ОЕС України забезпечували АЕС, ТЕС, ТЕЦ, ГЕС, ГАЕС, НДЕ (рис.1).

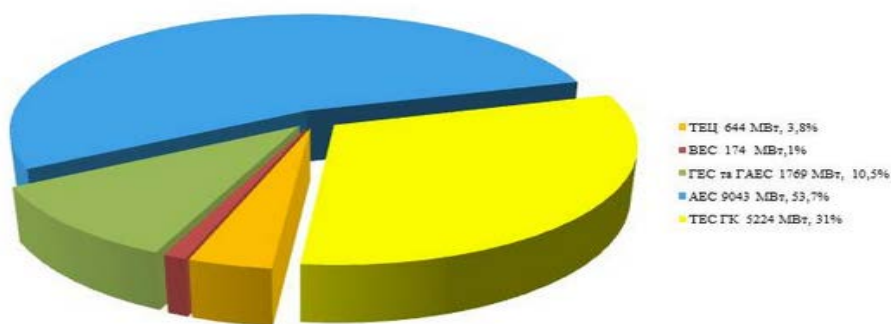


Рисунок 1 – Структура вироблення електричної енергії за видами генеруючих потужностей

Обсяг імпорту електроенергії за умов добового максимуму навантаження, який був визначений у 21^{00} , відповідав навантаженню 800 МВт (або 4,9 % всього обсягу корисно відпущеної енергії). Під час фіксації мінімуму навантаження, у 3^{00} , він відповідав навантаженню 380 МВт (або 2,3 %) [2]. Таким чином, можна зробити висновок про наявний дефіцит генеруючих потужностей електроенергетики вже на початку осені 2015 року.

Завдання зниження імпорту електричної енергії тісно пов'язане з зменшенням технічних втрат. Технічні втрати електричної енергії це, по-перше, втрати її в мережах. Прийнятий норматив втрат енергії в електричних мережах відповідає рівню 9 % від обсягу електроенергії, що була відпущена з колекторів станції. Але на цей показник впливає технічний стан мереж, погодні умови, тип електричних кабелів та інше. Фактичний рівень втрат значно перевищує норматив та відповідає рівню 18-20 %. Зниження технічних втрат в свою чергу забезпечить зростання обсягів корисно відпущеної електричної енергії.

Електричну енергію поділяють на активну («корисну») та реактивну («шкідливу»). Споживання реактивної енергії призводить к зниженню пропускної спроможності всіх елементів електричних мереж, додаткових втрат напруги та енергії. Зменшення впливу цієї енергії пов'язане з значенням коефіцієнта потужності, який повинен відповідати значенням зони нечутливості надбавки. Це таке значення при якому споживач не сплачує за недостатнє оснащення електричної мережі засобами компенсації реактивної потужності. Галузевий норматив урахує наступне: для промислових і прирівняних до них споживачів, залізничного і міського електротранспорту – $\cos\phi = 0,97$ ($\text{tg}\phi = 0,25$); для непромислових споживачів – $\cos\phi = 0,8$ ($\text{tg}\phi = 0,75$). Надбавка починає діяти, якщо фактичний коефіцієнт потужності менший наведених значень $\cos\phi$.

Для того, щоб компенсувати реактивну енергію та тим самим довести $\cos\phi$ ($\text{tg}\phi$) до вище згаданого значення, використовують компенсуючі пристрої. Але впровадження даних пристроїв потребує значних інвестиційних витрат, що пов'язане: по-перше, з закупівлею нового обладнання та його монтажем, по-друге, з необхідністю поточного обслуговування, яке є затратним та негативно впливає на рівень витрат на виробництво. Особливою умовою є необхідність підготовки персоналу, який обслуговуватиме нове обладнання, урахування необхідності створення умов набуття їм нових компетенцій.

В Одеському національному політехнічному університеті запропонований новий науково-методичний підхід до визначення розуміння реактивної потужності електропередачі до системи електропостачання промислових споживачів і таких, що розраховуються за дворівневими тарифами. Доведено, що у якості її реактивного розрахункового значення, замість амплітудного, необхідно приймати діюче значення.

Впровадження цієї пропозиції у практичну діяльність промислових підприємств призведе до суттєвого зниження рівня їх плати за реактивну енергію. Ці кошти, в свою чергу, можна направити на придбання компенсаційних пристроїв та покриття всіх супутніх витрат. Такі пристрої значно знижують або навіть ліквідують наступні негативні явища:

- необхідність збільшення потужності силових трансформаторів, перетинів струмопровідних елементів;
- підвищення вартості електроенергії;
- зниження якості електроенергії, рівня напруги і продуктивності електрифікованих технологічних ліній та іншого електрообладнання.

В цілому запропонована технологічна інновація забезпечує економічний ефект як для промислових підприємств, так й для підприємств електричних мереж. Так впровадження малопотужних комплектних компенсаційних пристроїв (напруга 0,4 кВ, потужність 20-600 квар.) вартістю 16 тис. грн. – 131 тис. грн. забезпечує середній термін окупності інвестиційних коштів за період від 1 до 5 років.

Але ця технологічна інновація має двохступеневий ефект, який пов'язаний з можливістю підприємства придбати додаткові компенсаційні прилади, які частково збалансують вузол та в свою чергу вплинуть на баланс потужностей ОЕС України, зменшивши технічні втрати, збільшать корисну відпустку електричної енергії та поліпшать її якість, що призведе до зменшення дефіциту балансу електричної енергії.

Література:

1. Тиждень.ua : газ.[Електронний ресурс] – Режим доступу до журн.: <http://tyzhden.ua/News/135993>
2. НЕК «Укренерго»: [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrenergo.energy.gov.ua/Pages/ua/DetailsNew.aspx?nID=1206>

ВПЛИВ РІЗНИХ ВИДІВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ

О.Р. Беліцька, студентка

Керівник - Т.І. Черкасова, к.е.н., професор

Одеський національний політехнічний університет

Забезпечення постійної інноваційної активності промислових підприємств потребує суттєвих змін у механізмі управління організацією, створення або придбання новітніх технологій та обладнання, а також використання методичних інструментів, які націлені на підтримку розробки та освоєнні інновацій.

Інноваційну діяльність організації слід розглядати як «системно об'єднаний в єдине ціле, безперервний процес створення, просування і обслуговування об'єктів інновацій, що входять в «інноваційну кошик» організації, на протязі їх життєвого циклу. Метою такої діяльності є підвищення ефективності виробництва, отримання переваг у конкурентній боротьбі і як результат – отримання додаткового прибутку» [1].

Проблеми забезпечення інноваційної активності підприємств були розглянуті в роботах українських вчених А.І. Амоши, В.О. Василенко, В.М. Гриньової, С.І. Кравченко, С.М. Ілляшенко, Н.І. Чухрай, С.М. Клименко, Л.І. Федулової, О.М. Ястремської та зарубіжних вчених М. Портера, І. Ансоффа, А.А. Томпсона, О. Тоффлера, Б. Кліффа та інших. Однак, необхідно зазначити, що незважаючи на те, що дана проблема розглядалась багатьма авторами та кожен з них обирав особисті підходи, проблема підвищення ефективності інноваційної діяльності залишається актуальною і потребує подальшого розгляду.

Задля зменшення збитків виробництва та забезпечення прихильності споживача підприємства впроваджують різні типи інноваційних рішень. Після вдалого втілення інновації, підприємство, як правило, може не тільки зменшити свої витрати, але й підвищити свою конкурентоспроможність за рахунок зростання як конкурентоспроможності продукції, так й фінансових результатів операційної діяльності. Але різні види інновацій та характер їх впровадження по-різному впливають на ці результати.

Метою роботи є визначення ролі окремих видів інновацій для забезпечення економічного розвитку промислового підприємства та зростання його конкурентоспроможності.

Відповідно Керівництву Осло-3 та міжнародній практиці статистичної оцінки інноваційної діяльності, характеризуючи інноваційну діяльність, виділяють наступні види інновацій:

- технологічні, що поділяють на продуктові та процесові;
- маркетингові інновації;
- організаційні, які фактично є організаційно-управлінськими.

Технологічні інновації пов'язані зі зміною асортименту підприємства, зовнішнього вигляду і споживчих характеристик окремих товарів чи послуг, або удосконаленням технологічних процесів їх виробництва. Так продуктова інновація пов'язана з суттєвим поліпшенням як технічних, так й функціональних характеристик продукції підприємства, з розробкою та впровадженням нових продуктів. Як результат, зростання обсягів реалізації, поява нової продукції на ринку та підвищення конкурентної позиції підприємства на ринку. Процесова інновація своєю метою має впровадження нових технологій, суттєво удосконалення діючих технологічних процесів, якісне поліпшення стану устаткування підприємства, впровадження новітнього програмного забезпечення.

До маркетингових інновацій відносять розробку комплексу маркетингу щодо впровадження на ринок продуктів, які мають принципову новизну (аж до створення нових товарних ринків), впроваджені нові або значно поліпшені маркетингові методи просування продукції на окремому товарному ринку, що потребують істотних змін в дизайні та упаковці продуктів, використання нових способів продажу і презентації товарів (робіт, послуг); формування нових цінових стратегій тощо. Як результат – зростання частки ринку, який контролює підприємство.

Організаційно-управлінські інновації представляють собою зміни в системі управління підприємством з метою підвищення ефективності його функціонування та забезпечення належного рівня конкурентоспроможності. Їх можна поділити на такі, що пов'язані з використанням:

- нових методів управління, інформаційних технологій в системі управління, нових способів соціальної організації праці, нових методів створення іміджу організації, тобто таких, де об'єктом інноваційного рішення є самі методи та засоби управління;

– нових технічних засобів управління: засобів зв'язку, засобів фіксації, передачі та обробки інформації, тобто таких, що є ресурсом, від рівня якого залежить своєчасність прийняття управлінських рішень та організаційно-економічні результати діяльності підприємства.

В процесі впровадження організаційно-управлінських інновацій ініціаторам і менеджерам доводиться стикатися не тільки з управлінськими проблемами, але і з соціально-психологічними, знання яких і вміння їх долати багато в чому забезпечує успіх нововведень. Одним із серйозних соціально-психологічних моментів є опір змінам, який гальмує, а іноді і зовсім зупиняє їх. Подібне явище пов'язане з бажанням індивідів до збереження стабільності, обумовлено їх життєвими стереотипами, схильністю до обережності, а також особливостями організаційної культури.

За 2014 рік на інноваційну діяльність в Україні було витрачено 7,7 млрд. грн. Із загальної кількості інноваційно-активних підприємств 17,6% займалися внутрішніми та зовнішніми НДР; придбання машин, обладнання та програмного забезпечення здійснювали 61,7% (технічні інновації); придбання зовнішніх знань – 5,2%; навчання та підготовку персоналу – 19,8%(управлінські інновації); ринкові запровадження інновацій – 4,9% (маркетингові інновації); інші роботи – 8,7% підприємств[3]. Слід відмітити, що за результатами 2014 року можна зробити висновок, що підприємства більш за все приділяють увагу розробці та впровадженню технологічних інновацій.

Рівень впровадження маркетингових інновацій зростає з кожним роком. Комплексне використання усіх видів реклами, створення та підтримання сталих зв'язків із зарубіжними фірмами-контрагентами, диверсифікація споживачів та використання засобів нейромаркетингу позитивно впливає на зростання обсягів продажів підприємства.

Організаційно-управлінські забезпечують позитивний ефект саме за рахунок поліпшення зв'язку між робітниками, зростання рівня обґрунтованості управлінських рішень. Саме тому 125 підприємств в Україні за 2014 рік використовували організаційно-управлінські інновації.

Однак дійсно синергетичний ефект від інноваційної діяльності підприємство отримує за умов комплексного використання інновацій різного типу. В цьому випадку маркетингові та організаційні інновації виконують функцію «підтримки» технологічних, забезпечуючи поширення результатів на ринку, підвищення рівня використання ресурсів промислового підприємства та зростання його конкурентоспроможності. Сьогодні встає завдання розробки механізму формування «пакету» підтримуючих інноваційних рішень.

Література:

1. Егорова М.В. Формирование и функционирование региональной инновационной системы [Текст] : монографія / М.В. Егорова. – Казань : КГТУ, 2007 (Казань). – 295 с.
2. Класифікація інновацій. Життєвий цикл інновацій [Електроний ресурс]. Режим доступу: <http://pidruchniki.com/>
3. Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науковотехнічної, інноваційної діяльності, трансферу технологій за 2014 рік [Аналітична довідка]: Київ, 2015 - 204с.

МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

*О.Г. Бровкова, к. е. н., доцент
К.В. Бровкова*

Одеський національний політехнічний університет

Глобалізація світової економіки, збільшення міжнародної конкуренції призвели до зростання популярності нової виробничої інноваційної моделі, в рамках якої всі учасники

виробництва прагнуть об'єднатися в кластери. Кластерний розвиток як фактор збільшення національної і регіональної конкурентоспроможності є характерною ознакою сучасної інноваційної економіки. Світова практика показала, що кластеризація економіки обумовлює і справляє вирішальний вплив на процеси посилення конкурентоспроможності та прискорення інноваційної діяльності.

У важкі часи кризи, які переживає як світова економіка, так і Україна, формування кластерів зможе допомогти українському суспільству в значному ступені подолати труднощі, що виникають.

До туристичних кластерів відносяться групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують туристичні ресурси, спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [2].

В сучасних умовах розвитку світового господарства кластери виникають в традиційних галузях економіки і у високотехнологічних, у сфері виробництва і у сфері послуг. Актуальним є впровадження кластерного підходу і в туристичній галузі, а також аналіз функціонування туристичного бізнесу.

Проблемами створення, функціонування і розвитку кластерів займалися такі зарубіжні і українські вчені як Є. Безвушко, М. Войнаренко, С. Куніцин, А. Маршал, Л. Романюк, М. Портер, В. Прайс, С. Соколенко, І. Таленадо, С. Ткачова, Х. Шреплер, та ін.

В сучасних умовах одним з недостатньо дослідженим вітчизняною наукою напрямком вивчення і моделювання туристичної діяльності є кластерний аналіз туристичного бізнесу..

Проблемам кластерного аналізу в туристичній галузі приділяється недостатньо уваги, тому питання аналізу функціонування туристичного бізнесу взагалі і в окремих регіонах України зокрема є досить актуальним і потребує більш детального вивчення.

Кластер в економічній літературі визначається як індустріальний комплекс, що сформувався на основі територіальної концентрації мереж спеціалізованих постачальників, основних виробників і споживачів, що пов'язані технологічним ланцюгом.[3].

Туристичний кластер – це, в першу чергу, спільнота різних підприємств і організацій на певній території, що напряму або опосередковано пов'язані із наданням туристичних послуг [1].

Для аналізу структури та динаміки господарської діяльності туристичних підприємств України з урахуванням фактору доступності, достовірності та адекватності статистичної інформації пропонується обрати такі три групи показників:

- абсолютні показники: кількість туристів (загальна, іноземних, зарубіжних) та її динаміка в часі, обсяг споживання товарів та послуг туристичної та інших галузей економіки (розрахований за рекомендаціями ВТО), кількість суб'єктів туристичної діяльності (тих, що мають ліцензії, та тих, що фактично надають туристичні послуги), обсяг наданих туристичних послуг, середньооблікова кількість працівників туристичних підприємств;

- відносні показники: обсяги наданих туристичних послуг у розрахунку на одне туристичне підприємство, на одного зайнятого, на одного туриста, сальдо туристичного балансу, частка зовнішньоекономічних операцій у сфері туризму, співвідношення кількості іноземних туристів та тих, що направлені за кордон;

- структурні показники: мотиваційна структура іноземного та зарубіжного туризму, географічна структура (співвідношення напрямків іноземного та зарубіжного туризму), регіональна структура (розподіл основних показників у розрізі регіонів та групування туристичних підприємств регіонів України за їх подібністю).

З метою визначення факторів, які найбільшою мірою впливають на результативність туристичної діяльності в Україні було проведено *кореляційно-регресійний аналіз*. Розраховані коефіцієнти кореляції дозволяють зробити висновок, що найвищий ступінь тісноти зв'язку з обсягами надання туристичних послуг мають такі показники:

- забезпеченість трудовими ресурсами (середньооблікова чисельність працюючих, $r = 0,91$);
- забезпеченість закладами туристичної інфраструктури (місткість готелів, $r = 0,87$, місткість санаторно-курортних закладів, $r = 0,53$);
- внутрішній попит на туристичні послуги (грошові доходи населення, $r = 0,67$);
- забезпеченість туристичними ресурсами (бальна оцінка рекреаційних ресурсів, $r = 0,65$);
- рівень економічного розвитку країни (ВВП на душу населення, експертна оцінка, $r = 0,55$).

Решта обраних показників мають коефіцієнт кореляції з обсягами надання туристичних послуг менший за 0,5. До регресивної моделі були включені лише ті показники, значення коефіцієнтів кореляції яких перевищувало 0,7. Загальний вигляд регресивної моделі:

$$y = f(x_1, x_2, x_3, x_4) = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4,$$

де y – обсяги споживання туристичних послуг (тис. грн.);

x_1 – середньооблікова чисельність працюючих (осіб),

x_2 – місткість готелів (місць),

x_3 – грошові доходи населення (грн.), x_4 – рівень забезпеченості туристичними ресурсами (бали),

a_1, a_2, \dots, a_4 – параметри моделі.

Переважна більшість туристичних підприємств України зорієнтовані на організацію виїзного туризму, хоча перспективнішим та прибутковішим вважається прийняття іноземних туристів – експорт туристичних послуг.

Для узагальнення результатів туристичної діяльності у регіонах України доцільно провести їх групування за допомогою *кластерного аналізу*. Кластерний аналіз є одним з методів класифікації, що передбачає поділ вихідної сукупності об'єктів (у нашому випадку туристичних підприємств певних регіонів) на кластери (класи, групи).

Критерієм об'єднання об'єктів у групи (кластери) є мінімум відстані у просторі показників, що їх описують, тому в основі методу лежить поняття відстані між об'єктами. В результаті агрегуються так звані “ланцюжкові” або “волокнисті” групи, що з'єднуються лише окремими елементами.

Отже, переваги кластерного аналізу туристичної діяльності національних підприємств з урахуванням можливості виходу та закріплення на зовнішніх ринках є очевидними, тому важливим аспектами є розробка та вдосконалення законодавчої бази організації туристичних кластерів в Україні, становлення системи навчання і підготовки спеціалістів зі створення і впровадження кластерної моделі у сфері туризму з урахуванням потреб та перспектив розвитку регіонів, а також створення системи навчання і перекваліфікації фахівців для роботи на підприємствах у рамках туристичних кластерів.

Література:

1. Андрущенко К.А., Стеченко Д.М. Наукові аспекти створення екотуристичних кластерів на Черкащині // Вісник ДІТБ – Донецьк, 2004. - №8, с.69-71.
2. Гонтаржевская Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник / Гонтаржевська Л.І. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж, Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. / Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. - М.: ЮНИТИ, 2008. – 787 с.
4. Портер М. Международная конкуренция / Портер М. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*А.А. Дискіна, к. е. н., доцент
Я.В. Богаченко*

Одеський національний політехнічний університет

Працюючи в умовах нестабільного стану ринкової економіки, українські промислові підприємства можуть досягти ефективних результатів в бізнесі тільки тоді, коли їм вдасться прогнозувати зміни і відповідно, реагуючи, використовувати запобіжні адаптивні заходи щодо них. Забезпечення стабільності ефективної діяльності підприємств на довгий період в умовах невизначеності і нестабільності зовнішнього середовища висуває на перший план вимогу пошуку нових підходів до стратегічного управління підприємством як суб'єктом господарювання. За допомогою сучасних технологій було розроблено систему планування ресурсів підприємства (ERP-систему), яка автоматизує облік і управління, та CSRP-систему, яка адаптується залежно від бажань споживача.

Планування ресурсів підприємства (ERP-система) – корпоративна інформаційна система (КІС), призначена для автоматизації обліку й управління. Як правило, ERP-системи будуються за модульним принципом і в тому або іншому ступені охоплюють всі ключові процеси діяльності компанії.

Метою ERP-системи є сприяння потокам інформації між всіма господарськими підрозділами усередині підприємства і інформаційна підтримка зв'язків із іншими підприємствами.

Класичні системи ERP забезпечують управління задачами:

- управління фінансами;
- планування та управління виробництвом;
- управління формуванням та розподілом запасів;
- управління реалізацією та маркетингом;
- управління постачанням;
- управління проектами;
- управління сервісним обслуговуванням;
- управління процедурами забезпечення якості продукції.

Методологія CSRP використовує перевірену, інтегровану функціональність ERP-систем та перенаправляє виробниче планування від виробництва до покупця. CSRP надає дієві методи та засоби для створення продуктів з підвищеною цінністю для покупця [1].

В Україні в процесі промислової діяльності використовуються переважно іноземні програми розроблені на цих системах, але у зв'язку з доволі високими витратами їх впровадження, тільки великі підприємства можуть собі їх дозволити. Існує ряд українських виробників програмного забезпечення аналогічного, але дешевшого. Насамперед, це системи Галактика, Фінексперт, IT-Підприємство, Мегаполіс, BSI, ПАРУС-Підприємство 8, Універсал ERP. Проблема полягає в тому, що реалізація системи може бути досить проста, коли підприємство структурованілінійно і в одному або декількох місцях. Але коли організаційна структура підприємства складна і територіально розподілена, то реалізація КІС системи включає в себе важкі, можливо, унікальні технічні та управлінські рішення тавиклики.

Впровадження ERP є дорогим та венчурним проектом. Згідно дослідженню «WorldEJ», 65% таких проектів мають помірний шанс зашкодити бізнесу, в зв'язку з потенціальними проблемами в процесі їх розробки і інтеграції в виробничий та управлінський процеси [2].

Тому доцільно розглянути фактори, які значною мірою впливають на успішність впровадження та інтеграції ERP:

1. Чітке розуміння стратегічних цілей. ERP-реалізації вимагає, щоб відділом управління було створено чітке бачення того, як компанія повинна працювати і її цілей. Також, відділом повинно визначити, для чого ERP-система реалізується і які важливі бізнес завдання система буде вирішувати.

2. Контроль з боку вищого керівництва. Успішні реалізації вимагають участі керівництва. Так як участь виконавчої влади важливо при аналізі та переосмисленні існуючих бізнес-процесів, впровадження ERP повинно мати комітет з планування, яка прагне інтеграції ERP, повністю забезпечує витрати та ризики.

3. Плановий менеджмент. Успішне впровадження системи включає в себе чітке визначення цілей, розробку планів роботи і ресурсів, обережне відстеження прогресу. План проекту повинен встановити жорсткі, але досяжні, строки та підтримувати почуття терміновості. Такі дії допоможуть уникнути створення «сфери повзучості», яка може збільшити бюджет, поставити під загрозу прогрес проекту, і ускладнити реалізацію. Обсяг проекту повинен бути чітко визначений відразу. Також повинні бути виявлені змінювані сегменти виробництва (цехів, відділів) для реалізації проекту, а також їх вплив на ділові процеси.

4. Управління організаційними змінами. Існуюча організаційна структура і процесів більшості компаній не сумісні з структурою, обладнанням і типами інформації, яка забезпечується системою. Навіть сама гнучка ERP-система нав'язує свою власну логіку на стратегію компанії. Таким чином, впровадження ERP-система може привести до реінжинірингу ключових бізнес-процесів та / або розробки нових, щоб підтримати організацію. Отримані зміни можуть істотно вплинути на організаційну структуру, політику, процеси, і співробітників.

Виділимо основні рекомендації при виборі та впровадженні сучасної ERP-системи на вітчизняних підприємствах:

– створення бізнес-портфелю та визначення адекватної кількості ресурсів, щоб гарантувати точне проектне планування;

– використання ресурсів консалтингових компаній, для якнайповнішого збору показників, удосконалення бізнес-процесів та оцінки можливостей програмного забезпечення.

– проведення консультацій і навчання персоналу та проведення довгострокового та короткострокового планування;

– залучення ресурсів, які б допомогли користувачам системи набути практичних та теоретичних навичок;

– розробка та дотримання організаційного плану управління змінами [3].

Отже, багато керівників вважають ERP просто системою програмного забезпечення та розглядають реалізацію проекту її впровадження в першу чергу як технологічне завдання. З цієї причини виникають незрозумілості між виявленням цілей. Використовування ERP може принципово змінити спосіб виробництва та поставок.

Кінцева мета впровадження має бути поліпшення бізнесу, а не реалізація програмного забезпечення. Якщо працівників не належним чином підготувати до змін, то можуть створитися заперечення, опір, і хаос. Тим не менш, при доцільному використанні ERP-система, надасть більше інформації і зробить досяжним показники, які раніше не були досяжні для підприємства. Також реалізація проекту допоможе зробити підприємство конкурентоспроможним на ринку в умовах постійного науково-технічного розвитку.

Література:

1. Плєскач В.Л. Інформаційні системи і технології на підприємствах – М.: Вершина, 2009. – с. 31-35.
2. Laudon K. C. Management information system, 8th edition / K. C. Laudon, J. P. Laudon. – Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2003. – 543 p.
3. Використання ERP-систем: світовий досвід та застосування на вітчизняних промислових підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://library.tup.km.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/1081/1>

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

І.О. Жувагіна, к.е.н.

*Первомайський політехнічний інститут
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова*

Розвиток Інтернету та ринкові перетворення в Україні сприяли зародженню нової форми організації торгівлі - електронної, яка відкриває принципово новий стратегічний напрям розвитку сфери товарного обігу. Саме управління у сфері електронної торгівлі на етапі її становлення є детермінантою, що визначає темпи і масштаби розвитку, рівень організації і конкурентоспроможності торгівельних процесів у всесвітній мережі. Проте система управління вітчизняною електронною торгівлею теоретично не розроблена, є не досконалою і малоефективною. Незважаючи на значну Інтернет - аудиторію в Україні, розвинуті комп'ютерні технології, інтернаціоналізацію вітчизняного ритейлу, показники масштабів електронної торгівлі значно менші, ніж за кордоном.

Проблематикою управління підприємствами торгівлі в умовах змін у технологіях і організації їх діяльності займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці як: Б.І. Копитко, Т. Діброва, М. Лебеденко, Н. Меджибовська, Л.С. Винарик, О. Ананьєв, В. Апопій, І. Бланк, В. Герасимчук, Д. Еймор, А. Кантарович, А. Мазаракі, М. Макарова, Б. Мізюк, Г. Мінс, В. Плєскач, Д. Шнайдер та ін. Однак в опублікованих працях системні наукові дослідження структурних особливостей електронної торгівлі, механізмів розробки системи управління її підприємствами є не достатньо розробленими. Необхідність забезпечення ефективного управління як на перших етапах запровадження електронної торгівлі, так і впродовж подальшого розвитку, зумовлюють актуальність дослідження обраної тематики.

Метою дослідження є огляд теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо розвитку функціонування систем управління в підприємствах електронної торгівлі на основі застосування новітніх комп'ютерних технологій.

E-commerce разом з низкою інших напрямів IT-бізнесу стала найгарячішою темою серед науковців в інвестиційному співтоваристві. Така тенденція легко пояснюється швидкими темпами росту галузі на фоні стагнуючої економіки країни.

Торгівля в Інтернеті швидко зростає в усьому світі. Навіть у розвинених країнах e-commerce показує двозначне зростання щорічно, і за останніми прогнозами науковців така тенденція зберігатиметься.

Відтак, електронна комерція в Україні продовжує набирати обертів. З кожним роком з'являється все більше людей, які надають перевагу купівлі через Інтернет-мережу перед традиційним відвідуванням магазинів. Чимало онлайн-ритейлерів вже мають цілий арсенал напрацьованих стратегій, що стають їм у нагоді на шляху досягнення успіху.

Ринок онлайн-ритейлу розвивається доволі швидко. Мінливі тенденції, нові правила гри, динамічний розвиток трендів – все це вимагає від керівництва торгових інтернет-проектів швидкої реакції, знань та вміння приймати сміливі рішення.

Важливою складовою успішної діяльності інтернет-проектів є правильно підібрана серверна платформа, надійність каналів зв'язку та використаного програмного забезпечення. Адже будь-який інтернет-магазин почне втрачати привабливість, якщо його відвідувачі зіткнуться з певними технічними проблемами. Тому, обираючи платформу під інтернет-проект, керівництву необхідно уникати спокуси зекономити на таких засадничих речах, як надійність та безпека обраних серверних та програмних продуктів[1].

Електронна комерція продовжує не просто користуватися послугами перевізників та поштою, а дедалі більше залежить від них. Як зауважують фахівці, кожен керівник онлайн-магазину повинен дбати про логістику. На жаль, на сьогодні логістичні послуги в Україні не вирізняються високою якістю. Тому головне завдання інтернет-магазину – розробити план, за яким кожен дистанційний покупець отримає замовлений товар вчасно і в належній якості[2].

За результатами останніх досліджень, інтернет-сфера не є тим сегментом, куди варто вкладати кошти більш ніж на 20-річну перспективу. Технології розвиваються дуже швидко, і тому не відомо, яким стане інтернет через кілька років чи десятиліть. Передові гравці ринку електронної роздрібною торгівлі нині надають перевагу короткостроковим капіталовкладенням, і, як показує практика, не помиляються.

Останні дослідження науковців показують, що українці стали частіше користуватися послугами іноземних інтернет-магазинів: у 2012р. таких було 18%, в 2013р. - вже 26%. В основному купують одяг, аксесуари і подарунки, побутову та комп'ютерну техніку, електроніку, взуття. Основні мотиви покупок за кордоном не змінилися: приваблива ціна, якісний, ексклюзивний товар, широкий асортимент [3].

Недавнє дослідження компанії TNS Infratest, проведене за замовленням Google, свідчить, що в цілому Україна не поступається країнам Європи за основними параметрами використання Інтернету, помітний зростаючий потенціал Мережі для вчинення повного циклу покупки в майбутньому.

Відтак, покупців Інтернет приваблює можливістю заощадити час, а підприємців - мінімальними податками і низьким порогом входження. Однак, об'єми продажів ще зовсім невеликі у порівнянні із роздрібною торгівлею в офлайн (складають 1,5-1,6% від ритейлу загалом). Цей показник набагатонижчий, ніж у Російській федерації (2%), не кажучи вже про середній показник у світі (6,5%).

Стан проникнення E-commerce у світі представлений на рисунку 1.

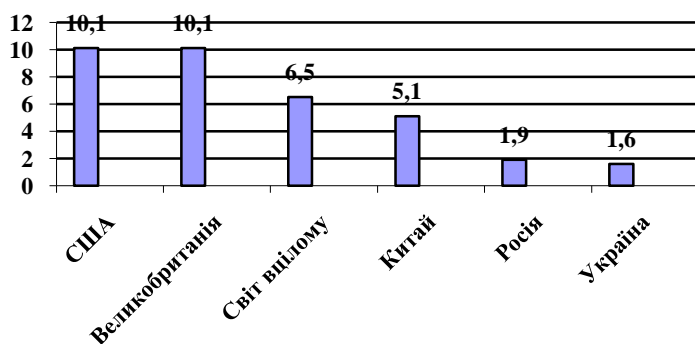


Рис. 1. Проникнення E-commerce у світі, %

Джерело: MorganStanleyResearch, (дані по Україні розраховано компанією Fintime)

Електронна торгівля є феноменом у розвитку світової економіки та еволюції міжнародних економічних відносин. Вона характеризується швидким кількісним зростанням і все більш глибоким упровадженням в економічні структури розвинених країн та країн, що розвиваються. Електронна торгівля сприяє інтернаціоналізації структурних елементів світового господарства, подальшому поступальному просуванню процесу глобалізації. Перспективи зростання електронної торгівлі в Україні можна назвати достатньо сприятливими. Проте, реалізація цих перспектив не може відбутися без зусиль вітчизняної бізнес-спільноти. Зацікавленість малого та середнього бізнесу в запровадженні електронної торгівлі проявляється в тому, що вона відкриває можливість швидкого отримання прибутків без великих довгострокових інвестицій. Великий бізнес може використовувати електронну торгівлю як доповнення до традиційних методів ведення справ.

Література:

1. В Украине стремительно развивается торговля через интернет и почту / Исследования компании Morgan Stanley Research при поддержке Fintime [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://fbc.net.ua/ru/news/societu/v_ukraine_stremitelno_razvivaetsja.html
2. Электронная коммерция в Украине 2010-2013 [Електронний ресурс] // Gemius – Режим доступу : <http://gemius.com.ua/ua/raporty/2013-05/03>
3. Интернет-аудитория Украины 2012 [Електронний ресурс] // InMind – Режим доступу : <http://web-in-learning.blogspot.com/2012/08/inmind.html>.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТРАДИЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ РИНКУ ПРИ РОЗРОБЦІ ТА ВПРОВАДЖЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

А.Г. Іващенко, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Л.Д.Глущенко, к.е.н., доцент

Вінницький національний технічний університет

Сучасною основою економічної діяльності промислових підприємств слід вважати його інноваційну діяльність, яка пов'язана, в першу чергу, з реалізацією інноваційних проектів.

Необхідність інтенсифікації функціонування промислового сектора української економіки пов'язана з постійним удосконаленням виробництва інноваційної продукції на рівні підприємства.

При розробці та впровадженні інноваційних проектів, які представляють принципово нову продукцію, досить складно проводити аналіз ринку та маркетингові дослідження, оскільки у свідомості потенційних споживачів ще відсутня потреба в такій продукції. Але, в будь-якому випадку, маркетингові дослідження дозволяють визначити вільні сегменти ринку, скласти уявлення про готовність ринку до прийняття інноваційного продукту, виявити можливих конкурентів тощо. При цьому, якісно проведені маркетингові дослідження ринку виступають умовою здійснення ефективної інноваційної діяльності промислового підприємства.

Питанням підвищення економічної ефективності інноваційної діяльності підприємств присвячено роботи В. Бурлака, Д.О. Крикуненко, В.І. Захарченка, та А.В. Черепа, Л.Ф. Чумака, в яких аналізуються проблеми та пріоритети розвитку інноваційної діяльності підприємств та впровадження інновацій у сучасних умовах. Важливість дослідження питання управління інноваціями загалом та питання маркетингу інновацій на підприємствах підкреслюється в працях таких економістів: А.І. Анчишкіна, Л.Л. Антонюка, С.В. Валдайцева, С.Ю. Глазьева, С.М. Ілляшенко, Б. Лундвалла, Б. Санто, Й. Шумпетера. Однак, в них не приділено достатньої уваги вирішенню проблеми ефективної реалізації інноваційного проекту з точки зору забезпечення його щодо ринкової орієнтованості.

Метою роботи є обґрунтування необхідності удосконалення напрямків маркетингових досліджень та посилення ролі маркетингу як методології практичної ринкової діяльності та найважливішої функції управління підприємством в процесі розробки питань пов'язаних з ефективною реалізацією інноваційних проектів.

Поняття «інноваційний проект» розглядається як форма цільового управління інноваційною діяльністю підприємства.

Інноваційний проект є системою взаємопов'язаних цілей і програм їхнього досягнення, що являють собою комплекс науково-дослідних, дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, маркетингових та інших заходів, відповідним чином організованих, оформлених комплектом проектної документації, які повинні забезпечити ефективне рішення конкретної науково-технічної задачі, вираженої в кількісних показниках результатом якого є інновація.

Для того, щоб бути конкурентоспроможним, підприємству необхідно постійно розробляти нові, або удосконалювати існуючі продукти та послуги [2].

Промислові підприємства можуть розробляти та впроваджувати різні види інноваційних проектів [5]:

1. Низькотехнологічні проекти, які ґрунтуються на існуючих випробуваних технологіях, не є інноваційними в загальному розумінні цього слова (наприклад – розширення виробництва) та мають на виході традиційні продукти.

2. Середньотехнологічні проекти, які включають в себе в основному існуючі технології з несуттєвими нововведеннями (наприклад – модифікація існуючих продуктів), тобто пропонують удосконалений продукт або новий продукт, отриманий з використанням традиційної технології.

3. Високотехнологічні (High-Tech) проекти, які використовують нові технології (наприклад – розробка нового сімейства комп'ютерів), тобто пов'язані з розробкою нової продукції, на базі нових технологій. Такі проекти задовольняють нові потреби або забезпечують нові рішення старої проблеми. Вони є складними і ризикованими, але їх успішна реалізація забезпечує якісний стрибок ефективності для клієнтів.

В якості вигод для підприємства можна розглянути прибуток, частку ринку та інші бізнес-результати. Однак характер і очікування змінюються в залежності від типу проекту.

Специфіка інноваційних проектів значно впливає на діяльність промислового підприємства та ставить перед ним задачу підвищення його економічної ефективності. Її рішення безпосередньо залежить від ступеня раціональності діяльності підприємства в умовах заданих проектних обмежень: час, фінансові ресурси, якість кінцевих результатів проекту [1].

Найбільш критичними найчастіше є обмеження пов'язані з фінансуванням і якістю результату, який визначається вимогами ринку.

На практиці, аналіз вимог ринку проводиться вельми поверхнево, а вплив виробника на споживчий попит починається лише на етапі виведення вже готового продукту на ринок. Можливо, таке становище зумовлено домінуванням на промислових підприємствах інженерно-технічної культури, коли доволі складно встановити баланс між зосередженістю фахівців з маркетингу на потребах і бажаннях потенційного споживача і прагненням інженерних фахівців до створення досконалого, з точки зору технічних характеристик інноваційного продукту, які вважають достатнім лише створити технічно якісний продукт. Тому фокусують зусилля на характеристиках продукту, не враховуючи можливість і розмір прибутку, який він може принести. Існує безліч випадків, коли розробка технічно складної техніки не мала ринкового потенціалу або не викликала інтересу з боку можливих споживачів.

На наш погляд, головна мета досліджень повинна полягати, з одного боку, в розробці загального управління інноваційним проектом відповідно до структури і закономірностей відповідного ринку, а, з іншого – в обґрунтуванні можливостей виробника своєчасно адаптуватись до попиту і вимог споживачів. Крім того, основне завдання полягає в тому, щоб виключити неточність та помилковість оцінок, непродуктивні витрати праці, часу, фінансів на всіх етапах життєвого циклу інноваційного проекту.

Навіть дуже дорогі маркетингові дослідження не йдуть у порівняння з розмірами непродуктивних витрат, що виникають в результаті виведення на ринок продукції, яка не відповідає вимогам споживачів.

Результатом дослідження в даному напрямку повинна виступати сукупність попередніх відомостей про перешкоди (політичні, науково-технічні, економічні та соціальні фактори) для розробки та впровадження інноваційного проекту, які дозволяють виробити рекомендації для зниження ступеня негативного впливу цих чинників на перспективи його реалізації [1].

Враховуючи тривалий період розробки і освоєння виробництва інноваційного продукту, дослідження та прогнозування тенденцій ринку необхідно проводити в довгостроковій перспективі. Результати дослідження є основою формування технічних вимог до майбутнього продукту, оптимальної програми виробництва, забезпечення економічної ефективності інноваційного проекту.

Таким чином, до ключових напрямків дослідження ринку відносяться: аналіз і прогнозування ринкового попиту на інноваційний продукт, сегментування потенційних замовників, конкурентний аналіз галузевого ринку.

Маркетингові дослідження тенденцій ринкового попиту повинні бути націлені на виявлення сфер, де він незадоволений; на визначення найбільш перспективних ринкових ніш і створення в ході життєвого циклу проекту такого інноваційного продукту, який найбільшою мірою буде відповідати запитам і вимогам потенційних замовників. Дослідження попиту дозволяє дати оцінку потенційної та фактичної ємності ринку, оцінити рівень його насичення і темпи зростання.

Основною групою факторів, що формують попит на ринку інноваційної продукції, є сукупність вимог, пропонованих до продукту з боку підприємств – потенційних споживачів. Тут необхідно відзначити, що характер двосторонньої взаємодії «виробник – споживач» має свої особливості: в силу того, що випуск здійснюється невеликими партіями з урахуванням індивідуальних вимог замовників, його специфіка поширюється практично на всі економічні, технічні і особисті взаємини між підприємствами – виробником і споживачем. Висока ціна техніки та значні терміни її служби зумовлюють тривалий період окупності обладнання, отже, для потенційних споживачів критерієм його вибору є, перш за все, техніко-економічні показники, а також рівень після продажного обслуговування і комплекс додаткових послуг, пропонованих виробником.

Існують різні методи моделювання (прогнозування) попиту, серед яких можна виділити: методи регресійного аналізу, оцінки часових рядів, аналізу думок споживачів, тощо. Вибір методу звичайно обумовлений фінансовим станом підприємства, вимогами, які виробник пред'являє до точності прогнозу, тимчасовому ресурсу, необхідного для його розробки тощо.

Враховуючи специфіку інноваційного проекту, часовий період прогнозування складає декілька років. Тому, найбільш доступними і ефективними вважаються методи прогнозування на основі колективних експертних оцінок з використанням статистичних даних.

На практиці для прогнозування попиту на промислових ринках фахівці з маркетингу часто досліджують вплив ціни на рівень попиту за допомогою побудови гістограм розподілу потреб і ціни проектованого устаткування (на основі експертних прогнозів) та аналізу кривих попиту, визначаючи ступінь чутливості споживачів до змін ціни. Однак такий підхід є неефективним для прогнозування на ринку інноваційної продукції, так як, по – перше, попит на такий вид продукції є нееластичним, а, по – друге, даний підхід не враховує вторинний характер попиту. Облік виявлених особливостей повинен знайти своє відображення в розробці відповідних підходів до дослідження і моделювання ринкового попиту на інноваційну продукцію.

На наш погляд, результати аналізу та прогнозування ринкового попиту повинні включати: комплекс техніко-економічних параметрів затребуваних ринком; оцінку власних можливостей підприємства з задоволення даних вимог; передумови до вибору й обґрунтуванню напрямків інноваційного проекту. До комплексу техніко-економічних параметрів належать: необхідність сегментування ринку та проведення аналізу структури ринкової пропозиції на основі оцінки (за допомогою традиційних методів, статистичного, параметричного, експертного аналізу тощо) кількості та ступеня активності діючих виробників інноваційної продукції (тобто збір інформації про конкурентів) [1].

В умовах сучасної економіки на перший план виходять два головних аспекти, що визначають ринкову успішність, а, отже, і економічну ефективність інноваційних проектів. По – перше, це фінансовий стан виробника, що є основою для запуску та здійснення складних капіталомістких проектів. По – друге, наявність і ступінь розвитку маркетингової діяльності виробника [5].

Таким чином, результати маркетингових досліджень можуть бути використані в трьох основних напрямках:

1. Для складання відповідною службою підприємства висновку про можливу реалізацію проекту подібного масштабу і, якщо проект може бути реалізовано, то, – визначення джерел його фінансування (власними силами підприємства або із залученням

інвесторів) і обґрунтування інвестицій.

2. Для складання відповідними службами підприємства уявлення про життєздатність (технічну, комерційну, організаційну, тощо) проекту.

3. Для стратегічного і тактичного планування управлінських рішень на кожній стадії життєвого циклу проекту.

Особливості ринку інновацій диктують необхідність розробки формалізованих процедур планування та реалізації збутової та комунікаційної політики промислового підприємства на основі застосування постійно оновлюваної інформації про тенденції ринку, конкурентній активності, специфіки діяльності підприємств-замовників інноваційної продукції (з метою отримання можливості реалізації індивідуального підходу до них у рамках отримання та обробки замовлення) [4].

Підсумовуючи можна зазначити, що одним з істотних аспектів, який впливає на підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства, є забезпечення ринкової орієнтованості, що знаходиться в компетенції маркетингу. Його роль як методології практичної ринкової діяльності та найважливішої функції управління підприємством (в тому числі – управління ефективністю інноваційних проектів) повинна бути посилена в процесі розробки питань пов'язаних з підвищенням ефективності реалізації інноваційних проектів. Такі питання є основою для прийняття рішень щодо доцільності реалізації інноваційного проекту та планування пов'язаної з проектом науково-дослідної, конструкторської, виробничої, фінансової та комерційної діяльності.

Література:

1. Л.Д. Глущенко, А.Г. Іващенко. Напрямки удосконалення маркетингових досліджень в процесі розробки питань пов'язаних з ефективною реалізацією інноваційних проектів / Л.Д. Глущенко, А.Г. Іващенко. // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 1 (17). – С. 33-38.
2. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 448 с.
3. Крикуненко Д.О. Проблеми впровадження інновацій на підприємствах /Д.О. Крикуненко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. I. – С. 45-49.
4. Мошелкова В.Ю. Целесообразность и направления формирования комплекса маркетинга при реализации наукоемкого проекта создания промышленного оборудования // Электронный журнал Наука и образование. – 2011. – № 4. Режим доступа: <http://technomag.edu.ru>
5. Проектний менеджмент: Навч. Посібник /Гриньов А.В., Дмитрів І.А., Бікулова Д.І. та ін. – Х.:ХНАДУ, 2006. – 244 с.
6. Чумак Л.Ф. Інноваційна діяльність підприємства в сучасних умовах // Бізнес Інформ. – 2012. – № 12. – С. 209-212.

НЕДОЛІКИ СТАТИСТИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ АНАЛІЗУ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

В.В. Кірсанова, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Діяльність підприємства в сучасних ринкових умовах передбачає володіння інформацією для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Система обліково-аналітичного забезпечення і система інформаційного забезпечення є складовими системи інформаційно-аналітичного забезпечення управління підприємством, де перша має

переважно методичний характер та становить змістовне ядро інформаційно-аналітичного забезпечення, а друга – переважно технічний характер та є обслуговуючою. Система інформаційного забезпечення інтегрується в систему обліково-аналітичного забезпечення, а ефективність її функціонування є необхідною передумовою формування та якісного функціонування системи обліково-аналітичного забезпечення [1, с. 42]. Дослідженню методології інформаційного та обліково-аналітичного забезпечення присвячують свої роботи такі вітчизняні автори, як А.А. Пилипенко, М.Т. Білуха, О.Є. Кузьмін, Л.В. Гнилицька, О.Д. Гудзинський, Є.В. Мних, М.Я. Дем'яненко, В.М. Гриньова, В.І. Довбенко, В.С. Лень, І.А. Омельченко, Г.Г. Кірейцев, М. П. Войнаренко, М.С. Пушкар, С.С. Ткаченко, П.Т. Саблук, В.В. Сопко, Т.М. Безродна, М.Г. Чумаченко та інші вчені.

Продуктом обліково-аналітичного забезпечення є обліково-аналітична інформація. Створення обліково-аналітичної інформації відбувається за допомогою обліково-аналітичних інструментів, які є різновидом економічних інструментів. Метою роботи є визначення недоліків статистичного інструментарію, що використовується для аналізу капітальних інвестицій, у системі державних спостережень.

Статистичний інструментарій включає набір статистичних формулярів, а також інструкцій до їх заповнення [2]. «Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження щодо капітальних інвестицій» визначають порядок організації та методологію його проведення, містять опис термінів, основних показників, інструментарію для проведення спостереження, формування сукупності звітних одиниць тощо [3]. Метою проведення державного статистичного спостереження є отримання інформації щодо фактично освоєних обсягів капітальних інвестицій підприємств і організацій у матеріальні та нематеріальні активи (їх придбання, виготовлення, реконструкція, модернізація, капітальний ремонт тощо) за рахунок усіх джерел фінансування. Державне статистичне спостереження щодо капітальних інвестицій проводиться за формами № 2-інвестиції (квартальна) "Капітальні інвестиції" та № 2-інвестиції (річна) "Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів". Показники форм статистичної звітності вміщують інформацію з обліку капітальних інвестицій, основних засобів, нематеріальних активів та витрат на будівництво житла для подальшого продажу (передачі), який здійснюється відповідно до національних стандартів України з урахуванням методологічних засад бухгалтерського обліку та фінансової звітності. У статистичній звітності узагальнюється інформація щодо фактично освоєних (використаних) у звітному періоді обсягів капітальних інвестицій у матеріальні та нематеріальні активи за рахунок передбачених чинним законодавством джерел фінансування, без урахування суми податку на додану вартість. Основні показники форм № 2-інвестиції (квартальна) та № 2-інвестиції (річна) включають: обсяг капітальних інвестицій за напрямками, за видами матеріальних активів, за видами нематеріальних активів, за джерелами фінансування, за територією їх освоєння, дані щодо вартості основних засобів та нематеріальних активів, які знаходилися на балансі респондента, що вибули у звітному році, дані про суми амортизації (зносу) основних засобів та нематеріальних активів, які знаходяться на балансі респондента за звітний рік (для форми № 2-інвестиції (річна)).

Критичний аналіз складу показників форм № 2 «Капітальні інвестиції» річної та квартальної виявляє неузгодженість із Законом України «Про інвестиційну діяльність», який установлює, що інвестиції у відтворення основних фондів і на приріст матеріально-виробничих запасів здійснюються у формі капітальних вкладень. У формах відсутні показники, що характеризують приріст матеріально-виробничих запасів у формі капітальних вкладень. Додаткового тлумачення, або розширення потребують форми втілення капітальних інвестицій. Виокремлюючи освоєння за рік нових активів, не виділені окремо форми розширення, простого оновлення основних засобів, що суттєво звужує уявлення про відтворювальну структуру капітальних інвестицій. Витрати на капітальний ремонт, в ході якого можливо зростання майбутніх економічних вигід доцільно розглядати як модернізацію обладнання, з додаванням цієї форми до складу витрат на поліпшення,

вдосконалення, реконструкцію, модернізацію. Додавання до складу первісної вартості відремонтованих основних засобів будь-яких витрат на капітальний ремонт спотворює вартісні показники засвоєних капітальних інвестицій та основних засобів.

У формах № 2-інвестиції (квартальна) "Капітальні інвестиції" та № 2-інвестиції (річна) "Капітальні інвестиції, вибуття й амортизація активів" присутні тільки абсолютні кількісні показники та відсутні показники, що відображають економічну віддачу капітальних інвестицій, наприклад, такі показники, як приріст виробництва або реалізації продукції (робіт та послуг), прибутку, зниження витрат, що значним чином знижує інформативності звітів для користувачів.

Також, на наш погляд, ці форми повинні відображати незавершені капітальні інвестиції, освоєння яких передбачається у майбутньому, до яких включається вартість незавершеного будівництва(будівельно-монтажних, проектно-пошукових та інших робіт), вартість обладнання, що придбане та потребує монтажу, обладнання, що придбане, але не введено до експлуатації за будь-яких причин. Динаміка змін незавершених капітальних вкладень ілюструє напруженість інвестиційної діяльності підприємства, іммобілізацію грошових коштів на строк засвоєння інвестицій.

Суттєвим недоліком форми є також відсутність посилання щодо характеристик інноваційності капітальних інвестицій, що не дозволяє створити уявлення про якість інвестицій. Відсутній зв'язок з формами статистичного спостереження № 1 – інновація (річна) «Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства»[4]. Показники цієї форми включають витрати на інновації, у тому складі витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, інші витрати, що можуть бути віднесені до процесних інновацій. Доречним є також, використання даних державного статистичного спостереження № 1-технологія (річна) „Звіт про створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності”. Форма відображає дані юридичних осіб, які у звітному періоді створювали і/чи використовували передові технології та об'єкти права інтелектуальної власності (винаходи, корисні моделі, промислові зразки та раціоналізаторські пропозиції), які можуть бути віднесені до інтелектуальних інвестицій.

Внесення змін до статистичного інструментарію спостереження капітальних інвестицій може суттєво покращити інформаційну базу щодо уявлення про реальні інвестиції та їх інноваційну спрямованість.

Література:

1. Волощук Л.О., Кірсанова В.В., Філіппова С.В. Аналітичні інструменти управління інноваційним розвитком промислового підприємства : монографія / Л.О.Волощук, В.В.Кірсанова, С.В.Філіппова.– Одеса: ФОП Бондаренко М.О.,2015. – 180с.
2. Глосарій до плану статистичного спостереження / Наказ Держкомстату 29.12.2009 № 498[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
3. Методологічні положення з організації державного статистичного спостереження щодо капітальних інвестицій / Наказ Державної служби статистики України 31.10.2013 №335 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
4. Інструкція щодо заповнення форми державного статистичного спостереження № 1-інновація „Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства”Наказ Держкомстату 01.10.2008 № 361 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРОМИСЛОВІСТІ

О.В. Маковецька, к.е.н., доцент

А.П. Маковецьв, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Процеси ринкового перетворення в промисловому виробництві відбуваються переважно через інноваційні та технологічні зміни. Їх результати повинні втілитися у науково-технічні інновації, у нові виробництва, галузі, які позначають характер структурної трансформації перехідної економіки. У цьому відношенні методичне забезпечення реалізації організаційно-економічного механізму є ключовим моментом у визначенні досягнення якісно вищого рівня розвитку промислового виробництва [1].

Головним пріоритетом на найближчий період на макrorівні має бути вибір нашою державою інноваційного шляху розвитку, стратегічна мета якого – ввести Україну в число технологічно розвинених держав світу. На жаль, складне економічне становище промислових підприємств – замовників науково-технічної продукції не дозволяє поки в повному обсязі реалізувати впровадження наукових розробок у виробництво, погіршує і без того незадовільний рівень матеріально-технічної бази, не надає сприяння технологічному, більш якісного оновлення основних виробничих фондів.

Отже, інноваційний шлях розвитку промислового виробництва пов'язаний з необхідністю пошуку нових методичних підходів, що дозволяють оцінювати найбільш ефективні напрямки наукових досліджень, технологій, оновлення виробничого потенціалу та випуску нової конкурентоспроможної продукції. Оцінка і вибір інноваційних пріоритетів є однією з найважливіших складових науково-технічної та інноваційної політики кожної країни. Вони ґрунтуються на системі як коротко, середньо так і довгострокових прогнозів і експертних оцінок.

Зарубіжний досвід свідчить, що успіх прогнозованої діяльності значною мірою залежить від її організаційного та методичного забезпечення. Практично у всіх промислово розвинених країнах світу утворені державні структури, відповідальні за національну науково-технічну та інноваційну політику, вибір пріоритетних напрямів, оцінку програм, окремих проектів технологій. Існують спеціальні консультативні структури та інформаційні служби, тобто вибір пріоритетних напрямів розвитку науки техніки, інноваційних пріоритетів базується на освічених в державі деяких організаційних та науково-методичних принципах. Такі принципи і пріоритети повинні бути використані при визначенні напрямів розвитку промислового виробництва[2].

Зміна внутрішніх та зовнішніх умов функціонування промислових підприємств, в зв'язку з переходом о ринкової економіки істотно впливає на підходи до розвитку виробництва, до визначення напрямів інноваційної діяльності, що забезпечує застосування нової техніки технології. При цьому роль інноваційного чинника в розвитку промислового виробництва значно зростає. Очевидно, що спад виробництва буде продовжуватися, якщо підприємства не почнуть вкладати кошти в технічне переозброєння виробництва[3].

Для оцінки технічного розвитку може бути використаний програмно-цільовий метод. Цей метод має ряд перевагу порівнянні з іншими методами, оскільки передбачає комплексне планування і управління всіма заходами, необхідними для досягнення кінцевої мети, у взаємозв'язку з термінами, конкретними виконавцями ресурсами. Програмно-цільовий метод, по суті, означає послідовне прийняття рішень і проведення робіт з будь-який стадій розробки комплексної проблеми: визначення цілей (завдань) - розробка заходів-забезпечення ресурсами - визначення ефекту.

Згідно з методологією програмного підходу, мету інноваційних процесів можна виразити через сукупність простих цілей за допомогою побудови схеми структурно взаємопов'язаних цілей.

Основні етапи формування технічного переозброєння можна сформулювати таким чином: визначення мети і завдання підприємства в плановому періоді, комплексний аналіз техніко-економічного рівня виробництва, вивчення ресурсів, які має в своєму розпорядженні підприємство, розробка заходів та їх економічна оцінка, формування проекту плану, обговорення та коригування. Одним з найважливіших етапів є комплексний аналіз техніко-організаційного рівня. Визначення організаційного рівня включає: оцінку технічного рівня; рівня організації виробництва і праці; рівня управління.

Аналіз системи управління промисловим виробництвом передбачає визначення системи показників, які характеризують стан системи управління взагалі, а також окремі показники, які характеризують якісний рівень керівництва. Незалежно від рівня управління аналізується ефективний фонд робочого часу, відповідність працівника посаді, витрати на одне робоче місце, механізм стимулювання. При аналізі з успіхом може бути використаний метод функціонально-вартісного аналізу.

Загалом, показники оцінки можуть бути розділені на дві групи:

- 1) показники, які характеризують окремі області підприємства;
- 2) показники, які дають можливість визначити його рівень взагалі.

Перша група - окремі показники, друга - інтегральні. Для отримання узагальнюючої, інтегральної оцінки рівня діяльності підприємства доцільно використовувати багато факторний кореляційний аналіз.

Розробка напрямків інноваційного розвитку виробництва повинно супроводжуватися аналізом і удосконаленням виробничої структури управління. Також важливо врахувати динаміку в ринковій сфері. На більшості виробництв поки зберігається організаційна система управління, нездатна вирішувати господарські завдання в умовах ринкової економіки. Ці умови знаходять своє вираження в посиленні конкуренції, яка всвою чергу, підвищує вимоги до якості продукції, впливає на склад організаційних структур в рамках промислового виробництва. Ставиться мета досягнення великої гнучкості та оперативності у прийнятті рішень, які в багатьох випадках виражаються в скороченні рівнів управління. Важливим моментом при цьому є також необхідність зниження витрат на управління.

Основні цілі аналізу: вибір загального напрямку розвитку виробництва; обґрунтування впровадження удосконалень окремих виробничих елементів; скорочення витрат на управління; оптимізація системи керівництва підприємством.

Сьогодні розвиток виробництва має базуватися на інноваційній моделі його розвитку, яка передбачає докорінну зміну в системі і промислового виробництва, забезпечуючи, насамперед, підвищення конкурентоспроможності продукції. У зв'язку з цим, крім традиційних показників техніко-організаційного рівня, потрібно визначити і проаналізувати показники, які характеризують інноваційний рівень розвитку. Серед них: перспективна потреба підприємства в науково-технічних розробках; структура витрат на НДДКР різних перспективних орієнтацій; інноваційна структура трудового потенціалу, який показує кадрові можливості інноваційного розвитку власними силами; відповідність інноваційних можливостей та інноваційних потреб підприємства; перспективи підприємства у прискоренні науково-технічного розвитку, перспективні можливості зміцнення його положення на ринку.

Література:

1. Грузнов И.И. Организационно-экономические механизмы управления. – Одесса: Астропринт, 2000. – 292 с.
2. Забарна Е.М. Украина и ее регионы на пути к инновационному обществу. Т.2. - 2011. - С.7-41. Монографія: [в 4 т.].
3. Маковеева О.В., Сорокіна О.П. Деякі аспекти інноваційного розвитку стратегічних галузей економіки України, на прикладі паливно-енергетичного та металургійного комплексу, – Науково-практичний журнал «Регіональна економіка та управління», 2 (02) травень, 2014р. Част. II Донецьк, С.94-97

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ

*Н.Б. Мігай, к.е.н., доцент
Д.О. Гуданіч*

*Первомайський політехнічний інститут
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова*

Процеси європейської інтеграції України зумовили необхідність розробки та запровадження такої інноваційної моделі розвитку економіки, яка мала б забезпечити швидкі темпи економічного зростання та конкурентоспроможність вітчизняних підприємств. Проте, тривала економічна криза не дає можливості інноваційному розвитку стати однією з основних характеристик вітчизняної економіки.

Також однією з умов економічного зростання країни є інвестиції, ефективності яких в сучасній економіці можна досягти через впровадження інновацій. Адже інвестиції та інновації тісно пов'язані між собою.

Дослідженням зазначених проблем займаються такі вітчизняні вчені як О.Амоша, І. Бураковський, Б.Губський, М.Долішній, С.Захарін, І.Луциків, Л.Тертична, І. Філіпенко, М.Чумаченко та інші.

Метою роботи є обґрунтування проблем інноваційно-інвестиційного розвитку вітчизняних підприємств у сучасних умовах трансформаційних змін та економічної кризи.

Сутність економічних криз проявляється у перевиробництві товарів по відношенню до платоспроможного сукупного попиту, у порушенні процесів відтворення суспільного капіталу, у масових банкрутствах фірм, у зростанні безробіття та інших соціально-економічних потрясіннях.

При цьому, існують істотні відмінності криз на різних рівнях господарювання, що дає підставу виокремити основні якісні критерії диференціації кризових ситуацій на мікро- та макрорівнях.

Так, на макроекономічному рівні криза завжди є «переломним пунктом» і економічна система створює передумови для нового господарського підйому. На мікрорівні невчасне проведення заходів по усуненню криз обумовлює перехід до системної (загальної) кризи і завершується юридичним банкрутством або ліквідацією.

На макрорівні кризу не можна вважати стадією життєвого циклу. На мікрорівні кризові явища виникають на всіх стадіях життєвого циклу підприємства і кожна наступна фаза життєвого циклу стає можливою лише в результаті подолання виниклих кризових явищ.

На мікрорівні на періодичність виникнення кризових явищ впливають такі фактори, як: розмір підприємства і рівень його ресурсного потенціалу; вік підприємства і накопичений досвід подолання кризових явищ; тривалість циклу обороту активів підприємства, перш за все операційного циклу; стан зовнішнього середовища, його сприяння розвитку підприємницької ділової активності; наявність ефективного власника, зацікавленого в мобілізації зусиль для подолання кризових явищ; наявність управлінських кадрів відповідного рівня кваліфікації, здатних забезпечити вихід підприємства з кризового стану. На макрорівні періодичність виникнення кризових явищ пов'язана з різновидами циклів, які виокремили вчені в результаті дослідження кризових ситуацій, що виникали з певною закономірністю.

Вчені вважають, що інструментом упередження, запобігання, своєчасного розв'язання проблемних ситуацій та усунення наслідків кризового явища й кризового стану є інноваційна діяльність, яка таким чином виступає заходом оновлення та розвитку економіки [3]. Мова йде про застосування перспективних інновацій, як інструменту антикризового управління, а інноваційна діяльність в цьому випадку носить попереджуючий кризові явища характер та є джерелом сучасних інновацій, які в свою чергу стають імпульсом економічного зростання.

По-суті криза породжує потребу та інтерес до періодичного інноваційного оновлення, яке лежить в основі циклічної інноваційної динаміки. Оновлення є дискретним, оскільки породжувана ним динаміка формує певний період стабільного розвитку, протягом якого не виникає необхідність радикальних дій. І за законами циклічності він буде тривати до тих пір, поки знову не буде вичерпано потенціалу даного стану і не виникне необхідність подальшої еволюції. Хоча науковці також стверджують, що інновації не так швидко реагують на зміну умов прибутковості підприємств як інвестиції [1]. І, коли підприємство обирає інвестиційно-інноваційну стратегію в умовах кризи дуже важливим є проведення правильної оцінки інвестиційних можливостей та посилення ролі держави в активізації та заохоченні інвестиційної активності

Таким чином, криза не лише породжує небезпеку, але створює поле сприятливих можливостей для інноваційного розвитку:

- криза є неминучим, обов'язковим етапом розвитку, виводить економіку із стану збалансованості тим самим змушуючи шукати прогресивні шляхи розвитку;
- активна інноваційна діяльність підприємств є ефективним методом для виведення економічної системи із кризи, а також стійкою базою для її, подальшого розвитку;
- економічна криза може сприяти реструктуризації економічної системи. Перевагу отримують стратегічні галузі та усуваються сегменти із слабким технологічним потенціалом. Всі ці процеси стимулюють інновації.

Література:

1. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України: монографія / В.М. Геєць, В.П. Семиноженко. – Харків: Константа, 2006. – 272 с
2. Губський Б.В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі. – К.: Наукова думка, 1998. – 390с.
3. Тертична Л.І. Інноваційний розвиток підприємств як чинник виходу з економічної кризи// Бізнес-інформ. - №11. – 2011. – С. 82-84.
4. Луциків І.В. Інноваційна діяльність в Україні: реалії сьогодення та перспективи розвитку // Інноваційна економіка. – 2010. – № 4. – С. 23.

ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ТУРИЗМУ

П.А. Петриченко, к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет

С.А. Яроміч, к.е.н., професор

ОРІДУ НАДУ при Президентіві України

В даний час існує перехід до інноваційного типу економічного розвитку в усьому світі. В умовах глобалізації цей процес має різні форми, які змінюються в залежності від сфери діяльності. Основне завдання туристського маркетингу - наблизити до споживача саме ті нові інновації (товарів, послуг, ідей, технологій тощо), які здатні хоча б частково воскресити «мертвий» сезон.

Інноваційна туристська сфера в ідеальному варіанті повинна мати спеціальну інноваційну інфраструктуру (національні парки, культурно-розважальні та дозвільні центри, сучасні готелі, готелі, заміські клуби, дороги, транспорт і т.д.).

Процес впровадження нових продуктів на туристичний ринок, характеризується:

- численністю і початкової невизначеністю шляхів досягнення мети і високим ризиком;
- неможливістю детального планування та орієнтацією на прогностичні оцінки;

- необхідністю подолання опору як у сфері сформованих відносин, так і інтересів учасників інноваційного процесу.

На думку Первовій Е.Ф. після епох ефективності, якості, гнучкості нинішній час можна назвати епохою інновацій, що особливо актуально для сфери туризму [2].

У туризмі існує спеціальний ринок нововведень, якій входить складовою частиною в загальний туристський ринок. Ринок нововведень утворюється в умовах невизначеності, яка витікає з самого характеру інноваційного процесу, і його становлення слід розглядати у зв'язку з розвитком підприємництва в туристській сфері. До ринку нововведень мають відношення попит і пропозиція нововведень, масштаб цін, покриття попиту сукупністю нововведень і т.д. Ефект від впровадження нововведень проявляється не тільки в економічній, але і в соціальній сфері, де за рахунок підвищення доходів більш повно задовольняються суспільні потреби, сприяють створенню комфортної обстановки для людини і поліпшується рівень життя, а також у культурній сфері, що характеризується як споживання символів, як засоби управління поведінкою людини [1].

Маркетингові аспекти щодо виявлення джерел інновацій та швидкості їх дифузії пов'язані з дослідженнями зовнішнього і внутрішнього середовища фірми. У зовнішньому середовищі організації виділяють два види джерел:

- зміни макросередовища організації;
- зміни ділового середовища.

Інноваційна діяльність конкурентів - наступний важливий напрямок пошуку інноваційних можливостей. Однак якщо ця діяльність динамічна і ефективна і до того ж суворо засекречена, то фірма ризикує потрапити в число відстаючих імітаторів. Інновації та конкуренція мають тісний взаємозв'язок і взаємозумовленість. Так, М. Портер називає нововведення засобами формування конкурентних сил, а Р. Доул і Е. Роджерс називає інновації стратегічною зброєю конкуренції. На думку М. Шарко «конкуренція - це об'єктивно необхідний і найважливіший елемент ринкових відносин і способу існування капіталу. Сутність, форми і методи конкуренції зазнають безперервні зміни, суть яких полягає в глобалізації цього процесу, загостренні ринкових відносин та підвищенні ефективності підприємницької діяльності» [4].

Дуже важливим джерелом інноваційних ідей є споживачі продукту туристської фірми. Можна виділити три напрями використання цього джерела:

- моніторинг потреб туристів, виявлення прихованих або формування нових;
- скрупульозний аналіз типів туристів;
- організація зворотного зв'язку від споживача [2].

Крім того, необхідно також проводити аналіз емоційного світу клієнтів, який може допомогти при вирішенні найрізноманітніших проблем туристичних фірм [3].

Таким чином, при розгляді питань формування концепції управління інноваційною діяльністю в туристичному бізнесі в епоху глобалізації необхідно вирішити питання визначення перспективних цілей і ключових завдань інноваційної стратегії управління туристичним бізнесом.

Література:

1. Игнатьев А.В. Инновационная стратегия управления туристическим бизнесом в эпоху глобализации / А.В. Игнатьев, А.В. Тебекин. – М. : «Палеотип». – 2008. – 340 с.
2. Первова Н.Ю. Управление потребителскими инновациями на предприятиях. – Монография / Н.Ю. Первова. – Минводы : Изд-во СКФ БГТУ им. В.Г. Шухова, 2009. – 180 с.
3. Petrychenko P.A. Marketing innovations in tourism industry / P.A. Petrychenko, S.A. Iaromich // L'Association 1901 «SEPIKE», 2015, № 1. – С. 83-88.
4. Шарко М. В. Основные положения и категориальные понятия концепции инновационного развития экономики / М. В. Шарко // Проблемы науки. – 2006. – №1. – С. 9-16.

ОСНОВНІ ЧИННИКИ УСПІШНОСТІ ТА НЕВДАЧ НОВОВВЕДЕНЬ

О.В. Станіславик, к.е.н., доцент
О.М. Коваленко, д.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Визначенню чинників успішності й невдач нововведень присвячено чимало досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців. За результатами розгляду наукових праць можна відзначити високий рівень невдач щодо реалізації нових ідей. Із 100 ідей в середньому до розроблення береться 26-27 %, до стадії випробувань доходить 12-13 %, уведеними і комерційно успішними виявляються 9-10%.

Відомий дослідник Купер вивчав причини успіху і провалу 195 промислових товарів. З них 102 випадки фірми, вважали успішними, а 93 –провалом.

В працях Т. Коно вказується, що на японських підприємствах в середньому 33,1 % започаткованих ідей доходять до стадії технічного розроблення і 47,1 % з них –до стадії комерційного розроблення. Із цієї частини до масового виробництва і споживання доходять біля 60 % ідей. Таким чином, загальна частка повністю реалізованих ідей дорівнює 8,7 %, . На українських підприємствах цей показник ще нижчий.

За нашими дослідженнями, для успіху одного нововведення потрібно проробити 18 нових ідей.

Можна виділити такі чинники успішності нововведень:

- наявність у підприємства джерела творчих ідей;
- ефективна система відбору ідей нових виробів;
- орієнтація на ринок;
- перевага над товарами конкурентів;
- ноу-хау в сфері маркетингу;
- відповідність інноваційної стратегії меті підприємства;
- доступ підприємства до ресурсів;
- глобальна концентрація товару.

У конкретному середовищі підприємства намагаються першими вийти на ринок з новим продуктом, технологією, щоб отримати додаткові прибутки у вигляді інтелектуальної ренти, оскільки з часом попит на інновацію зменшується.

Крім того, керівництво підприємства зацікавлене у створенні продукту, який істотно перевершував би за своїми споживчими властивостями вже існуючі аналоги і який міг би стати базовим для подальших модифікацій.

В цьому зв'язку основними чинниками успіху нововведення є:

1) перевага товару над своїми конкурентами, тобто наявність у нього унікальних властивостей, що допомагає кращому сприйманню споживачем. Цей чинник, на нашу думку, є головним;

2) ноу-хау в сфері маркетингу, тобто добре розуміння поведінки споживачів, психології сприйняття новинок, тривалості життєвого циклу і розмірів потенційного ринку;

3) високий рівень синергії НДР і виробництва, взаємодії всіх підрозділів підприємства як одного цілого.

Усі ці чинники перебувають під контролем підприємства й успіх тут визначається якістю інноваційного менеджменту.

Мі також згодні с дослідниками Алленом і Хемілтоном, які визначають такі основні чинники успіху нововведень:

- адаптивність товару до вимог ринку;
- технологічна перевага товару;
- підтримка інновації керівництвом підприємства;

- використання оцінних процедур;
- сприятливе конкурентне середовище;
- відповідність організаційної структури.

Отже, головними чинниками є: з одного боку, товар, який відповідає вимогам споживачів, а з іншого –можливості підприємства.

Порівняння важливості чинників на японських, британських та українських промислових підприємствах свідчить про те, що найважливішими чинниками успіху нововведень є рівень їхньої новизни та адаптованості до споживачів, швидкість виходу на ринок та його знання.

Нововведення бувають як успішними, так і невдалими. Особливо висока частка невдач серед споживчих товарів. Приблизно 80 % нових споживчих товарів, 30 % нових промислових продуктів і 20 % нових послуг приречені на невдачу. Більшість експертів схиляються до думки, що відсоток невдалих нововведень зростатиме, оскільки цьому сприяють такі чинники:

- скорочення життєвого циклу товарів;
- зростання витрат на дослідження новацій;
- глобалізація конкуренції;
- збільшення сегментованості ринків;
- зростання пропозицій нових товарів;
- жорсткість законодавчих актів про охорону природного середовища і захист прав споживачів;
- зменшення рентабельності торгових марок підприємств (компаній) послідовників;
- зволікання з розробленням інновацій.

В підсумку відзначимо, що невдачі –це невід'ємна частина інноваційного процесу. Керівникам необхідно постійно аналізувати причини, які ведуть до провалу нововведень, що дасть змогу уникнути багатьох проблем або значно знизити ризики.

Література:

1. Буренніков Ю.Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств (на прикладі машинобудування): автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.00.04 / Ю.Ю. Буренніков. – Хмельницький, 2009. – 23 с.
2. Станіславик О.В. Актуальні проблеми інноваційної діяльності промислових підприємств / О.В. Станіславик, О.М. Коваленко // Матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств». Том 1. – Одеса: ОНПУ, 2015. – 162 с.

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА, ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

О.В. Толмачова

Одеський національний політехнічний університет

Сучасна організація живе в складному, швидко мінливому світі при посиленні невизначеності економічного середовища, що викликає додаткові труднощі при прийнятті рішень з розвитку компанії, роблячи процес комплексним і складним.

Компанії стикаються зі зміною кон'юнктури глобальних ринків, скороченням життєвого циклу товару, ростом конкуренції, новими технологіями та інформаційними

системами. Сучасні фірми повинні бути здатні керувати своїм бізнес простором - складним ланцюгом поставок постачання, дорогими і складними програмними продуктами, стратегічним партнерством - і при цьому реагувати на зміни ринку.

Стан сучасної української економіки значною мірою залежить від світових цін на природні ресурси. Абсолютно ясно, що така ситуація не забезпечує нормальне функціонування відтворювальних процесів у соціально-економічній системі і гальмує її розвиток. Вихід із становища не очевидний і вимагає серйозної наукової розробки. Видається, що диверсифікація економіки здатна підвищити стійкість економіки до коливань на світових ринках. Інше питання яким чином її можна забезпечити?

Відповідь на це питання криється в структурі ВВП. Очевидно, що потрібно підвищувати частку галузей, що випускають продукцію або надають послуги з високою доданою вартістю. У першу чергу, крім підприємств паливно-енергетичного комплексу, до них відносяться промислові підприємства, що випускають високотехнологічну продукцію. Однак більшість підприємств протягом двадцятирічних реформ значно знизили свій виробничо-господарський потенціал і потребують модернізації. І не тільки модернізації, а й у переходу на інноваційний тип розвитку. Іншими словами, потрібна активізація інноваційної діяльності цих підприємств.

Інструментом реалізації інноваційної діяльності на промисловому підприємстві є інноваційна політика, яка виступає як у ролі конкретних процедур і регламентів, обов'язкових до виконання всіма співробітниками підприємства, так і системою внутрішніх норм і правил, цінностей співробітників. У цьому виявляється її подвійність, яку умовно можна визначити як зовнішню і внутрішню інноваційну політику.

Зовнішня інноваційна політика - загальна лінія поведінки підприємства на ринку, що веде до підвищення рівня її розвитку і визначальна пріоритетні інноваційні проекти. Вона визначається довгостроковими цілями власників підприємства, системою мотивації менеджменту, зовнішнім середовищем, потреб ринку і можливостей підприємства.

Внутрішня інноваційна політика є процесом регулювання поведінки персоналу, націленого на інноваційний тип розвитку промислового підприємства. Вона визначається системою управління підприємством. В цілому, інноваційна політика є керівництвом по вибору пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, розробці та виконанню інноваційних планів та проектів, формуванню активних відносин між співробітниками і підприємством.

Як зовнішня, так і внутрішня інноваційна політика багато в чому залежить від стратегії розвитку підприємства, яка складається з певних принципів. Принципи стратегії розвитку підприємства - це основні положення, обставини, вимоги, які лежать в основі стратегії і розкривають її сутність і призначення. Інноваційна політика за основним видом діяльності підприємства (якщо підприємство має кілька видів діяльності, то по кожному з них окремо!) повинна визначати систему відносин з приводу створення та впровадження інновацій (технологічних, маркетингових та ін.) Усередині підприємства, як відповідь на виклики конкурентного середовища.

Інноваційна політика на підприємстві повинна сприяти розвитку інноваційного потенціалу підприємства, формуванню сучасних технологічних укладів на підприємстві, витіснення застарілих укладів та підвищенню конкурентоспроможності продукції, що випускається, надаваних послуг і проведених робіт. У кінцевому рахунку вона спрямована на підвищення ефективності функціонування підприємства в умовах впровадження інновацій, надаючи тим самим визначальний вплив на довгострокову конкурентоспроможність підприємства.

Коротко основну мету даної політики можна сформулювати як створення умов, що забезпечують інноваційний розвиток підприємства, підвищення ефективності виробництва і зростання конкурентоспроможності за рахунок освоєння інновацій. Суттю цього процесу є визначення напрямку розвитку кожного з показників діяльності підприємства.

Для забезпечення конкурентних переваг підприємства на ринку рекомендується формування політики інноваційного розвитку виходячи з ресурсно-ринкового підходу. Ринковий підхід пов'язаний з аналізом зовнішнього середовища, ресурсний - з аналізом сильних і слабких внутрішніх сторін організації. Обидва підходи засновані на маркетингової теорії. Перший зосереджений на діях, які забезпечать успіх підприємства в стратегічній перспективі, другий - в період тактичних рішень.

Інноваційна політика стає реальним інструментом управління підприємством, орієнтованим на зростання в довгостроковій перспективі, готовим впроваджувати інновації і управляти ризиками, пов'язаними з інноваційними проектами, інструментом переходу промислового підприємства на інноваційний тип розвитку.

Література:

1. Ю. Окатов Інноваційний тип розвитку сучасного промислового підприємства Журнал «Вісник Інституту економіки РАН» № 1/2012. С.138-145.
2. Толмачова О.В. Інноваційний розвиток: довгострокова перспектива // Вісник соціально-економічних досліджень. – . –№4(51). Одеса: ОНЕУ. – 2013 – с.366-370.

ВИКОРИСТАННЯ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ МОТИВУВАННЯ ФАХІВЦІВ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Н.П. Тубальцева

С.А. Тубальцева

Національний університет кораблебудування імені адм. Макарова

Найважливішими пріоритетами в сучасних умовах є підвищення інноваційної привабливості. За період реформування національної економіки, перетворення, що здійснюються, не дали очікуваних результатів з багатьох причин, в тому числі і по недооцінці ролі мотивації в процесі економічної діяльності. Без нових підходів в управлінні персоналом з використанням різних систем мотивації вирішити проблему інноваційної привабливості підприємства на сьогоднішній день неможливо. У зв'язку з цим видається актуальним використовувати структурно-функціональний аналіз механізму мотивації з метою виявлення та дослідження типів мотиваційних структур для фахівців, які займаються розробкою інноваційної продукції. Такий вид аналізу зумовлює комплексний, системний підхід і будується на основі виділення в загальній системі структурних складових і визначення їх функцій відносно один одного.

Задачею аналізу є: розгляд актуальних для підприємства проблем мотивації персоналу, яка безпосередньо впливає на продуктивність праці, а також сприяння розробці заходів для поліпшення його виробничої діяльності.

Структурно-функціональний аналіз націлений на виявлення взаємозв'язку структури мотивації і виконуваних нею функцій, а також разом з різними видами аналізу переплітається з іншими видами робіт: технологічними, управлінськими, організаційними. Він дозволяє індивідуально використовувати групування мотивів для формування методів мотивації для певних категорій працівників, що в свою чергу сприяє виявленню та реалізації виробничих резервів. Також аналіз забезпечує комплексний підхід, що в свою чергу означає розгляд системи мотивації с точки зору етапів розробки інноваційного продукту: проектування, дослідження і виробництва.

В основі структурно-функціонального аналізу лежать наступні основні принципи:

- принцип системності, означає розгляд мотивації на виробництві як цілої системи з її підлеглими підсистемами, а функцій – як загальносистемних так і підсистемних;

- принцип ієрархічності, передбачає поступову деталізацію аналізованих мотивів залежно від посади і функцій робітника;
- принцип узгодження, означає відповідність поетапних цілей і завдань системи мотивації основним етапам науково-дослідних робіт, підготовки виробництва, процесу виробництва нового продукту, управління якістю;
- принцип різноманітності методів мотивації, які використовуються в процесі виробництва (матеріальне мотивування, нематеріальні методи мотивації).

Структурно-функціональний аналіз має дві складові: функціональну і структурну. Функціональна складова передбачає розгляд, взаємозв'язок і взаємозалежність між кожним мотивом або групою мотивів і функціями трудової мотивації.

Основні функції мотивації трудової діяльності – це спонукаюча, спрямовуюча і регулююча. Спонукаюча функція мотивації полягає в тому, що мотиви викликають, обумовлюють трудову діяльність і економічну поведінку працівників. Її реалізація залежить від інтенсивності мотивів. Під впливом мотивації відбувається також вибір і здійснення певної лінії, певного типу економічної поведінки. Працівники прагнуть до досягнення конкретних цілей. У цьому суть направляючої функції мотивації, пов'язаної насамперед з її стійкістю. Суть регулюючої функції полягає в тому, що економічна поведінка в залежності від особливостей мотивації носить певний характер, і визначальним є провідний мотив у загальній структурі, тобто реалізація цієї функції пов'язана насамперед з ієрархією мотивів у структурі мотиваційного механізму.

Структурна складова аналізу заснована на структуризації досліджуваного механізму мотивації. Кожен структурний елемент є самостійним предметом детального дослідження і характеризується певними параметрами. Аналіз і оцінка мотивації дуже складні. Мотивація інноваційної діяльності має багато-ступеневу нелінійну структуру. Аналіз структурності полягає в групуванні та гармонізації мотивів, які роблять безпосередній вплив на економічну поведінку працівника.

Особливість структури мотивів спеціалістів, які займаються інноваційною діяльністю, визначається складністю системи потреб, інтересів і ціннісних орієнтацій особистості працівника і відображає загальнокультурні і групові диспозиції, а також норми, які сформовані на основі індивідуального досвіду.

На нашу думку, структура мотивуючих чинників системи мотивації інноваційної діяльності відрізняється від пропонованих раніше підходів, які були основані на двох блоках. Ми пропонуємо структуру, яка складається з трьох блоків: матеріальні мотиви, ціннісні, міжособистісні відносини.

Матеріальні мотиви: розмір заробітної плати, гарантія зайнятості, умови праці.

До ціннісних мотивів ми віднесли:

- перспективи професійного росту та професійного навчання,
- можливість розвитку творчого потенціалу,
- можливість самореалізації,
- необхідність використання інтелектуальних здібностей.

Блок міжособистісних відносин має три складові:

- відносини з керівництвом,
- відносини з колегами,
- організація управління.

Таким чином, для подальшого ефективного розвитку інноваційного підприємства особливо важливого значення набуває визначення структури мотивів фахівців, які займаються інноваційною діяльністю. Це в свою чергу дозволить визначити більш дієві методи впливу на фахівців для підвищення їх продуктивності праці.

Література:

1. Андрійчук В.Г. Стратегічні пріоритетні орієнтири і парадигми забезпечення інноваційно-модернізаційного розвитку економіки України // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право, 2012. – №4(63). – С.5-13.
2. Геєць В.М. Інноваційні перспективи України / В.М.Геєць, В.П.Семиноженко. – Х.: Кокстанта, 2006. – 272с.
3. Бутенко А.І. Напрямки вдосконалення кадрової політики та підвищення ефективності управління персоналом підприємства / А.І. Бутенко, А.В.Курносова // Вісник економічної науки України. -2014. - № 3. - С. 7-11
4. Захарченко В.І. Інноваційний менеджмент, теорія і практика в умовах трансформації економіки [Текст]: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. / В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова, М.М. Меркулов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 446с.
5. Савіна Г. Г. Індивідуальні та колективні мотиви учасників інноваційної діяльності / Г. Г. Савіна, І.А. Крутій, О.В. Скоробагатько// Науковий вісник ЧДЕУ. Серія 1, Економіка: Збірник наукових праць. –Чернігів: ЧДЕУ, 2014. -№ 4. -С. 25-29
6. Савіна Г. Г. Фактори мотиваційного потенціалу персоналу підприємства / Г. Г. Савіна // Вісник Хмельницького національного університету. - 2011. - № 5 - С. 27-31

ЗНАЧЕННЯ ВИБОРУ РЕЖИМУ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Т.І. Черкасова, к.е.н., професор

Одеський національний політехнічний університет

Як пріоритетна модель економічного розвитку, економіка, що базується на знаннях, не має альтернативи у сучасному світі. Значення інноваційної діяльності для забезпечення конкурентоспроможності економіки країни, окремих її секторів та окремих корпорацій не потребує підтвердження. Але визначення рівня ефективності інноваційного процесу в цілому та окремих його етапів, визначення зовнішніх та внутрішніх факторів, що заважають досягненню планового рівня ефективності інноваційної діяльності як на макро-, мезо-, так й на мікрорівні, фрагментарність та низька ефективність інноваційної системи, низький технологічний рівень промисловості та необхідність впровадження рішень щодо його подолання потребують подальших досліджень.

Значну увагу до питань розробки та реалізації моделі інноваційного розвитку економіки України, формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку підприємств приділяли такі науковці як В. Геєць, В. Гриньова, С. Ілляшенко, П. Перерва, Л. Федулова, А. Яковлев, О. Ястремська та інші. Однак негативна динаміка та низький рівень інноваційної активності українських промислових підприємств потребують подальших досліджень недоліків системи управління розвитком промислових підприємств та розробку нових інструментів, які підвищують її ефективність.

Розуміння значення інноваційної діяльності для забезпечення розвитку промислових підприємств та їх конкурентоспроможності опосередковано підтверджується рівнем їх інноваційної активності. Так частка підприємств, які займалися інноваційною діяльністю у 2000 році була на рівні 18,0% у загальній чисельності промислових підприємств України. У останні роки динаміка цього індикатора свідчить сама за себе: 2012 р. – 17,4% (1758 підприємств), 2013 р. – 16,8% (1715 підприємств), 2014 р. – 16,1% (1609 підприємств). За цей же період частка промислових підприємств, які впроваджували інновації, у загальній кількості інноваційно активних відповідно складала: 2000 р. – 87,4%, 2013 р. – 77%, 2014 р. – 75%. Низька ефективність інноваційної діяльності підтверджується й динамікою частки

інноваційної продукції у загальному обсязі реалізованої продукції промисловості: 2001 р. – 6,8%, 2012-2013 р.р. – 3,3%, 2014 р. – 2,5%.

Висновок про низьку ефективність не означає відмову промислових підприємств від інноваційної діяльності. Сучасні соціально-економічні явища, що панують в країні, фрагментарність реалізації прийнятих інноваційних програм, відсутність необхідного фінансування підсилюють ризикованість інноваційної діяльності окремих промислових підприємств. Але орієнтація підприємств на реалізацію саме інноваційної моделі розвитку, на наш погляд, затруднена відсутністю інструментів, за допомогою яких можна створити найбільш прийнятний для окремого підприємства механізм управління інноваційним розвитком підприємства, що буде урахувати усі особливості його діяльності.

Метою роботи є визначення значення вибору та формування режимів інновацій на мікрорівні.

Концепція інноваційних режимів тісно пов'язана з концепцією технологічних режимів.

Технологічний режим характеризує середовище підприємства через оцінку складності його технологічної бази, рівень потенціалу та кумулятивного впливу його складових на конкурентну позицію підприємства. Оцінка рівня технологічності (складності технологічної бази) за методикою ОЕСР сьогодні передбачає виділення 4 рівнів виробництв: високотехнологічні, середньо технологічні (високого та низького рівня), низько технологічні. Ця градація урахує як інтенсивність витрат підприємства на дослідження та розробки, так й особливості окремих секторів економіки та наявний стан їх технологічної бази.

Подальші дослідження К. Певітта щодо технологічного розвитку окремих фірм дозволили уточнити види інноваційної поведінки з урахуванням значення джерел постачання нових технологій, які впроваджуються, та отримання нового знання, а також масштабу бізнесу. Особливе значення отримав тезис щодо оцінки спроможності споживача повністю використати переваги новітніх технологій. Розвиток концепції Ф. Кастеллацці [3] дозволив виявити типи інноваційної поведінки фірм з метою конструювання технологічних режимів.

У основу виділення інноваційних режимів (як модифікації концепції технологічних режимів) покладено два індикатора: рівень новизни (новизна продуктів для ринку, а не для фірми) та наявність процесу генерації знань (виконання досліджень власними силами корпорації)[4]. За таким підходом визначені наступні типи інноваційних режимів: інноватори на міжнародному ринку, інноватори на локальному (національному) ринку, імітатори та технологічні запозичення.

У розвитку концепції режиму інновацій, застосовуючи її до окремих підприємств, різні автори пропонують різноманітні індикатори для ідентифікації окремих режимів [5]. Аналіз різних пропозицій дозволяє прийти до висновку, що сьогодні немає загальноприйнятого визначення та єдиного підходу до оцінки режиму інновацій.

Слід відмітити, що всі дослідники одноставно підкреслюють важливість для визначення режиму інновацій таких елементів як технологічний режим підприємства, обмін знаннями між економічними секторами та галузями, відповідність наявної структури виробництва новим вимогам сфері розробки інновацій, обґрунтування вибору напрямку розробок, координація та керівництво під час розробки технологічних інновацій та інше. Слід зазначити, що ці характеристики дозволяють визначити інноваційний простір, у якому діє підприємство, але потребують подальшого уточнення.

Інноваційно-орієнтоване підприємство на різних етапах свого розвитку вирішує задачі, які стоять перед ним, реалізуючі, як правило, заздалегідь прийняті стратегічні рішення. Рівень обґрунтування цих рішень пов'язаний з розробкою інноваційної політики підприємства, формуванням його інноваційного потенціалу, формуванням бази знань підприємства та інституціональним забезпеченням впровадження стратегічних змін. Саме оцінка наявного стану інноваційного потенціалу промислового підприємства та оцінка його

рівня, на який підприємство планує вийти, визначають стратегічне завдання, що забезпечить можливість розвитку підприємства.

На наш погляд, задача полягає не стільки у визначенні режиму інновацій, який відповідає наявному стану виробництва та бізнесу, скільки у визначенні строків та послідовності етапів переходу до прогнозного рівня, а також змін, що потребує система управління інноваційним розвитком підприємства з метою підвищення її гнучкості та забезпечення ефективності реалізації стратегічних рішень.

Таким чином, деталізація умов, які дозволять визначати бажану послідовність змін режиму інновацій, цілеспрямоване їх формування, місце підприємства у інноваційному регіональному кластері та моніторинг змін зовнішнього середовища сприятимуть підвищенню якості управління розвитком інноваційно-орієнтованого підприємства.

Література:

1. Інноваційна діяльність промислових підприємств України у 2014 році. Експрес-випуск. // www.ukrstat.gov.ua
2. Інноваційна діяльність промислових підприємств України у 2013 році. Експрес-випуск. // www.ukrstat.gov.ua
3. Castellacci F. Technological regimes and sectoral differences in productivity growth // *Industrial and Corporate Change*, 2007, № 16(6), P. 1105.
4. OECD Science, Technology and Industry Outlook // Paris, 2008.
5. Кузнецова Ю.А. Понятие и классификация определенных «режим инноваций» / Ю.А. Кузнецова // *Проблемы современной экономики*, 2014, № 4 (52), с. 25-28.

БАЙЕСОВСКИЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ ПОЛІПШЕННЯ ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ТОВАРІВ

***М.В. Шарко, д.е.н., професор
К.Г. Васильченко***

Херсонський національний технічний університет

Поява нових завдань управління якістю і забезпечення прибутку підприємств з великим обсягом вхідних даних, коли заздалегідь не відомо, які з них є суттєвими, викликає потребу розробки нових методів і підходів до прийняття управлінських рішень. З цих позицій побудова системи поліпшення якісних характеристик товарів шляхом розробки функціональних стратегій інноваційного розвитку виробництва актуально і необхідно.

Аналіз публікацій проблеми розробки організаційно-економічних засад управління інноваційною діяльністю підприємств [1-3] показав, що спостережувані події рідко можуть бути описані як прямі наслідки строго де термінованих причин, тому широко застосовується ймовірнісний опис явищ, що аналізуються.

До невіршених частин загальної проблеми управління розвитком підприємств відноситься практична реалізація побудови мережі Байєса для забезпечення прибутку підприємств шляхом покращення якісних характеристик товарів.

Розроблено динамічну модель процесу прийняття управлінських рішень щодо інноваційного розвитку підприємств на основі мережі Байєса, яка характеризується високим рівнем адаптованості до умов функціонування підприємств та дозволяє підвищити прибуток. Визначено, що для моделювання ситуацій по інноваційному розвитку підприємств, що містять невизначеності, слід використовувати Байєсовські мережі та їх гібридні модифікації, в яких випадкові події з'єднані причинно-наслідковими зв'язками. В Байєсовській мережі вершини представляють собою випадкові змінні, а дуги – ймовірнісні залежності, які визначаються через таблиці умовних ймовірностей. Використання мережі Байєса дозволяє у

зручній формі відобразити зв'язки між окремими змінними. При цьому формується сфера знань, в якій здійснюється логічна інтерпретація і модифікації структури відносин між змінними з урахуванням апріорного досвіду експертів у відповідній предметній галузі розвитку функціонування підприємств в умовах невизначеності.

Вибір факторів, які включаються в інноваційну модель управління функціонуванням підприємств здійснюється на основі апріорних існуючих причинно-наслідкових зв'язків і певних характеристик. При всьому різноманітті факторів, що впливають на вихідну змінну отримання прибутку за рахунок впровадження інновацій для вибору основних показників якості продукції слід застосовувати метод головних компонентів, що полягає в об'єднанні родинних ознак і виділення з них таких, вагомих внесок яких, у прийнятті рішень, найбільший. Складена на основі вище викладених міркувань мережа Байесау якості вхідних складових включає:

- виробничі витрати;
- об'єми реалізації;
- ціну одиниці продукції;
- якість продукції;
- екологічну чистоту;
- задоволення потреб споживачів;
- сучасні технології виробництва;
- споживчу цінність продукції.

Споживча цінність продукту, що випускається має своєю кінцевою метою збереження вітамінів і мікроелементів, пов'язаних з національними традиціями споживання, способами зберігання і реалізації. Її включення в систему управління якістю продукції, що випускається підприємствами на основі побудови мережі Байеса в якості однієї із структуроутворюючих блоків доцільно і необхідно. Вона безпосередньо пов'язана з обсягами реалізації продукту і безпосередньо зв'язана з цільовим вузлом отримання прибутку.

Слід відмітити, що забезпечення високих значень характеристик продукції можливе лише завдяки екологічній чистоті сировини, відсутності забруднень у ґрунті, воді, що використовується для зрошення технічних цілей, виключенню хімічних добрив із засобів прискорення дозрівання сільськогосподарської продукції. Екологічний параметр чистоти і якості продукції завжди залишався і буде залишатися одним із головних при забезпеченні безпеки споживання продукції.

Основним чинником, який впливає на іміджі в кінцевому рахунку на прибуток підприємств є задоволення потреб споживачів. Цій характеристиці, крім вказаних структуроутворюючих блоків в мережі управління якістю продукції, що випускається і їх взаємодії, як між собою, так і побічної її прояви відповідає рекламна видавничо-змістова діяльність: кольорові етикетки, які містять рецептуру, інформацію про склад продукту, його цінність, дані про підприємство, яке виробляє продукт, спосіб застосування.

До шляхів і засобів ефективного розвитку виробництва в представленій мережі управління якістю і прибутку підприємства слід віднести використання сучасних технологій, різні технологічні вдосконалення, правильне визначення пріоритетів розвитку підприємства, виділення вузьких місць в технологічних процесах, так як у кінцевому рахунку якість, безпека споживання, терміну зберігання і реалізації та імідж підприємства визначаються технологіями виробництва. Це підкреслює необхідність їх включення в структуру мережі.

Створивши базу даних і посылаючи в неї запити, можна отримати можливість отримання ряд у числових значень, в справжній період і далі спрогнозувати їх величини в майбутній період. Технологія роботи з базою даних для створення мережі передбачає можливість прогнозів, що визначають величини побудови рівнянь, які пов'язують найбільш значущі параметри мережі для забезпечення максимального прибутку.

Якщо в реальному світі оцінка подій відбувається в напрямку від ефекту причини до слідства, то в мережах Байеса навпаки, цей процес реалізується в початковій своїй стадії і

відбувається від слідства до ефекту. На практиці використання мережі Байєса при її побудові рекомендується починати з кінцевих змінних, послідовно переходячи до наслідків. При цьому умовні ймовірності максимально редукуються в мережі Байєса і являють собою взаємодію вершин, згідно з якими причини впливають на слідство.

У представленій моделі знання експертів в предметній області представлені формалізмом ймовірнісної мережі. Після побудови початкової структури мережі та її перевірки, вона піддається дослідженню з метою подальшого поліпшення економічних характеристик інноваційного процесу. Модель відрізняється простотою використання і забезпечує прозорість і коректність прийняття рішень на різних стадіях інноваційного процесу при довільній кількості факторів, що впливають на ключову змінну.

Перспективою розвитку приведеної моделі є її використання у різних галузях промисловості як засоби адаптації до динамічного балансування ринку та підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю підприємства.

Література:

1. Васильченко К.Г. Використання теорії Байєса при управлінні інноваційним розвитком харчових підприємств / К.Г. Васильченко // *Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій: Матеріали міжнародної науково-технічної конференції, 19-20 травня 2015 р. – Тернопіль – 2015. – С.199-200.*
2. Шарко М.В. *Формирование инновационного потенциала предприятий: монография.* – Херсон.: ФЛП Гринь Д.С. 2014 – 288 с.
3. Шарко М.В. Байесовский подход к решению задач кластеризации промышленных предприятий при внедрении инноваций / М.В. Шарко, Н.А. Адвокатова // *Проблемы науки.* – 2012.- № 11. -С. 14-20.

Секція 3.
Актуальні проблеми розвитку ринку капіталу

Науковий модератор:
к.е.н., доц. Свірідова С.С.

ЗАЛУЧЕННЯ АКЦІОНЕРНОГО КАПІТАЛУ НА РИНКУ

*М.О. Акулюшина, к.е.н.
Є.О.Кобальчинська*

Одеський національний політехнічний університет

Навіть у сприятливих періодах залучення капіталу було непростим завданням. Глобальна фінансова невизначеність останнього часу ще більш його ускладнила й зробила його результат невизначеним. Публічні інвестори робляться все більш обережними й несприйнятливими до ризику, загальні настрої ринку капіталу схильні до істотних коливань, і реальні можливості з залучення акціонерного капіталу важко реалізувати. У новому кліматі фінансової дисципліни, що посилилася, для багатьох компаній – особливо з країн, що розвиваються – публічні ринки капіталу зробилися проблемними й несприйнятливими.

Сьогодні, в умовах ринкової економіки, функціонують підприємства, організації різних організаційно-правових форм, що належать до державної, колективної або приватної власності. Найчастіше в Україні можна зустріти таку форму господарських підприємств, передбачених цивільним законодавством, як акціонерне товариство.

Вони виробляють майже 75 % валового внутрішнього продукту країни. Саме в акціонерних товариствах зосереджено понад 60 % промислово-виробничого потенціалу України. Як показує світовий досвід, саме акціонерний капітал виконує основні функції щодо акумуляції ресурсів. В той же час розвиток акціонерного сектора економіки дозволяє акціонерним товариствам ширше використовувати можливості фондового ринку щодо залучення фінансових ресурсів.

Протягом 2011-2012 років тривав процес реорганізації відкритих і закритих акціонерних товариств (ВАТ і ЗАТ) у публічні та приватні (ПАТ і ПрАТ), що пов'язано з виконанням вимог Закону України «Про акціонерні товариства».

Відповідні перетворення вимагали напруженої роботи акціонерних товариств у цьому напрямку (табл.1). [1]

Таблиця 1 – Кількість акціонерних товариств України у 2013 - 2015 роках

Період	ПАТ	ПрАТ	Усього
Станом на 01.01.2013	830	1183	8090
Станом на 01.01.2014	2 161	2 911	8028
Станом на 01.01.2015	3 314	4 294	7952

З таблиці бачимо, що кількість акціонерних товариств в країні неухильно зменшується. Те саме спостерігається і в Одеській області. Кількість акціонерних товариств м. Одеси та Одеської області у 2013 році зменшилась у порівнянні з 2012 роком на 5 % (2012 р. - 834 акціонерних товариств). Зазначена тенденція пояснюється поступовою реорганізацією акціонерних товариств в інші організаційно - правові форми. Таким чином, станом на 01.01.2014 р. фондовий ринок Одеського регіону представляють 791 акціонерне товариство, з яких 220 відкритих акціонерних товариств, 167 закритих акціонерних товариств, 178 – публічних акціонерних товариств, 226 – приватних акціонерних товариств.[2]

Фінансові результати діяльності акціонерних підприємств теж погіршуються. Збиткову діяльність більшості акціонерних товариств пояснюють їх низькою інвестиційною привабливістю та небажанням інвесторів вкладати свої кошти у розвиток таких підприємств через існування ризиків на ринку.

В умовах жорсткої конкуренції зростання підприємств неможливе без вдосконалення технологій, підвищення ефективності управління. Це потребує додаткового фінансування акціонерних підприємств. А кількість коштів, яку необхідно виділити на ці інвестиційні проекти, як правило, недостатня. Одним із засобів залучення зовнішніх інвестицій є первинне публічне розміщення акцій (IPO) (Initial public offering). IPO вважається сьогодні

одним із найважливіших механізмів на ринку капіталу. Через IPO фінансується приблизно 15% усіх інвестицій в основний капітал на розвинутих ринках, а європейських - показники досягають 10% [3]. Ринок IPO як особливий сегмент фондового ринку являє собою «сукупність фінансових, організаційних та юридичних інституцій, які сприяють емітентам розмістити цінні папери широкому колу потенційних інвесторів» [4].

Потенціал цієї форми залучення капіталу є досить значним. За оцінками експертів, за один рік за рахунок IPO вітчизняні підприємства зможуть залучити від \$ 0,5 млрд до 2,5 млрд.

І. Й. Яремко відзначає, що власний включає: інвестований капітал, тобто капітал, вкладений власниками у підприємство; та накопичений капітал, тобто капітал, створений на підприємстві поверх того, що спочатку авансовано власниками [5].

До інвестованого капіталу входить номінальна вартість простих і привілейованих акцій, а також додатково оплачений (понад номінальну вартість акцій) капітал, куди звичайно відносять й безоплатно отримані цінності. Перша складова інвестованого капіталу – статутний капітал у балансі підприємства. Друга – додатковий капітал (у частині отриманого емісійного доходу), третя – додатковий капітал (у частині безоплатно отриманого майна) чи фонд соціальної сфери.

Україна має достатній економічний потенціал для розбудови національного фондового ринку. Ринок цінних паперів повинен функціонувати як регульований елемент цілісної фінансової системи, синхронізований з банківським сектором і системою державних фінансів. Саме тому хаотичний, спорадичний його поступ не є можливим, і з метою впорядкування цього процесу і була підготовлена чітка стратегія, що й визначить основоположні напрями його подальшого реформування та суттєвої модернізації на усіх рівнях – правовому, інституційному і технологічному.

Найважливішим завданням, описаним в документі, для комісії є стимулювання притоку інвестицій в економіку України через інтеграцію фондового ринку в світові ринки капіталу та імплементацію найкращих європейських стандартів та практик, а також принципів, рекомендованих IOSCO (International Organization of Stockmarket Commissions, Міжнародною організацією регуляторів ринків цінних паперів). Саме тому документ носить назву, що максимально розкриває прагнення України до такої інтеграції, - «Європейський вибір: нові можливості для прогресу та зростання».

Проблеми залучення інвестицій для формування капіталу акціонерних товариств у сучасних умовах господарювання головним чином пов'язані з неправильною та нерациональною політикою управління фінансовими ресурсами, розділенням інтересів власників та фінансових менеджерів в акціонерному товаристві, відсутністю систематичної системи планування та прогнозування, значним рівнем витрат і фінансовими ризиками, що виникають у процесі організації господарської діяльності.

Отже, можна зазначити, що одним із пріоритетних завдань Фондового ринку залишається збільшення обсягів залучення грошових ресурсів, які спрямовуються в реальний сектор економіки, зокрема: 1) залучення через фондовий ринок інвестицій в реальний сектор економіки; 2) підвищення ролі внутрішніх інвесторів; 3) створення нормальних умов для реалізації національних інвестиційних можливостей і сприяння залученню зовнішніх інвестицій.

Література:

1. Закон України про акціонерні товариства (ст.2) м.Київ, 17.09.2008 р. п 514-vi
2. Офіційний сайт державної служби статистики України: [електронний ресурс]. – режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Грабовська Є. В. Досвід виходу українських компаній на ринок IPO/ Є. В. Грабовська// Магістеріум. Випуск 56. Економічні студії. – 2004. – С. 51-55.
4. Дибя О. Тенденції та еволюція IPO в умовах глобалізації/ О. Дибя// Ринок цінних паперів України. – 2013. – №3-4. – С. 87-92.
5. Яремко І. Й. Управління капіталом підприємства: економічний і фінансовий інструментарій : [монографія] / І. Й. Яремко. – Львів : Каменярь, 2006. – 176 с

РИНОК КАПІТАЛІВ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Н.О. Безнощенко

К.В. Юшко

Одеський національний політехнічний університет

Ринок капіталу є важливими для економічного розвитку кожної країни. Він забезпечує довгостроковим капіталом приватний та державний сектори економіки. Зокрема, ринок капіталу виконує важливі економічні та соціальні функції.

Ця тема є важливою як з економічної, так і з соціальної точок зору. Незважаючи на те, що вже наявні всі економічні передумови для існування активного ринку капіталу в Україні, ринок залишається досить нерозвиненим. Коріння проблем, що стримують розвиток ринку капіталу, криються в обох його сторонах – пропозиції капіталу та попиту на нього. Ось чому єдиний спосіб поживити розвиток ринку – це розвивати одночасно попит на капітал, та його пропозицію.

Дослідженню основних аспектів складної і багатогранної проблеми ринку капіталу присвячені праці українських вчених Ю. М. Воробйова, А. Ф. Гойко, В. Т. Ланового; західних економістів Г. Асхауера, Ф. Мишкіна, Дж. Сінкі, Тімоті У. Коха; російських вчених О. А. Бондаренко, Е. Ф. Жукова, В. М. Усоскіна.

Під ринком капіталу ми розуміємо сектор грошового ринку, на якому продаються і купуються грошові кошти на тривалий (більше одного року) термін для збільшення маси основного та обігового капіталів за посередництвом банків, страхових компаній, інвестиційних і пенсійних фондів, фондів взаємного кредитування [1,с.31].

В Україні вже створено більшість економічних передумов для існування активного ринку капіталу. З одного боку, промисловість країни швидко зростає, потребує і потребуватиме більше капіталу. Наприклад, підприємства комунального господарства потребують близько 32 млрд. грн. інвестицій згідно з розрахунками уряду. З іншого боку, велике населення країни, близько 47 млн., потенційно може накопичити достатню кількість збережень для того, щоб забезпечити необхідну пропозицію капіталу. Таким чином, незважаючи на хороші економічні передумови для розвитку ринку капіталу, його розвиток обмежується проблемами зі сторони як попиту на капітал, так і його пропозиції.

Функціонування ринку потребує адекватної інфраструктури, яка розвивається й удосконалюється з урахуванням економічних потреб. Цілісна інфраструктура включає: ринок товарів і послуг (товарні біржі, підприємства оптової і роздрібною торгівлі, аукціони, ярмарки, посередницькі фірми); ринок грошей, цінних паперів, інвестицій (банки, страхові компанії, фондові біржі); ринок праці (біржі праці); ринок інформації (інформаційні центри, аудиторські й консультативні фірми тощо).

Для країн з перехідною економікою, до яких належить і Україна, при прийнятті рішення щодо присвоєння того чи іншого суверенного кредитного рейтингу використовується інформація, що подається на запит кредитних експертів для вивчення інвестиційної привабливості України та узагальнена такими критеріями: внутрішній сектор економіки; зовнішня торгівля та платіжний баланс; валютно-грошова система; фінансування державного сектора; державний борг; соціальне забезпечення та пенсії. Підвищення кредитного рейтингу веде до зростання ступеня довіри до вітчизняних державних паперів, а це, у свою чергу, зумовлюватиме збільшення інвестицій в національну економіку, стабілізацію фінансової системи.

Незважаючи на швидке зростання кількісних показників, із організаційно-інституційної точки зору вітчизняний фондовий ринок характеризується певною недорозвиненістю - недостатньо на ринку представлені інвестиційні посередники, венчурні, інвестиційні та пенсійні фонди, а також слабким, порівняно із зарубіжними країнами, розвитком страхових компаній

Відтак в Україні поступово сформувалася суперечність між інтересами банків щодо зміцнення їх позицій на ринку і загальноекономічними інтересами держави щодо розвитку ефективного ринку капіталу на основі дії механізму ефективної конкуренції. Зазначена проблема поглиблювалася несумісністю моделей розвитку окремих секторів фінансового ринку. Банківська система розвивалася за європейською (німецькою або континентальною), а фондовий ринок – за американською моделлю [2, с. 9].

Потенційний конфлікт інтересів фінансових посередників посилював інформаційну невизначеність на ринку капіталу та створював негативне коло, коли високий рівень концентрації капіталу банків у поєднанні з універсалізацією їхньої діяльності забезпечували умови для наростання монополістичних тенденцій на вітчизняному ринку капіталу. [3, с.6]

Головним завданням валютно-фінансової політики в Україні має стати здійснення масштабної і комплексної лібералізації внутрішнього фінансового середовища, спрямованої на посилення ринкових засад курсоутворення і підвищення прозорості валютного ринку, розробку чітких механізмів і правил втручання НБУ у його функціонування, підтримку розвитку інструментів страхування від валютних ризиків та інфраструктури строкового ринку.

Виправлення зазначених вад ринку капіталу в Україні потребує як поліпшення загальноекономічних умов (структурної перебудови економіки, вдосконалення законодавчо-нормативної бази, поліпшення процесу розкриття інформації на основі загальносвітових стандартів), так і активізації участі держави у створенні передумов для ефективного спрацювання ринкових механізмів, у підтримці або безпосередньому створенні інститутів ринку за принципами та стандартами, прийнятими в ЄС.

Література:

1. Алексеєнко Л. Теоретичні дослідження та еволюція сутності ринку фінансового капіталу // Економіка. Фінанси. Право. – 2003. – № 11. – С. 3-6.
2. Дорошенко І. Теоретико-методологічні основи концепції розвитку фінансових ринків в умовах глобальної кризи // Банківська справа. – 2009. – № 3. – С. 20-31.
3. Гриневич О. Україна на міжнародних ринках капіталу: показники, що насторожують // Злагода. – 2002. – № 2. – С. 6.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОВДП В УКРАЇНІ

Н.О. Бухаріна

Одеський національний політехнічний університет

Обґрунтування актуальності проблеми. Важливою передумовою для дієвого руху капіталу в Україні є створення фінансової системи, що здатна забезпечувати сталий економічний розвиток за рахунок ефективного перерозподілу фінансових ресурсів в економіці на основі розбудови повноцінного ринкового конкурентоспроможного середовища згідно зі стандартами ЄС. На сьогодні, провідну роль серед інструментів перерозподілу фінансових ресурсів на вітчизняному фондовому ринку відіграють облігації внутрішньої державної позики (далі – ОВДП), тому актуальним є подальший аналіз та вивчення даного питання.

Метою роботи є аналіз сучасного стану, визначення привабливості застосування та перспектив розвитку ринку ОВДП.

Питанню дослідження розвитку ринку ОВДП присвячували свої праці наступні українські науковці: Т. Вахненко, В. Козюк, С. Омельчук, О. Охріменко, Р. Рак, В. Федосов, О. Шаповалов, О. Біла, В. Дудченко та інші.

Виклад основного матеріалу. Облігації внутрішньої державної позики є структурними елементами державного боргу, що здійснюють значний вплив на функціонування та розвиток економіки держави. Головна роль ОВДП полягає у тому, що даний вид облігацій є важливим джерелом покриття дефіциту державного бюджету України. Випуск ОВДП не сприяє розвитку інфляції в Україні, бо є неінфляційним методом залучення коштів. Проте ОВДП випускають не лише для того, щоб покрити дефіцит бюджету, а й для того, щоб погасити раніше взяті боргові зобов'язання країни. [1]

За останні роки структура ринку державних боргових інструментів радикально змінилася. Зокрема, в 2011-2012 рр. частка біржового сегменту в загальному обсязі угод з ОВДП дорівнювала 15%, в 2013 р. зросла до 48%, а за підсумками 2014 р. сягнула 85%. [3] Основними вкладниками коштів виступали найбільші інституційні інвестори в особі банків.

За даними НКЦПФР за 2014 р. в структурі біржових торгів у розрізі інструментів найбільшу питому вагу склали облігації – 93%. З них 87% припадає на ОВДП. У порівнянні з 2013 р. обсяг біржових торгів держоблігаціями у 2014 р. зріс на 60 % і досяг 553 млрд. грн.

Згідно з інформацією НБУ, у 2014 р. спостерігалось збільшення кількості біржових договорів купівлі-продажу ОВДП, яка склала 10,75 тис. В свою чергу, на позабіржовому ринку з державними облігаціями було укладено 1,39 тис. угод. [3]

У січні-червні 2015 р. обсяг контрактів з ОВДП склав 172 млрд. грн. проти 186 млрд. грн. в аналогічному періоді 2014 р., що свідчить про динаміку зниження активності на ринку державних облігацій, частка операцій з якими за підсумками I півріччя 2015 р. складала близько 91 %.

Враховуючи перевиконання планових показників бюджету за рахунок інфляції обсяги емісії ОВДП, які наразі є переважно інструментом покриття бюджетного дефіциту, в I півріччі 2015 р. дещо скоротились. Разом з тим, на думку НРА «Рюрік», профіцит є тимчасовим. [4]

За підсумками 2014 р. та I півріччя 2015 р. лідерами серед організаторів торгів державними облігаціями виступали ФБ Перспектива (87% і 88 % усіх торгів відповідно) та ФБ ПФТС (13% і 12% усіх торгів відповідно); лідерами за обсягом угод з ОВДП на біржовому та позабіржовому ринках – Ощадбанк, ІСУ, Укргазбанк (25,10% і 23,54%; 18,50% і 21,98%; 10,43% і 10,29% відповідно).

Перспективи розвитку. З метою сприяння розвитку ринку цінних паперів Національним банком України затверджено Постановою Правління від 18.06.2015 року № 391 Комплексну програму розвитку фінансового сектору України до 2020 року. Відповідно до даного документу планується провести наступні заходи стимулювання розвитку інструментів та інфраструктури фінансового сектору, що стосуються ОВДП:

- Сприяти встановленню рівних можливостей доступу до торгів з ОВДП для всіх учасників біржових торгів;
- Стимулювати операції банків на ринку облігацій внутрішньої державної позики, у тому числі за рахунок розвитку механізмів надання ліквідності НБУ під заставу ОВДП;
- Удосконалити умови випуску ОВДП, упровадивши практику цільових випусків, у тому числі на фінансування довгострокових інфраструктурних та інвестиційних проектів. [5]

Висновки. Отже, в останні роки, з точки зору залучення довгострокових інвестицій в економіку, спостерігається тенденція зростання зацікавленості серед інвесторів до такого інструменту, як державні облігації, що є привабливим завдяки широкому діапазону строків погашення, більших можливостей щодо вторинного обігу та порівняно високу ліквідність. За результатами 2014 року ринок державних цінних паперів вперше став майже повністю біржовим, а лідери торгівлі на ринку ОВДП автоматично стали лідерами біржового ринку цінних паперів України в цілому. Беручи до уваги наявні проблеми та перспективи розвитку ринку облігацій, незважаючи на деяке зниження активності в першому півріччі 2015 року та поточною невідповідністю дохідності ОВДП при первинному розміщенні ринковим

параметрам ринку, головною рушійною силою фондового ринку залишається державний борговий сегмент.

Література:

- 1 Шелест О.Л. Розвиток вітчизняного ринку облігацій внутрішньої державної позики в посткризовий період [Текст]:/О.Л. Шелест// Збірник наукових праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди «Економіка» . – 2013. – №13. – С.121-128
- 2 Статистичні дані Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua>
- 3 Ренкінги торговців ОВДП за 2014 рік / Газета Цінні папери України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.securities.org.ua/securities_paper/review.php?id=853-854&pub=7083
- 4 Аналітичний огляд ринку облігацій України за I півріччя 2015 року/ Офіційний сайт національного рейтингового агентства Рюрік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rurik.com.ua/documents/research/bonds_2_kv_2015.pdf
- 5 Комплексна програма розвитку фінансового сектору України до 2020 року / Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=18563297>
- 6 Статистичні дані інформаційного агентства Cbonds [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua.cbonds.info>

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

О.М. Ковальова, к.е.н.

Одеський національний економічний університет

Сучасний етап розвитку національної економіки вимагає вирішення органами державної та місцевої влади ряду нагальних проблем, які є завадою для модернізації та конкурентоспроможного розвитку господарства країни та у підсумку впливають на зростання незадоволеності населення вирішенням актуальних соціально-економічних питань. В основі функціонування будь-якої ефективної економічної системи знаходиться розгалужена та ефективно діюча мережа інфраструктурних підприємств, від злагодженості функціонування якої залежить зростання ключових макроекономічних показників, котрі є відображенням стану національної економіки. До актуальних питань в сфері інфраструктурних галузей господарства України, які потребують детального розгляду, слід віднести неефективний менеджмент на державних підприємствах, обмеженість фінансових можливостей бюджетів різних рівнів, використання переважно бюджетних коштів для здійснення будівництва або реконструкції великих інфраструктурних об'єктів.

Наукові роботи вітчизняних авторів О. Амоши, І.Савчук, М. Чумаченко дозволяють виокремити існуючі проблеми в сфері інфраструктурних підприємств та розглядають специфіку взаємодії державного та приватного секторів в рамках інвестицій у дані об'єкти. Разом із тим систематизації потребують заходи з відновлення інфраструктурних об'єктів, стимулюючих підвищення частки їх фінансування за рахунок приватних інвестицій та відповідно зменшення їх сукупного зносу. Метою роботи є визначення проблемних питань розвитку інфраструктурних об'єктів та шляхів їх розв'язання.

Однією з перешкод становлення розгалуженої та інноваційної системи інфраструктурних підприємств є, у першу чергу, неефективний менеджмент на державних підприємствах.

Міністерство економічного розвитку дає наступну оцінку якості та дієвості управління підприємствами, що знаходяться в державній власності: 62,5 % – неефективне

управління, що позначається на збиткових показниках діяльності суб'єктів господарювання, 20,7 % – задовільний рівень менеджменту, 6,2 % – ефективне управління, прибутковість та висока якість товарів та послуг [1]. Яскравим прикладом неефективного управління великими об'єктами інфраструктури, що знаходяться у державній і комунальній власності, є аеропорти, які характеризуються збитковим фінансовим станом. Так, незначна увага приділяється неавіаційній складовій доходності аеропортів, що виражається у відсутності розгалуженої мережі торгових площ, обмеженим обсягом супутніх послуг, що надаються. Слід відзначити, що саме неавіаційна компонента діяльності створює до 50-60 % доходу найбільш крупних світових аеропортів та в цілому впливає на середню річну доходність у розмірі 40 %.

Суттєвою перепоною для переоснащення об'єктів інфраструктури є обмеженість фінансових можливостей бюджетів різних рівнів. Недостатній об'єм фінансових ресурсів у державному та місцевих бюджетах перешкоджає реконструкції і будівництву інфраструктурних об'єктів. Дефіцитне фінансування призвело до суттєвого морального і фізичного зносу стратегічно важливих об'єктів. Ступень зносу основних засобів в цілому за видами економічної діяльності неухильно зростає та на сучасний момент складає 77,3 % за даними Державної служби статистики.

У відповідності до приведених даних ступінь зносу об'єктів транспортної інфраструктури та зв'язку складає 96,7 % та є найбільшим у порівнянні з основними фондами інших галузей національної економіки. У сфері залізничного транспорту за дослідженням [2, с. 38] підлягають списанню у зв'язку з моральним та фізичним зносом більш 80 % пасажирських вагонів та 90 % вантажних вагонів та тепловозів. З причин відсутності бюджетних коштів оновлення рухомого складу є неможливим, що в свою чергу є причиною недостатньо повного використання потенційних можливостей комерційних перевезень.

Окремої уваги заслуговує розгляд необхідності розвитку авіаційних перевезень з огляду на їх надвисокий потенціал. Звертаючись до обсягу перевезень, які прогнозовані Національним інститутом стратегічних досліджень при Президентові України [3], у 2023 році обсяг пасажирських перевезень збільшиться у 4,8 разів у порівнянні з 2012 роком. Слід підкреслити, що потенціал авіаційних перевезень є значним, але задля його реалізації у належний стан мають бути приведені об'єкти інфраструктури авіаційної галузі шляхом модернізації. Одна з найголовніших проблем, виділених у Концепції Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2023 року [4] визначається як "здійснення лише поточного ремонту та утримання в робочому стані технічних засобів і обладнання у більшості аеропортів, що призводить до критичного стану основних фондів та інфраструктури авіаційних підприємств та негативно впливає на безпеку авіації в цілому".

Таким чином, пошук джерел фінансування для вирішення проблем функціонування транспортної інфраструктури є задачею, від розв'язання якої залежить життєздатність галузі економіки, що впливає на загальний стан економічної безпеки держави. Одним із способів вирішення визначеної проблеми є застосування державно-приватного партнерства (ДПП) з метою залучення коштів приватних інвесторів для здійснення необхідних заходів з реконструкції, модернізації та будівництва інфраструктури аеропортів та аеродромних об'єктів. На наш погляд, залучення фінансових ресурсів венчурних інститутів спільного інвестування набуває особливої актуальності з огляду на можливість отримання доходності на рівні 20-40 % річних.

За думкою М. Чумаченко та О. Амоши першочергових фінансових впливань з боку приватних інвесторів потребують "галузі промисловості, де виробляється продукція, що користується сталим попитом на внутрішньому ринку України та в ряді країн СНД, а оборот капіталу відбувається досить швидко, що забезпечує високу рентабельність виробництва і швидку окупність вкладень" [5]. З огляду на це підприємства сфери електроенергетики, нафтопереробні виробництва, діяльність з видобутку і переробки вугільних, біологічних та інших видів ресурсів, що на сучасний момент знаходяться у державній власності, можуть

бути передані приватному партнеру на засадах ДПП з метою технологічного переоснащення та налагодження ефективної системи менеджменту.

Здійснений аналіз стану розвитку деяких інфраструктурних сфер економіки дозволяє аргументувати доцільність і необхідність розвитку механізмів ДПП в Україні, в тому числі з використанням фінансових ресурсів інститутів спільного інвестування, що є напрямком подальшого розвитку дослідження.

Література:

1. Постанова КМУ «Про затвердження Державної програми активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки» : за станом на 27.02.2013р. № 187 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/187-2013-п>.
2. Савчук І. Вплив експортної орієнтації залізничного транспорту України на його розвиток за роки незалежності / І. Савчук // Економіка України. – 2012. – №7. – С.36-44.
3. Аналітична записка « Щодо удосконалення механізмів державного регулювання ринку авіаційних перевезень в умовах інтеграції України до ЄС»[Електронний ресурс]. - Режим доступу: : <http://niss.gov.ua/articles/1496>.
4. Постанова КМУ «Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2023 року» : за станом на 30.10.2013р. № 944 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/944-2013-п>.
5. Чумаченко М.Г. Проблеми інвестування реструктуризації промисловості України : [Електронний ресурс] / М.Г. Чумаченко, О.І. Амоша // Регіональна економіка – 1999. – №2. – С. 7-14.

DER WERT DES KAPITALS IM GEMEINSAMEN INVESTMENT

M. Oks, A.Oks

Hochschule Augsburg, Deutschland

Die Entwicklung der internationalen Wirtschaftsbeziehungen mit Hilfe der internationalen Organisation von derProduktionszusammenarbeit, unter anderem durch dieGemeinschaftsunternehmen, ist in den letzten zehn Jahren mehr und mehr üblich. Einer von den Umständen, die dazu antreiben, ist die Unmöglichkeit alle Probleme mit der Teilnahme des Landes an internationalen Wirtschaftsbeziehungen durch die Entwicklung von IA (Internationale Arbeitsteilung) zu lösen.

Im Vergleich zu der internationalen Arbeitsteilung ist das gemeinsame Investment eine komplizierte Form der internationalen wirtschaftlichen Zusammenarbeit, die engere Beziehungen der Geschäftspartner in der ganzen Welt vorlässt. Die Mitglieder der gemeinsamen Investment verteilen zusammen Gewinne, erleben Verluste und Risiken, führen gemeinsam alle Betriebs- und Produktionszyklen, schnell reagieren auf politische Situation, die sich in den Aufenthaltsstaaten ändert.

Das Gemeinschaftsunternehmendient zur Befriedigung der Marktbedürfnissen, Beteiligung an der Wirtschaft fortgeschrittener ausländischer Technologien und Management-Erfahrung, Reduktion des unrationellen Importes, schnelle Entwicklung der angelegten und perspektiven Aufstellungen, Entwicklung von dem Exportpotenzial.

Die Maßgabedes Problems dergemeinsamen Unternehmenschaft istinden Arbeitenvon ausländischen Wissenschaftlern wie P. Berg, J. Garner, B. Newman, J. Stopford, V. Terpsa, P. Friedman, K.Feyya, D.Hennart, E. Shangqiu, R. Jang und andere charakterisiert.

Wirtschaftliche Literatur bietet für die Klassifizierung von Gemeinschaftsunternehmen traditional solche Funktionen wie: der Anteil der Mitglieder in der Grundkapital, Art des Gewerbes,

Partnerstruktur, Form der Beteiligung, Einfluss der Partnern, Verwaltung des Gemeinschaftsunternehmens und Zahl der Teilnehmern.

Das Gemeinschaftsunternehmen ist eine Vereinigung von Investitionen (in der Regel in der Form einer juristischen Person), die zur zwei oder mehr Personen (natürliche oder juristische) gehören, eine von dem ist eine nicht-nativ oder fremd und ist im Standort von aufnehmenden Land hergestellt.[1]

Für das Gemeinschaftsunternehmen sind typisch fortschrittliche Technologie, hohe Produktivität, hohe Grundfondsquote und hohe Löhne, die einen positiven Effekt auf die Wirtschaft des Landes und der Region hat. [2]

Jeder Partner erkennt jedoch sein eigenes Interesse.

Hauptziel des Kapitals ist die Verwendung des Bilanzgewinns. Aber das ist nicht das einzige - es sei darauf hingewiesen, dass ausländisches Kapital an den Gemeinschaftsunternehmen auch dann teilnimmt, wenn sie nicht nur durch den Wunsch nach mehr unmittelbarem Gewinn haben.

Nach dem Oxford Journal nehmen 45% der ausländischen Teilnehmern an dem Gemeinschaftsunternehmen teil, um ihre Position für große zukünftige Tätigkeit festzulegen, 25% wollen billige und gut ausgebildete Arbeitskräfte zu verwenden, 20% haben Interesse an einem großen Markt und 10% wollen den Zugriff an lokalen Energieressourcen bekommen.

Der Zustrom von ausländischen Investitionen in das Gemeinschaftsunternehmen hat die Möglichkeit als Konzentration der materiellen und finanziellen Ressourcen in Bereichen zu werden, die die Beschleunigung des wissenschaftlichen und technologischen Fortschritts bringt. Außerdem erhöht eine gemeinsame Gründung der Produktionseinheiten mit fortgeschrittener Technologie und Ausrüstung ihre Wettbewerbsfähigkeit.

Literatur:

1. <http://www.dissercat.com/content/tendentsii-razvitiya-sovmestnogo-predprinimatelstva-v-rossiiskoi-ekonomike#ixzz3IMFwGVd5>
2. Gesetz von Werhovnaja Radader Ukraine über das gemeinsame Investment
від 05.07.2012 № 5080 - V <http://search.ligazakon.ua/1 doc 2.nsf/link1/T125080.html>

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ КАПІТАЛУ

С.С. Свірідова, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Ринок капіталу представляє багатогранну своєрідну економічну систему, за допомогою якої економіка функціонує в цілому. Він одночасно є сегментом грошового ринку і є один з найбільш ефективних механізмів регулювання потоку фінансових ресурсів за допомогою різних інструментів. Ринок капіталу сприяє структурній перебудові економіки, її реструктуризації, позитивній динаміці соціальної структури суспільства і підвищенню добробуту кожної людини шляхом вільного розпорядження цінними паперами.

Актуальність вивчення проблеми розвитку ринку капіталу обумовлена тим, що для нормального розвитку економіки потрібна мобілізація тимчасово вільних грошових коштів фізичних і юридичних осіб, їх розподіл і перерозподіл на комерційній основі між різними секторами економіки. Ці процеси і здійснюються на ринку капіталу.

Таким чином, на ринку капіталу виникає кругообіг капіталу, причому у одних суб'єктів господарювання створюються заощадження, а інші відчувають потребу у фінансових ресурсах для розширення своєї діяльності.

Україна зараз потребує інвестицій, як і будь-яка країна з економікою, що розвивається. Саме тому питання розвитку ринку капіталу є актуальними.

Процес становлення і особливості функціонування ринку капіталу постійно привертала увагу вітчизняних науковців: С. Архіреєва, О. Барановського, П. Беленького, О. Захаріна, В. Корнєєва, І. Лютогота, В. Міщенко, С. Науменкової, С. Міщенко, О. Шарова та багатьох інших.

Під ринком капіталу розуміємо сектор грошового ринку, на якому продаються і купуються грошові кошти на тривалий (більше одного року) термін для збільшення маси основного й оборотного капіталів підприємств за посередництвом банків страхових компаній, інвестиційних і пенсійних фондів, фондів взаємного кредитування [1].

Сам термін «ринку капіталу» є адекватнішим для вживання, чим застаріле вираження «фондовий ринок», який був поширений в економічній школі Радянського Союзу. Щоб уникнути забороненого терміну «капітал» радянські економісти використали «фонди». Звідси «основні фонди» замість «основний капітал», «статутний фонд» замість «статутний капітал» і так далі.

Класичними операціями ринку капіталів є:

– операції з фондовими інструментами – акціями, середньо – та довгостроковими облігаціями; довго–строкові депозити та позички комерційних банків; операції спеціалізованих інвестиційних та фінансових компаній тощо [2].

Економіка України випробувала серйозні зміни, пов'язані зі зміною форм власності і формуванням ринкових стосунків, яке також вплинуло на виникнення і розвиток фондового ринку в нашій країні. Створена значна кількість акціонерних товариств і усі потребують капітал на функціонування та розвиток.

Капітал підприємства формується в процесі як створення підприємства так і його функціонування, тобто (в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності).

Для різних форм підприємств існують і різні визначення складових капіталу, наприклад:

Статутного, який слід розглядати як початковий капітал.

На підприємствах різних організаційних форм це кошти, які надані їх власникам для забезпечення статутної діяльності.

Для акціонерних товариств статутний капітал – це номінальна вартість емітованих акцій.

Для товариств з обмеженою відповідальністю – це сума часток всіх власників.

Для державних підприємств – це вартість всього майна, яке закріплено за економічними суб'єктами на правах повного господарського розрахунку.

Капітал як об'єкт купівлі-продажу формує особливий вид ринку – ринок капіталу, що характеризується попитом, пропозицією та ціною. Попит на капітал породжує прагнення до накопичення капіталу як інвестиційного ресурсу та фактора виробництва.

Потенційна здатність приносити доход є однією з основних характеристик капіталу. Економічним підґрунтям відсоткового доходу є ефект використання капіталу як інвестиційного ресурсу або фактора виробництва. Розмір доходу на капітал, що отримує його власник, складає основу формування витрат на його залучення і використання в економічному процесі, і позначається терміном «вартість капіталу».

Для оцінки вартості власного капіталу акціонерних товариств в інвестиційному аналізі використовуються кілька методів: кумулятивний метод; метод ризикової премії, прямий розрахунок вартості власного капіталу акціонерного товариства, оцінка на основі моделі дивідендного росту, оцінка за моделлю вартості капітальних активів (САРМ), оцінка на основі теорії арбітражного ціноутворення, метод Фами-Френча. [3]

Використовуючі деякі означені методи оцінки вартості, підприємство зможе визначити свої можливості у придбанні необхідного розміру капіталу акціонерного підприємства.

Для активізації ринку капіталів, у тому числі українського, Європейський союз введе в дію «союз ринків капіталу» до 2019 року, почавши з таких швидких кроків, як заохочення прямих інвестицій у компанії, йдеться в документі ЄС. [4] Документ вперше встановлює

термін реалізації ключового політичного заходу, покликаною допомогти поживленню економіки блоку.

Узгоджені правила для ринків капіталу збільшать торгівлю акціями, облігаціями та іншими цінними паперами, що є важливою метою для ЄС. Багато країн регіону історично більше покладаються на банківські кредити, ніж на торгівлю акціями для фінансування своїх компаній, що може зробити їх вразливими до потрясінь у банківському секторі.

Єврокомісія повинна опублікувати три документи, які покладуть початок реалізації цих планів.

Перший, «Зелений документ», буде містити кілька короткострокових ініціатив, які будуть реалізовані в найближчі місяці, таких як забезпечення легшого доступу для інвесторів до кредитної інформації, що стосується невеликих компаній.

Другий документ міститиме пропозиції про те, як заохотити високоякісну сек'юритизацію боргів, що полегшить банкам звільнення балансів для збільшення кредитування.

У третьому документі буде розглянуто питання про те, як змінити правила ЄС, щоб полегшити дрібним компаніям залучення капіталу на ринках. «План дій» буде опубліковано в третьому кварталі 2015 року.

Для узгодження темпів розвитку фінансового і реального секторів економіки; проведення фундаментальної реформи чинної системи фінансового регулювання і контролю (насамперед, для попередження кризових ситуацій), вдосконалення механізмів підтримки НБУ фінансових інститутів у частині надання ліквідності компенсаційного фінансування, першочергової уваги потребує наступне:

- а) система корпоративного управління;
- б) система фінансової звітності;
- в) система оцінки й управління ризиками;
- г) нагляді регулювання за інститутами ринку.

Література:

1. Грошітакредит: підруч. [4-ге вид., перероб. і доп.] / М. І. Савлук, А. М. Мороз, І. М. Лазепко [таін.] – К. КНЕУ, 2006. – 744 с.
2. В. М. Левківський. Світовий ринок IPO: Аналіз тенденцій. Науковий вісник ЧДІЕУ №4 (24), 2014 – С.114-149.
3. http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive/945?view=material3.
4. <http://forbes.ua/ua/news/1387523-es-hoche-stvoriti-ediniy-rinok-kapitalu-do-2019-roku>

КАПИТАЛ АКЦИОНЕРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ – ОСНОВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОТЕНЦИАЛА

***С.С. Свірідова, к.е.н., доцент
Сатдиєв А.***

Одесский национальный политехнический университет

Для начала какой-либо деятельности предприятию нужен стартовый капитал. На этапе становления он, как правило, направляется на организацию деятельности предприятия, приобретение, аренду административных и производственных помещений, формирования товарно-сырьевой базы.

Вопросами формирования и использования капитала предприятия АО занимаются такие выдающиеся ученые как: О. В. Авраменко, М. Д. Билык, И.О. Бланк, В.В. Ковалев,

А.М. Поддерегин, М. Я. Рупняк, Л. Т. Соляник, А.Д. Шеремет и др. Однако, и сегодня эта тема остается открытой и не получила надлежащего освещения

Сегодня, в условиях рыночной экономики, функционируют предприятия, организации разных организационно-правовых форм, которые принадлежат к государственной, коллективной или частной собственности. Наиболее популярными являются хозяйственные общества – общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества. В течение 2011-2012 гг. длился процесс реорганизации открытых и закрытых акционерных обществ (ОАО и ЗАО) в публичные и частные (ПАО и ПрАО), что связано с выполнением требований Закона Украины «Об акционерных обществах». Соответствующие преобразования требовали напряженной работы менеджмента предприятий в этом направлении (табл.1). [1]

Таблица 1 – Количество акционерных обществ Украины в 2010 - 2012 годах

Период		ОАО	ЗАО	ПАТ	ПрАТ	Всего
Состояние на 31.12.2010	на	8 611	18 725	564	718	28 618
Состояние на 31.12.2011	на	5 761	15 798	2 161	2 911	26 631
Состояние на 31.12.2012	на	3 949	13 714	3 314	4 294	25 271

Количество акционерных обществ г.Одессы и Одесской области в 2013 году уменьшилось в сравнении с 2012 годом на 5 % (в 2012 г. было 834 акционерных общества). Отмеченная тенденция объясняется постепенной реорганизацией акционерных обществ в другие организационно - правовые формы.

Таким образом, по состоянию на 01.01.2014 г., фондовый рынок Одесского региона представляют 791 акционерное общество, из которых 220 это открытые акционерные общества, 167 закрытых акционерных обществ, 178 – публичных акционерных обществ, 226 – частных акционерных обществ.[2]

Следовательно, в последнее время наблюдается тенденция постепенного снижения общего количества акционерных обществ. Отмеченная тенденция объясняется постепенной реорганизацией акционерных обществ в другие организационно-правовые формы, преимущественно в общества с ограниченной ответственностью, и невозможностью со стороны предприятий, созданных в процессе приватизации и корпоратизации, поддерживать эту самую сложную форму организации бизнеса.

По закону Украины «Об акционерных обществах», акционерное общество – это хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на определенное количество акций одинаковой нарицательной стоимости, корпоративные права за которыми удостоверяются акциями [3].

Большую роль для развития и реализации потенциала таких предприятий играет формирование собственного капитала и эффективное его использование. Собственный капитал предприятия – совокупность материальных ценностей и денежных средств, финансовых вложений и расходов на приобретение прав и привилегий, необходимых для осуществления его хозяйственной деятельности.[5]

Следовательно, капитал – это часть финансовых ресурсов, привлеченных предприятием в оборот с целью получения дохода от этого оборота. Источники формирования собственного капитала предприятия могут быть разными. Чаще всего собственный капитал формируется за счет денежных средств учредителей предприятия. Собственный капитал ПАО формируется в начале деятельности за счет вкладов акционеров в уставном капитале и по большей части зависит от номинала и количества выпущенных акций. Источники формирования капитала в табл.2.

Таблиця 2– Істочники формування собственого капіталу ПАО

Істочники	Состав источников
Внутренние источники	1. Прибыль, которая остается в распоряжении предприятия. 2. Амортизационные отчисления от основных средств и нематериальных активов. 3. Целевые поступления и другие внутренние источники формирования собственных финансовых ресурсов.
Внешние источники	1. Средства учредителей, которые вкладываются в уставный капитал (паевые взносы участников). 2. Средства, которые поступают за счет выпуска (эмиссии) акций. 3. Средства государственного и местного бюджетов, которые используются на безвозвратной основе. 4. Другие источники формирования собственных финансовых ресурсов.

Закон "О хозяйственных обществах" устанавливает минимальный размер уставного капитала, и он не может быть меньше суммы, эквивалентных на момент создания общества, то есть 1250 минимальных заработных плат.

Таким образом, увеличение собственного капитала за счет различных источников повышает кредитоспособность акционерного общества, и дает возможность в дальнейшем оптимизировать структуру капитала путем выпуска долгосрочных облигаций и привлечения долгосрочных кредитов в банке. Что в дальнейшем позволит эффективно реализовать существующий потенциал акционерного общества.

Література:

1. Річний звіт за 2012 рік: «Інновації для розвитку ринку» [Електронний ресурс] / Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку – К.: НКЦПФР, 2013. – Режим доступу : http://www.nssmc.gov.ua/user_files/content/58/1370875350.pdf – Річний звіт НКЦПФР за 2012 рік: «Інновації для розвитку ринку»
2. Звіт за 2012 рік [Електронний ресурс] / Одеське територіальне управління – Режим доступу : http://ssmsc.odessa.gov.ua/web_for-all/arhiv/27.01.14/5.docx – Річний звіт за 2013 рік – Одеське територіальне управління
3. Закон України “Про акціонерні товариства” від 17.09.2008 р. N 514-VI. // Режим доступу – <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
4. Свірідова С.С. (розділ «Управління структурою капіталу промислових підприємств як механізм підвищення рівня їх капіталізації» (в кол. монографії «Інституційний механізм капіталізації економіки регіонів Українського Причорномор'я» / за редакцією академіка НАН України Б.В. Букринського. – Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2014.- 513

РИНОК КАПІТАЛУ: СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ

О.М. Стойловська

Одеський національний політехнічний університет

Економіка країни не може існувати та ефективно розвиватися без створення конкурентоспроможного фінансово-кредитного механізму здатного мобілізувати, перерозподіляти та надавати фінансові ресурси. На підставі цього можна зробити висновок,

що проблема становлення в Україні повноцінно функціонуючого ринку капіталу, орієнтованого на задоволення потреб розширеного фінансування реального сектору, є особливо актуальною.

Дослідженню основних аспектів функціонування ринку капіталу приділяли увагу такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти, як С. Буковинський, О. Кириленко, А. Кравченко, В. Федосов, С. Гуткевич, О. Барановський, В. Волик, А. Царукян, Т. Кубах, Я. Янушевич, Д. Полозенко, С. Коваленко, В. Міщенко.

Мета даної роботи - дослідження структурних особливостей та сучасного стану ринку капіталу в Україні, а також визначення основних тенденцій його подальшого розвитку.

Під ринком капіталу ми розуміємо сектор фінансового ринку де формується попит на середньостроковий та довгостроковий позиковий капітал. Іншими словами це ринок на якому продаються і купуються грошові кошти на тривалий (більше одного року) термін для збільшення маси основного й оборотного капіталів за посередництвом банків, страхових компаній, інвестиційних фондів, та других посередників.

Ринок капіталу сприяє розвитку галузі фінансових послуг шляхом встановлення цін на активи у процесі торгівлі між покупцями та продавцями, забезпечує ліквідність та можливість конвертувати фінансові активи у грошові кошти, зменшує витрати на проведення фінансових операцій шляхом зведення покупців та продавців фінансових активів разом, знижує витрати на отримання інформації щодо переваг фінансових активів, оскільки з'являється спеціалізована установа для більш ефективного надання інформації.

Класичними операціями ринку капіталів є: операції з фондовими інструментами – акціями, середньо – та довгостроковими облігаціями; довгострокові депозити та позички комерційних банків; операції спеціалізованих інвестиційних та фінансових компаній тощо. Зважаючи на структуру вітчизняного ринку капіталу, основну увагу потрібно приділити двом ключовим його сегментам — фондовому ринку та ринку банківських послуг.

Фондовий ринок (ринок цінних паперів) — частина ринку капіталів, де здійснюються емісія, купівля і продаж цінних паперів. Фондовий ринок є абстрактним поняттям, що служить для позначення сукупності дій і механізмів, що роблять можливими торгівлю цінними паперами.

Головним завданням, яке повинен виконувати ринок цінних паперів, є забезпечення умов для залучення інвестицій на підприємства, доступ цих підприємств до більш дешевого, порівняно з іншими джерелами, капіталу. Залучення інвестицій у цінні папери відбувається шляхом придбання цінних паперів в процесі їх емісії. Акції та облігації є найефективнішим джерелом отримання додаткових фінансових ресурсів для фінансування поточної господарської діяльності, довгострокових проектів підприємств і держави.

Кредитний ринок як історично, так і за його значущістю та вагою є основною складовою фінансового ринку. По-перше, він забезпечує найшвидший доступ до ресурсів. Випуск в обіг цінних паперів і мобілізація з їх допомогою ресурсів потребує певного часу, тоді як кредит можна отримати у досить стислі терміни — протягом кількох днів. Така перевага дуже важлива як з погляду фінансового забезпечення потреб окремих суб'єктів, так і з позицій функціонування усєї фінансової системи. По-друге, переваги кредитного ринку впливають із функціонального потенціалу основних суб'єктів цього ринку — комерційних банків, які не тільки опосередковують рух фінансових ресурсів, а й певною мірою продукують їх.

Кредитна система в умовах ринкової економіки є провідною ланкою фінансової системи в цілому. Це пояснюється тим, що кредитування є основною формою фінансового забезпечення діяльності суб'єктів господарювання, а також відіграє важливу роль у діяльності держави і фізичних осіб. Кредит як форма фінансових відносин відображає перерозподільні відносини з приводу використання на поворотній і платній основі тимчасово вільних фінансових ресурсів.

Проаналізувавши сучасний стан ринку капіталу в Україні можна зробити висновок про значні диспропорції в роботі окремих його складових:

- неспроможність вітчизняного фондового ринку в повному обсязі виконувати свої функції як механізму акумулювання і перерозподілу фінансових ресурсів;
- недосконалість структури банківського кредитування з точки зору стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку.

Проблема розвитку ринку капіталу поглиблювалась також несумісністю моделей розвитку окремих секторів фінансового ринку. Банківська система розвивалася за європейською (німецькою або континентальною), а фондовий ринок – за американською моделлю.[3]

Нині в Україні ринок капіталів, на жаль, не виконує свого призначення. Він поки що не став джерелом інвестицій. Тоді як деякі спостерігачі покладають відповідальність за поточну ситуацію на брак ліквідних активів на ринку, інші відзначають нестачу фінансових ресурсів основним винуватцем цього. Коріння проблем, що стримують розвиток ринку капіталу, криються в обох сторонах ринку - пропозиції капіталу та попиту на нього. Ось чому єдиний спосіб поживати розвиток ринку - це розвивати одночасно попит на капітал, та його пропозицію.

На підставі аналізу можна зробити висновок що процес розвитку ринку капіталу має відбуватися з узгодженням темпів розвитку фінансового і реального секторів економіки та проведення фундаментальної реформи чинної системи фінансового регулювання і контролю (насамперед, для попередження кризових ситуацій), вдосконалення механізмів підтримки НБУ фінансових інститутів у частині надання ліквідності й компенсаційного фінансування.

Отже розвиток ринку капіталу в найближчій перспективі – це основа економічного зростання і розвитку.

Література:

1. Смолянська О.Ю. Фінансовий ринок: навч. Посібник. – К: Центр навчальної літератури, 2005. – 384 с.
2. Дорошенко І. Теоретико-методологічні основи концепції розвитку фінансових ринків в умовах глобальної кризи/ І. Дорошенко, О. Делі// Банківська справа. – 2009. – №3. – с. 20-31.
3. Шаров О. Концептуальні засади створення конкурентоспроможного ринку фінансових послуг/ О. Шаров// Фінансовий ринок України.–2008. –№7–8. – с.9–13.

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОЕКТІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

Р.В. Хусаїнов

Одеський національний економічний університет

Становлення ринкової економіки в Україні визначило якісні зміни у всіх сферах суспільного життя, що знайшло своє відображення в появі нових форм, моделей і способів організації взаємодії між економічними агентами, у становленні і розвитку інститутів, які регулюють транзакції за їх участю. В останні роки, з прийняттям Закону України «Про державно-приватне партнерство» (2010 рік) (далі – Закон) в Україні активізувалися процеси посилення співпраці державних інституцій з приватним сектором у питаннях ведення спільної діяльності, відповідно до принципів механізму державно-приватного партнерства (далі – ДПП).

У прийнятому Законі, державно-приватне партнерство визначається як «співробітництво між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних

підприємств, або фізичними особами –підприємцями (приватними партнерами), щоздійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим Законом та іншими законодавчими актами» [1].

На сьогоднішній день, в результаті аналізу наукових підходів до трактування поняття ДПП, можна виділити два підходи до визначення поняття державно-приватного партнерства. У «широкому» розумінні ДПП розглядається як будь-які схеми партнерства держави і приватного сектора, у той час як більш «вузьке» ґрунтується на проектному фінансуванні та відокремленні проектів ДПП від інших схожих механізмів, наприклад таких, як приватизація. Проведений аналіз різних підходів до трактування поняття «державно-приватне партнерство» дозволив нам зробити висновок, що основною метою державно-приватного партнерства є фінансування капіталомістких галузей економіки, що мають тривалий термін окупності і важливе соціальне значення, а також необхідність у залученні не тільки фінансових ресурсів приватного сектора, але і управлінських, технологічних та організаційних.

За даними Світового Банку, станом на 2013 рік загальна сума вкладень в інфраструктурні проекти приватним сектором в країнах, що розвиваються, сягнула суми в 150,3 млрд. доларів США. Лідерами є Бразилія, Туреччина, Індія, Мексика, Росія та Китай, на ці країни припадає 59% або 88,7 млрд. доларів США [2]. Щодо України, то тут ситуація дещо інша. Як зазначає Гарбариніна В. «... в Україні розвиток ДПП знаходиться на початковому етапі, коли застосування цього механізму є загальним. Для того, щоб рухатися вперед, необхідний розвиток інститутів, процесів і процедур для реалізації проектів ДПП» [3, с. 69].

Важливим питанням у реалізації проектів ДПП є здійснення фінансового проектування, прогнозування та аналізу. У науковій літературі істотне значення приділяється аналізу грошових потоків проекту, це виправдано тим, що саме грошовий потік використовується для обслуговування боргових зобов'язань. Саме тому першим кроком у виконанні фінансової оцінки є розробка моделі руху грошових коштів. Ми пропонуємо її здійснювати використовуючи такі інструменти, як: розрахунок дисконтованого грошового потоку, який показує сьогоднішню вартість, або чистої приведеної вартості (NPV), яка показує вартість в майбутньому, а також розрахунок внутрішньої норми прибутку (IRR), яка визначає максимально прийнятну ставку дисконтування, при якій можна інвестувати кошти без будь-яких втрат для власника. Як показує світова практика, привернення уваги до стратегічно важливих розрахунків для отримання точної і добре структурованої фінансової моделі є одним з головних завдань в процесі реалізації проекту державно-приватного партнерства.

Проекти державно-приватного партнерства мають справу з грошовими потоками протягом довгого терміну, і тимчасова вартість грошей залежить як від часу надходження, так і від періоду витрачання коштів. Очевидно, що грошова одиниця, наявна сьогодні, і грошова одиниця, очікувана до одержання через якийсь час, не рівноцінні. Ця нерівноцінність визначається дією трьох основних причин: інфляцією, ризиком неотримання очікуваної суми і оборотністю [4, с. 63].

Слід пам'ятати, що успішна реалізація проектів державно-приватного партнерства залежить від цілого ряду чинників і умов, надійності і готовності учасників, особливостей середовища, в якому ця співпраця розвивається. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває оцінка можливих ризиків реалізації проектів ДПП для підвищення успішності їх здійснення. Макаров І.М. пропонує проводити аналіз фінансових ризиків ДПП-проекту за традиційними методиками, що використовуються в процесі фінансового та інвестиційного аналізу, з поправкою на можливість державної підтримки реалізації проекту [5, с. 52].

Одним із ключових питань розробки моделі фінансування проекту ДПП, а також проведення аналізу ризиків, є вибір моделі державно-приватного партнерства, що визначає ключові характеристики, на основі яких буде реалізований проект. Вибір моделі ДПП залежить від цілей уряду, джерел фінансування, терміну окупності, можливостей приватного

партнера і багатьох характеристик проекту, саме тому вибір моделі є вкрай складним процесом [6, с. 189].

Таким чином, на сьогоднішній день, в процесі планування і реалізації проектів на основі механізму державно-приватного партнерства вкрай важливого значення набуває ефективний фінансовий менеджмент проекту. Розроблені науковцями методики розрахунку дисконтованого грошового потоку, чистої приведеної вартості, оцінки ризиків тощо дозволяють ефективно впроваджувати проекти на основі механізму ДПП у різні галузі національної економіки і сприятимуть загальному зростанню економіки в середньостроковій і довгостроковій перспективі.

Особливості фінансового менеджменту проектів державно-приватного партнерства в Україні, в залежності від моделі ДПП і галузі економіки, де впроваджується проект, є предметом подальших досліджень науковців.

Література:

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 № 2404-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua/>
2. 2013 Global Trends: An Overview of Trends by Sector and Region. The Private Participation in Infrastructure Project Database. Retrieved from <http://ppi.worldbank.org/features/Dec2014/2013-Global-PPI-Highlights.pdf>
3. Гарбариніна В. Формування моделі управління державно-приватним партнерством в Україні // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. ОРІДУ / [голов. ред. М.М. Іжа]. Вип. 1 (61). – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2015. – С. 69.
4. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2007. – С. 63.
5. Макаров И.Н. Методика оценки эффективности проектов государственно-частного партнерства в региональной инфраструктуре // Государственно-частное партнерство. – 2014. – Том 1. № 1. – С. 41-56. - <http://www.creativeconomy.ru/journals/index.php/ppp/article/view/26/>
6. Хусаїнов Р.В. Моделі державно-приватного партнерства: закордонний досвід та перспективи для України / Р.В. Хусаїнов // Науковий вісник ОНЕУ. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. - 2015. - № 4(224). – С. 177–191.

ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ СУМИ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Ю.А. Чернецька

Одеський національний економічний університет

Власний капітал є фінансовою основою підприємства, є важливішим чинником, від якого залежить не тільки стійкість підприємства, але й прибутковість, зокрема рентабельність власного капіталу. Тому механізм визначення саме цільової суми власного капіталу є головним завданням для управлінського персоналу.

Але, перш ніж перейти до проблеми розрахунку цільової суми власного капіталу, розглянемо сутність поняття «власний капітал». Існують декілька підходів до визначення поняття «власний капітал». Згідно з обліковим підходом неможливо зрозуміти економічну сутність власного капіталу, згідно даному підходу власний капітал – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань. Вивчаючи підходи до визначення власного капіталу, можна відзначити схожість в обліковому і правовому

трактуваннях. За правовим підходом власний капітал – це різниця між сукупною вартістю активів товариства та вартістю його зобов'язань перед іншими особами[1].

Розглядаючи економічну сутність власного капіталу потрібно окреслити найважливіші його характеристики:

- 1) власний капітал виступає основним чинником виробництва;
- 2) власний капітал – це фінансові ресурси підприємства, які приносять прибуток;
- 3) власний капітал – головне джерело формування добробуту власників;
- 4) власний капітал є головним виміром ринкової вартості суб'єкта ринкової економіки.

Однак, як вважає В. В. Баліцька, власний капітал – це не та вартість, яку можна отримати в разі продажу підприємства. Також власний капітал не відображає реальної вартості прав власників фірм і може не збігатися із сукупною ринковою вартістю акцій підприємства [2, с. 5].

Власний капітал підприємства згідно існуючим умовам бухгалтерського обліку існує у різних формах: зареєстрований капітал, резервний капітал, додатковий капітал, нерозподілений прибуток (непокритий збиток), неоплачений капітал, капітал у дооцінках, вилучений капітал. Розміри деяких регулюються існуючими законодавчими актами, наприклад, статутний капітал. Статутний капітал акціонерного товариства не може бути менше суми, еквівалентної 1250 мінімальним заробітним платам, виходячи із ставки мінімальної заробітної плати, діючої на момент створення акціонерного товариства [1].

Від розміру власного капіталу залежить рентабельність власного капіталу. Відомо, що при зменшенні суми власного капіталу та одночасному збільшенні позикового капіталу рентабельність власного капіталу зростає. Однак виникає ризик неповернення позикових коштів, тому виникає питання про визначення цільової суми власних коштів, тобто тієї суми, що відповідає обраним умовам, наприклад, урахування допустимого фінансового ризику. В якості критерію при визначенні цільової суми власного капіталу, а також з метою врахування ризику ми пропонуємо використовувати коефіцієнт автономії (Ka). Він є одним з найважливіших характеристик фінансової стійкості підприємства, являє собою питому вагу власного капіталу в його загальній сумі. Мінімальне значення коефіцієнта автономії – 0,5 (1). Нормальне обмеження:

$$Ka \geq 0,5. \quad (1)$$

Дотримуючись рекомендованих пропорцій, підприємство може покрити зобов'язання його власними коштами. Зростання цього коефіцієнта свідчить про збільшення фінансової незалежності, зниження ризику фінансових труднощів у майбутньому. Враховуючи сформовану раніше величину активів, можна розрахувати цільову суму власного капіталу підприємства. На нашу думку, доцільніше розглядати величину власного капіталу як певний інтервал значень. Ми згодні з точкою зору Н.П. Байстрюченко, яка вважає, що структура капіталу не постійна, мінлива. Тому автор пропонує розглядати «зону допустимих значень структури капіталу», в межах якої забезпечується ефективність функціонування суб'єкта ринкової економіки [3]. Ми вважаємо, таке твердження є справедливим, оскільки діяльність підприємства схильна до змін зовнішніх і внутрішніх факторів, структура капіталу є також змінною.

Взявши до уваги наведене вище положення, прийшли до висновку, що цільова величина власного капіталу буде представлена у вигляді діапазону значень. У зв'язку з цим виникає поняття «зона допустимих значень структури капіталу з урахуванням допустимого фінансового ризику». Тобто в нашому випадку, ми пропонуємо розрахувати величину власного капіталу при коефіцієнті автономії від 0,4-0,6. Проте величину активів підприємства необхідно спочатку скоригувати на суму приросту власних оборотних коштів, основних коштів, визначених при розрахунку цільового чистого прибутку. Знаючи середньорічну величину активів і власного капіталу, можна визначити потребу в середньорічній сумі позикового капіталу.

Розглянемо визначення цільової суми власного капіталу на прикладі ПАТ «Одеський коровай». З урахуванням потреби в прирості нематеріальних активів і власних оборотних коштів величина активів у плановому періоді підприємства складе 274 447,70 тис. грн. Тоді величина власного та позикового капіталу буде дорівнювати від 109 779,1 тис. грн. до 164 668,6 тис. грн. (табл. 1).

Таблиця 1 – Цільові показники капіталу ПАТ «Одеський коровай»

№ варіанту	Коефіцієнт автономії	Цільова сума власного капіталу, тис. грн.	Сума позикового капіталу, тис. грн.
1.	Якщо $K_a = 0,4$	109 779,1	164 668,6
2.	Якщо $K_a = 0,5$	137 223,9	137 223,9
3.	Якщо $K_a = 0,6$	164 668,6	109 779,1

Джерело: розраховано автором на основі [4].

Цільова сума власного капіталу дорівнює 109 779,1 тис. грн. при $K_a = 0,4$ (табл. 1). На початок 2014 р. ПАТ «Одеський коровай» має в своєму розпорядженні власний капітал у розмірі 18 447,5 тис. грн. [4], що значно не співпадає з цільовою величиною. Тобто виникає потреба в збільшенні власного капіталу. Наприклад, збільшити суму статутного капіталу акціонерного товариства із залученням додаткових внесків шляхом розміщення додаткових акцій[1].

Література:

1. Закон України «Про акціонерні товариства» : за станом на 31.01.2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov>.
2. Баліцька В. В. Капіталоутворення в Україні як предмет системного аналізу та ухвалення стратегічних рішень / В. В. Баліцька // Актуал. проблеми економіки. – 2008. – № 8 (86). – С. 55–65.
3. Байстрюченко Н. О. Вплив динаміки структури капіталу на фінансово-економічні результати діяльності підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Н. О. Байстрюченко. – Суми, 2010. – 20 с.
4. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України : інформаційна база даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.smida.gov.ua>.

Секція 4.
*Проблеми підвищення
конкурентоспроможності промислових
підприємств.*

*Науковий модератор:
к. е. н., с.н.с. Барабаш О.О.*

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ЕТАПІВ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

*Н.В. Акименко, к.е.н., доцент
Є.Г. Кишко*

Одеський національний політехнічний університет

В умовах інтернаціоналізації світової економічної і політичної складових збільшується залежність розвитку кожної національної економіки від зовнішніх факторів. Це підтверджується зростанням світового товарообороту, обсягів інвестування у економічну діяльність різних країн, а також активізацією міжнародної міграції робочої сили.

Для того, щоб раціонально поєднувати внутрішні і зовнішні можливості, для ефективного господарювання і економічного розвитку потрібно пом'якшувати зовнішньоекономічні фактори. Це призводить до поглиблення міжнародного розподілу праці та посилення взаємозалежності національних економік, які виходять за межі своїх національних територіальних кордонів і стають, таким чином, більш відкритими для взаємодії і розвитку. У зв'язку з цим, формуються стабільні господарські зв'язки (виробничі, фінансові, зовнішньоторгові), які виводять виробничий, і пов'язані з ним, процеси за межі національної економіки і, поєднуючись з факторами виробництва економік інших країн, дозволяють збільшити загальну економічну ефективність. Це дозволяє вирішувати проблеми і поставлені задачі котрі неможливо виконувати в повному обсязі без об'єднання, інтеграції зусиль і ресурсів декількох країн.

Подібні об'єднання, якщо їх розглядати на рівні країн, називаються – міжнародна економічна інтеграція. Міжнародна економічна інтеграція – процес поєднання економік країн. Слід уточнити, що сутність цього процесу полягає не в самому факті об'єднання економік країн – в даному випадку це є документально і політично підтверджений результат.

Проблематиці розвитку європейських інтеграційних процесів було приділено чимало уваги в публікаціях вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них особливо слід відмітити роботи В. Барановського, М. Білоусова, Ю. Борка, І. Бусигіної, О. Буторіної, В. Копійки, Р. Кривоноса, В. Крушинського, А. Кудряченка, В. Манжоли, М. Стрежньової, А. Субботіна, Б. Тарасюка, І. Тюліна, І. Храбана, Т. Шинкаренко, Н. Яковенко.

Вперше питання про практичну реалізацію гасла “об'єднання Європи” було поставлене після Першої світової війни. Цьому посприяла низка об'єктивних причин. Одна з них те, що Європа була ареною боротьби конфлікуючих сторін під час Першої світової війни, що призвело до економічної стагнації та соціально-політичної нестабільності в багатьох європейських країнах. Все частіше в теоретичних та політичних колах почали заявляти про загальну європейську кризу. Одним із характерних проявів такого песимістичного погляду на майбутнє Європи стала монографія О. Шпенглера «Сутінки Європи» [1].

Та все ж сутність економічної інтеграції по-перше, полягає в цілі заради якої країни об'єднуються, а по-друге стадії, яка визначає, як глибоко економіки країн можуть «інтегруватись» одна з одною для досягнення цієї цілі.

Наприклад, «Європейська спільнота з вугілля та сталі» (англ. European Coal and Steel Community, ECSC), яка була створена 18 квітня 1951 рр. в Парижі, створювалась заради об'єднання галузі важкої промисловості 10 європейських країн лише з однією ціллю – відновлення з руїн галузей важкої промисловості шляхом об'єднання зусиль і домовленостей щодо економічних пільг. Але з часом економічна інтеграція цих країн поглиблювалась і зараз стала тим, що ми називаємо Європейський Союз, об'єднання країн світу, яке визначається вищим ступенем інтеграції, аніж інші союзи, але не найвищим.

Підписані у 1965 році угоди про лібералізацію торгівлі продукцією автомобілебудування, які сприяли розвитку автомобільної промисловості, з часом

перетворилося на Канадсько-американську угоду про вільну торгівлю (ФТА, англ. Canada – United States Free Trade Agreement, CUSFTA), згідно якої Канада та США повинні були сформувавши зону вільної торгівлі за мінімальну кількість часу. У 80-ті роки американський уряд був стурбований результатами інтеграційної діяльності своїх європейських друзів, тому значення питання про поєднання Америки, як відповідь на поєднання Європи збільшилось в рази. Відповіддю на це питання стала Північноамериканська зона вільної торгівлі (НАФТА, англ. North American Free Trade Agreement, NAFTA), угода про створення якої була підписана 17 грудня 1992 р., а почала діяти 1 січня 1994 року. Ціллю НАФТА є усунення бар'єру у сфері торгівлі та інвестування між США, Канадою та Мексикою. Слід відмітити, що по-перше концепції щодо розподілу прав і політики контролю асоційованих держав НАФТА відрізняються від таких у Європейському союзі. І по-друге, Європейський союз, хоч і частково, але досягнув такого рівня інтеграції при якому створюється і вводиться в обіг єдина валюта для асоційованих країн, у порівнянні з НАФТА, яка не додержувалась такої цілі.

Вищеописані приклади було наведено для того, щоб показати, як ціль, якої придержуються при створенні будь-якої угоди, впливає на стрімкість подальшого розвитку та інтеграції, і чи буде цей розвиток в цілому. Європейський союз, як приклад економічної інтеграції держав пройшов декілька історично відомих стадій. Причиною виникнення стадії було зіткнення з якоюсь проблемою у ЄС, або перехід на нову стадію був історично природним кроком в економічному і політичному розвитку цього об'єднання, але факт лишається фактом, кроки були, і слід розглянути які саме.

Міжнародна економічна інтеграція може приймати будь-які форми, але ступінь її зрілості базується на здатності загальними зусиллями асоційованих держав, шляхом домовленостей і правових дозволів, обумовлених тим же ступенем зрілості інтеграції, вирішувати проблеми, що виникають чи поставлені задачі.

Іншим визначенням економічної інтеграції є процес зближення та взаємоприспосовування господарських систем, що володіють здатністю саморегулювання і саморозвитку на основі узгодженої міждержавної економіки та політики.

Виділяють такі форми економічної інтеграції (до кінця списку відбувається посилення інтеграції):

- преференційні;
- зони вільної торгівлі;
- митні союзи;
- єдиний ринок;
- економічний союз;
- економічний і валютний союз.

Преференційна – угода підписується між двома або більше країнами з метою спрощення міжнародної торгівлі між ними шляхом зниження внутрішніх тарифів. В таких випадках країна на одні й ті ж товари встановлює пільгові митні тарифи для торгівлі в зоні преференційної торгівлі та звичайні – для торгівлі з рештою країн. Преференційна торгівля є найпростішою формою міжнародної економічної інтеграції [2].

Зона вільної торгівлі (Free trade area) – тип міжнародної інтеграції, при якій в країнах-учасниках скасовуються митні збори і податки, а також кількісні обмеження у взаємній торгівлі згідно з міжнародним договором. Це більш глибокий тип інтеграції, ніж преференційні угоди. За кожною країною-учасницею зберігається право на самостійне і незалежне визначення режиму торгівлі по відношенню до третіх країн. У більшості випадків умови зони вільної торгівлі поширюються на всі товари крім продуктів сільського господарства. Зона вільної торгівлі може координуватися невеликим міждержавним секретаріатом, розташованим в одній із країн-членів, але зазвичай обходяться без нього, а основні параметри свого розвитку країни погоджують на періодичних нарадах керівників

відповідних відомств. Між країнами-учасницями зберігаються митні кордони і пости, які контролюють походження товарів, які перетинають їхні державні кордони [3].

Митний союз – угода двох або більше держав про скасування мита при торгівлі між ними, форма колективного протекціонізму від третіх країн. Митний союз передбачає також утворення «єдиної митної території».

Зазвичай країни-учасниці митного союзу домовляються про створення міждержавних органів, що координують проведення узгодженої зовнішньоторговельної політики. Як правило, це полягає в проведенні періодичних нарад міністрів, що керують відповідними відомствами, які в своїй роботі спираються на постійно діючий міждержавний Секретаріат[4]. Так як митний союз є формою міждержавної інтеграції, то це припускає створення наднаціональних органів. Тобто в цьому плані митний союз є кращою формою інтеграції, аніж, наприклад, зона вільної торгівлі.

Загальний ринок – форма економічної інтеграції країн, що припускає вільне переміщення товарів, робіт і послуг, а також факторів виробництва: капіталу, трудових ресурсів – через кордони країн, що є членами спільного ринку.

Загальний ринок був одним з етапів інтеграційних процесів у Європі. Угода про спільний ринок була підписана шістьма країнами Європи (Західною Німеччиною, Францією, Італією, Бельгією, Нідерландами та Люксембургом) в Римі в 1957 році (Римський договір). Загальний ринок в Європі виник на основі позитивного досвіду дії Європейського об'єднання вугілля і сталі. Надалі в Європі поглиблення інтеграційних процесів призвело до створення Європейського економічного співтовариства (ЄЕС), а потім і Європейського союзу (ЄС) [5].

Економічний союз – включає в себе досягнення домовленостей умов, що відзначені такими формами, як митний союз і єдиний ринок. Також до цих умов додаються умови, щодо гармонізації та раціоналізації фіскальної і монетарної політики. На прикладі ЄС можна розглянути цю форму економічної інтеграції за терміном «чотири свободи». Цей термін описує чотири умови спільного функціонування асоційованих держав: вільне пересування товарів, вільне пересування осіб, вільне пересування капіталів та вільне пересування послуг.

Прикладом такого ступеню економічної інтеграції є Європейська економічна зона (англ. European Economic Area, ЕЕА) – створена 1 січня 1994 рр.

Економічний валютний союз – включає в себе досягнення домовленостей умов, відзначених у «Економічному союзі». Також до цих умов додається пункт про наявність наднаціональних органів управління та єдиної макроекономічної політики. На прикладі ЄС з 2002 року функціонує економічний валютний союз, який об'єднує 19 держав і підтримує в цих державах вільне переміщення валюти «євро».

Отже, аналіз процесу еволюції Європейського Союзу показує, що важливе значення має принцип поступовості або поетапності, коли кожний наступний крок у європейській інтеграції визначається назрілими матеріальними й економічними передумовами. Інтеграція є явищем, яке обслуговує потреби розвитку, а не є самоціллю конкретних політичних кіл.

Об'єднана Європа постає цивілізацією, яка неодноразово змінювала своє соціальне обличчя, а європейські країни, залишивши в минулому фазу зовнішньої експансії, сьогодні орієнтовані передусім на збалансований внутрішній розвиток.

Література:

1. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. – М., 1993.
2. Преференційна угода [Електронний ресурс]. – 17. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>. (дата звернення 15.09.2015). – Назва з екрана.
3. Зона вільної торгівлі [Електронний ресурс]. – 1406. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>
4. Митний союз [Електронний ресурс] // ПрАТ «Інфінсервіс» – Режим доступу до ресурсу: Finance.UA.
5. Загальний ринок [Електронний ресурс]. – 1302. – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

ECONOMIC CRISIS OF EUROPEAN UNION

Alvaro Fernandes, Prof. Dr. rer. pol.

Heidelberg University (Germany)

The European Central Bank following the meeting of the Governing Council, which was held on May 8 gave the market for a broad hint that he is likely to go to lower interest rates or take other measures to stimulate the economy at a meeting in June. The reason for this is too low inflation, which threatens Europe due to the uneven economic recovery.

The Governing Council of the ECB may again to soften its policy the next time. In May the Governing Council left the key rate unchanged - at a record low of 0,25% in November of 2013.

The first responded to the news the euro, which on Thursday morning reached a level of 1,3995 against the dollar — its highest level since October 2011, fell after Draghi's statements by 0,4% - up to 1,3848 per dollar. Expansionary monetary policy or, as in this case, her expectations, as a rule, is putting pressure on the currency as investors predict an infusion of additional money into the economy and markets.

However, pressure on the single currency was not just waiting injections. ECB almost directly stated that "the euro is a serious concern." "It (the exchange rate) - it is very important to maintain price stability and growth", - the words of the head of the ECB CNBC. The strengthening of the exchange rate in the context of low inflation, is a serious concern in the representation (ECB) Governing Council. Ex-President of the ECB Jean-Claude Trichet later explained that the euro was not the purpose of the monetary policy of the Central Bank, noting that the strong euro during the period of low inflation is undoubtedly a matter of concern."

Indeed, one of the main problems of the European economy is the high rate of the euro. The strong euro has a positive effect on imports, but significantly reduces the competitiveness of European exports, and the economy of the eurozone countries - export-oriented. Therefore, a decrease in exports will lead to a decrease in the surplus balance of payments and weaken the euro, pulling the processes of economic recovery back towards recession and downturn. However, one of the reasons why the ECB has not yet adopted mitigation measures of monetary policy is likely to be a higher threshold for the euro than expected investors and traders. Raising the threshold level of the euro may be due to the inflow of capital in the peripheral countries of the eurozone, bonds are traded much better sound German.

Great concern, and parameters such as unemployment and inflation. Thus, according to Draghi, in the EU there is a danger of deflation. Fears of the ECB is the geopolitical situation and, in particular, in Ukraine. Among the main problems the risks associated with the situation in global financial markets and emerging markets. At the same time, the head of the ECB, geopolitical risks will affect the euro area more than other regions of the world.

The overall situation is improving, although the EU economy still may need additional help. In April, for example, annual inflation was 0,7%, higher than the March figure, but still it is below the ECB's target of about 2% over the medium term. Based on data from Statistical Office of Germany, in March, for example, it is clear that there was a reduction of import and export of goods by 0,9% and 1,8% respectively, which is reflected in a decrease in the surplus to 14,8 million euros as opposed to the expected 16,6 million euros.

At the same time the Europeans themselves optimistic about the prospects for the development of the situation in the economy: compared to last year, Europeans have become more optimistic about the economic situation in the country (4 out of 10 points), as well as their personal (5 out of 10 points). The most positive about German consumers: their assessment of the economic situation of the European Union in both cases exceeded 6 points out of 10. The survey was conducted in twelve EU countries on request Commerz Finanz GmbH.

For the same market expectations of monetary stimulus has led to increased demand for European securities, and the yield on government bonds fell to a record low, pre-crisis levels. Especially from the "dovish" statements Draghi won the high-peripheral bonds. According to Bank of America Merrill Lynch, May 8 the average yield on 10-year bonds of Greece, Ireland, Italy, Portugal and Spain fell to a record low of 2,13%. In November 2011, the index reached a historical high of 9,55%. The yield on 10-year German bonds last week dropped to 1,45%, and French - to 1,90%. Meanwhile, the pan-European stock index FTS Eurofirst 300 8 May jumped to a 6-year high. Reduced rates reduce the cost of debt capital, to support demand across the region, and will help authorities in the fight against inflation. Thus today there is an active repatriation of capital to the former "problem" countries of the euro area.

Overall, near-term prospects of the European market look optimistic. Risk of collapse of the euro zone was over, the economic indicators of the region albeit slowly, but recovered, and the monetary authorities show willingness to fight deflationary risks. On the other hand, we should not forget that the fundamental risks in the region persist. The real banking reform, about which so much has been said in recent years, we have not yet seen. In addition, the deterioration of the situation in Ukraine may lead to an increase in the yield on Eurobonds. The country is sliding into civil war, and it does not add to the stability of the European economy.

In general, the ECB plenty of tools to finance the economy. Along with lowering the refinancing rate, the ECB may also cut the rate on overnight deposits to negative values, may start buying packages of loans, known as asset-backed securities, in order to stimulate lending to the private sector, which remains very weak in recent months. An extensive program of purchases of both private and state-owned assets, known as quantitative easing, the ECB is also considered. However, the tool controller will be used in the last turn.

But, most likely, it was an extra round to support the banking system, like the anti-crisis measures in 2008-2010. When the European banking system in the form of loans and guarantees from the ECB was covered with more than 1 trillion euros. In many ways, this is similar to the policy of the Federal Reserve, but with two differences. First, the powers of the Fed is much larger than its European counterpart, and thus the scope of action is wider, and secondly, the euro can not print in a huge amount of dollar as demand for the European currency is much lower, and the uncontrolled printing of the euro could provoke burst of inflation in the region. It would undermine the already fragile economic growth and consumer activity.

However, measures of economic support for the EU now needs more than ever, he said. In terms of deterioration of relations with Russia (third largest trading partner - the turnover in 2013 exceeded 410 billion US dollars) stimulus needed to run the internal drivers of economic growth, at least temporarily, while geopolitical tensions subsides completely. This is and will contribute to such unconventional methods

Meanwhile, many investors took the statement with skepticism. This is understandable: in April, the head of the ECB stated that, if the inflation outlook will deteriorate, the ECB may respond to this "asset purchase program" may have quantitative easing. Luke Bartholomew, investment manager at Aberdeen Asset Management, said this: "the ECB meeting are beginning to assume the character of promise: every month we think that he can not work longer without having to go for some action, and every month we continue to wait". Anyway, Goldman Sachs and UBS forecast that the ECB will lower its refinancing rate to 0,1%, while interest rates on deposits of up to minus 0,15% at the June meeting.

There is indeed reason to believe that the statements of Mario Draghi at the May meeting proved to be a verbal intervention. The ECB needs to see the trend in terms of inflation, it needs to wait for values in May, while it would be nice to knock down the euro - by about 3-5 %, so as to allow the consumer price index to gain internal driver for strengthening. All of this was done by the European regulator, and very elegant. If inflation in May would be in the range of 0,7-0,8 %, the ECB meeting in June to celebrate the positive effects to combat deflation and postpone plans to promote. If the CPI will remain weak and rolled back to the range of 0,5-0,6 %, the regulator will have to act: deflation - a very dangerous phenomenon.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Н.С. Артамонова, к.е.н., доцент

Є.В. Артамонов

М.М. Максимов

Одеський національний політехнічний університет

Проблема впровадження механізмів економічної безпеки підприємництва набуває актуальності в умовах критичного зростання рівня ризику ведення бізнесу, недостатнього, неадекватного (щодо загострення умов функціонування підприємств) виконання органами влади своїх функцій. Досвід впровадження механізмів економічної безпеки у різних країнах представлено у табл.1. [1]

Таблиця 1 - Впровадження механізмів економічної безпеки на рівні органів державного управління

Держава	Основні завдання органів державного управління щодо впровадження механізму безпеки на зарубіжних підприємствах
Японія	- розробка документів стратегічного планового характеру, а також операційних заходів щодо зміцнення економічної безпеки підприємництва
США	- створення структурних підрозділів ведення політики у сфері економічної безпеки підприємництва за галузево-територіальною ознакою
США, Японія, Німеччина, Великобританія та Франція	- здійснення систематичного моніторингу внутрішнього та зовнішнього ринків та розробка рекомендацій як для органів державного управління, так і безпосередньо підприємств
Країни ЄС	- ведення роботи щодо зміцнення інституційної бази захисту права власності; - пошук та забезпечення джерел фінансування ризикового капіталу, в тому числі в інтересах інноваційної діяльності - підтримка підприємств, які розпочинають діяльність створенням фондів та механізмів фінансування різних етапів їх становлення
Більшість розвинених держав	- надання гарантій за інвестиціями в акціонерний капітал та гарантій за позиками підприємств
Фінляндія	- здійснення роботи з планування життєвого циклу функціонування підприємств у різних галузях та сферах економіки та надання консультацій з питань забезпечення високої життєздатності підприємництва відповідно до їх життєвих циклів; - ведення конкурентної боротьби та сприяння розвитку підприємництва у перспективних сферах
Мексика	- підтримка підприємств, які розпочинають діяльність створенням фондів та механізмів фінансування різних етапів їх становлення
Німеччина, Японія, США	- сприяння у формуванні мережі коопераційних та конкурентних зв'язків між малими та великими підприємствами для зміцнення конкурентних позицій сектора малого підприємництва; виконання ролі посередника щодо встановлення тіснішої кооперації між малими та іншими підприємствами на основі субпідрядних, контрактних, орендних відносин; забезпечення інформаційної підтримки та створення довідкової служби для проведення маркетингових досліджень ринків

Діяльність органів державного управління у сфері підтримки підприємництва у названих країнах є системною та спрямованою не лише на стимулювання підприємницької

активності, підвищення рівня конкурентоспроможності пріоритетних сфер економічної діяльності, але й на зміцнення усіх аспектів життєдіяльності підприємств (досвід Франції).

Процес управління фінансовою безпекою підприємства базується на певному механізмі, який являє собою сукупність основних елементів дії на процес розробки і реалізації управлінських рішень щодо забезпечення захисту його фінансових інтересів від різноманітних загроз. Механізм забезпечення стійкої економічної безпеки підприємства включає в себе систему інтересів суб'єктів різних рівнів: макрорівня (народне господарство), мезорівня (регіон, галузь), мікрорівня (підприємство) (рис. 1) [2].



Рисунок 1 - Концептуальний підхід до формування структурно-логічної моделі механізму економічної безпеки промислового підприємства

Модель механізму забезпечення стійкої економічної безпеки формує стан взаємозв'язаності, взаємовпливу і взаємодії єдиних і локальних механізмів, на кожному рівні управління в цілому.

Висновок: Необхідно зазначити, що імплементації позитивних аспектів проаналізованого досвіду зміцнення економічної безпеки підприємництва в Україні приділяється недостатня увага. Використання цих пропозицій на практиці дозволить значно удосконалити існуючі традиційні механізми державного сприяння розвитку підприємництва в Україні, а активізація роботи органів державного управління у цьому напрямі сприятиме зміцненню економічної безпеки вітчизняних підприємств та реалізацію можливостей їх доступу до зовнішніх ринків.

Література:

1. Реверчук Н. Й. Економічна безпека в Україні : держави, фірми, особи : Навч. посіб./ Н. Й. Реверчук, Я. Й. Малик, І. І. Кульчицький, С. К. // ЛФМАУП. – Л. : ВПВЛьВЦНТЕІ, 2010. – 192 с.
2. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: Монографія. – Львів: Арал, 2008. – 384с.
3. Іванюта Т. М., Заїчковський А. О. Економічна безпека підприємства: навч. посіб. / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 256 с.

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В.В. Бальтюкевич

Одеський національний політехнічний університет

Економічне середовище в Україні в цілому характеризується нестійкістю. Зростає рівень невизначеності і ризику, що ускладнюють пильність підприємств на внутрішньому ринку. Як свідчить світова практика, до такого середовища адаптується підприємство, яке має чіткі орієнтири на майбутнє і направляє свої зусилля на пошук довгострокових конкурентних переваг, та забезпечення конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства означає його здатність до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості в умовах конкурентного ринку. Інакше кажучи, на нашу думку, конкурентоспроможність підприємства — це комплекс економічних характеристик, орієнтованих на потреби споживачів і здібності конкурентів, знання стану і тенденції розвитку ринку, уміння створювати продукцію і доводити її до споживачів, які віддадуть перевагу їй над іншими товарами на ринку.

Інновації виступають основою сучасної конкурентоспроможності (техніко-технологічні, організаційні, структурні, інституціональні) і саме вони створюють конкурентні переваги і дозволяють країнам які їх втілюють посідати гідне місце в суспільно-цивілізаційному розвитку. Отже, ключовим завданням економічної політики України є підвищення її конкурентоспроможності на інноваційних засадах і створення для цього відповідних умов. Серед чинників формування і підтримання умов конкурентоспроможності є проведення конкурентної політики та створення умов для стимулювання виникнення та втілення перелічених інновацій.

Конкурентоспроможність національної економіки - це вирішальний критерій її розвитку. Його слід враховувати при вирішенні проблем лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків і рівня відкритості економіки. Головне завдання, яке повинна виконати держава щодо своїх товаровиробників-споживачів - якнайшвидше створити передумови для конкурентного середовища, в першу чергу, стратегічно важливих галузей національної економіки. Без справжньої конкуренції на внутрішньому ринку не можна забезпечити ефективний вихід їм міжнародний ринок, що, в свою чергу, дозволить підвищити сучасний стан економічної безпеки країни зокрема.

Перспективи розвитку національної економіки нерозривно пов'язані з економічним розвитком регіонів на інноваційних засадах. У зв'язку з цим становлення регіональної інноваційної системи і проведення структурної перебудови народного господарства України вимагають активної участі регіонів у впровадженні інноваційних процесів.

Актуальність дослідження теоретичних основ формування регіональних інноваційних систем обумовлена такими положеннями. По-перше, світовими економічними процесами

інтеграції і глобалізації, які орієнтовані на сучасні конкурентоспроможні знання, науку, технологію та виробництво. Регіони виявляються не тільки залученими в процеси на рівні окремої країни, але й зазнають впливу глобальних економічних явищ. По-друге, процесами зміцнення ринкових відносин в Україні й усвідомленням необхідності інноваційного шляху розвитку економіки. По-третє, необхідністю збереження і збільшення науково-технічного потенціалу регіонів, що визначає сукупний потенціал країни і процеси створення національної інноваційної системи.

Для успішного інноваційно-технологічного розвитку регіонів важливе місце відводиться визначенню його пріоритетів, а, виходячи з питання активізації інтеграційних процесів України зі світовим співтовариством, на основу практичних дій по реалізації головних пріоритетних напрямів слід покласти регіональний підхід. Затвердження державних пріоритетів розвитку науки і техніки здійснюється в установленому законодавством порядку. Основним механізмом реалізації пріоритетних напрямів мають бути загальнодержавні та галузеві наукові й науково-технологічні програми.

Серед пріоритетів, що відбивають новий етап територіального розвитку й посилення ролі регіонів у розвитку своїх територій на основі інноваційних перетворень, повинні бути наступні:

- істотне розмежування функцій між центром і регіонами, що надасть регіонам і муніципальним утворенням статус безпосередніх учасників й організаторів процесу технологічного відновлення на якісно новій інноваційній основі;
- розвиток територіальних мережевих моделей організації науково-виробничих систем;
- залучення до складу територіальних мережевих моделей малого виробничого й інноваційного бізнесу;
- використання державно-приватного партнерства в якості одного із базових механізмів взаємодії держави і бізнес-співтовариств в інноваційній сфері.

В економіці України інноваційна складова відіграє важливу роль, обумовлену, з одного боку, сучасним етапом розвитку національної економіки, з іншого - необхідністю України бути конкурентоспроможною державою у світовому суспільстві.

Література:

1. Конкурентоспроможність підприємств в умовах ринкової економіки: у 3-х томах: Том 1: Регіональні аспекти та напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах інноваційного розвитку [монографія] \ [Н.М. Андрєєва, О.М. Головченко, І.А. Маркіна та ін.]; за заг. ред. М.А. Зайця, О.В. Захарченка, О.М. Коваленка. – Одеса: ВМВ, 2014. – 292 с.

РОЗРОБКА ШЛЯХІВ ЗНИЖЕННЯ ВЕЛИЧИНИ ТАРИФУ НА ТРАНСПОРТНІ ПАСАЖИРСЬКІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ

О.О. Барабаш, к. е. н., с.н.с., доцент

М.В. Богаченко

М.С. Сторожук

Одеський національний політехнічний університет

Робота громадського транспорту є важливим показником якості життя в місті і одним з критеріїв оцінки ефективності місцевої влади. При організації його діяльності необхідно проведення грамотної цінової політики, оскільки від неї залежить фінансова стабільність роботи транспортних підприємств. Хоча більша частина автотранспортних підприємств

належать до приватного сектору, державне регулювання грає велику роль у формуванні їх дій.

Державне регулювання тарифів на перевезення запроваджується з метою сприяння розвитку інфраструктури пасажирського автотранспорту, недопущення необґрунтованого підвищення тарифів, покращення рівня обслуговування пасажирів, фінансового стану автотранспортних підприємств та керованості ціновою ситуацією на ринку пасажирських перевезень [1].

Оскільки суб'єкти приватної власності керуються принципами ринкової економіки, а їх регулювання проводиться державою за допомогою законів, тому встановлення і аналіз тарифів є не тільки економічною проблемою, а й соціальною, оскільки для значної частини населення транспортні витрати займають вагомий частку у загальних споживчих витратах [2, ст. 265].

Необхідно встановити таку величину тарифу, при якій не буде зменшуватися попит на перевезення, і в той же час підприємство буде отримувати прибуток для запобігання банкрутства, оновлення технічного стану рухомого складу, покращення надання послуг автомобільним транспортом тощо [3].

Відповідно до проведених досліджень, структура тарифу за статтями витрат має наступний вигляд (рис.1).

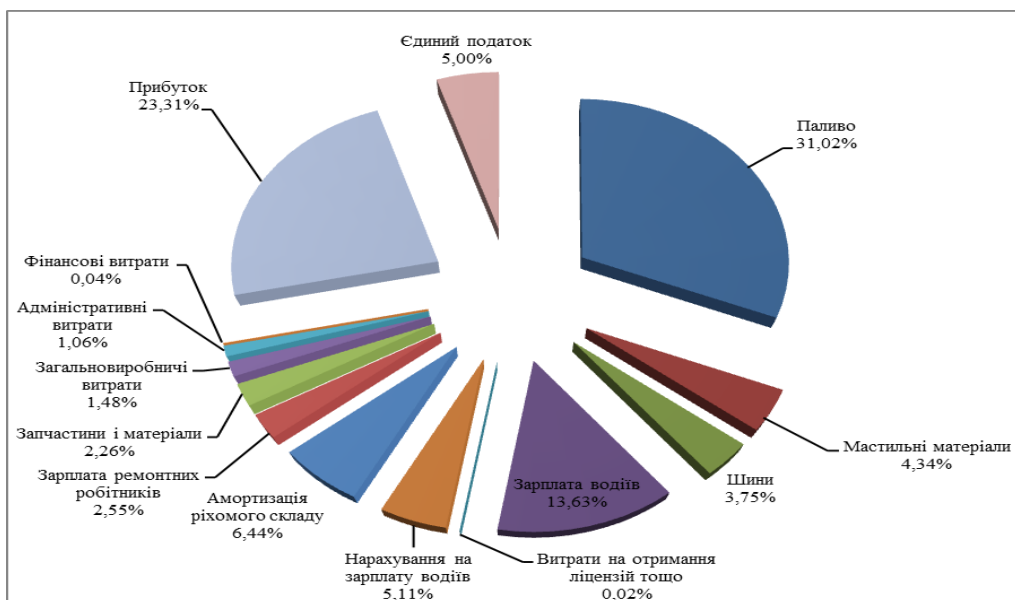


Рис. 1. Структура тарифу за статтями витрат

Як видно з рис.1, найбільшу питому вагу у складі тарифу складають витрати на паливно-мастильні матеріали, заробітна плата водіїв, а також податки, збори та відрахування. Тому подорожчання паливно-мастильних матеріалів, збільшення розмірів мінімальної заробітної плати, зміна умов оподаткування суб'єктів господарювання, вимог щодо перевізників - впливають на постійне збільшення тарифу на перевезення, особливо в сучасних умовах.

Оскільки ці витрати складно скоротити, потрібно шукати інші шляхи зменшення рівня тарифу. По-перше, потрібно оптимізувати маршрути руху пасажирського транспорту шляхом припинення дублювання маршрутів, а також прокладання їх поза кварталами з пробками. Цей фактор може допомогти підвищити конкурентоспроможність автобусів перед електротранспортом.

За останні роки рентабельність перевезень зросла за рахунок того факту, що велика кількість громадян почала користуватися послугами пасажирського автомобільного транспорту замість власного транспорту, а також зменшилося використання послуг таксі,

через зростання витрат на обслуговування автомобіля та паливно-мастильні матеріали. При цьому негативним явищем є зменшення кількості автобусів на маршрутах і, як наслідок, збільшення їх завантаження. Цю проблему можна вирішити шляхом диференціювання тарифів згідно з протяжністю маршруту.

Для точного визначення рівня тарифу потрібно удосконалювати методи збирання даних. Такий фактор як пасажиропотік є ключовим для розрахунку тарифу на одну особу, але фактично розрахувати його можна тільки приблизно – саме це і є проблемою. Для її рішення пропонуємо ввести електронно-пропускну систему для пасажирів в момент оплати проїзду на зразок західних країн. Це рішення урегулює проблему безоплатного проїзду і зменшить витрати на заробітну плату контролерам і кондукторам.

Пасажирським транспортом користується велика кількість пільговиків, проте субсидіювання з боку держави відсутнє. Тому держава повинна компенсувати ці витрати або заявити про фінансову неспроможність забезпечити ці пільги, оскільки через це фінансування таких перевезень відбувається виключно за рахунок працюючого населення, що скорочує їх платоспроможність.

Проведення конкурсів повинно сприяти розвитку повноцінної конкуренції, обмеження монополізму на ринку пасажирських транспортних послуг та вибір на конкурсних засадах відповідного автомобільного перевізника для забезпечення належної якості, надійності та комфортності обслуговування пасажирів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Ціноутворення в сфері пасажирських перевезень повинно бути пріоритетним завданням міських органів влади. Основним стратегічним пріоритетом вдосконалення тарифної політики підприємств автомобільного транспорту повинен бути розвиток пасажирського транспорту через забезпечення охорони здоров'я і безпеки; формування доступної, надійної транспортної системи для перевезення пасажирів; створення транспортної системи, яка сприятиме економічному зростанню країни. При цьому потрібно враховувати напрямки та прогнози соціально-економічного розвитку України з врахуванням особливостей розвитку регіонів, а також досвід високорозвинутих зарубіжних країн. При цьому залишаються відкритими декілька питань, серед яких головними є оновлення рухомого складу, гармонізація законодавства в сфері перевезення, їх лібералізація, покращення дорожньої інфраструктури, підвищення кваліфікації водіїв та ін.

Література:

1. Про автомобільний транспорт [Електронний ресурс]: Закон України №2344-III від 05.04.2001 р. // Відомості Верховної Ради України. - 2001. - № 22. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>;
2. Разумова К. М. Системний аналіз визначення оптимального рівня тарифів / К. М. Разумова // Вісник НТУ. – К.: НТУ- 2012. – №26. – с. 263-266.
3. Про затвердження Методики розрахунку тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту [Електронний ресурс]: Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України №1175 від 17.11.2009 р. // Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1146-09>.

ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ПРИ ПЛАНУВАННІ ВИРОБНИЦТВА І ЗБУТУ, ВИТРАТ ТА ЦІНИ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

О.О. Барабаш, к.е.н., ст. н. с., доцент

В.В. Лалуд

М.С. Сторожук

Одеський національний політехнічний університет

Виробнича діяльність в ринкових умовах ефективна лише у тому випадку, коли вартість зробленого кінцевого продукту буде більше вартості початкових ресурсів або чинників, витрачених на виробництво і збут. І основна мета підприємства полягає в максимізації цієї різниці. При цьому існують об'єктивні економічні критерії, задаючи оптимальні розміри випуску товарів і послуг при існуючих обмеженнях ресурсів, які повною мірою слід враховувати в процесі планування. Актуальність даного питання не викликає ніяких сумнівів. А планування діяльності підприємства можна представити у вигляді етапів планування: витрат, пов'язаних з випуском продукції; цін, що встановлюються на продукцію; збутової політики. [1,с.20] Дослідимо кожен із складових окремо.

План виробництва і реалізації (збуту) продукції - основний розділ плану підприємства, він визначає головні завдання, що стоять перед підприємством в планованому періоді. Нині збутова діяльність є значимою сферою функціонування промислового підприємства. Особливе значення цього плану пояснюється його взаємозв'язком та впливом на інші показники плану і на вирішення головної економічної проблеми держави - створення в ній високої матеріально-технічної бази і забезпечення достатку матеріальних засобів. При цьому зростання випуску і реалізації продукції потрібної номенклатури і асортименту при виконанні раціональних вимог до її якості і мінімальному рівні витрат виробництва є первинною справою.

При формуванні системи збуту виробник повинен орієнтуватися на споживача і розробляти систему максимально під нього адаптовану. При цьому необхідно прийняти безліч рішень. Із стратегічних найбільш важливими являються: вибір методів ведення збуту, формування логістичної системи, визначення каналів руху товару, а також форм інтеграції учасників процесу.[3,с.7]

Одне з проблемних питань поточного планування - це планування накладних витрат підприємства. Входячи в собівартість продукції, накладні витрати можуть сильно спотворити усю реальну картину. Від якості плану накладних витрат залежатиме якість планованої собівартості, звіту про прибуток, плану грошових потоків і прогнозного балансу. [2,с.24]

Розглянемо взаємозв'язок планування витрат, ціни та збуту продукції на прикладі поточного планування, основна мета якого полягає у визначенні потреб для успішної роботи і розвитку підприємства впродовж подальшого року, а також розробці ретельного плану діяльності і його документальному оформленні. Поточне планування включає розробку прогнозу продажів, плану виробництва продукції, плану споживання прямих матеріалів, плану використання прямої праці, плану накладних витрат, розрахунку планованої собівартості продукції, плану витрат на реалізацію і управління, прогнозного звіту про прибуток, плану грошових потоків і прогнозного балансу на кінець періоду. [4]

Ринкові умови надають особливу важливість «ціні», роль якої значно зростає на усіх рівнях ділового планування, підприємницької діяльності, виробничого менеджменту, адміністративного управління, мотивації і стимулювання персоналу і у багатьох інших сферах людської діяльності. Діючі ринкові ціни багато в чому визначають споживчі переваги і підприємницький вибір, рівновага попиту і пропозиції на товари і послуги, процеси

виробництва, споживання і розподілу матеріальних і духовних благ, рівень доходності, якість життя різних категорій працівників і усього населення країни і так далі.

Зрозуміло, що діяльність підприємства на відповідному ринку буде ефективною до тих пір, поки ринкова ціна на продукцію і послуги перевищуватиме витрати виробництва. Планування оптимальних ринкових цін на різні види продукції, роботи і послуги ґрунтується на зіставленні валових і граничних витрат на їх здійснення.

Висновок: планування і регулювання ринкових цін на продукцію, як підтверджує досвід країн з розвинутою ринковою економікою, повинні ґрунтуватися на широкому використанні дуже гнучкої поточної політики і довготривалої стратегії ціноутворення, в основі якої передбачається методика встановлення суспільно оптимальних цін, що забезпечують справедливий прибуток підприємствам-виробникам.

Одною з пропозицій для виходом з існуючого стану може виявитися використання гнучкого планування. Його застосування забезпечує максимальну відповідність планів і дійсності, сприяє посиленню контролю і полегшує облік витрат виробництва.

Застосування передового зарубіжного досвіду планування і регулювання рівня ринкових цін на підприємствах сприятиме підвищенню платоспроможного попиту, розвитку вітчизняного промислового виробництва і зростанню якості і рівня життя працівників підприємств.

Література:

1. Волонцевич С. О. Оптимізація структури витрат як фактор підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.07.01. «Економіка промисловості» / С. О. Волонцевич. – Харків, 2006.
2. Папазова Т. Ю. Влияние качества планирования на эффективность деятельности предприятия / Т. Ю. Папазова // Економіка, фінанси, право. – 2006. – № 1. – С. 24-26.
3. Клебанова Т. С. Комплекс моделей гибкой финансовой системы предприятия / Т. С. Клебанова, Л. С. Гурьянова // Економічна кібернетика : [міжнародний економічний журнал]. – 2005. – № 5-6. – С. 4-9.
4. Юровский Б. Планирование основных показателей работы предприятия и экономическое обоснование цен на продукцию.-Харьков:Центр «Консулат», 2007.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ВИТРАТАМИ

С.В. Безнос, ст. викладач

Т.А. Сергіонова

Одеський національний політехнічний університет

Підвищення конкурентоспроможності підприємства є дуже актуальним в сучасній економіці. Під час глобалізації та за умови відкритих ринків значення конкурентоспроможності становиться ще більшим. Конкурентоспроможним підприємством може бути тільки те підприємство, яке може вижити в важких умовах ринкової конкуренції, де виграють ті, що можуть, у тому числі, зацікавити покупців меншими цінами на свою продукцію. Це в першу чергу можна зробити якщо вміти вірно управляти витратами.

Управління витратами – це процес формування витрат за видами, місцем і носіями за умови постійного контролю їх рівня, виявлення можливостей зниження і стимулювання самого зниження рівня витрат. Система управління витратами охоплює такі організаційні підсистеми: нормування та планування витрат за їх видами; облік і аналіз витрат; пошук і виявлення чинників економії ресурсів; стимулювання економії ресурсів, зниження витрат.

За допомогою класифікації витрати групуються за видами та відносяться на собівартість продукції прямо або побічно. На майбутній розмір собівартості продукції, що складається з різних видів витрат, можна вплинути. Для цього собівартість аналізується, виявляються які витрати збільшили або зменшили її розмір, а потім розробляються заходи щоб вплинути вже на їх розмір. Виходячи з цього, варто зауважити, що діяльність будь-якого суб'єкта господарювання розпочинається зі здійснення витрат. Спочатку підприємству необхідно придбати основні фонди, тобто будівлі, приміщення, устаткування, транспортні засоби, які будуть забезпечувати його діяльність протягом тривалого періоду часу. Потім треба закупити матеріальні ресурси, які в процесі виробництва будуть перетворюватися на готову продукцію. У процесі реалізації підприємство відшкодовує здійснені витрати, та якщо воно працює ефективно, отримує прибуток.

Чим більша величина понесених витрат і рівень їх віддачі, тим більше прибутку отримає підприємство. Управляти витратами також означає організація обліку витрат по кожному підрозділу, аналіз структури витрат та її вплив на результати діяльності підприємства; приймання обґрунтованих управлінських рішень; планування рівня витрат; планування прибутку з урахуванням обсягів здійснюваних витрат та змін у ринковому середовищі; формування дієвої системи мотивації працівників до контролю та зменшення витрат; контроль рівня витрат та вживання заходів для їх зменшення. Також загальновідомо, що до внутрішніх джерел фінансування витрат підприємств здебільшого відносять такі: чистий прибуток; амортизаційні відрахування; забезпечення наступних витрат і платежів.

Управління витратами на підприємстві передбачає встановлення місця витрат і центру відповідальності. Місце витрат – це місце їхнього формування (окремі підрозділи, цехи, колективи). Під центром відповідальності розуміють організаційну єдність місць витрат з центром, що відповідає за їхній рівень. На практиці місцем витрат є територіальні підрозділи, відокремлені просторово, а центром – економічний відділ, який розробляє планові й обчислює фактичні витрати для виробничих підрозділів і загалом для підприємства.

Установлені норми витрат – це граничні витрати окремих видів ресурсів за даних організаційно-технологічних умов виробництва. Вони є важливим чинником забезпечення суворого режиму економії, а відтак – і зниження собівартості продукції, що відповідно посилює конкурентоспроможність підприємства. У процесі планування виробництва встановлюються граничні загальні витрати як у підрозділах, так і загалом для підприємства, а також на одиницю продукції. Фактичний рівень обсягу витрат з розрахунку на одиницю продукції обчислюється за даними поточного і звітного обліку. Порівняння фактичних витрат з нормативними дає змогу в процесі аналізу оцінити роботу підрозділів із використання ресурсів, з'ясувати причини відхилень фактичних витрат від планових і відповідно стимулювати працівників підприємства до їх зниження, а також відшукати шляхи для цього. Планування витрат на виробництво і реалізацію продукції важливо насамперед для визначення оптимальної цінової політики підприємства. Необхідною умовою при цьому є роздільне планування змінних і постійних витрат і визначення найбільш економічного розміру виробничих запасів.

Витрати виробництва знаходяться у взаємозв'язку з показниками ефективності виробництва, зокрема, прибутком, показниками рентабельності, витратами на 1 грн. чистого доходу (виручки) від реалізації продукції тощо, тому отримання максимального ефекту з найменшими витратами, економія трудових, матеріальних та фінансових ресурсів залежать від того, як вирішуються питання зниження витрат виробництва. Так, ефективним напрямом зниження витрат є дотримання принципів ефективного розміщення продуктивних сил: скорочення відстані між виробником і споживачем, між виробництвом і сировинною базою.

Основними шляхами зниження витрат виробництва є:

– зниження матеріальних витрат на одиницю продукції. Оскільки в більшості галузей промисловості вони займають високу питому вагу в структурі витрат на виробництво, то

навіть незначне заощадження матеріальних витрат (сировини, матеріалів, палива, енергії) при виробництві одиниці продукції дає певний ефект в цілому по підприємству;

- зниження витрат на оплату праці на одиницю продукції;
- скорочення адміністративно-управлінських витрат;
- ліквідація непродуктивних витрат і втрат;
- застосування ресурсозберігаючої технології, що забезпечує економію матеріалів та енергії.

Щоб виявити непродуктивні витрати, зазвичай, використовують функціонально-вартісний аналіз, за допомогою якого виявляють непотрібні функції, знаходять можливості здешевлення виробів [1].

В міжнародній практиці набули широкого поширення такі підходи до зниження витрат: таргет – костинг (targetcosting); кайзен ("kaizen" перекладається як "покращення, вдосконалення" (від «кай» – «зміна» і «зен» – «добре»). Управління витратами по концепції "targetcosting" використовується у в основному на стадії проектування нової продукції. Основна відмінність управління витратами за методом кайзен полягає в тому, що зниження витрат відбувається за видами продукції, що вже виробляються підприємством, завдяки підвищенню ефективності бізнес-процесів. Визначають, на скільки повинні бути знижені витрати на виробництво продукції, і повноваження після досягнення поставлених цільових значень витрат передаються безпосередньо виробничим підрозділам. З метою забезпечення зниження собівартості продукції в короткий термін і в цілому витрати по підприємству фінансовому директору необхідно послідовно виконати такі кроки: визначити статті витрат, які можуть бути скорочені; спільно з керівниками виробничих підрозділів скласти план зниження витрат і розподілити між менеджерами відповідальність за його виконання [2].

Отже, на підприємствах при плануванні витрат на виробництво та обіг продукції визначається величина витрат, які необхідні для виробництва продукції щодо кожної калькуляційної одиниці, а також для випуску всього обсягу продукції в цілому по підприємству. Визначають планову собівартість продукції на основі методу калькулювання, що застосовується на конкретному підприємстві.

Література:

1. Бельтюков Є. А. Управління витратами на основі функціонально-вартісного аналізу / Є. А. Бельтюков, Н. О. Безнощенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – Т. 2, № 2. – С. 7 – 10.
2. Ковальов, В. В. Фінансовий аналіз: Управління капіталом. Вибір інвестицій. Аналіз звітності: навч. посіб. / В. В. Ковальов. – М. : Фінанси і статистика, 2005. – С. 98-102.

ВАЖЛИВІСТЬ ВРАХУВАННЯ КЛІМАТИЧНИХ ТА ІНШИХ ЧИННИКІВ ЗАДЛЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

*С.В. Безнос, ст. викладач
В.В. Матчина*

Одеський національний політехнічний університет

Задля підтримання конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств як на внутрішньому ринку, так й на зовнішньому ринку підприємству важливо враховувати багато чинників. Сільськогосподарська діяльність є, можливо, найбільш ризикованою діяльністю так як результат діяльності залежить частиною від природно-кліматичних чинників, які не можливо стовідсотково спрогнозувати [1].

Так задля доброго врожаю, яке принесе великий прибуток, сільськогосподарському підприємству необхідно вміти обрати найліпший варіант вирощування продукції враховуючи:

- майбутній попит та пропозицію на сільськогосподарську продукцію (треба врахувати, що якщо в попередній рік був дефіцит однієї продукції, вона стоїла великих коштів, приносила великі прибутки підприємствам, що її виростили, то, велика можливість того, що багато підприємств розпочне вирощувати її в наступний рік, в наслідок чого отримуємо занадто багато врожаю на який вже не буде попиту, низькі ціни на нього та втрату врожаю внаслідок того, що його ніде зберігати);

- виробничі можливості за наявною технікою;

- можливість отримати кредити на закупку нового устаткування, палива, добрив, посівного матеріалу, поливу;

- кліматичні особливості даної території (вивчити температурні особливості, кількість опадів та ін.) та тип ґрунту;

- різновид культур, що вирощувався на даній території в попередні роки (слід пам'ятати, що наскільки би не був рентабельним один вид сільської культури, її не можна вирощувати на одному місці тривалий час, бо родючість ґрунтів може зіпсуватися навіть не поправно, необхідно сільськогосподарські культури вміло передувати, щоб врожайність тільки підвищувати) та інші.

Всі ці чинники дуже важливо врахувати при розрахунку ризикованості діяльності. Проте врахувати їх й дуже важко, майже неможливо. Це кропіткий, але важливий процес.

У сільському господарстві земля є головним засобом виробництва. На відміну від інших засобів виробництва, за умови правильного використання земля постійно відновлює свою родючість, якісно поліпшується. Проте її природна родючість неоднакова в різних природно-кліматичних умовах. Тому в землеробстві праця однакової кваліфікації і фондоозброєності дає різні результати залежно від природних умов, тобто продуктивність праці тут визначається передусім продуктивністю природних ресурсів.

Вплив природних факторів на результати виробництва можна обмежити шляхом розвитку продуктивних сил. Йдеться про економічну родючість, підвищення якої досягається через раціональне використання землі, систематичне впровадження нових технологій, досягнень науки і техніки, поліпшення культури землеробства. Таким чином, у землеробстві економічний процес відтворення незалежно від його суспільного характеру завжди взаємодіє з природним. Тому підприємець повинен добре знати і вміло використовувати не тільки економічні закони, а й закони природи [2].

Зміна клімату і причини цього явища є надзвичайно актуальною темою для всіх галузей економіки, а для сільського господарства, можливо, найбільше. Достовірно встановлено, що середня температура повітря біля поверхні землі справді підвищується у всіх регіонах світу. Внаслідок чого в атмосфері відбувається перебудова глобальних процесів перенесення тепла і вологи на всіх континентах, що супроводжується різким почастишенням природних катаклізмів: посух і повеней, тайфунів і смерчів, граду, зсувів [3].

За оцінками провідних світових страхових компаній сучасний економічний збиток від стихійних лих у вісім разів більше ніж півстоліття тому. Окрім прямого збитку, що завдається природними катаклізмами, змінюються і витрати різних галузей економіки, зокрема сільського господарства, на перебудову виробничих циклів у зв'язку із зміною звичних кліматичних умов [4].

Дуже важливий для сільського господарства аспект, пов'язаний із потеплінням, можливе збільшення у півтора рази чи навіть удвічі чисельності основних комах-шкідників, для яких потепління клімату є благодатним для розмноження та поширення. Зона екологічного оптимуму різних видів шкідників поширюється на території, де раніше температурні умови для них були несприятливими.

На думку світових експертів, у майбутньому вплив зміни клімату на сільськогосподарське виробництво посилюватиметься. В Україні очікується подальше підвищення температури повітря, яке супроводжуватиметься чергуванням посушливих періодів з періодами нормального зволоження [3]. Суттєвою особливістю сільськогосподарського виробництва є його сезонність. У певних межах її можна згладжувати шляхом виготовлення продуктів, які мають неоднакові час виробництва і робочий період. Йдеться про таку організацію виробництва, яка поєднує основні й допоміжні галузі, промислові підприємства і промисли залежно від економічних і природних умов. У сільському господарстві також дуже важливим є своєчасне виконання робіт (наприклад, сівба, збір урожаю, догляд тварин з інтервалами, які визначаються природою, тощо). Якщо в промисловості несвоєчасне виконання технологічних операцій веде до затримки виготовлення продукції, то в сільському господарстві це призводить до прямих втрат продукції, погіршення її якості, великих втрат втіленої в неї праці. Це негативно позначається на результатах підприємництва, дохідності аграрного виробництва у цілому [5].

Для ранніх ярих зернових культур (ярий ячмінь, яра пшениця, овес) умови можуть погіршуватися за рахунок збільшення посушливості важливих періодів вегетації цієї групи культур, які відбуватимуться в умовах підвищеного, порівняно з нинішнім, температурного фону. За незмінних умов зволоження це може спричинити падіння врожайності ярих зернових внаслідок зменшення вегетаційного періоду і більш раннього дозрівання. В Україні відбувається зменшення зони достатнього зволоження ґрунту. Якщо раніше її межа пролягала по півдню Київської і Житомирської областей, то зараз ці регіони вже можна вважати зоною нестійкого зволоження, що означає поширення посухи на північні регіони України. Є припущення можливого опустелювання частини української території. Цей процес включає цілий комплекс чинників, серед яких зменшення кількості опадів є одним із найважливіших. Тому такі процеси виключати не можна, особливо в районах, де відбувається порушення екологічної рівноваги, наприклад вирубка зелених насаджень [6].

Література:

1. Безнос С.В., Матчина В.В. Страхування сільськогосподарських ризиків [Електронний ресурс] / С.В. Безнос, В.В. Матчина // Матеріали І міжнародної науково-практичної інтернет-конференції "Формування потенціалу економічного розвитку промислових підприємств" 23-24 квітня 2015 р., – Одеса: ОНПУ, 2015. т. 1, С. 127-129. Режим доступу: http://economics.opu.ua/files/science/2015/fperpp_2015/127.pdf
2. Благодатний В.І., Мармуль Л.О. Основи підприємництва та агробізнесу: Навчальний посібник / В.І. Благодатний, Л.О. Мармуль / – Херсон: Айлант, 2002. – 274 с.
3. Зміни клімату в Україні: чернігівські аспекти. [Електронний ресурс]. // Північний вектор. Чернігівський суспільно-інформаційний часопис. Режим доступу: <http://pivnich.info/zminy-klimatu-v-ukrajini-chernihivski-aspekty/>
4. Український гідрометеорологічний центр. Офіційний інформаційний сервер. [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <http://meteo.gov.ua/>
5. Юрчишин В.В. Сільські території як самоутворюючі фактори розвитку аграрного сектора економіки / В.В. Юрчишин // Економіка АПК. –К: ТОВ «Редакція міжнародного науково-виробничого журналу «Економіка АПК». 2005. – № 3. – С. 3-10.
6. Тетяна Адаменко. Без паніки: кліматичні зміни можуть виявитися корисними для сільського господарства. Тиждень.ua (1 серпня 2012) [Електронний ресурс] / Т. Адаменко // Тиждень.ua № 29 (246) 2012 р. Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Society/55863>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Н.О. Безнощенко

Одеський національний політехнічний університет

Промисловість є основою суспільного прогресу та однією з найбільш важливих галузей економіки. Її перетворення на ефективний, конкурентоспроможний, сприйнятливий до інновацій і високотехнологічний комплекс, що динамічно розвивається та інтегрований у систему міжнародного розподілу праці вимагає поглиблених досліджень чинників, методів і форм забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств. Тому все більшої актуальності набуває проблема забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств у сучасних умовах господарювання, оскільки здатність підприємства працювати у високодинамічному конкурентному середовищі з позитивною динамікою є результатом ефективної системи управління забезпеченням конкурентоспроможності промислового підприємства.

Величезна різноманітність наукових підходів вносить певну неоднозначність у визначенні чинників впливу та шляхів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, водночас аналіз діяльності вітчизняних промислових підприємств свідчить про низький рівень їх конкурентоспроможності. Це підтверджує недосконалість методів, що використовуються для вирішення теоретичних та практичних завдань щодо забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств у сучасних умовах господарювання.

Проаналізувавши та узагальнивши існуючі наукові підходи до визначення сутності економічної категорії «конкурентоспроможність підприємств», можна запропонувати її тлумачення, яке, на відміну від раніше відомих, враховує реалізацію трьох основних напрямків: комплексний підхід до проблеми забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств, пріоритетність інноваційного розвитку економіки України та необхідність переходу до вищих технологічних укладів.

Відповідно до цього, конкурентоспроможністю підприємства є ступінь переваги підприємства відносно інших підприємств даної галузі всередині країни та поза її межами за такими характеристиками, як: рівень техніки та технології, форми організації процесів, рівень стратегічного і поточного планування, рівень витрат виробництва, якість продукції та виробництва, якість систем управління, комунікації, навички та знання персоналу, інформаційне та ресурсне забезпечення тощо, а також можливість утримання протягом тривалого періоду часу даних конкурентних переваг.

На нашу думку, процес забезпечення конкурентоспроможності має стати невід'ємним етапом стратегічного управління, бо пов'язаний із вирішенням проблеми швидкого досягнення запланованих результатів в умовах мінливого внутрішнього середовища і ситуації на ринку. Тому пропонуємо забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства розглядати як послідовний процес, що спрямований на перетворення наявних ресурсів і можливостей підприємства на конкурентні переваги та створення умов, що сприяють підвищенню конкурентних можливостей, зміцненню конкурентних позицій на вітчизняному і світовому ринках та забезпеченню стійкого розвитку промислового підприємства. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства має передбачати: аналіз фінансового становища; аналіз привабливості продукції та послуг підприємства на ринку; комплексний аналіз конкурентоспроможності підприємства та його конкурентних переваг.

М. Портер вважає, що позицію фірми в галузі визначає конкурентна перевага. В кінцевому рахунку фірми обходять своїх суперників, якщо мають міцну конкурентну перевагу. Конкурентна перевага ділиться на два основні види: 1) більш низькі витрати і 2)

диференціація товарів. Нижчі витрати відображають спроможність фірми розробляти, випускати та продавати продукцію з меншими витратами, ніж у конкурента. Диференціація – це здатність забезпечити покупця унікальною та більшою цінністю у вигляді нової якості товару, особливих споживчих властивостей або післяпродажного обслуговування. Важко, але все-таки можливо отримати конкурентну перевагу на основі як більш низьких витрат, так і диференціації. При цьому, будь-яка дієва стратегія має приділяти увагу всім типам конкурентних переваг, хоча і строго дотримуючись одного з них. [1]

В сучасних умовах господарювання дана концепція, на нашу думку, потребує уточнення, тому, вважаємо, що конкурентні переваги промислового підприємства мають базуватися на наступних положеннях:

- техніко-технологічне вдосконалення підприємства – необхідна умова забезпечення конкурентоспроможності;
- відповідна інноваційно-інвестиційна політика на підприємстві, як основа техніко-технологічного вдосконалення;
- підвищення якості продукції, виробництва та якості систем управління, їх сертифікація та постійне поліпшення дає більш стійкі конкурентні переваги;
- зниження витрат виробництва при збереженні високої якості продукції;
- диверсифікація виробництва дозволить підтримати діяльність підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища та дасть змогу досягти стійких конкурентних переваг;
- розробка стратегії забезпечення конкурентоспроможності, її аналіз, постійне уточнення та запровадження процесу адаптації підприємства до сучасних умов господарювання – запорука отримання стійких конкурентних переваг та необхідна умова успішного функціонування підприємства.

В кінцевому рахунку, тривалість утримання певної конкурентної переваги залежить від: джерела переваги (переваги низького або вищого рангу); кількості явних джерел конкурентної переваги на підприємстві; активності в модернізації виробництва та інших видів діяльності підприємства.

Ідентифікація ключових факторів успіху (КФУ) має стати одним з головних пріоритетів розробки стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства. КФУ можуть служити основою побудови стратегії забезпечення конкурентоспроможності, при цьому вони можуть мінятися від галузі до галузі. [2]

Врахування цих факторів дозволяє розробити ефективну стратегію забезпечення конкурентоспроможності підприємства, що буде заснована на посиленні впливу позитивних і зниженні впливу негативних чинників на діяльність будь-якого підприємства. Найбільш прийнятна конкурентна стратегія визначається з урахуванням оцінки перспективності продуктів і ринків та конкурентних позицій підприємства, яка здійснюється в ході аналітичної фази. [3, с. 319-320]

Управління забезпеченням конкурентоспроможності підприємства – трудомістке завдання, що вимагає системного підходу при здійсненні великої кількості управлінських, технічних, технологічних та інших заходів. Вважаємо, що для вирішення цього завдання можна запропонувати концепцію комплексного забезпечення конкурентоспроможності промислового підприємства в сучасних умовах господарювання, яка дозволяє системно підійти до вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності та здійснювати необхідний управлінський вплив на підприємство з метою зміцнення його конкурентних позицій, швидкого реагування на зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі та забезпечення його стійкості в сучасних умовах господарювання.

Література:

1. Башнянин Г. І. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку [Текст] / Г. І. Башнянин, О. В. Паранчук // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.1. – С. 125 – 128.
2. Харитонова О. С. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / О. С. Харитонова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля [науковий журнал] – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля. – 2012. – № 12 (183) Ч. 1. – С. 318 – 322.
3. Основи економічної теорії [Текст]: навч. посіб. / С. В. Мочерний, О. А. Устенко. – 3-те вид., стереотипне. – К.: Академія, 2009. – 504 с.

КАЛЬКУЛЯЦИЯ МЕТОДОМ ОБЩЕЙ КАЛЬКУЛЯЦИИ И МЕТОДОМ ВЕЛИЧИНЫ ПОКРЫТИЯ

*Е.А. Бельтюков, д.э.н., профессор
С.С. Чеботар*

Одесский национальный политехнический университет

В настоящее время задача калькулирования – не просто обеспечить фактическую себестоимость изделия, а рассчитать такую себестоимость, которая в рыночных условиях работы предприятия могла бы обеспечить ему определенную прибыль. Исходя из рассчитанного уровня, необходимо так организовать производство, чтобы фактически обеспечить приемлемый уровень себестоимости и возможность её постоянного снижения.[1]

Калькулирование – это способ группировки затрат и расчета себестоимости продукции или услуг определенной потребительной стоимости, а также совокупность приемов учета затрат на производство.

В рыночной экономике широко используется прогнозирование расходов и доходов на основе калькулирования себестоимости продукции по переменным затратам. При этом затраты организации делятся на постоянные и переменные в зависимости от степени их реагирования на изменение масштабов производства. [4]

Кроме постоянных и переменных затрат, имеют место смешанные (полупостоянные) затраты, включающие постоянные и переменные компоненты. Часть этих затрат изменяется при увеличении (уменьшении) объема производства, другая часть остается фиксированной в течение отчетного периода независимо от объема производства. Например, месячная плата за телефон включает постоянную часть – абонентную плату и переменную, которая зависит от количества и длительности междугородных телефонных переговоров.

Метод общей калькуляции – предполагает распределение как переменных так и постоянных издержек на единицу продукции. Это именно тот метод, которым пользовались в условиях «Командно-административной» системы управления, и, к сожалению, он остается основным методом калькулирования издержек и до настоящего времени.

Метод калькуляции по величине покрытия предусматривает расчет только переменных затрат, связанных с производством и реализацией единицы продукции. В его основе лежит расчет средних переменных затрат и средней величины покрытия, которая представляет собой валовую прибыль и может быть рассчитана как разница между ценой продукции и суммой переменных затрат.

В плановой экономике себестоимость продукции была не только директивным и фондообразующим, но и ценообразующим фактором. Отправляя калькуляцию изделия в

Гокомцен, підприємства стремились зависити издержки, главным образом за счет, так называемых «накладных расходов» (труднее проверить), поскольку чем выше база, тем выше цена, а, следовательно, масса прибыли и объем товарной продукции. А с последним показателем напрямую была связана величина фонда заработной платы. По этому предприятиям было невыгодно использовать дешевые материалы, сырье и полуфабрикаты. Этот метод ценообразования с полным правом называли «затратным». Устанавливаемые директивным путем цены не отражали ни реальных издержек, ни реального соотношения спроса и предложения. Более того, на многие виды товаров устанавливались планово заниженные убыточные цены (сырье, топливо) либо планово завышенные (прежде всего на потребительские товары). [3]

В рыночном хозяйстве стоимость товаров и услуг определяются не индивидуальными издержками товаропроизводителей, а рыночной конъюнктурой, в основе которой лежит изменение спроса и предложения. Высокая степень неопределенности требует использование гибких инструментов планирования, позволяющих быстро учитывать изменения спроса и предложения, цен, требований к качеству товаров и т.п.

В этих условиях, как считает большинство западных экономистов, предпочтение следует отдавать составлению калькуляций себестоимости продукции «методом величины покрытия». В иных источниках его называют «методом вклада», «методом расчета по предельным затратам». Суть же его в том, что по отдельным видам продукции распределяются только переменные издержки. По изделиям распределяются только переменные издержки, объем выручки и маржинальная прибыль (собственно это и есть величина покрытия). А в целом по предприятию рассчитываются также еще и условно-постоянные затраты, полная себестоимость и прибыль. Величина покрытия (маржинальная прибыль) как бы покрывает собой условно-постоянные издержки и прибыль. Когда условно-постоянные издержки меньше маржинальной прибыли, то предприятия будут прибыльными, в противном случае – убыточными. Именно этой зависимостью обосновывается применение такого термина, как «калькуляция методом величины покрытия».

В этой калькуляции очень важное значение имеет показатель «коэффициент маржинальной прибыли»; который рассчитывается как отношение маржинальной прибыли к цене. Это, по сути, «потенциальная рентабельность» по видам продукции, неискаженная традиционными методами распределения постоянных издержек. Это и действительно так, поскольку «цена» отражает удачное конструктивное решение изделия, его конкурентоспособность, а переменные издержки отражают уровень технологического решения изготовления продукции.

Метод калькуляции по величине покрытия предусматривает расчет только переменных затрат, связанных с производством и реализацией единицы продукции. В его основе лежит расчет средних переменных затрат и средней величины покрытия, которая представляет собой валовую прибыль и может быть рассчитана как разница между ценой продукции и суммой переменных затрат.

Расчет себестоимости продукции лишь по переменным затратам упрощает нормирование, планирование и контроль резко уменьшившегося числа статей затрат. Преимуществом данного метода является значительное снижение трудоемкости. Кроме того, деление затрат на постоянные и переменные имеет значение для управления и анализа деятельности строительной организации, в частности, для принятия решений об ассортиментной политике, закрытии или объявлении банкротства в случае убыточной деятельности. Для строительных организаций, в уставном капитале которых имеется доля вкладов иностранных инвесторов, данный метод может использоваться как способ контроля финансовых результатов деятельности иностранными собственниками. [2]

Література:

1. «Методы учета и управления операционными затратами» Бельтюков Е. А., Чеботарь С.С., Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, Глобальні та національні проблеми економіки (Випуск 5). Електронне видання.
2. Орлов О. А «Маржинальная прибыль в экономических расчетах на промышленных предприятиях: монография/ О. А. Орлов, Е. Г. Рясных / из 2-е, переработка и дополнение – К.: Освіта України, 2011. – 192с.
3. Орлов О.А. «Планирование деятельности промышленного предприятия. Учебник. Издание 2-е, переработка и дополнение. – К.: Скарбы, 2006. – 416с.
4. А.Н. Асаул, М.К. Старовойтов, Р.А. Фалтинский «Управление затратами в строительстве». Под ред. д.э.н., профессора А. Н. Асаула. – СПб: ИПЭВ, 2009. -392с.

ВИКОРИСТАННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО АНАЛІЗУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРИЙНЯТТЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

О.Г. Бровкова, к.е.н., доцент
Т.Б. Городецька, к.е.н., ст. викладач
М.В. Атанасов

Одеський національний політехнічний університет

Обґрунтування актуальності проблеми. В складних умовах, що виникли під впливом фінансово-економічної кризи, саме використання операційного аналізу стає запорукою успіху в управлінні формуванням доходів будь-якого підприємства та ведення самої виробничо - господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи методу та особливості його використання у повсякденній бухгалтерській діяльності стали відомі людству завдяки кропітким дослідженням економістів, філософів та логістів з різних кутків світу. Особливий внесок зробили країни західного світу, так, як вони набагато довше живуть у системі ринкової економіки. Видатними дослідниками в цій області можна назвати Л. Андерсона, Р. Ендрюса, К. Чана, Дж. Джонсона та Х. Стеттлера.

Невирішені частини досліджуваної проблеми. Однак, враховуючи швидку зміну ситуації на внутрішньому ринку країни та науково – технічний прогрес, що набирає обертів в геометричній прогресії, можемо зробити висновок, що з кожним днем набирає більшої необхідності модернізація методів та спрощення їх використання в цілому, а також адаптації до ринку для відображення найбільш реальних перспектив діяльності підприємства.

Метою дослідження виступає обґрунтування доказів ефективності використання операційного аналізу управліннями різних суб'єктів господарювання та вивчення залежності між витратами, ціною і прибутком підприємства, обсягом реалізації, а також знаходження можливостей збільшення прибутку за допомогою визначення найбільш вигідної комбінації змінних та постійних витрат.

Виклад основного матеріалу. Операційний аналіз є одним з найефективніших методів здійснення заміру обсягу та аналізу структури витрат суб'єкта господарської діяльності. Це також спосіб «маневрування» витратами підприємства, що показує вплив їх структур, а також вплив виручки на рентабельність готової продукції, або різних підрозділів цього суб'єкта. Аналіз дає змогу, моделюючи економічний стан, знайти найвигіднішу пропорцію у перемінних та постійних витратах, ціні продукції і обсязі виробництва. Операційний аналіз носить багато інших назв, що набувають великої популярності у всьому світі: «аналіз беззбитковості», Costs – Volume – Profit - аналіз (аналіз витрат-обсягу-

прибутку). Ефективність даного методу стосовно прийняття рішень на адміністративному рівні визначається тим, що він дає змогу об'єднати облік витрат, виробниче планування, маркетингове дослідження та фінансовий аналіз.

Основною метою діяльності фінансового менеджера є досягнення високого прибутку від реалізації продуктів/товарів/послуг, та його постійне зростання. Щоб досягти бажаний результат (зріст прибутку) треба приділити увагу таким показникам:

1. витратам на виробництво і витратам на реалізацію продукції,
2. обсягу реалізації продукції
3. плановій ціні на одиницю продукції.

Саме операційний аналіз визначає взаємозв'язок цих показників, який ще має назву аналіз "Витрати – Обсяг – Прибуток". Сутність операційного аналізу полягає в виявленні залежності між витратами на виробництво та реалізацію продукції, обсягом реалізації, ціною і прибутком підприємства. Також даний аналіз допомагає максимізувати прибуток підприємства шляхом вибору найефективнішого поєднання змінних та постійних витрат.

Оптимізація структури активів і пасивів компанії задля збільшення її прибутку називається левериджем. Виділяють 3 види левериджу:

1. фінансовий
2. виробничий
3. виробничо-фінансовий

Іншими словами, леверидж – це важіль, незначна зміна якого призведе до істотних змін у результатах виробничо-фінансової діяльності підприємства.

Операційний аналіз дає відповідь на найважливіші питання, які стоять перед фінансистами підприємства на всіх основних етапах його грошового обігу. Наприклад, чи доцільно реалізовувати продукцію по ціні, нижчій, ніж її собівартість; що дешевше: орендувати приміщення чи одразу купити його або взяти в кредит, як знизити суми, відведені для сплати податків. На даний час, особливо в кризові роки, підприємствам України необхідно розробити методи управління витратами і прибутком в рамках аналізу "Витрати – Обсяг – Прибуток". Щоб отримувати стабільно зростаючий дохід, поліпшити рентабельність виробництва підприємству необхідно розробити та упорядкувати підходи до прийняття рішень з управління витратами та прибутком. Операційний аналіз допомагає менеджерів визначити оптимальне співвідношення між змінними витратами на одиницю продукції, постійними витратами, ціною, обсягом випуску та реалізації продукції, а також допомагає зменшити ризик. Цей аналіз ґрунтується на розподілі витрат на змінні та постійні.

Висновки. Розуміння механізму управління формування прибутку підприємства з використанням елементів операційного аналізу дасть змогу менеджерам спрогнозувати та уникнути ймовірності потрапляння в зону фінансової нестабільності, коли запас фінансової міцності різко скорочується за рахунок дії розглянутих вище факторів. У результаті операційного аналізу за цією методикою можна розрахувати, на скільки підприємство повинно збільшити обсяги реалізації при зниженні ціни або підвищенні витрат на задану величину, щоб компенсувати втрату прибутку, або на скільки підприємство може знизити обсяги реалізації без втрат прибутку за підвищення цін чи зниження витрат на задану величину.

Література:

1. Бланк І.А. Основи фінансового менеджменту / І.А. Бланк // Основи фінансового менеджменту - 1998. С.160-173.
2. James R. Martin, Ph.D. Management Accounting: Concepts, Techniques & Controversial Issues / James R. Martin, Ph.D. // Conventional Linear Cost-Volume-Profit Analysis – 2008. С 120-121
3. Андрійчук Р.В. Методичні підходи до аналізу рентабельності та беззбитковості виробництва продукції та оптимізації її асортименту / Р.В. Андрійчук // Економіка АПК. – 2007. С. 133.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Г.О. Герасименко

Київський національний університет технологій та дизайну

Досвід ринкових країн світу показує, що їх економічний успіх значною мірою зумовлений лібералізацією зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Ще жодна країна світу не спромоглася створити здорову економіку, ізолювавши свої підприємства від світової економічної системи. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств несе з собою безліч переваг, що стимулюють їх економічне зростання та й економіки країни загалом. Завдяки зовнішньоекономічній діяльності як підприємства, так і країни отримують можливість спеціалізуватися у кількох провідних сферах економіки, адже вони можуть, по-перше, експортувати продукцію, в якій вони досягли найкращих успіхів, по-друге, імпортувати продукцію чи капітал, які потрібні для виробництва чи споживання. Крім того, зовнішньоекономічна діяльність сприяє розповсюдженню нових ідей і технологій.

Одним з найважливіших завдань для України і її підприємств є активізація зовнішньоекономічної діяльності. Окремо хотілося б зупинитися на такому інструменті впливу на ЗЕД та розвиток конкурентоспроможності національної економіки, як валютний курс. Вплив коливання реального валютного курсу значно перевищує вплив тарифної політики. На відміну від тарифів валютний курс діє на всю продукцію, що є предметом експортно-імпортних операцій. Крім того, валютний курс є кращим регулятором, ніж тарифи, оскільки не порушує співвідносність цін на різні експортні та імпортні товари.

В усіх країнах для регулювання зовнішньоекономічних зв'язків створюються *спеціальні державні структури*, наприклад, в Італії – Міністерство зовнішньої торгівлі, Міжміністерський комітет з зовнішньої економічної політики, Головне управління митниць, Головне економічне управління Міністерства іноземних справ, Інститут зовнішньої торгівлі, що має свої комерційні представництва за кордоном. Допомогу при експорті товарів здійснюють посольства і консульства, що мають економічні відділи.

В Україні державну політику проводять державні органи, що утворюють складну систему регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Слід зазначити, що регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні є не тільки винятковою компетенцією держави в особі його органів, але здійснюється й іншими органами управління економікою, зокрема, товарними, фондовими, валютними біржами, торговельними палатами, асоціаціями, союзами й іншими організаціями координаційного типу, які діють відповідно до їхніх статутних документів у всіх регіонах країни, а також безпосередньо суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на основі відповідних координаційних угод, укладених між ними.

Показним є й досвід Японії, яка через вкрай обмежені природні ресурси традиційно орієнтується на імпорт необхідного обсягу паливних і сировинних матеріалів. Успіхи Японії в економії всіх видів ресурсів дозволили скоротити традиційний обсяг імпорту, а «заощаджені платежі» експортувати як капітал для збільшення виробництва готової продукції за кордоном. Конкурентоздатність економіки Японії зросла, і в останні роки вона займає по цьому показнику одне із провідних місць у світі.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в кожній окремій країні обов'язково відбивається на результатах зовнішньоекономічної діяльності інших країн, тому що виробництво, обмін і споживання різних країн миру взаємозалежні. З поглибленням і розширенням міжнародних зв'язків підсилюється роль багатобічної регламентації ЗЕД. У кожній країні вона регулюється національними нормами права, двосторонніми угодами, регіональними, а також багатосторонніми угодами в рамках міжнародних організацій.

Міжнародна регламентація зовнішньоекономічної діяльності представлена домовленостями в рамках міжнародних організацій системи ООН і не входить у систему ООН. Це насамперед Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ/ВТО), створена в 1947 р. для регулювання митно-тарифних питань світової торгівлі. WTO ставить завдання досягнення свободи торгівлі не просто її лібералізацією, а системою так званих ув'язувань: рішення про підвищення тарифу на один товар повинне бути ув'язане з лібералізацією імпорту іншого товару. Ще одне важливе завдання WTO – посилення контролю за дотриманням підписаних угод. Таким чином, чітко простежуються тенденції посилення міжнародної регламентації зовнішньоекономічних зв'язків і контролю за дотриманням міжнародних правил торгівлі.

Виходячи з вищевикладеного, у зовнішньоекономічній політиці України на наступні роки, можна виділити декілька пріоритетних напрямків для запровадження на практиці:

- застосування протекціоністського захисту національної промисловості при виході з кризи;
- заохочення експорту готової високотехнологічної продукції;
- збільшення імпорту сировини й матеріалів як нестатків для вітчизняних підприємств;
- здійснення й вдосконалення законодавчої бази;
- забезпечення фінансової стабільності в країні та досягнення низьких темпів зростання інфляції;
- створення вільних економічних зон;
- регулювання в галузі іноземного інвестування;
- створення прийнятної системи оподаткування.
- орієнтування ЗЕД на довгострокову перспективу.

Література:

1. Бутко М. Проблеми становлення нової моделі зовнішньоекономічної діяльності в Україні / Журнал європейської економіки. – 2006. – вересень. – Т. 3 (№3). – С. 339-349.
2. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. – Л.: Афіша, 2004. – 140 с.
3. Гіл. Чарлз В. П. Міжнародний бізнес: Конкуренція на глобальному ринку / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук. – К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. – 856 с.
4. Долішній М. І. Актуальні завдання інтенсифікації соціально-економічного розвитку регіонів України // Регіональна економіка. – 2005. – №2. – С. 7-15.
5. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» №959-ХІІ від 16 квітня 1991 року. Режим доступу: / www.rada.gov.ua.
6. Кредісов А., Бабенко В. Політика стимулювання експорту та її інструменти / Економіка України. – 2007. – №2. – С. 35-44.
7. Механизмы регулирования предпринимательской деятельности: Монография / Бутенко А. И. – О.: Ин-т проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2000. – 198 с.
8. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1986. – 471 с.
9. Статистичний щорічник України за 2013 рік / Державний комітет статистики України. За ред. Осауленка О. Г. – К.: Вид-во «Консультант», 2014. – 951 с.
10. Пономаренко В. С., Піддубна Л. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 328 с.
11. Чемберлен Э. Теория монополистической конкуренции. – М.: Экономика, 1996. – 352 с.
12. Яремко Л. А. Напрями підвищення зовнішньоторговельного ефекту: макроекономічний аспект / Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1 (43). – С. 111-118.

ЛОГІСТИКА І ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Л.М. Герасимова, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Загострення конкурентної боротьби спонукає підприємства шукати все нові шляхи підвищення конкурентоспроможності для посилення свого становища на ринку. Зарубіжна практика свідчить, що логістика дозволяє ефективніше використовувати всі наявні ресурси підприємства. Так, по оцінках фахівців, наприклад в США, в загальному збільшенні продуктивності праці майже половина досягається за рахунок поширення логістичної концепції [1]. Таким чином, в підвищенні конкурентоспроможності підприємства роль логістики, як функціонального управління, виключно актуальна.

Аналіз концепцій логістики свідчить, що вони в той чи іншій мірі відображають різні етапи її розвитку. Сучасні концепції підходять до розвитку логістики як науки управління поточними процесами [2]. У зв'язку з цим, конкурентні переваги підприємства все більш залежать від ефективності його логістичної структури. Зв'язки в цієї структури повинні поєднати як різні види діяльності самої фірми, так і зумовити взаємну залежність і зацікавленість підприємств - суміжників. Підприємство отримує значні переваги, оптимізуючи ці зв'язки. Так, поставки по системі "Justintime" дозволяють значно зменшити рівень матеріальних запасів і знизити операційні витрати фірми [3].

На думку західних економістів [4], впровадження логістики в систему управління фірми здійснюється в три етапи.

Насамперед, підприємство централізує транспортування (внутрішньо - і між фірмові перевезення), управління готовою продукцією.

На другому етапі, підприємства починають централізовано обробляти замовлення, обслуговувати споживачів, вести зворотне транспортування.

На третьому етапі ще додається прогнозування збуту, планування виробництва, впровадження міжнародної логістики.

Дійсно, останнім часом можна спостерігати чітку тенденцію до централізації управління всією системою логістики. Це дозволяє надати організаційній структурі механізм кооперації на внутрішньо-функціональному рівні. Однак, ступінь централізації залежать від асортименту продукції підприємства та його ринкового середовища.

Так, підприємства, які реалізують розгорнуту номенклатуру продукції в межах одного і того ж каналу розподілу, намагаються згрупувати всі види діяльності по обслуговуванню ринку і централізувати їх.

Інші підприємства, що реалізують певну номенклатуру продукції на окремих ринках, не намагаються централізувати управління системою розподілу. Вони прагнуть включити елементи системи логістики в загальну структуру управління підрозділами. При цьому на керуючого логістикою на підприємстві покладені наступні функції: забезпечення продажів і виконання замовлень; процес постачання; формування та здійснення господарських зв'язків; виробниче планування і керування запасами; складське господарство; організація роботи транспорту і перевезень та інші.

Такий підхід дозволяє забезпечити тісну координацію логістичного забезпечення і виробничої стратегії. Результатом досягненні цієї координації будуть виконання цілей логістики в вигляді: потрібного асортименту запасів в необхідному місці і в необхідний час; узгодженості рухів як зовнішнього, так і внутрішнього транспорту; синхронності робіт складського господарства, упаковки і транспорту, що дозволяє мінімізувати витрати сировини, скоротити запаси у виробництві готової продукції; синхронізації замовлень і транспорту.

Сучасні підприємства для підвищення своєї конкурентоспроможності зацікавлені у всебічному співробітництві зі своїми постачальниками і споживачами продукції. Складність

ситуації полягає в тому, що їх інтереси далеко не завжди збігаються. Тому логістична стратегія дозволяє проникнути на нові ринки, створити специфічні ринкові ніші, надати споживачеві ряд унікальних послуг [5].

За допомогою провадження цієї стратегії у сучасних ділових відносинах підприємств став використовуватися термін "легко виконуваний бізнес" [6]. Це означає, що замовлення отримують без зусиль, з застосуванням електронної системи обміну інформацією, запаси дозволяють відвантажувати товар у відповідності з вимогами споживачів точно в запланований термін, а при відсутності необхідної кількості ресурсів - розробляються альтернативні варіанти постачання.

Дійсно, концепція логістики знаходить все більш широке використання як ефективний інструмент до управління з метою знизити витрати і виробництва, і обігу, що забезпечує підприємству значні конкурентні переваги.

Наприклад, такі представники універсальної роздрібною торгівлі, як Target, WalMart, Walgreens, JCPenney, використовують логістичні зв'язки як інструмент підвищення конкурентоспроможності. Спираючись на власні ресурси і співпрацю постачальниками, ці фірми зробили логістику основою їх господарської стратегії. Як результат такої діяльності стало зростання товарообігу і прибутковості [6].

Деякі виробники також почали налагоджувати логістичні ланцюжки в таких диверсифікованих галузях, як хімічна і текстильна промисловість, виробництво будівельних матеріалів і виробництво побутового устаткування.

Все частіше признається той факт, що компанії самі по собі в умовах жорсткої конкуренції не можуть забезпечити всі необхідні потужності для досягнення успіху. Щоб добитися результатів, компанія повинна уміти будувати партнерські стосунки, створювати об'єднання і спільні підприємства з постачальниками і клієнтами, а також, можливо, з деякими конкурентами.

Рушійною силою всіх нововведень в логістичній практиці служить технічний і технологічний прогрес. Однак, нестандартні логістичні рішення також потребують досвід, навички і здібності всіх учасників ланцюжка: від торговельних партнерів до постачальників послуг. Для інтеграції логістичного ланцюжка і додання їй конкурентних переваг потрібно співпраця і партнерство.

Таким чином, найбільш важливим завданням для керівників підприємств сьогодні є не просто отримання самих кращих ресурсів і ухвалення правильних рішень, а побудова і забезпечення функціонування системи організації управління матеріальними, інформаційними та іншими потоками з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Харольд Е. Фирон, Майкл Р. Линдерс. Управление снабжением и запасами. Логистика. / Пер. с англ. - СПб.: ООО «Полиграфуслуги», 2006. - 768 с.
2. Герасимова Л.М. Этапы в логистичнім менеджменті/Л.М. Герасимова // Матеріали VII Міжн.науково-практ.конф.«Strategiczneputaniaawiatowwejnauki – 2011» (Przemysl, 07-15 лютого 2011 р.). - Przemysl: Nauka: Studia, 2011.C.5 - 8.
3. Долгов А.П., Козлов В.К., Уваров С.А. Логистический менеджмент фирмы: концепция, методы и модели. - СПб.: Изд.дом «Бизнес-пресса», 2005. - 384 с.
4. Миротин Л.Б. Современный инструментарий логистического управления: учебник /Л.Б. Миротин, В.В. Боков. - М.: Изд-во «Зкзамен», 2005. - 496 с.
5. Герасимова Л.М. Конкурентоспроможність продукції підприємства: сутність показники, критерії / Л.М.Герасимова, Т.І.Димитрієва // Матеріали IX Міжн.науково-практ.конф. «Бідещато віпроси от света та науката – 2013» (Софія, 17-25 грудня 2013 р.). – Софія: «БялГРАД-БГ» ООД. 2013. – С.67-70.
6. Лавров С.Н., Фролов Б.А. Валютно-финансовые отношения предприятий и организаций с зарубежными партнерами, М., 2002.

ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ СОЛІДАРНОЇ ЕКОНОМІКИ

О.С. Гончаренко

Одеський національний політехнічний університет

Останнім часом на тлі кризових явищ в домінуючій в світі ринковій економіці особливу актуальність набуває пошук шляхів досягнення стійкого розвитку. Якщо розуміти поняття «сталий розвиток» як розвиток, який «задовольняє поточні потреби без утиску можливостей майбутніх поколінь задовольняти їхні потреби», а крім того, як такий, що «підтримується політичною системою, яка забезпечує ефективну участь громадян у процесі прийняття рішень», то можна побачити, що поряд з екологічним аспектом, домінує ідея інклюзивного соціального розвитку, що має гарантувати людям матеріальний добробут, доступ до якісної охорони здоров'я, освіти, послуг і товарів, необхідних для гідного існування, а також такі соціально-політичні та культурні досягнення, як почуття безпеки, людської гідності і здатності бути частиною співтовариства, в якому визнаються права кожного члена і забезпечується представництво його інтересів.

У зв'язку з цим все більше експертів розглядають досвід практичної реалізації ідей і принципів солідарної економіки (СЕ) як альтернативу процесам неоліберальної глобалізації та можливий шлях до суспільства, що буде стійко розвиватися, перед яким в XXI ст. стоять завдання збереження екологічної рівноваги, реалізації принципу інклюзивності, досягнення добробуту та ефективного регулювання соціально-економічного середовища.

Існує декілька основних визначень поняття «солідарна економіка». Французький соціальний філософ Шарль Жід визначає солідарність у просторі та часі: «Солідарність в просторі — перший рівень солідарності в часі. Оселяючись на одній території, люди вступають у тісну взаємодію. Однакова місцевість, ідентичний клімат, подібний спосіб виробництва продуктів харчування поступово створює солідарну свідомість спільноти. Рівень солідарності в просторі може бути різним. Спільність мешканців села — перша форма, де принцип солідарності виявляє себе особливо ясно та чітко. З іншого боку, солідарність в часі пов'язує мертвих з живими завдяки спільній традиції та культурі. В давнину солідарність реалізувалася в спільних діях, освячених законами, релігією та звичаями. Наступна функція солідарності полягає в тому, що вона виступає як сила, здатна розбудовувати суспільство. Її завдання — узгоджувати інтереси членів суспільства, які суперечать один одному і гуртувати суспільство для досягнення спільних цілей. В свою чергу, спільними цілями для суспільства є ті, що гарантують його існування та гармонійний розвиток, чого можна досягнути лише шляхом солідарної взаємодії, що ґрунтується на ідеї справедливості» [1]. Шарль Жід вважав найбільш загальною властивістю, яку можна віднести до всіх людей, це «властивість споживача», він бачив реалізацію солідарності насамперед в споживчій кооперації. Німецькі кооперативи розподіляли мінімум чистого прибутку між учасниками, решта йшла на створення фабрик з правом участі робітників у прибутках або на освіту кооперативних виробничих спілок, які отримували від споживчих товариств необхідні капітали і замовлення. Діяльність таких асоціацій Ш. Жід характеризував як підготовку ладу «правління споживачів». [2]

На думку однієї з провідних пострадянських дослідниць О.М. Пряжнікова солідарна економіка вкорінена в тканині соціального життя спільноти і являє собою набір організацій та ініціатив, метою економічної діяльності яких є не перерозподіл прибутку, а задоволення потреб колективу, наприклад, у створенні робочих місць, реалізації громадянських ініціатив, захисту навколишнього середовища, у сфері культури та освіти. [1]

З іншого боку, науковець з Європейського інституту солідарної економіки (Люксембург), Ерік Лавіллюньєр розглядає СЕ, як таку, що «.. об'єднує кооперативи, товариства взаємодопомоги, асоціації, колективи, які ставлять у центрі своїх проєктів

людину, і які діють на основі принципів рівності (одна людина, один голос ...), солідарності між своїми членами і економічної незалежності. Вони реалізують солідарність шляхом демократичного правління, визнаючи рівність статей, Півдня і Півночі, піклуючись про довкілля, прагнучи до продовольчого суверенітету, соціальної інтеграції та солідарного фінансування. Метою солідарної економіки є дослідження та впровадження нових економічних моделей, оскільки вона пропонує реальні альтернативи існуючій "класичній" економічній системі, і необхідні інструменти для ефективного переходу до нової економіки.». Спираючись на таке визначення та бачення, того, що уважність до культури, політичний курс, що підтримує традиційні практики, в поєднанні з інтеграцією інших перевірених аспектів солідарної економіки, а саме, організація громадської підтримки сільського господарства та місцева валюта, можуть надати реальні шляхи для оновлення та відходу економіки від формальної прив'язки до фінансів. Солідарна економіка також може надати правові основи, які б дозволили організаціям громадянського суспільства рухатися до реально керованих громадянами моделей виробництва, споживання, послуг та фінансової системи, захищеним від корупції. Вона відкриває перспективу для стійких, декомодізованих економічних рішень і продовольчих мереж, які залишаться поза сферою впливу спекулянтів, бажаючих незаконно збагатитися або отримати вигоду з сьогоденної економічної, соціальної та фінансової кризи. Вона дозволяє розвиватися кращим практикам, таким, як агро-екологія, громадська підтримка сільського господарства, зберігаючи місцеві культурні звичаї, і продовольчий суверенітет є її утворюючим ядром.

Основними принципами солідарної економіки є:

1. Пошук інтегрального розвитку людини.
2. Взаємна підтримка і допомога.
3. Пошук шляхів розвитку суспільства
4. Будівництво соціального підприємства, на місцевому рівні.
5. Технологія та фінансування розвитку людини.
6. Повага до природи й людини.
7. Розвиток особистості і його / її співтовариства (громади).
8. Право на працю, освіту, охорону здоров'я, відпочинок і гідне життя.
9. Важливість культурних цінностей, як людини.
10. Побудова демократії.

Солідарна економіка це тип мислення, що відкриває простір надії і можливості для побудови більш справедливої, стійкої і демократичної економіки. Це мова, що виникає для створення руху для перетворення економічного життя. Це основа для розробки стратегії про те, як створити цю іншу економіку, спираючись на наші сильні сторони і підключення наших практик з нуля. І, нарешті, солідарна економіка – це простір, в якому можна уявляти, сперечатись і створювати бачення іншої економіки, заснованої на спільних цінностях.

В якості політичного та економічного проекту, солідарна економіка є і скромною, і амбітною. Вона скромна в тому сенсі, що рух солідарної економіки не вимагає отримати всі відповіді, визнаючи, що замість цього наша сила в тому, що ми разом, і маємо творчість і мужність, щоб експериментувати і вчитися. Її амбіції полягають в прагненні побудувати міцні зв'язки в різних секторах суспільства та економіки, щоб побудувати узгоджені соціальні рухи, в яких опозиція несправедливості тісно пов'язана зі створенням практичних і надихаючих альтернатив, і в кінцевому підсумку перетворити поточний соціально-економічний порядок.

Література:

1. Пряжникова, О.Н. Социальная и солидарная экономика: возможности для устойчивого развития/ Пряжникова О.Н. // Экономические и социальные проблемы России: Сб. науч. тр. – М.: ИНИОН, 2014. – № 2.
2. Дерев'янку Ю.М. Соціальна та солідарна економіка: поняття та сутність, досвід та перспективи / Ю.М.Дерев'янку, Л.Г. Мельник, О.В. Кубатко // Механізм регулювання економіки, 2014, № 3

ОПЕРАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ І ЙОГО РОЛЬ В ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Т.Б. Городецька, к.е.н., ст. викладач

Д.В. Антонюк

М.А. Панченко

Одеський національний політехнічний університет

Актуальність теми. Найефективнішим видом фінансового аналізу є операційний аналіз. Це один з найбільш ефективних способів, що дозволяє аналізувати вплив витрат і виручки на рентабельність продукції і в кінці на ефективність діяльності підприємства. Він дозволяє шляхом моделювання відшукати найбільш вигідне співвідношення між змінними і постійними витратами, ціною продукції і обсягом виробництва. Ефективність його визначається тим, що такий аналіз зводить воедино маркетингові дослідження, облік витрат, фінансовий аналіз та виробниче планування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням ролі операційного аналізу та його складових займаються багато вітчизняних та зарубіжних спеціалістів, серед яких: Г.Н. Белова, Л.С. Моджорян, О.І. Браун, М.А. Вахрушина, О.Н. Волкова, В.В. Глущенко, І.І. Глущенко, С.Ф. Голов, І.Р. Хакимов.

Мета роботи. Вивчення ролі операційного аналізу в прийнятті управлінських рішень на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Операційний аналіз – один з найбільш ефективних способів вимірювання та аналізу витрат. Це елемент управління витратами підприємства, що аналізує вплив витрат і виручки на рентабельність продукції, або підрозділів підприємства. Метою операційного аналізу є знаходження найбільш вигідного поєднання змінних і постійних витрат, ціни та обсягу реалізації. Ключовими елементами операційного аналізу є валова маржа, операційний важіль, поріг рентабельності і запас фінансової міцності підприємства.

Операційний аналіз – це аналіз залежностей фінансових результатів підприємства від витрат і обсягів виробництва (реалізації). Тому його називають також аналізом «витрати – обсяг – прибуток». Цей вид аналізу вважається одним з найбільш ефективних засобів планування та управління підприємством.

Застосування операційного аналізу дозволяє обґрунтувати широкий спектр показників, що впливають на кінцеву ефективність діяльності:

- беззбитковий обсяг продажів і мінімальну ціну реалізації;
- найбільш вигідний асортимент при обмежених ресурсах;
- вплив структурних зрушень в асортименті на прибуток підприємства;
- прийняття замовлення за цінами нижче собівартості;
- прийняття рішення про зниження цін при збільшенні обсягів збуту продукції;
- рішення задачі «виробляти або купувати деталі, напівфабрикати».

Застосування операційного аналізу дозволяє також визначати мінімальну величину замовлення.

Головна роль у виборі стратегії поведінки підприємства належить показнику маржинального доходу.

Результати операційного аналізу необхідні керівництву підприємства для прийняття ними правильних управлінських рішень. За допомогою операційного аналізу визначаються резерви, забезпечується об'єктивна оцінка стану резервів виробництва і ступеня їх використання, очевидний реальний дефіцит або збиток ресурсів, об'єктивна потреба в їх збільшенні або приріст виробництва за наявних ресурсах. На базі операційного аналізу розробляються шляхи мобілізації резервів, можливості їх ресурсного та фінансового забезпечення. Операційний аналіз використовує весь комплекс економічної інформації,

носить внутрішній і оперативний характер, тому має можливість реально оцінити стан справ в організації, досліджувати структуру собівартості випущеної і реалізованої продукції та окремих її видів, склад комерційних і управлінських витрат, дозволяє з особливою ретельністю вивчити характер відповідальності посадових осіб за отримані відхилення.

Дані операційного аналізу відіграють вирішальну роль у розробці найважливіших питань конкурентної політики підприємства, використовуються керуючими для вдосконалення технології та організації виробництва, для створення механізму досягнення максимального прибутку.

Необхідним елементом операційного аналізу є вивчення структури витрат, тобто співвідношення змінних і постійних витрат підприємства. Причому не існує якоїсь єдиної рекомендації про найкращу структуру витрат навіть у межах однієї галузі. Оптимальність їх співвідношення залежить від конкретних умов роботи підприємства і впливу чинників, включаючи довгострокову тенденцію і щорічні коливання в рівні продажів.

Механізм управління ефективністю діяльності підприємства з використанням системи «витрати – обсяг – прибуток» заснований на її залежності від наступних факторів:

- обсягу реалізації;
- суми і рівня чистого операційного доходу;
- суми і рівня змінних операційних витрат;
- суми постійних операційних витрат;
- співвідношення постійних і змінних операційних витрат.

Ці фактори можуть розглядатися як основні при формуванні суми різних видів прибутку, впливаючи на які можна одержати необхідні результати, підвищуючи ефективність діяльності підприємства.

Одним з найбільш простих і ефективних методів операційного аналізу з метою оперативного, а також стратегічного управління прибутком є аналіз «витрати – обсяг – прибуток» який дозволяє відстежити залежність фінансових результатів бізнесу.

Висновки. На основі проведеної роботи можна дійти до висновку, що операційний аналіз відіграє вирішальну роль у розробці найважливіших питань конкурентної політики підприємства, використовується керуючими для вдосконалення технології та організації виробництва, для створення механізму досягнення максимального прибутку.

Перспективи подальшого розвитку. Економічна ситуація сьогодення вимагає від підприємств прийняття швидких та обґрунтованих управлінських рішень. Від правильних рішень залежить в подальшому обрання стратегічного напрямку діяльності та формування конкурентоспроможності підприємства. Кожна організаційна структура повинна обирати свій напрямок діяльності та визначити долю на ринку, яку вона прагне займати. В цьому їй неодмінно допоможе операційний аналіз, адже він являється найефективнішим методом визначення витрат, формування планового прибутку та розгляд фінансової міцності, що являється важливим показником для кредиторів, інвесторів та конкурентів.

Література:

1. Белова Г.Н., Моджорян Л.С. Практикум по фінансовому менеджменту, 1997.
2. Браун О.І. Операційний аналіз як підхід до ціноутворення. М., 2009.
3. Вахрушина М.А. Бухгалтерський управлінський облік: Посіб. Для студентів вузів, які навчаються за екон. спеціальностями / М.А. Вахрушина – 6 – е вид., Доп. і перероб. – М.: Омега – Л, 2010.
4. Вахрушина М.А. Управлінський аналіз. – Омега – Л, 2010.
5. Волкова О.Н. Управлінський облік: Посіб. – К.: Лібра, 2010.
6. Глущенко В.В., Глущенко І.І. Розробка управлінських рішень, 2010.
7. Голо С.Ф. Управлінський облік: Посіб. – К.: Лібра, 2010.
8. Хакимов І.Р. Маржинальна рентабельність і валова маржа. // Вісник КГПИ, 2010.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОФОРМУВАНЬ

О.М. Гострик, к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет

О.О. Барабаш, к.е.н., ст. н. с., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Т.М. Барабаш, ст. викладач

Одеська національна академія харчових технологій

Функціонування фермерських господарств в сучасних умовах здійснюється під впливом багатьох чинників різної природи. При цьому систему агробізнесу можна розглядати як систему, яка складається з окремих взаємозалежних елементів, або процесів.

В доповіді розглядаються питання оцінки бізнес-процесів аграрних формувань. При цьому останні представляють собою відповідну сукупність взаємопов'язаних заходів або завдань, спрямованих на створення певного продукту або послуги для споживачів. В якості математичного апарату використані методи системно-динамічного моделювання, які дозволяють описати поведінку об'єкта дослідження і його структуру як безліч взаємодіючих зворотних позитивних і негативних зв'язків і затримок.

В доповіді розглянуті питання розробки та моделювання бізнес-процесів діяльності аграрних підприємств з використання методу системної динаміки. В якості інструмента моделювання використано програмне забезпечення iThink.

Схематично модель взаємозв'язку бізнес-процесів підприємства, наведена на рис.1. Як видно з рисунку в аналізі задіяні такі складові, "Рослинництво", "Тваринництво", "Склад" і "Фінансові результати". Для кожного з виділених блоків була проаналізована відповідна первинна інформація, яка була використана для моделювання. Проведений імітаційний експеримент діяльності підприємства показав, що у останнього є позитивна перспектива.

Рис.1. Загальна схема бізнес-процесів на підприємстві

Розраховані показники оцінки економічної ефективності діяльності підприємства, а саме терміну окупності 0,32 роки (чотири місяці), коефіцієнту загальної економічної ефективності капітальних вкладень (3,87), рентабельність виробництва (17 %) і рентабельність продажу (40 %) дозволяють зробити висновок про ефективність вкладання коштів в його розвиток. Оцінку адекватності отриманих результатів модельного комплексу було проведено за допомогою критерію Тейла [1], який вимірює ступінь збігу ретроспективного прогнозу P_i зі значеннями, що спостерігаються A_i згідно з виразом

$$U = \frac{\sqrt{\frac{1}{n} \sum (P_i - A_i)^2}}{\sqrt{\frac{1}{n} \sum P_i^2 + \frac{1}{n} \sum A_i^2}}$$

Отримані результати по таким показникам, як грошовий резерв (0,1), прибуток за місяць (0,09), дохід (0,08) і витрати (0,09) дозволяють зробити висновок про достатньо високу ступінь адекватності. Точність прогнозу імітаційної моделі в умовах запуску моделі 50 разів складає 8 % -10 %.

Література:

1. Нейлор Т. Машинные имитационные эксперименты с моделями экономических систем / Т. Нейлор; [пер. с англ.]. – М. : Мир, 1975. – 502 с.

ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

А.Р. Гребенюк

Науковий керівник – ст. викл. Н.В. Мілошевич

Одеський національний політехнічний університет

На сьогоднішній день в Україні під впливом поточної економічної й політичної ситуації сформувалися несприятливі умови щодо стану національної економіки й, у тому числі, конкурентоспроможності страхового ринку. Українські страхові компанії ще не акумулювали вагомий обсяг інвестиційних ресурсів, тому їх частина у вітчизняній економіці ще доволі мала [1]. З урахуванням існуючих ризиків і загроз на світових ринках, а також ситуації в Україні, провідні міжнародні організації прогнозують, що ситуація для страхового бізнесу України в найближчі роки не буде сприяти його активному розвитку.

Проблема формування стабільного страхового ринку з максимальним використанням його внутрішнього потенціалу є актуальним напрямком сучасних досліджень, так як страхування є однією з альтернатив забезпечення зростання національної економіки. Дослідженню основних форм і методів практики страхування присвятили свої праці вітчизняні й зарубіжні вчені, зокрема українські вчені М.В. Мних, В.Д. Базилевич, С.С. Осадець, Я.П. Шумелда, О.Д. Заруба, та інші автори.

Страхування в його нинішньому вигляді усе менш затребується суспільством. Це підтверджується збереженням на протязі ряду років частки страхових внесків у ВВП на низькому рівні й навіть її зменшенням, так наприклад, за 2014 рік частка валових страхових премій у відношенні до ВВП становила 1,7%, а в 2013 році - 2,0%.

На протязі останніх років в Україні відбувається скорочення кількості страхових компаній. В таблиці 1 представлена динаміка кількості страхових компаній за останні три роки.

Таблиця 1- Кількість страхових компаній у 2013-2015 роках

Кількість страхових компаній	2013	2014	2015
Загальна кількість	443	414	385
вт.ч.СК „non-life”	379	352	330
в т.ч.СК „life”	64	62	55

Джерело: складено автором на основі даних офіційного сайту Нацфінпослуг [2].

На сьогоднішній день про стан страхування в Україні свідчить низький рівень проникнення та його питома вага в страховому захисті, яка становить:

- страхування споруджень приватного сектору й приватних будинків - 1%;
- медичне страхування - 2%;
- довгострокове страхування життя - 8%;
- страхування від нещасних випадків - 7%;
- страхування туристів - 8%;
- страхування КАСКО автомобілів - 8% [2].

Таким чином, суб'єкти підприємницької діяльності й громадяни лише в невеликому ступені забезпечені страховим захистом і сьогодні страховий ринок України не вважається важливою складовою економіки держави.

На сьогоднішній день в Україні існує структурна диспропорція між пропозицією на страхові послуги та попитом на них. Це визначає занадто нестійкий характер процесу відтворення страхового капіталу.

Займатися страховою та перестраховальною діяльністю в Україні сьогодні досить ризиковано. Головною причиною є те, що не вистачає довіри з боку споживачів. Щоб поліпшити відношення до страхування необхідно добитися прозорості й стабільності страхового ринку. Тобто, ринок повинен бути орієнтованим на клієнтів, а не тільки на отримання прибутків. На страховий ринок необхідно впроваджувати зрозумілий менеджмент, який здатний вирішувати складні завдання, що постають перед страховими компаніями. Для становлення розвинутого ринку страхування в Україні необхідно впроваджувати наступні принципи: змагальність, прибутковість, відкритість, надійність, регулятивність.

Перспективним напрямком розвитку страхового ринку повинне бути впровадження у діяльність українських страховиків вимог щодо норм та правил платоспроможності Директиви Solvency II. Сутність цієї системи в тому, що вона ставить перед учасниками ринку страхування наступні питання: якщо є стратегія розвитку компанії, чи відомі всі ризики й потенційні результати її впровадження та чи є достатня кількість капіталу для реалізації розробленої стратегії. Виконання даної Директиви системи Solvency II дає чітке регулювання страховому ринку України.

Важливим питанням у діяльності страховиків є процес ціноутворення на страхові послуги. На сьогоднішній день цей процес є вільним та незалежним від зовнішнього втручання. Для запобігання зловживанням з боку страховиків нагальними стають питання регулювання ціноутворення. При встановленні ціни необхідно враховувати рівень конкуренції на страховому ринку.

Серйозною проблемою щодо розвитку страхового ринку України є старіння населення країни та нестача державного фінансування під важливі напрямки розвитку. Крім того, одним із головних перешкод на шляху розвитку страхування є низький рівень капіталізації страхових компаній.

Для того, щоб об'єктивно оцінювати стан страхових компаній необхідно впроваджувати у галузь страхування загальноприйняті міжнародні стандарти обліку й звітності. Це дозволить їм стати повноправними учасниками світового ринку фінансових послуг та сприятиме залученню в галузь необхідних інвестиційних ресурсів, зміцненню платоспроможності й фінансової стабільності страхових організацій.

Нагального рішення потребує також проблема врегулювання обов'язкового страхування. Необхідно привести положення нормативних правових актів у частині обов'язкового страхування до стандартних вимог страхового законодавства. На сьогодні у багатьох законах лише продекларована обов'язковість страхування для певних осіб, але законодавчо не встановлені механізми реалізації такої норми.

Крім того, поступовий розвиток страхового ринку неможливий без чіткого законодавчого закріплення процедури банкрутства страхових компаній, особливостей різних договорів страхування, запровадження інституту саморегулювання суб'єктів страхового ринку, а також без чіткого законодавчого закріплення функцій відповідних органів виконавчої влади, що здійснюють контрольні й регулюючі функції на страховому ринку. Проектами змін до Закону України „Про страхування” передбачається запровадження нових видів страхування життя аналогічних тим, які існують у країнах Європейського Союзу. Повністю новим для українського страхового ринку є інвестиційне страхування (страхування з інвестиційним фондом). В Україні за прогнозами фахівців обсяги продажів продуктів інвестиційного страхування будуть стрімко зростати, і досить швидко досягнуть рівня 60% від загального обсягу продажів ринку страхування життя.

Таким чином, аналіз страхового ринку України дозволив виділити ряд проблем, які стримують розвиток діяльності страхових компаній і зробити висновок, що на сьогодні

страховий бізнес ще не напрацював достатнього досвіду та належної нормативної бази для ефективної діяльності.

Література:

1. Сіренко О.М. Страхування XXI століття або про тенденції розвитку страхового ринку України / О.М. Сіренко // Дзеркало тижня. – 2008. – №15. – С.34-38.
2. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://nfp.gov.ua/content/informaciya-pro-stan-i-rozvitok.html>

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Л.О. Гришина, к.е.н., доцент

І.А. Хмарська, к.е.н.

*Первомайський політехнічний інститут
Національного університету кораблебудування ім.адм.Макарова*

В умовах розбудови в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки європейського типу одним із головних завдань виступає всебічне задоволення населення високоякісними, привабливими, безпечними товарами широкого вжитку. Важлива роль у вирішенні цього завдання належить легкій промисловості. Успішне функціонування підприємств легкої промисловості України безпосередньо залежить від ефективності їх комерційно-господарської діяльності, яка здійснюється в умовах зовнішнього середовища, за максимального використання можливостей, що створюються внутрішніми ресурсами підприємств. Разом із тим, темпи розвитку комерційно-господарської діяльності підприємств легкої промисловості Україні залишаються незадовільними, що широко висвітлено у наукових працях таких відомих фахівців, як: В.Д. Базилевича, О.С. Євсейцевої, В.М. Колота, В.А. Кредісова, О.Є. Кузьміна, О.І. Лабурцевої, С.В. Мочерного, Й.М. Петровича, В.А. Подсолонка, Л.А. Янковської та інших. Врахуванню і усуненню факторів негативного впливу на підприємства легкої промисловості значною мірою може посприяти трансформація управлінського мислення щодо більш ефективного використання підприємствами такого універсального ринкового інструменту, як маркетинг, і його складової – комплексу маркетингових комунікацій. А отже потребує розробки науково-методичне забезпечення процесу формування комплексу маркетингових комунікацій в організації комерційно-господарської діяльності підприємств легкої промисловості, яке має враховувати два рівні виробничо-комерційних партнерських відносин: «виробник – організовані споживачі» («ВтоВ») та «виробник – індивідуальний споживач» (ВтоС)), що істотно актуалізує обрану тему дослідження.

Над теоретико-методологічними основами формування комплексу маркетингу та його складової – маркетингових комунікацій, працювали такі всесвітньовідомі науковці, як: Г. Ассель, Г. Армстронг, Б. Берман, П. Винкельман, Е. Дихтль, Дж. Еванс, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Дж. О'Шонесси, П. Сміт та ін. Значний внесок у розвиток вітчизняної теорії і практики маркетингу забезпечили Л.В. Балабанова, А.В. Войчак, С.М. Ілляшенко, С.В. Ковальчук, Є.В. Крикавський, Н.В. Куденко, І.В. Лилик, А.Ф. Павленко, П.Г. Перерва, А.О. Старостіна, Т.О. Примак, І.Л. Решетнікова, Є.В. Ромат, Н.І. Чухрай та інші. Попри значну кількість наукових публікацій щодо різних складових комплексу маркетингових комунікацій, залишається недостатньо опрацьованим питання власне комплексного застосування маркетингових комунікацій у комерційно-господарській діяльності підприємств легкої промисловості, який би враховував формування комплексу маркетингових комунікацій на різних рівнях партнерства.

Метою дослідження є розробка цілісного науково-практичного підходу до формування комплексу маркетингових комунікацій підприємств легкої промисловості для різних рівнів партнерських відносин.

На підставі проведеного гносеологічного аналізу, визначено, що маркетингові комунікації як складова комплексу маркетингу, є універсальним інструментом впливу на контактну аудиторію, котрий здійснюється за допомогою прямих і непрямих інформаційних потоків задля досягнення стратегічних, тактичних й оперативних цілей комерційно-господарської діяльності підприємства.

Доведено, що маркетингові комунікації є одним із головних факторів забезпечення ефективних зв'язків підприємства зі споживачами на різних рівнях партнерських відносин («ВtoВ», «ВtoС» та «ВtoG»), разом із тим підходи до застосування складових комплексу маркетингових комунікацій, доцільність та ефективність їх використання істотно відрізняються для визначених рівнів партнерства залежно від впливу на ці процеси держави («GtoB»). На основі опрацьованих наукових джерел сформовано розгорнуту класифікацію маркетингових комунікацій, яка базується на виокремленні ознак маркетингових комунікацій, їх видів та інструментарію, що застосовується в процесі їх реалізації. Такий підхід спрощує для підприємств алгоритмізацію формування комплексу маркетингових комунікацій для різних типів партнерських відносин.

Ідентифіковано тенденції сучасного спрямування комунікативно-інформаційних трендів, зокрема з'ясовано, що на українському комунікативному ринку: збільшується частка підприємств, що у своїй діяльності комплексно застосовують маркетингові комунікації; посилюється зворотний емоційний зв'язок; використовуються неочікувані медіа та застосовуються нестандартні рішення у традиційних медіа; використовуються технічно трудомісткі рішення; рекламі стає притаманною концептуальність і складність, вона здебільшого має соціальний характер; широко застосовуються флешмоби; відбувається стирання граней між оффлайн і онлайн комунікаціями; відкрито декларується соціальна відповідальність брендів тощо, що обґрунтувало доцільність використання зазначених підходів підприємствами легкої промисловості. А отже, сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій свідчать про їх креативність та можливість подальшого удосконалення та отримання синергійного ефекту за рахунок інтегрованого використання різноманітних засобів комунікацій.

При дослідженні були розроблені і запропоновані до впровадження комплексний підхід застосування маркетингових комунікацій на різних рівнях партнерських відносин, який враховує наявність маркетингового комунікативного впливу прямої і непрямой дії, що уможливорює ідентифікацію особливостей споживачів на різних рівнях партнерства та дозволяє адаптувати складові комплексу маркетингових комунікацій для підвищення рівня їх задоволення. Проведено його алгоритмізацію з урахуванням причинно-наслідкових зв'язків прямого і непрямой впливу маркетингових комунікацій. Згідно запропонованого підходу комплекс маркетингових комунікацій підприємства це – сукупність заходів, спрямованих на забезпечення інформаційних взаємозв'язків між підприємством та його цільовими споживачами, сформованих за типом партнерських відносин, а також учасниками інших контактних аудиторій та громадськістю в цілому з метою досягнення маркетингових цілей підприємства.

Література:

1. Войнаренко М.П.. Стратегія розвитку легкої промисловості / М.П. Войнаренко. // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький: ХНУ. – 2009. – № 6. Т. 1. – С.13-19.
2. Войчак А. Маркетингові комунікації у внутрішньому середовищі підприємства: психологічний аспект / А. Войчак, Т. Примак // Маркетинг в Україні. – К., 2003. – № 1. – С. 29–34.

3. Євсейцева О.С. Реалізація маркетингової діагностики на підприємствах легкої промисловості // М.П. Денисенко, А.П. Гречан // *Методологічні основи розвитку постіндустріальної економіки: монографія.* – Київ. – 2010. – С. 632–651.
4. Ковальчук С.В. Роль маркетингових досліджень у забезпеченні ефективної роботи підприємств легкої промисловості / С.В. Ковальчук, О.С. Петрицька // *Маркетинг і менеджмент інновацій.* – 2010. – № 1. – С. 42–51.
5. Простова О. І. Інноваційні методи маркетингових комунікацій та перспективи їх використання в політичній практиці / О. І. Простова // *Наукові праці ЧДУ імені П. Могили. Політологія.* – Вип. 185. – Т. 197. – 2012. – С. 28-32.
6. Раупов Р. Інтеграція маркетингових комунікацій / Р. Раупов // *Вісник Хмельницького національного університету.* – 2009. – № 6. – С. 85-89.
7. Хмарська І. А. Комплекс маркетингових комунікацій: сучасне бачення та проблемні питання / І. А. Хмарська // *Маркетингові інновації в економіці та бізнесі : [колективна монографія / за заг. ред. С. В. Ковальчук].* – Хмельницький : ТОВ «Поліграфіст-2», 2013. – С. 162–171.

ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В.О. Дерменжі

Керівник – Т.І. Черкасова, к.е.н., професор

Одеський національний політехнічний університет

Задля забезпечення сталого розвитку, підприємства прагнуть підвищити ефективність своєї діяльності. Ефективність, в економічному тлумаченні, слід розглядати як оптимальне використання всіх ресурсів, в результаті чого підприємство отримує бажаний обсяг реалізації продукції, низький рівень витрат на виробництво та, відповідно, зростання прибутку.

Головною метою оцінки ефективності діяльності підприємства є виявлення можливості та напрямків його подальшого розвитку, більш повне використання внутрішніх резервів та системна розробка шляхів підвищення ефективності діяльності, які повинні урахувати особливості розвитку підприємства в умовах становлення економіки, яка заснована на знаннях.

Метою роботи є визначення чинників підвищення ефективності діяльності сучасного промислового підприємства.

Під резервами підвищення економічної ефективності виробництва розуміють невикористані можливості збільшення випуску продукції в розрахунку на одиницю сукупних витрат завдяки більш раціональному використанню усіх видів ресурсів підприємства [1].

Прийнято виділяти три напрямки аналізу резервів підвищення економічної ефективності виробництва. Перший з них – ресурсний – відображає першочергову необхідність аналізу ефективності використання наявної матеріальної бази виробництва та живої праці. У межах другого, організаційного напрямку, здійснюється пошук можливостей підвищення ефективності тих процесів, що відбуваються на підприємстві. При цьому увага звертається на ефективність системи управління. І, нарешті, останнім (але не за важливістю) напрямком пошуку можливостей підвищення ефективності є технологічний [2].

Також слід відзначити, що досягнення певного рівня успішності функціонування підприємства нерозривно пов'язане з підвищенням рівня його конкурентоспроможності. Конкурентне ринкове середовище вимагає від підприємства постійного вдосконалення. Для того, щоб бути конкурентоспроможним, підприємство повинно формувати конкурентні переваги. Основними шляхами їх отримання є такі:

– стати кращим самому через вживання заходів щодо удосконалення власної діяльності та підвищення її ефективності;

- безпосередньо послабити конкурентів;
- змінити ринкове середовище.

Оскільки реалізація останніх двох напрямків потребує знання конфіденційної інформації підприємств-конкурентів та значних інвестицій, основним засобом отримання конкурентних переваг залишається підвищення ефективності власної діяльності.

Рівень ефективності діяльності підприємства прямо залежить від впливу зовнішніх та внутрішніх чинників.

До зовнішніх слід віднести: державну і соціальну політику (діяльність владних структур, законодавство, фінансові інструменти державного управління, економічні нормативи); інфраструктуру (інноваційні фонди, комерційні банки, фондові біржі, інформаційні мережі, дослідні і навчальні центри, транспорт, торгівлю); структурні зміни в суспільстві та економіці (в сфері технологій, наукових досліджень, в складі персоналу за ознаками освіченості та кваліфікації).

Внутрішні чинники розподіляють на «тверді», тобто ті, що піддаються вимірюванню і мають фізичні параметри (технологія, устаткування, матеріали, енергія, вироби) та «м'які» (організація і система управління, працівники, методи роботи, стиль управління). Кожне підприємство мусить постійно контролювати процес використання внутрішніх чинників через розробку та послідовну реалізацію власної програми підвищення ефективності, а також враховувати вплив на неї зовнішніх чинників [3].

У сучасних умовах велике значення в підвищенні ефективності діяльності підприємства відіграють інновації. Питання активізації інноваційної діяльності підприємства зумовлені рядом стимулюючих факторів: технологічні зрушення, які є причиною зміни ідеології нової продукції та появи нових технологічних укладів, зниження рівня стабільності надходження матеріальних та сировинних ресурсів, використовуваних у виробництві або різке зростання їхньої цінності; розширення продуктової конкуренції, зростання кількості товарів-субститутів; зміна потреб та бажань споживачів; економічні цикли змін та негативного очікування, які впливають на ринок; а також, необхідність підтримання рівня конкурентоспроможності підприємства в умовах становлення інноваційної економіки.

Проте для переходу на інноваційну модель розвитку необхідна реалізація деяких загальноекономічних умов на державному рівні, а саме:

- наявність досконалого антимонопольного законодавства;
- розробка на державному рівні політики із сприяння активному розвитку малого інноваційного підприємництва, що є мобільнішим, більш спроможним до оперативної розробки й впровадження нововведень;
- сприятливий податковий клімат для залучення внутрішніх та іноземних інвестицій до науково-технічної сфери;
- діюча система захисту авторського права;
- реалізація програми з інформатизації суспільства;
- створення єдиного технологічного простору тощо.

Загалом, можна виділити основні проблеми становлення моделі інноваційного розвитку економіки в Україні, такі як: недостатній обсяг коштів суб'єктів господарювання та держави для здійснення інвестицій з метою реалізації інноваційних проектів; фрагментарність, непослідовність і незавершеність трансформації економіки; низькі темпи впровадження новітніх технологій; висока ресурсо- та енергоємність внутрішнього валового продукту; фізична і моральна зношеність основних фондів; нерозвиненість інноваційної інфраструктури. Розв'язання цих проблем є безальтернативним, але потребуватиме значних зусиль, ресурсів, політичної волі та високої цілеспрямованості дій суспільства [4].

Отже, для того, щоб забезпечити підвищення ефективності діяльності промислового підприємства, необхідно приділити увагу як ефективності самого виробництва, так й системи управління підприємством, цілеспрямованому виявленню та комплексному використанню внутрішніх резервів підприємства. Ресурсний, організаційний та технологічний напрямки

пошуку резервів дозволять провести ретельний аналіз виробничої діяльності підприємства. Не слід забувати враховувати і такий зовнішній фактор як конкурентоспроможність, який змушує підприємства постійно розвиватися та вдосконалюватися задля протидії відставанню від конкурентів. За умови пріоритетності інноваційного шляху розвитку необхідно подолати ряд перешкод, які гальмують впровадження новітніх технологій та інноваційну модернізацію виробництва, перешкоджають підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Література:

1. Шляга О. В. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства / О. В. Шляга, М. В. Гальцев // Економічний вісник ЗДІА. – 2014. – №7. – С. 66-75.
2. Шегда А. В. Економіка підприємства: Навч. посіб. / А. В. Шегда, Т. М. Литвиненко, М. П. Нахаба та ін.; За ред. А. В. Шегди. – К.: Знання-Прес. – 2006. – 335с.
3. Пасека Д. В., Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства [Електронний ресурс] // Д. В. Пасека, Т. В. Гринько – Режим доступу до джерела: http://confcontact.com/2014_04_25_ekonomika_i_menedgment/tom4/48_Paseka.htm
4. Просович О. П. Проблеми становлення інноваційної моделі розвитку економіки України / О. П. Просович, Ю. Г. Бондаренко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2012. – №725. – С. 187-192

ІЄРАРХІЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАМІРІВ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

О.Є. Джур, к.т.н., доцент

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Сучасний стан розвитку космічного ринку товарів та послуг на Україні та на ринку країн СНГ характеризується недостатністю внутрішнього попиту. Фактичні дані та виступи політичних діячів України, керівників відомств, підприємств, установ та організацій космічної галузі свідчать про переважне значення зовнішнього попиту при забезпеченні функціонування та розвитку підприємств космічної галузі. Сучасні організаційно – правові форми підприємств космічної галузі України працюють по кооперації для представлення своєї продукції та послуг космічного призначення на міжнародному ринку космічних товарів та послуг, отже, дослідження конкурентоспроможності підприємств слід проводити для міжнародному ринку.

Важливим кроком в досягненні успіху, результативності та ефективності – ознаками конкурентоспроможності високотехнологічного підприємства є розробка ієрархії стратегічних намірів, як основи розробки стратегії.

Під стратегічним наміром розуміють результати, яких намагається досягти організація. Ці стратегічні результати, які переслідує підприємство, можуть бути дуже широкими (бачення (подання), місія) або більш вузькими (цілі та завдання). Однією з найбільш відповідальних обов'язків менеджера є визначення ієрархії стратегічних намірів:

- широке уявлення - бачення, якою організація повинна бути;
- місія організації;
- специфічні цілі, які представляються як різні;
- стратегічні завдання.

Наприклад, на самому широкому рівні, особисті наміри можуть включати уявлення довгого, щасливого і наповненого життя, але також можна мати і більш вузьке завдання. Як правило, для досягнення найбільш масштабних намірів необхідно досягти ряду більш вузьких, і таким чином необхідно, щоб широкі і вузькі наміри були узгоджені. Елементи цієї ієрархії, які служать єднанню енергії і сил всього колективу, можуть бути «розосереджені» по організації.

Історія становлення світового аерокосмічного бізнесу - це історія розвитку компанії Боїнг (Boeing) – відомого виробника авіакосмічної продукції, що має штат у розмірі 170000 осіб як в США так і в 70 країнах світу. Компанія презентує себе для суспільства як «відповідального партнера, сусіда та громадянина для різноманітних суспільств, споживачів», яким вона служить. Компанія визначає своїх співробітників «ключем розвитку та успіху». Боїнг слідує практикам відповідального бізнесу та сприяє позитивним змінам в житті людей по всьому світу в той час поки зростає акційна та споживча цінність у конкурентному глобальному ринку». Соціальна відповідальність бізнесу залишається одним з пріоритетів корпоративної стратегії компанії Боїнг [1].



Рис.1 Загальна схема формування конкурентоспроможності сучасного підприємства космічної галузі за допомогою ієрархії стратегічних намірів (авторське бачення)

Стародавні дослідження Космосу мали в більшості випадків пізнавальний характер. Поступово, по мірі розвитку науки і техніки зростали вимоги людства до якості отриманих результатів дослідження Космосу та можливості їх використання для стабільного розвитку суспільств. Це сприяло попиту на продукцію космічних досліджень, яку почали генерувати створені для цього підприємства космічної галузі.

Аналіз діяльності багатьох успішних сучасних аерокосмічних компаній дозволив автору представити власну схему формування конкурентоспроможності сучасного підприємства космічної галузі за допомогою ієрархії стратегічних намірів.

Наведена схема показує як різні частини (бачення, місія, цілі, завдання) підтримують один одного і формують чітку ієрархічну структуру, і, в правій частині схеми формують плани дії і визначають оптимальні стратегії сучасного підприємства космічної галузі.

Література:

1. Corporate citizenship [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.boeing.com/boeing/companyooffices>. - Назва з екрана.

АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО СТАНУ, ЯК ЗАСІБ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ

*А.А. Дискіна, к.е.н, доцент
Е.І. Некрасова*

Одеський національний політехнічний університет

Сьогодні, щоб витримати конкуренцію виробників на ринку, гарантувати своєму підприємству фінансовий успіх, потрібно не тільки скорочувати витрати виробництва з метою отримання максимального прибутку, але й більше уваги приділяти таким факторам, як реалізація і збут продукції, поліпшення фінансового стану і результатів діяльності підприємства. Все це потребує чіткого і виваженого управління підприємством, прийняття правильних управлінських рішень.

Процес управління господарською діяльністю підприємства базується на економічному аналізі, зокрема на аналізі фінансової діяльності підприємства та ефективності використання фінансових ресурсів.

Таким чином, для прийняття правильних управлінських рішень необхідно виробити нові підходи до управління і організації процесу виробництва. Для цього керівництву потрібна точна і оперативна інформація про стан підприємства. Саме ця задача стоїть перед бухгалтерією. Вести не тільки облік, а й проводити необхідний аналіз діяльності та готувати необхідну інформацію для керівництва підприємства.

Вітчизняна бухгалтерія надає підчас надлишкову інформацію, але в той же час не подає її в вигляді придатному для прийняття управлінського рішення. Тому необхідно вдосконалювати не тільки облік та фінансово - економічний аналіз на підприємстві а й реформувати саму структуру та завдання бухгалтерського обліку [1].

Отже, економічний аналіз являє собою системне, комплексне і взаємопов'язане вивчення економічної діяльності організаційних структур з метою виявлення та мобілізації резервів, визначення ступеню впливу факторів на результати виробничих процесів за допомогою опрацювання відповідної інформації. Процес управління господарською діяльністю підприємства базується на економічному аналізі, зокрема на аналізі фінансової діяльності підприємства та ефективності використання фінансових ресурсів. Фінансова діяльність підприємства відображає виробничу діяльність через рух грошових коштів. Метою аналізу фінансового стану підприємств є поліпшення організації фінансів і підвищення ефективності їх використання в процесі господарської діяльності. Основними об'єктами аналізу фінансової діяльності є фінансовий стан та фінансові результати, платоспроможність і кредитоспроможність підприємства.

Зміст фінансово-економічного аналізу полягає у вивченні наявності, розміщення і використання фінансових ресурсів. Фінансовий стан залежить від виробничих і комерційних результатів діяльності підприємства та рівня організації фінансової роботи. Чим вищі показники виробництва і реалізації продукції (робіт, послуг), нижча їх собівартість, тим вища рентабельність і більший прибуток, тим кращим є (фінансовий стан підприємства [2]).

Одночасно надійний фінансовий стан, правильне регулювання фінансів у процесі господарської діяльності сприяє своєчасному виконанню всіх господарських заходів, здійсненню оплати зобов'язань, заробітної плати, капітальних вкладень і проведенню розширеного відтворення.

Виробничо - господарська діяльність підприємств в умовах ринку вимагає стабільності їх фінансового стану. Об'єктивний аналіз фінансового стану підприємства є важливою передумовою його успішної діяльності. Це зумовлено тим, що неефективне використання фінансових ресурсів призводить до фінансових втрат, а деколи і до банкрутства підприємства.

Результати аналізу використовуються при розробці конкурентної політики підприємства, для оцінки виконання виробничої програми та сформування програми дій на перспективу.

Для отримання необхідної аналітичної інформації розглядаються такі питання:

- аналіз майна підприємства з виділенням обігових і поза обігових коштів;
- аналіз джерел формування майна, який передбачає оцінку структури власних і позичених коштів;
- аналіз фінансової незалежності підприємства від зовнішніх джерел;
- аналіз платоспроможності (ліквідності) підприємства;
- аналіз оборотності обігових коштів;
- аналіз прибутку і рентабельності;
- розробка заходів з поліпшення фінансового стану підприємства [3].

Але найкращою, на наш погляд є система, як би допомагала і автоматизувала роботу фінансового менеджера, а саме продукція фірми «Альт» . Особливістю програмних продуктів цієї фірми є те, що вони складають цілий комплекс програм для фінансового менеджера:

- оцінка фінансового стану підприємства;
- система для складання фінансового плану;
- оцінка інвестиційних проектів і складання бізнес-планів.

Аналіз фінансового стану відбувається на основі обрахунку програмою коефіцієнтів ліквідності і фінансової стійкості підприємства. Система дозволяє прослідкувати динаміку зміни цих показників в часі щоб зрозуміти як підприємство дійшло до теперішнього стану і що його чекає в майбутньому.

Вхідною інформацією для аналізу є баланс, звіт про фінансовий результати підприємства і їх використання (Ф.№2), дані про структуру затрат, середньоспискову чисельність працівників і фонд зарплати. В результаті аналізу програма формує:

- звіт про прибутки і збитки;
- проводить розрахунок коефіцієнтів загальної ліквідності;
- абсолютної ліквідності;
- проміжний коефіцієнт ліквідності.

Для оцінки фінансової стабільності в програмі крім розрахунку коефіцієнта загальної платоспроможності використовується показник банкруцтва Альтмана. Це комплексна величина включає в себе цілу групу показників і показує, яка імовірність банкруцтва підприємства.

Основною перевагою результатом обрахунків цієї програми є використання факторного аналізу рентабельності, що показує вплив різних факторів на рентабельність підприємства, що дозволяє виявити проблеми що потребують управлінського рішення фінансового менеджера. У відповідності до виявлених проблем цією програмою можна приступити до формування фінансового плану. Вона складається з 4-х блоків.

1-й блок - опис запланованої номенклатури продукції.

2-й блок - опис теперішнього фінансового стану підприємства тобто - баланс.

3-й блок - дані про отримані кошти за відправлену продукцію і отримані аванси, на основі цих даних програма оцінює поточну і перспективну виручку від реалізації продукції.

4-й блок - опис затрат з розділом їх на залежні і незалежні від об'ємів виробництва. Результатом обрахунків в цьому блоці є оцінка затрат, необхідних для реалізації плану.

Таким чином, на основі отриманої інформації фінансовий менеджер отримує модель перспективного звіту про прибутки та збитки. Розрахувавши всі податки з прибутку можна оцінити чистий прибуток за певний період. Якщо значення чистого прибутку буде від'ємне то план нереальний. Значить потрібно внести відповідні корективи, прийняти відповідні управлінські рішення - скорочення виробництва, зміна ціни і т.д., які зможуть виправити положення. Програма може вибрати правильну дію завдяки можливості моделювання фінансових наслідків кожного управлінського рішення.

Література:

1. Економіка підприємства: Підручник для вузів / під ред. В.П. Грузинова. – М.: Банки і біржі, 2008 – с. 203-218.
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2008. – 498 с.
3. Чернелевський Л.М. Економічний аналіз на підприємствах промисловості і торгівлі. Підручник. – К., 2009 – 312 с.

НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПІДРОЗДІЛІВ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

А.М. Живець, к.е.н.

Одеський національний політехнічний університет

Актуальним завданням економічного розвитку країни в умовах нестабільної ринкової економіки є зростання конкурентоспроможності продукції машинобудівних підприємств на основі вдосконалення принципів і практики управління основними і накладними витратами.

Невідповідність методів управління витратами підприємств сучасному стану ринкових стосунків у країні та помилки в оцінці параметрів ресурсозабезпечення діяльності підрозділів заводської функціональної інфраструктури знижують конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на світових ринках.

Проблемам планування і регулювання витрат були присвячені дослідження сучасних як вітчизняних так і зарубіжних учених.

Метою цього дослідження є виявлення проблем в сучасній практиці управління витратами функціонально-інфраструктурних підрозділів підприємств.

Дослідження проблем управління витратами на машинобудівних підприємствах проводилося на основі анкетування керівників і головних фахівців підприємств 18 машинобудівних підприємств Херсонського регіону, що дозволило зробити наступні основні висновки [1, с. 16-19; 2, с. 71-75]:

- в ході ринкових реформ вертикальна система управління витратами в промисловості, яка функціонувала в СРСР (міністерство - всесоюзне об'єднання - підприємство), була зруйнована і лише частково збереглась заводська ланка управління;

- механізм управління витратами, який сформувався в нестійкому середовищі, на підприємствах машинобудування містить безліч недоліків (виходячи з отриманих результатів дослідження всі чотири категорії проблем управління витратами є істотними), які можна в загальному вигляді визначити як невідповідність системи управління новим суспільно-економічним умовам;

- економічне внутрішньовиробниче планування на більшості машинобудівних підприємств все ще засноване на методиках і нормативній базі, які були розроблені для умов планової економіки.

- проблемою більшості підприємств є відставання існуючої системи обліку і калькулювання від сучасних завдань і потреб розвитку. Крім того, великим недоліком є відсутність обліку витрат, пов'язаних з фінансуванням конкретних проектів (відсотки за позиковими грошима, вексями тощо);

- в сучасних умовах на машинобудівних підприємствах при існуючому механізмі управління витратами немає організаційно-методичних можливостей проводити аналіз витрат за центрами відповідальності, за процесами, давати якісну оцінку адекватності і здійсненності планів і проектів, оцінку раціональності використання ресурсів. А також немає можливості проведення аналізу від абстрактного до конкретного, тобто від дослідження формальних (математичних) зв'язків по лінії «відхилення фактора - ефект на результативний показник» до змістовних зв'язків у ракурсі «відхилення фактору - відхилення «суміжних» факторів - сукупний ефект на результативний показник»;

- основні директивно-затверджені показники для нарахування (зниження) додаткового ФОП направлені тільки на виконання заданого обсягу виробництва і номенклатури, при цьому не враховується досягнення оптимального рівня витрат;

- підприємства машинобудування використовують, в основному, тільки витратний метод ціноутворення, який не завжди коректний для ринкових умов.

Таким чином, в сьогоденні на підприємствах економічний механізм управління витратами існує у вигляді розрізнених процесів і переслідує одну лише стратегічну мету - збереження виробничих і кадрових потенціалів при недостатньому завантаженні наявних потужностей основними замовленнями.

Спираючись на результати проведених досліджень, автор виділяє наступні головні особливості поведінки накладних витрат на машинобудівних підприємствах:

- по-перше, на характер графіків зміни накладних витрат в основному впливають фази ЖЦП та обсяги їх виробництва;

- по-друге, зміна величини накладних витрат в межах ЖЦП має циклічний характер: при підготовці випуску нової продукції накладні витрати зростають, а в період масового виробництва знижуються;

- по-третє, тренди зміни накладних витрат на підприємствах, визначені за даними кількох років, дозволяють прогнозувати загальну величину цих витрат на наступні планові періоди (період, що аналізується, повинен бути більше ЖЦП);

- по-четверте, на думку автора, подальший розвиток методів управління накладними витратами на підприємствах відбуватиметься на основі застосування цільових методів управління, методу управління витратами за стадіями життєвого циклу продукції та виробництва, а також функціонального методу (на основі бізнес-процесів). Вони застосовуватимуться спільно з системою бюджетування витрат підрозділів підприємства. Впровадження цих методів дозволить підприємствам сконцентрувати дефіцитні ресурси на вирішенні ключових для них проблем.

Виходячи з даних досліджень, автор вважає доцільним використовувати індивідуально розраховані для кожного підприємства математичні залежності поведінки накладних витрат при перспективному плануванні їх діяльності.

Література:

1. Живець А.М. Аналіз сучасних методів комплексного цільового управління витратами./ А.М. Живець // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки / Херсон - 2014. - Вип. 7. Ч. 5. – С. 16-19.
2. Живець А.М. Аналіз проблем управління витратами на машинобудівних підприємствах./ А.М. Живець // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки: збірник наукових праць. Вип. 28. Ч. 2. – Чернівці: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – С. 71-75.

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Г.І. Задорожко, к.е.н.

Одеський національний політехнічний університет

Постійно зростаючі витрати на створення і експлуатацію інформаційних систем, істотне зростання збитку від інформаційних ризиків змушують керівників шукати нові шляхи підвищення ефективності інформаційної сфери підприємств і організацій.

Одним із сучасних напрямків підвищення ефективності використання інформаційних систем є перехід до Cloud computing. В Україні термін «Cloud computing» в результаті прямого перекладу отримав трактування – «Хмарні обчислення». Слід зауважити, що дослівний переклад виразу Cloud computing як «Хмарні обчислення» не повністю відображає сутність сучасних процесів віддаленого обслуговування користувачів інформаційних систем. Cloud computing, крім віддаленого виконання додатків, припускає весь комплекс інформаційних послуг, включаючи зберігання, пошук і передачу інформації, забезпечення її безпеки і багато іншого. Тому доречніше вживати термін «Хмарні технології».

Підприємствам і установам доводиться вирішувати непросту задачу про доцільність переходу до використання хмарних технологій. За результатами досліджень 66% керівників підприємств розглядають як перспективи перехід до хмарних обчислень, у той час як 21% опитаних виключають таку можливість в осяжному майбутньому.

При переході до хмарних обчислень необхідно вибрати конкретний спосіб реалізації хмарних технологій. За складом користувачів хмари можуть бути розділені на приватні хмари підприємства, хмари співтовариства і загальнодоступні хмари. Приватні хмари доцільно мати великим підприємствам або виробничим об'єднанням у складі територіально розподілених філій, дочірніх підприємств тощо. У цьому випадку усувається головний недолік хмарних технологій - необхідність передачі конфіденційної інформації в треті руки.

На іншому полюсі знаходяться хмари, що надають послуги клієнтам, незалежно від їх корпоративної приналежності. Такий підхід до використання хмарних технологій найбільшою мірою підходить малим і середнім підприємствам, особливо тим з них, для яких вимога конфіденційності даних не є критичним.

Компромісний варіант створення хмари спільноти дозволяє забезпечити достатньо високий рівень конфіденційності інформації за рахунок реалізації загальної політики інформаційної безпеки спільноти і прийнятні витрати на утримання такої системи. Такий підхід до створення облікової доцільний і для державних структур на рівні міністерств, служб, агентств і т. д.

Можливий варіант переходу, при якому на рівень хмар передається тільки частина інформаційних сервісів, необхідних підприємству. Причиною такого рішення можуть служити, насамперед, високі вимоги забезпечення конфіденційності до частини інформації. Половинчасте рішення при використанні хмарних технологій може бути продиктовано також вимогами технологічних процесів управління, які не можуть бути забезпечені віддаленими сервісами, наприклад, за тимчасовими параметрами. Частковий перехід до хмарних технологій може зумовлюватися і міркуваннями економічної ефективності певних технічних новацій.

Рішення про використання хмарних технологій повинно прийматися з урахуванням стану власної інформаційної системи підприємства. Можна виділити три основні стани інформаційної системи:

- на підприємстві створена нова інформаційна система або проведено необхідні заходи щодо модернізації інформаційної системи, в результаті чого система відповідає поставленим вимогам до її ефективності;
- інформаційна система є неефективною або проводиться реінжиніринг бізнес-процесів;

– інформаційна система ще не створена або її модернізація недоцільна і потрібна побудова нової системи.

З економічної точки зору негайний перехід до хмар у першому випадку не є виправданим. У даній ситуації доцільним може бути перенесення в хмари нових, тільки з'явившихся сервісів і розробка концепції поетапного переходу до хмарних технологій в майбутньому.

У другому та, особливо в третьому випадку, перенесення інформаційного обслуговування в хмари може виявитися найбільш прийнятним кроком побудови ефективних інформаційних сервісів підприємства. Причому, в стані якісних змін всього підприємства можливий поетапний перехід до хмарних сервісів. Для нових підприємств вибір на користь хмарного обслуговування може дати максимально можливий економічний і технологічний ефекти.

Перехід до хмарних технологій може бути найбільш вигідний малим і середнім підприємствам, для яких витрати на інформаційну сферу більшою мірою, порівняно з великим бізнесом, позначаються на конкурентоспроможності їхніх товарів та послуг. При переході до нової форми інформаційного забезпечення бізнесу необхідно враховувати правові аспекти використання нових інформаційних технологій. Використання хмар може бути повністю або частково виключено через правову невизначеність у сфері забезпечення інформаційної безпеки, відсутності правової бази регламентації взаємодії організацій, що надають послуги хмарних технологій, і підприємств-споживачів цих послуг. Необхідно створити також ефективну систему страхування інформаційних ризиків для всіх учасників хмарних проєктів. За теперішньої нерозвиненості страхування інформаційної сфери вирішення цієї проблеми пов'язане з великими труднощами.

Розвиток конкуренції на ринку хмарних послуг має неминуче призвести до прагнення керівництва підприємств розвивати співпрацю у цій сфері з зарубіжними партнерами. У цьому випадку правові проблеми та проблеми страхування набувають ще більшої гостроти і, можливо, зажадають дозволу на міждержавному рівні. При повному переході до хмарних технологій керівництво підприємства повинно мати можливість контролю ефективності і вдосконалення інформаційної сфери. Це завдання може бути вирішена наступним чином: збереження (створення) власної організаційної структури; передача цих функцій консалтинговим організаціям або організаціям, що надають хмарні послуги підприємству, а також використання наведених рішень в різних комбінаціях.

Якісний аналіз ефективності переходу до хмарним обчисленням є обов'язковим етапом. Але остаточне рішення про можливість такого кроку і конкретному змісті процесу переходу необхідно приймати на основі кількісних показників ефективності.

Постановка завдання переходу до хмарним обчисленням повинна передбачати вибір мети переходу, визначення показників ефективності процесів інформаційного забезпечення підприємства, визначення оптимальної структури взаємодії підприємства із організацією, що надає послуги хмарних технологій.

З позицій керівництва підприємства метою переходу до нової структури інформаційного забезпечення бізнесу є досягнення максимального планованого приросту чистого прибутку від реалізації хмарних технологій. Тому величина приросту чистого прибутку може використовуватися в якості цільової функції для визначення критерію оптимальності переходу до хмарним обчисленням. Критерій оптимальності повинен включати також ряд обмежень по надійності та безпеці інформації, а також можливих технологічних, організаційних, структурних обмежень та умов.

Література:

1. Сиротинська А.П. Використання сучасних інформаційних технологій в обробці облікової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/5465/1/89.pdf>.
2. Корольова Ю.І. Переваги та недоліки використання хмарних технологій підприємствами України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsfa.edu.ua/files/konf2013/62.pdf>.

ОБГРУНТУВАННЯ СИСТЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Н.М. Кирилко

Київський національний університет технологій та дизайну

Сьогодні можливість участі підприємств у виставкових заходах набуває абсолютно особливий статус, обумовлений нинішньою економічною ситуацією. Вона дає чітке уявлення, які підприємства залишилися «на плаву», а які вийшли з ринку, які ніші звільнилися, і як необхідно планувати свою тактику та стратегію в нових реаліях. Відповідно до статистичних даних:

- витрати на укладення угод на виставці в середньому на 40% нижче, ніж без участі у виставці;
- 90% представників компаній, відповідальних за прийняття рішень, назвали виставки найкращим джерелом інформації при здійсненні закупівель;
- демонстрація продукції на виставці в 6 разів більше впливає на продажі, ніж інші засоби просування;
- візуальний ефект від виставкового зразка може тривати до 14 тижнів.

Особливостями участі у виставці є: 1) можливість вивчення пропозиції конкурентів і загальної ситуації в галузі; 2) можливість безкоштовно "відзначитися" в різних ЗМІ, висвітлюючи виставкові заходи; 3) можливість контакту з органами державної влади, професійними об'єднаннями, видавництвами та іншими суб'єктами, що працюють у вашій галузі бізнесу; 4) можливість збільшення впізнаності підприємства; 5) можливість зростання та продовження життєвого циклу підприємства.

Виставка – каталізатор інноваційних процесів. Загальним проблемам виставкової діяльності присвячені роботи Міллера С., Олвуда Д., Монтгомери Б., Фрідман С, Гудирі Л.С., Крітсотакіса Я.Г., Петелина В.Г., Прокудіна В.А., Салашенко А.Г., Філоненко І.К.

На нашу думку потреба активізації виставкової діяльності стає важливим елементом співпраці для спільного відстоювання і просування загальних інтересів у сфері торгівлі, інвестування та науково-технічного розвитку промислових підприємств та ін.

Система активізації виставкової діяльності підприємств-експонентів (САВДПЕ) – це сукупність процесів різкого посилення заходів у виставковій сфері з боку підприємств-виробників. Система активізації виставкової діяльності на підприємстві (САВДП) повинна включати в себе наступні взаємопов'язані складові: 1) створення відповідного органу (структурного підрозділу, посади), відповідального за активізацію і координацію виставкової діяльності; 2) підбір і подальший розвиток (навчання, перепідготовка) кваліфікованого та компетентного персоналу, що володіє високим інтелектуальним потенціалом, гнучкістю, комунікабельністю, прагненням до самонавчання, вмінням знаходити рішення в умовах невизначеності інформації, а також іншими якостями важливими для впровадження нововведень; 3) прийняття організаційних рішень по розширенню обов'язків і повноважень робітників по відношенню пропозицій та реалізації інноваційних виставкових продуктів; 4) розробку та реалізацію заходів щодо стимулювання і заохочення творчої активності, креативності, результативності в здійсненні різноманітних нововведень; 5) пошук внутрішніх і зовнішніх можливих джерел фінансування та залучення інвестицій для реалізації проектів, пов'язаних з інноваційним виставковим продуктом; 6) створення і захист об'єктів інтелектуальної власності на підприємстві (ОІВ); 7) створення та підтримка інноваційної культури (ІК); 8) всесторонній та комплексний контроль ефективності і результативності виставкової діяльності підприємства.

На рис. 1 представлено систему активізації виставкової діяльності на підприємстві.

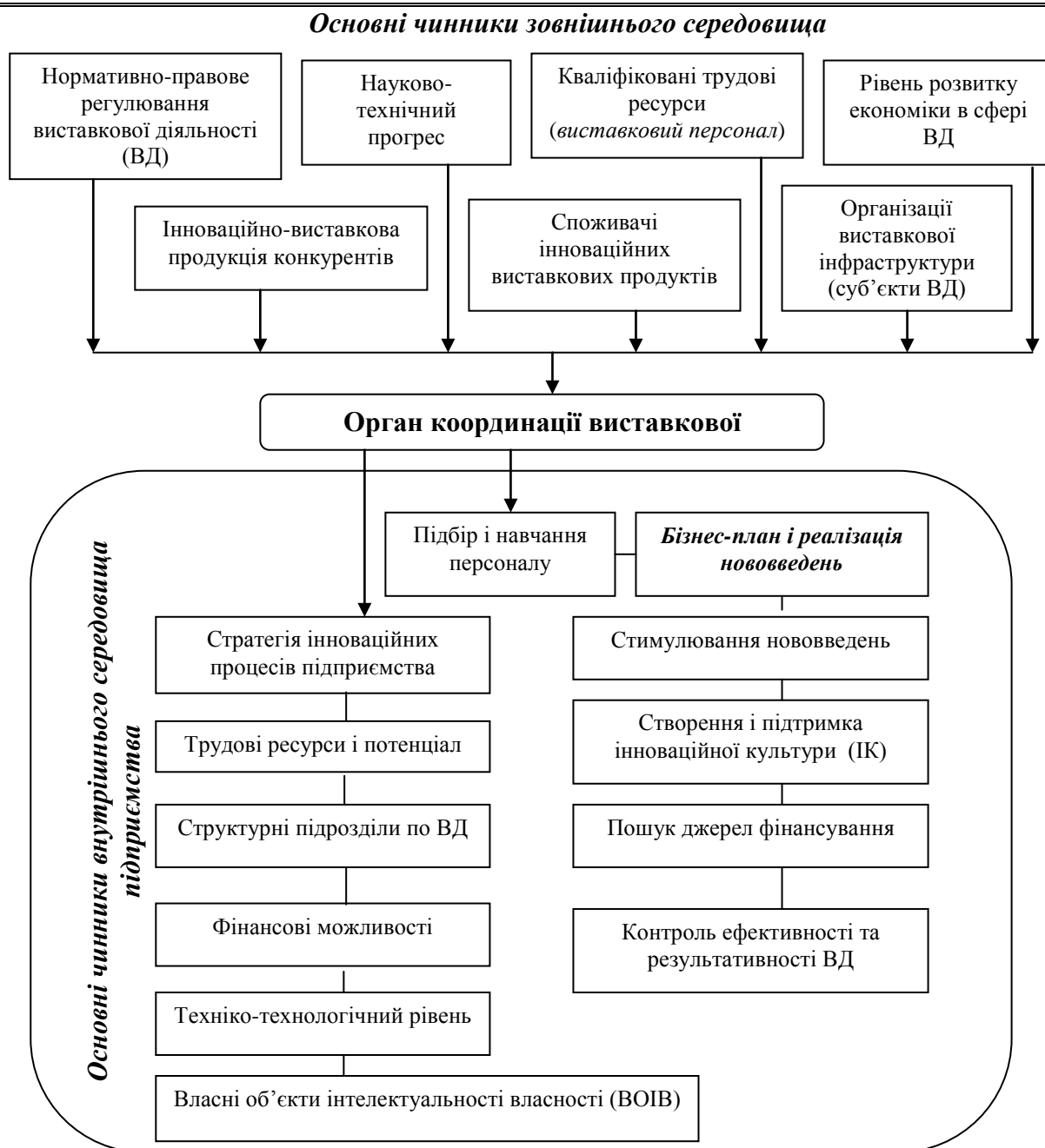


Рис. 1. Система активізації виставкової діяльності на підприємстві (САВДП)

Необхідно зазначити деякі абсолютні та відносні показники ефективності і результативності, які можуть бути встановлені для контролю процесів активізації виставкової діяльності:

- відношення об'єму реалізованої інноваційної виставкової продукції в грошовому або кількісному вираженні до загальної кількості реалізованої продукції або з розрахунку на одного робітника;
- економічний ефект від реалізації інноваційного виставкового продукту в розрахунку на одного робітника або до об'єму реалізованої продукції;
- вартість нематеріальних активів підприємства та ін.

Професійне управління САВДПЕ дозволить забезпечити конкурентоспроможність діяльності і продовження життєвого циклу підприємства за рахунок реалізації конструктивно-інноваційних рішень у виставковій сфері.

Література:

1. Гуріна Н.Д., Кирилко Н.М. Особливості бізнес-планування виставкової діяльності підприємств-експонентів. – Вісник ХНУ. – с. 64-68. – том 1. № 5, 2010. – м. Хмельницький.
2. Биконя С. Інноваційна культура – умова реалізації інноваційної політики [електронний ресурс] // Персонал. – 2006. – № 4. – Режим доступу: <http://personal.in.ua/article.php?ida=266>.

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВИТРАТ НА ЕКСПЛУАТАЦІЮ, РЕМОНТ ТА ТЕХНІЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Ю.В. Ковтуненко, к.е.н.

Ю.І. Оркуш,

Д.Д. Присакар

Одеський національний політехнічний університет

В умовах формування ринкової економіки одним із найважливіших напрямів ефективної організації фінансово-господарської діяльності підприємств виступає управління витратами як найбільш доступний механізм зниження собівартості їх послуг, що підвищує конкурентоспроможність цих підприємств.

Однією із основних особливостей автомобільного транспорту, що впливає на побудову обліку витрат є структура його основної діяльності.

Питаннями економічної ефективності функціонування транспортної галузі займалися такі вчені – А.І. Амоша, А.В. Базилюк, В.С. Дараян, Ю.П. Єхланов, А.Г. Івахненко, В.Г. Коба, К.А. Кродерс, Г.М. Куманін, П.Р. Левковець, Л.А. Мендельсон, С.М. Меншиков, Митчелль Уеслей К, В.Я. Нусинов, О.Р. Омелянович, В.І. Павлюченко, Д.А. Поспелов, А.М. Румянцев, Ю.В. Яковець та інші.

Економічною сутністю витрат на експлуатацію, ремонт та технічне обслуговування автомобільного транспорту є своєчасне, повне та достовірне визначення фактичних витрат на їхнє виконання, обчислення фактичної собівартості окремих видів перевезень (робіт, послуг), здійснення контролю за використанням матеріальних, трудових і грошових ресурсів.

Всі підприємства, так чи інакше, у своїй господарській діяльності використовують транспортні засоби, при використанні яких зазвичай несуть витрати на утримання та експлуатацію, технічне обслуговування, поточний і капітальний ремонт, придбання паливно-мастильних матеріалів, паркування, а у разі відсутності власних майданчиків для відстою транспортних засобів – витрати з оренди таких майданчиків.

Однією з найважливіших проблем, що стоять перед автомобільним транспортом, є підвищення експлуатаційної надійності автомобілів.

При експлуатації транспортних засобів, згідно договору оренди або на інших підставах, власники повинні придбавати страховий поліс, оскільки експлуатація транспортних засобів без наявності страхового поліса заборонена чинним законодавством України. Крім того, при використанні транспортних засобів підприємство сплачує ще й обов'язкові податки до бюджету. Це податок з власників транспортних засобів, збір за забруднення навколишнього середовища, збір до Пенсійного фонду України, у випадку придбання або продажу автомобіля.

На підприємствах автомобільного транспорту можна виділити такі основні групи витрат [1-3] :

- матеріальні витрати;
- витрати на придбання паливно-мастильних матеріалів (ПММ);
- амортизаційні відрахування;

- витрати на ремонт і технічне обслуговування рухомого складу;
- заробітна плата водіїв;
- забезпечення робіт, пов'язаних з професійною підготовкою, перепідготовкою та підтриманням професійної майстерності працівників;
- сплата податків і зборів;
- інші операційні витрати.

Проте більшу частину витрат на експлуатацію автомобільного транспорту складає придбання паливно-мастильних матеріалів – майже 60%.

Під час експлуатації автомобіля відбувається його знос. Кожна поїздка в технічному сенсі являє собою вібрацію, перевантаження; автомобіль піддається впливу вологи, повітря, температури та багатьох інших факторів. З моменту, коли машина рушила з місця, всі деталі знаходяться в стані тертя, і це неминуче тягне за собою деяку деформацію (зміна розмірів, форми). Навіть при самій низькій інтенсивності використання, на ідеально рівному дорожньому покритті, рано чи пізно технічний стан будь-якого автомобіля змінюється в гірший бік. Слід виділити чотири основних види технічного обслуговування автомобілів:

- щоденне обслуговування (ЩО);
- перше технічне обслуговування - ТО-1;
- друге технічне обслуговування - ТО-2;
- сезонне обслуговування (СО).

Щоденне обслуговування на увазі під собою контроль стану наступних агрегатів: спідометр, датчики, гальмівна система, система рульового управління, фари і сигналізація. Перевірка рівня масла, палива, охолоджувальної і гальмівної рідин так само відноситься до щоденних обов'язків автомобіліста. Не варто забувати про регулярну мийку і підтримання чистоти в салоні. Перед кожною поїздкою рекомендується перевірити:

- загальний стан автомобіля;
- стан кузова;
- положення дзеркал;
- стан номерних знаків;
- стан електрообладнання;
- рульову систему;
- роботу датчиків.

Основна мета першого технічного обслуговування – запобігання випадкових поломок, які можуть вивести з ладу транспортний засіб, збільшити витрату палива і мастильних матеріалів, або підвищити рівень забруднення навколишнього середовища. Друге технічне обслуговування має таку ж саму мету як і ТО-1, але основна відмінність полягає в складності і обсягах робіт.

Сезонне технічне обслуговування виконують двічі на рік для підготування автомобілів до експлуатації в холодну й теплу пори року.

Вирішення проблеми, з одного боку, забезпечується автомобільною промисловістю з допомогою випуску надійніших автомобілів, з іншого – удосконаленням методів технічної експлуатації автомобілів. Це створення необхідної виробничої бази щодо підтримки рухомого складу в справному стані, широко прогресивних і ресурсозберігаючих технологічних процесів технічної експлуатації і ремонту, ефективних коштів механізації, роботизації і автоматизації виробничих процесів, підвищення кваліфікації персоналу, розширення будівництва й поліпшення якості доріг.

Література:

1. Варчук О. Проблеми визначення поняття «витрати» / О.Варчук // Галицький економічний вісник. — 2012. — №6(39). — с.98 — 103
2. Ковтуненко Ю.В. Аналіз структури витрат промислового підприємства / Ю.В. Ковтуненко, А.В. Крисенко, О.В. Амурова // Праці Одеського політехнічного університету: Науковий та науково-виробничий збірник. – Одеса, 2014. – Вип. 2(44). – С.202–207
3. Базилюк А.В. Бухгалтерський і податковий облік автотранспорту та перевезень: Навч. посіб. [Текст] / А.В. Базилюк, О.І. Малишкін. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 256с.

АУТСОРСИНГ ЯК БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

О.О. Комліченко, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Обґрунтування актуальності теми. Аутсорсинг є однією з найбільш сучасних та успішних бізнес-моделей, яка дозволяє сформувати реальні конкурентні переваги. Саме тому проблеми використання аутсорсинга в Україні на сучасному етапі розвитку є актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню сутності, значення та ефективності аутсорсинга приділяли увагу закордонні та вітчизняні вчені: Ж.-Л. Бравар, О. Загородній, Г. Партин, Р. Морган, Т. Кирилов, В. Клименко. Однак питання систематизації видів аутсорсинга та його впливу на витрати підприємства і формування конкурентних переваг вимагають подальшого вивчення.

Формулювання мети роботи. Метою дослідження є уточнення поняття «аутсорсинг» та визначення конкурентних переваг підприємства, які формуються на основі його використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Послуги аутсорсинга передбачають укладання довгострокових угод з підприємствами-аутсорсерами на передачу частини бізнес-процесів. Аутсорсинг (в перекладі з англ. outsourcing – використання зовнішнього ресурсу) – це процес виведення допоміжних бізнес-процесів за межі підприємства [1]. Найчастіше аутсорсинг поділяють на такі види: виробничий, інформаційний, аутсорсинг бізнес-процесів та персоналу (аутстафінг) [2]. Визначимо, які конкурентні переваги формуються на досліджуваному підприємстві ТОВ НВП «Херсонський машинобудівний завод» за допомогою різних видів аутсорсингу.

Виробничий аутсорсинг передбачає передачу частини виробничих процесів сторонньому виконавцю [1]. Це дозволяє підприємству сконцентруватися на розробці та впровадженні інновацій, що формує конкурентні переваги високого порядку; збільшує гнучкість виробництва, дозволяє здешевити вартість продукції. Впроваджуючи виробничий аутсорсинг, ТОВ НВП «Херсонський машинобудівний завод» займається фактично лише проектуванням, збиранням та реалізацією продукції, а більша частина деталей та комплектуючих виготовляється сторонніми організаціями.

Аутсорсинг бізнес-процесів передбачає передачу окремих допоміжних функцій, таких як управління персоналом, облік, маркетинг, реклама, логістика, технічне обслуговування, охорона, транспортне обслуговування тощо [1]. Реалізацією продукції аналізованого підприємства займається ТОВ «Укрсільгоспмаш» - ексклюзивний представник і керуюча компанія ТОВ НВП «Херсонський машинобудівний завод», ключовою конкурентною перевагою якого є постійний контроль якості продукції на всіх етапах її виробництва – починаючи з перевірки комплектуючих і закінчуючи тестуванням готових комбайнів та жаток. Високий технічний рівень продукції підтверджений патентами, нагородами, грамотами, а також отримано підтвердження відповідності існуючим стандартам і директивам ЄС. ТОВ «Укрсільгоспмаш» має власну розвинену торговельну мережу в усіх регіонах України і нараховує понад 20 торговельно-виставкових площадок. Партнерство Херсонського машинобудівного заводу та ТОВ «Укрсільгоспмаш» у сфері маркетингу дозволило підвищити обсяги продажів продукції у 2 рази, знизити витрати на збут на 23%. Це сприяло збільшенню ринкової частки аналізованого підприємства, що також є конкурентною перевагою.

ІТ-аутсорсинг передбачає передачу робіт, пов'язаних з інформаційною підтримкою бізнесу: обслуговування мереженої інфраструктури, проектування автоматизованих бізнес-систем з їх супроводом і підтримкою, формування корпоративних баз даних, їх розміщення на серверах тощо [1]. На ТОВ НВП «Херсонський машинобудівний завод» впровадження

аутсорсингу розпочалось саме з цього виду. Завод має локальну мережу із 30 комп'ютерів, які вимагають адміністрування. Тому було прийнято рішення про передачу цих функцій аутсорсиру. Це рішення було обґрунтоване тим, що у випадку найма штатного співробітника, крім заробітної плати та нарахувань на неї, соціальних виплат, необхідно організувати робоче місце (придбати комп'ютер, телефон, комунікаційні розетки для підключення, меблі). Крім того, виникають витрати на Інтернет-канал, на комунальні послуги за освітлення, на періодичне підвищення кваліфікації. Тому системний адміністратор з окладом в 4000 грн. в місяць фактично обійдеться заводу у два-три рази дорожче. Також підприємство уклало угоду на розробку та супровід сайту з web-студією Wezom в м. Херсоні. На сайті підприємства розміщена інформація про продукцію та послуги заводу, проведені акції та спеціальні пропозиції, про умови придбання та фінансування, продаж неліквідів, про клієнтів. Це дозволяє споживачам отримувати оперативну та повну інформацію та впливає на обсяги продажів, формуючи конкурентні переваги в інформаційному просторі промислових підприємств м. Херсона.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підприємство, використовуючи аутсорсинг, значно скорочує свої витрати шляхом передачі непрофільних функцій стороннім організаціям. Це дозволило ТОВ «Херсонський машинобудівний завод» сконцентрувати увагу на зниженні собівартості продукції та підвищенні її якості, впровадженні ефективного маркетингу, формуванні конкурентних переваг і підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Клименко В. В. Аутсорсинг на промислових підприємствах. [Електронний ресурс] / В. В. Клименко. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Popu/2005_2/7-5.pdf.
2. Загородній А. Г. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства / А. Г. Загородній, Г. О. Партин. // Фінанси України. - 2009. - № 9. - С. 87-97.

КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕРНЕТ

В.І. Литвинюк

Одеський національний політехнічний університет

Особливе значення при формуванні маркетингової комунікативної політики промислових підприємств в Інтернет має одна з характеристик демографічного чинника — інформація про кількість і структуру користувачів. Найбільші темпи зростання кількості користувачів показали країни Середнього Сходу, Африка і Латинська Америка. За даними Vigmir-Internet, що спеціалізується на проведенні досліджень українського Інтернету, у липні 2014 р. кількість користувачів в Україні склала більш ніж 21 млн.чол. [1]. За даними агенції з маркетингових досліджень Gemius, найбільша кількість українських користувачів Інтернет на початок 2014 р. мешкає в Києві (їх частка складає 36%), друге місце посідають Дніпропетровськ та Одеса, третє — Донецьк та Харків [2]. За даними GFK-media, у вересні 2014 р. Інтернет користувалось 71% мешканців міст, населення яких більше 50 тис. чол. Вік користувачів при цьому склав 14-65 р. Більшість людей (87%) користуються Інтернет мінімум 1 раз на тиждень, 44% відвідують Інтернет один або декілька разів на день [1]. Однією з форм представлення промислового підприємства у віртуальному середовищі є корпоративний сайт. Ця форма є найбільш ефективною для комунікації з внутрішніми і зовнішніми аудиторіями. Важливу роль у комунікативній Інтернет-діяльності відіграє контент сайту. У фаховій літературі пропонуються такі ознаки, що визначають ефективність контенту сайту промислового підприємства (табл.1) [1].

Таблиця 1 - Критерії ефективності контенту сайту

Ознаки	Пояснення
Інформація про підприємство	Має бути надана достатня кількість інформації, яка дозволить ознайомитися з діяльністю промислового підприємства
Можливість подання інформації на інших мовах	Орієнтація виробництва на зарубіжних споживачів формує необхідність існування декількох мовних версій сайту. Необхідний мінімум наявність інформації на англійській мові
Розгорнутий каталог продукції	Зручність навігації по товарному асортименту, графічне зображення продукції, дані щодо державних стандартів, особливостях застосування продукції, терміни виготовлення, дані про дистриб'юторів тощо
Прайс-лист	Наявність оновлюваного прайс-листа. Можливість перегляду або завантаження на комп'ютер користувача цієї інформації
Зворотній зв'язок	До механізмів зворотного зв'язку можна віднести розділи <i>FAQ</i> , службу <i>ICQ</i> , інтерактивну форму для повідомлень, <i>e-mail</i> співробітників підприємства тощо
Оновлювання інформації, стрічка новин	Слугують показниками динамічної діяльності підприємства
Корисна інформація	Новини галузі, додаткова інформація для різних груп користувачів, посилання на супутні ресурси, рекомендації партнерів, інформація про специфіку вітчизняної сертифікації і стандартизації

Інформаційна природа Інтернет призвела до виникнення нового виду посередництва, яке не пов'язано з переміщенням товарних потоків — віртуальних посередників, що надають власний простір для розміщення маркетингової інформації про підприємства. Використання віртуальних посередників в діяльності промислових підприємств дозволить підвищити ефективність здійснюваних комунікацій.

Література:

1. Глобальная статистика украинского Интернета за 2014 г. [Електронний ресурс]. —Режим доступу: <http://bigmir-internet.com.ua/news/986/>
2. Медіа-дослідження української аудиторії Інтернету. Загл.с екрана. Режим доступа: http://www.gfk.ua/public_relations/useful_info/index.ua.html

СООТНОШЕНИЕ И ВЗАИМОСВЯЗИ ПОНЯТИЙ «СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ», «КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ» И «МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ»

В.М. Лукашевич, к.е.н., профессор

Одесский национальный морской университет

Содержание обозначенных в заголовке понятий касается форм мышления по поводу одного объекта – управления персоналом. Вместе с тем, каждое из них отражает существенные свойства, связи и отношения различных предметов и явлений этого процесса.

Действительно, *системный подход* к управлению персоналом означает способ мыслительной деятельности субъекта управления, который ориентирует его на видение объекта управления как системы (система управления персоналом); на представление об объекте как элементе более крупной системы (социотехнической системы предприятия, общества); на обеспечение целостности объекта, находящегося под разноплановым влиянием

внешних и внутренних факторов (переменных). Системный подход выполняет методологическую функцию в процессе управления персоналом.

Концепция управления персоналом – это сформировавшееся представление субъекта управления о 1) сущности и роли персонала в социотехнической структуре организации; 2) субъектах, подходах к процессу и механизме управления людьми, а также 3) организационных началах и технологии воздействия на персонал с целью достижения корпоративных целей организации и целей работников. Концепция управления персоналом как мыслительная абстракция объясняет сущность управленческой проблемы и дает возможность выбора направлений и форм ее решения. Она способствует формированию у субъекта управления знаний, которые фиксируют предписания и нормы, раскрывающие содержание и последовательность управленческой деятельности, то есть ее функции частично совпадают с функциями нормативной методологии.

Методология управления персоналом – это идеальная модель предстоящего реального управленческого процесса, имеющего определенную логически сформированную структуру деятельности, обозначенную последовательность, формы и методы реализации конкретных ее составляющих. Методология управления персоналом выполняет функции внутренней организации и регулирования этого процесса.

Содержание, представленное этими понятиями, вооружает субъекта управления методологическими знаниями, хотя функции, выполняемые системным подходом, концепцией и методологией управления персоналом, – не совпадают (обозначены жирным шрифтом). В то же время эти функции взаимосвязаны и являются дополняющими и взаимопроникающими.

Так, системное мышление есть основа формирования и концепции, и методологии управления персоналом.

В свою очередь, методология есть обязательным элементом любой деятельности, в том числе, и в процессе формирования субъектом управления собственной концепции кадрового менеджмента. Методологическое представление о структуре деятельности в этом случае будет включать такие элементы, как уяснение сущности и содержания актуальных концепций, анализ внешних и внутренних факторов, влияющих на выбор концепции, использование всех составляющих процессного подхода в менеджменте (планирование, организация, стимулирование, контроль) и т. д. При этом логика отбора необходимых элементов и определение последовательности их реализации предполагает использование всех аспектов логического мышления (онтологического, гносеологического и формально-логического). Обязательным компонентом также является определение форм, методов и средств, с помощью которых будет вырабатываться концепция управления персоналом организации.

В принятой концепции кадрового менеджмента проявляется методологическая позиция субъекта управления по отношению к роли и месту человеческого потенциала организации.

Выработав концептуальный подход, субъект управления переходит к организационно-практическим действиям по достижению намеченных целей. Этот процесс также осуществляется на основе методологии. Естественно, что методология управления персоналом как прообраз практической деятельности во всех ее составляющих основывается на принятой субъектом управления концепции кадрового менеджмента.

Как видим, концепция и методология находятся в диалектической взаимосвязи. В первом случае методология является обязательным составляющим элементом процесса формирования концепции управления персоналом, во втором – концепция выполняет роль методологического принципа осмысления методологии управления персоналом.

* Таким образом, мы приходим к следующим выводам:

1. Выработка концепции и методологии управления персоналом как продукта умственной деятельности требует системного мышления субъекта управления. В

практическом кадровом менеджменте системная идеальная модель (концепция и методология) реализуется как система управления персоналом.

2. Концепция управления персоналом определяется на базе методологии, в основе которой лежит методологическая позиция субъекта управления.

3. Практический кадровый менеджмент включает в себя, как обязательный элемент, методологию, в основу которой закладывается принятая субъектом управления кадровая концепция.

4. В методологии находит отражение содержание принятой концепции и представление о системе управления персоналом организации.

Література:

1. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом: підручник. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К.: Центр учбової літератури. – 2011. – 486 с. – ISBN 978-611-01-0181-3
2. Десслер Гари. Управление персоналом: пер. с англ. / Гари Десслер. – М.: «Издательство БИНОМ», - 1997. - 432 с. – ISBN 0-13-026361-3 (англ.): ISBN 5-7989-0037-1 (рус.)
3. Корнелиус Неларин. HR менеджмент: Поиск, подбор, тренинг, адаптация, мотивация, дисциплина, этика: пер. с англ. / Неларин Корнелиус, пер. с англ. О.В. Теплых, ред. Л.Б. Овсянникова. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 520 с. – Глоссарий: с. 465 – 481: Предмет. указатель: с. 483 – 491. – ISBN 1-8652-610-5 (англ.): ISBN 966-8644-22-0
4. Коул, Джеральд. Управление персоналом в современных организациях / Джеральд Коул; пер. с англ. Н.Г. Владимиров. – М: ООО «Вершина», 2004. – 352 с. – ISBN 0-8264-5862-9 (hardback): ISBN 0-8264-5863-7 (paperback): ISBN 5-94696-019-9
5. Лукашевич В.М. Управление персоналом: учебное пособие/ В.М. Лукашевич. - Львов: «Новий Світ-2000». 2015. – ISBN 978-966-418-246-8
6. Лукашевич В.М. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навчальний посібник./ В.М. Лукашевич. – 2-е видання, перероб. та доповн.: рис., табл., тестові завдання з дисципліни: с. 315-419 та електор. Диск CD-R80. - Львів: «Новий Світ-2000». 2012. – 424 с. – ISBN 978-966-418-091-4
7. Монди Уэйн Р. Управление персоналом: пер. с англ. / Монди Уэйн Р., Роберт М. Ноу, Шейн Р. Премо; ред. И.В. Андреева, С.В. Кошелева. – СПб.: Издательский дом „Нева”, 2004. – 640 с. - ISBN 0-13-032280-6 (англ.): ISBN 5-7654-3602-1

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н.С. Мамонтенко

Одеський Національний Політехнічний Університет

Конкурентність середовища у якому діють підприємства є одним з визначальних чинників, що регулює їх діяльність. Ринкове середовище передбачає постійну інтерактивну взаємодію між суб'єктами господарювання, що може приймати форму суперництва. Таке суперництво, що проявляється на основі виникнення конфлікту економічних інтересів веде до конкуренції.

Конкуренція є рухомою силою для розвитку приватної ініціативи що виникає в умовах боротьби для виживання на ринку. Наслідками конкурентної боротьби можуть стати і такі: зрив контрактів та ділових угод; використання як засобів боротьби з конкурентами державних органів безпеки і контролю; шантаж і рекет що до власників і керівників приватних підприємств; проникнення у електронні бази даних тощо.

Значна кількість підходів до вивчення конкурентоспроможності підприємства визначається різноманітністю умов конкурентної боротьби на різних ринках, організаційно-економічними формами суб'єктів господарювання з позицій яких розглядається конкуренція,

будовою внутрішньої структури підприємства та характером соціальних зв'язків в них, ринковою орієнтацією підприємства та іншими чинниками.

Реалізація підходу до вивчення і здійснення конкурентної боротьби малого виробничого підприємства можлива через здійснення його маркетингової діяльності з урахуванням результатів аналізу конкуренції, виділення обмежень та можливостей малого виробничого підприємства, послідовного моніторингу діяльності конкурентів за вибраними показниками.

На сьогоднішній день існує безліч підходів до визначення сутності категорії конкурентоспроможності, що характеризуються особливостями умов (економічних систем, рівнем розвитку ринку, суб'єкт-об'єктними відносинами) в яких дані підходи виникають. Користуючись положенням Р.А. Фатхутдінова, про те, що наукові підходи повинні доповнювати один одного і застосовуватись всі одночасно для створення єдиного погляду у комплексі аспектів, що відповідає системному підходу, доцільно розглядати економічні категорії, характеризуючи їх комплексно. Оскільки розглядаючи питання конкурентоспроможності малих виробничих підприємств, застосовувати до них економічні закони, принципи та правила, що діють для великих і середніх підприємств можна тільки з урахуванням обмежень, що визначаються розміром підприємства та видом діяльності. Тому, в залежності від особливостей об'єкту дослідження визначення конкурентоспроможності може набувати своїх специфічних особливостей.

Концептуальні підходи в дослідженнях конкурентоспроможності підприємства відносять до різних аспектів діяльності підприємства. Виділяються такі підходи до визначення чинників, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства: конкурентоспроможність продукції, товарів, послуг (спрямований на якісну, привабливу продукцію, яка орієнтована на споживачів та потреби ринку); конкурентні переваги (ґрунтується на інтенсивному розвитку та підтримці переваг підприємства в тій області виробництва товарів і послуг, де підприємство може зайняти лідируючі позиції); ефективність діяльності (спрямований на забезпечення ефективності процесів випуску та реалізації продукції); багатоаспектний підхід. Перелічені концептуальні підходи до визначення сутності конкурентоспроможності підприємства спираються на стратегічне планування, що охоплює тривалі проміжки часу. Таким чином, конкурентоспроможність підприємства відносять до стратегічних аспектів управління підприємством. Однак, в залежності від типу взаємозв'язків та відносин між підприємствами, що виникають на ринку,

Література:

1. Максимова И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия / И.В.Максимова// Маркетинг.-1996.-№3.-С.33-40
2. Фатхудинов Р.А. Управление конкурентоздатністю організації: Підручник / Р.А.Фатхудинов, Г.В.Осовська.- К.: «Кондор»,2009.-470с.

СТРАХУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ В УКРАЇНІ

Н.В. Мілошевич, ст. викладач

Одеський національний політехнічний університет

В процесі своєї діяльності кожне підприємство зустрічається з багатьма ризиками. Вони можуть бути пов'язані із нанесенням шкоди здоров'ю, або працездатності робітникам підприємства; втратою або пошкодженням майна; неотриманням очікуваного прибутку, тощо.

Ризики, які виникають при проведенні підприємницької діяльності та пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції (товарів, послуг), товарно-грошовими й фінансовими операціями називаються підприємницькими ризиками. Такі ризики потребують страхового захисту, так як передбачити всі негативні наслідки, що супроводжують підприємницьку діяльність, неможливо, а тому втрати підприємства при несприятливих умовах можуть бути дуже великими. Завжди є ризик збитків або неотримання наміченого прибутку, тому питання захисту підприємницької діяльності шляхом використання страхування є дуже актуальними. Особливої ваги таке страхування набуває в ринкових умовах, коли кожне підприємство самостійно відповідає за результати своєї діяльності.

Вивченню теоретичних і практичних засад функціонування страхового захисту підприємницьких ризиків присвячені праці багатьох вчених, зокрема таких як: К. С. Базилевича, О. І. Барановського, О.Д. Василика, В.М. Гейця, М.С. Клапка, С.С. Осадця, В.М. Фурмана, А. А. Чухна та інших..

Метароботи–дослідити можливості та переваги використання страхування щодо зменшення ризиків підприємницької діяльності.

У страхуванні підприємницьких ризиків - дві підгалузі: страхування ризику прямих і непрямих втрат прибутків. До прямих втрат відносяться, наприклад, утрати від простою устаткування, до непрямих - страхування від перерв у торгівлі, страхування упущеної вигоди [1].

Дослідження показують, що на сьогоднішній день основними ризиками щодо своєї діяльності підприємці в Україні вважають перерви в виробництві, пожежі, махінації, зміни в законодавчій або нормативній базі. На жаль ризики відносно зміни законодавства та податкової системи вважаються форс-мажором і страховому відшкодуванню не підлягають.

Але в той же час можливості страхування щодо покриття підприємницьких ризиків досить широкі. На сьогоднішній день українські страховики пропонують наступні види страхових послуг:

- добровільне страхування майна підприємств;
- страхування будівельно-монтажних ризиків;
- добровільне страхування відповідальності суб'єкта підприємницької діяльності перед третіми особами за заподіяну їм шкоду в наслідок реалізації продукції;
- страхування професійної відповідальності;
- страхування кредитів (у тому числі відповідальності позичальника за не погашення кредиту);
- страхування виданих гарантій (порук) та прийнятих гарантій;
- страхування судових витрат;
- страхування вантажів та багажу та інші.

Укласти договір страхування щодо захисту підприємницької діяльності можуть як юридичні, так і фізичні особи - підприємці. Жодних обмежень щодо галузі діяльності, форми власності або розміру підприємства сьогодні немає. Мінімальна вартість договору у багатьох страховиків становить 50 грн. Деякі страхові компанії страховики не приймають на страхування небезпечні підприємства, складські приміщення, товарно-матеріальні запаси. Але більшість компаній страхують усе майно, яке використовується в комерційних цілях. Крім того, підприємець може придбати комплексну страхову програму для підприємства, яка включає страхування декількох груп ризиків. Підприємець має можливість внести страхову премію одноразово або періодичними внесками, готівкою або по безготівковому розрахунку. Укладається страховий договір звичайно на термін від 1 місяця до року, залежно від характеру операцій.

Одним з найбільш вагомих напрямків страхування підприємницьких ризиків є майнове страхування, в якому об'єктом страхових відносин є майно в різних видах (основні і оборотні фонди) та фінансові ризики. Майно найчастіше страхується на випадок знищення

або пошкодження в результаті вогневих ризиків, стихійних явищ, протиправних дій третіх осіб, аварій, тощо.

Для підприємців малого й середнього бізнесу найбільш затребуваними на сьогодні є: комплексне страхування майна; страхування відповідальності перед третіми особами; страхування витрат, пов'язаних з перервою в виробничому процесі.

Розмір страхового платежу залежить від страхової суми й розміру страхового тарифу. В свою чергу тарифи устанавлюються з обліком переліку страхових ризиків; типу майна, що заявляється на страхування; розміру франшизи; терміну дії договору страхування; інших факторів, що впливають на ступінь страхового ризику.

Страхові платежі за договором страхування майна, включаються до складу податкових витрат, якщо ці основні засоби безпосередньо використовуються в господарській діяльності такого платника-страхувальника [2].

Іншим важливим видом страхування є страхування вантажів. Страхове покриття може бути мінімальним або комплексним (включати крім безпосередньо транспортування вантажів також проміжне зберігання вантажу, а також комісії, фрахт та інше). Договір укладається на разове перевезення або на всі перевезення вантажів протягом року. Страховий тариф залежить від умов страхування, способу перевезення, упакування, забезпечення охороною, безпеки територій, по яких перевозиться вантаж, відстані перевезень, строку страхування й розміру франшизи. Перевагою застосування страхування вантажів є те, що всі витрати на страхування перевезень вантажів підприємства можна віднести до валових витрат (при страхуванні іншого майна існують певні обмеження).

Враховуючи складну економічну ситуацію в країні, на сьогоднішній день для підприємців дуже затребуваним є страхування перерви у виробничому процесі. Воно передбачає компенсацію постійних витрат і прибутків, що виникли в результаті простою виробництва за умови невиконання зобов'язань контрагентами. Страхова сума покриває постійні витрати (зарплата, витрати на оренду, відсотки по кредитах, податки й збори), непрямі збитки, недоотриманий прибуток після оподатковування за час змущеної перерви в виробничому процесі.

Не менш затребуваним на страховому ринку України є страхування відповідальності. При укладанні такого договору страхувальникові відшкодовуються витрати, у випадку якщо він нанесе шкоди життю, здоров'ю, майну третіх осіб. На сьогоднішній день виділяють: страхування відповідальності за нанесення шкоди життя або здоров'ю, майну третіх осіб; відповідальності автотранспортних підприємств, транспортно-експедиторських компаній, перевізників небезпечних вантажів, митних кур'єрської служби, власників СТО перед клієнтами та інші.

Таким чином, страхування яко дин із методів створення страхового фонду виступає важливим економічним інститутом, спроможним компенсувати та зменшити втрати підприємців від подій, виникнення яких носить випадковий характер.

Література:

1. Макаревич Л.М. Управление предпринимательскими рисками/ Л.М. Макаревич – М.: Дело и Сервис, 2010 г. - 448 с.
2. Страхование недвижимости на предприятии: налоговый учет [Електронний ресурс] : Режим доступу:<http://www.visnuk.com.ua/ru/pubs/id/6229>

СКЛАДОВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В.О. Морохова, к.е.н. проф.,
О.В. Бойко, к.е.н., доц.,
І.Ф. Лорві, к.е.н., асистент

Луцький національний технічний університет

В сучасних умовах господарювання діяльність підприємств отримує певну специфіку, оскільки підвищується рівень невизначеності і ризику, зростає інтенсивність конкуренції, покупці стають усе більш вимогливими до якості товарів і послуг. На думку більшості науковців, успішне функціонування підприємств у даних умовах залежить, в першу чергу, від системи управління, яка має ґрунтуватися на принципах маркетингового менеджменту, використанні стратегічних підходів у процесі планування і розробки маркетингових стратегій, а також формуванні нового управлінського мислення у керівників системи. Визначені питання і значну кількість інших завдань, що постають перед підприємствами, можна вирішити тільки за наявності надійної, керованої системи управління маркетинговою діяльністю [1; 3].

На основі проведеного аналізу наукових публікацій можна зробити висновок, що управління маркетингом – це сукупність заходів, що регулюють позицію підприємства на ринку за допомогою маркетингових функцій.

Управління маркетинговою діяльністю, з точки зору Н.І. Івашкової [2, с. 12-13], складається з трьох основних компонентів.

1. Маркетингова концепція. Маркетингове управління діяльністю підприємства формує образ мислення. Маркетингове управління підприємством передбачає використання маркетингу в якості філософії або образу мислення. Перехід на маркетингове управління підприємством представляє собою якісно новий стан, коли в своїй діяльності воно спирається не лише на свої внутрішні можливості, але й враховує зовнішні умови. Це управління підприємством, в основі якого лежить орієнтація на ринок, урахування не лише технічних, але й споживчих параметрів продукції, цін не лише виробника, а й конкурентів. Реалізується концепція управління підприємством як відкритою системою. Механізмом маркетингового управління підприємством стає розвиток комунікативних зв'язків підприємства з ринком.

2. Маркетингова функція. Управління маркетинговою функцією здійснюється в процесі формування маркетингової системи підприємства. Маркетингова функція формується в процесі перебудови в світогляді управління підприємством від «потреб виробництва» до «потреб ринку». Вона тісно пов'язана з виробничою, збутовою і фінансовими функціями підприємства. При її здійсненні відповідними підрозділами вирішуються проблеми виробництва продукції, яка може бути рентабельно реалізована. Задача маркетингу заключається в тому, щоб виявити, кількісно оцінити і реалізувати потенційні можливості підприємства на ринку. Виконання маркетингом своїх функцій засноване на розробці маркетингової системи як частини управлінської системи підприємства.

3. Маркетингова діяльність. Управляти маркетингом означає «робити ринок», «робити попит». Змістовний сенс поняття «управління маркетингом» - створення і задоволення попиту потенційних покупців, створення цінностей для покупця. Задача маркетингу – використання суспільних потреб для створення можливостей одержання прибутку. Інструментами або засобами управління маркетингом виступають елементи комплексу маркетингу - сукупність контрольованих елементів маркетингу, що використовуються для задоволення потреб цільових ринків.

Карпенко Н.В. [3, с. 37] розглядає управління маркетингом як організаційно-процедурний механізм маркетингової діяльності підприємства, який має дві складові:

а) організаційна структура підприємства, яка здійснює процес управління маркетинговою діяльністю і представлена відділом, підрозділом чи однією функціональною одиницею;

б) процедурний механізм, що характеризується відповідними функціями та етапами виконання процесу маркетингового управління.

Інші дослідники [4] вважають, що складовими управління маркетингом є три види управлінської діяльності:

1. Розробка маркетингових рішень.
2. Розробка і реалізація маркетингових планів і програм.
3. Формування і забезпечення функціонування системи маркетингу.

На нашу думку, всі вищезазначені підходи до висвітлення сутності складових управління маркетинговою діяльністю мають право на існування, оскільки вони описують різні аспекти управлінської діяльності в сфері маркетингу і доповнюють один одного.

Таким чином, система управління маркетинговою діяльністю підприємства – це складна система, яка функціонує на основі певних принципів і включає аналіз, планування, організацію, мотивацію, контроль та оцінку ефективності маркетингових заходів, спрямованих на формування та інтенсифікацію попиту на товари та послуги і збільшення прибутку підприємства, що реалізується за допомогою відповідних маркетингових інструментів.

Література:

1. Волков В. П. Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств / В.П. Волков, О.Ю. Сова // Економічний простір. – 2008. - №11. – С. 69-77.
2. Івашкова Н. І. Управління маркетингом: навч. посіб. / Н.І. Івашкова. – М.: ФОРУМ, ВД «Інфра-М», 2010.- 176 с.
3. Карпенко Н.В. Система управління маркетингом у споживчій кооперації: методологія і практика / Н.В. Карпенко // Маркетинг в Україні. – 2009.- №4. – С. 37-42.
4. Коротков А.В. Управління маркетингом: навч. посіб. / А.В. Коротков, І.М. Синяєва. – М.: ЮНІТІ-ДАНА, 2005. – 463 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ CRM-СИСТЕМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

О.О. Нарожна

*Херсонський політехнічний коледж
Одеського національного політехнічного університету*

В сучасних ринкових умовах використання персонального підходу до клієнта, з урахуванням його особливостей та переваг – означає вижити в умовах жорсткої конкурентної боротьби. Такий індивідуальний підхід потрібно здійснювати і в масових продажах промислових підприємств зберігаючи інформацію про клієнтів, продажі та рахунки в базі клієнтських даних, що потребує ефективного управління. CRM–системи (англ. Customer Relationship Management System - система управління взаєминами з клієнтами) допомагають підвищити ефективність бізнес-процесів, що направлені на роботу з клієнтами, дозволяючи не лише залучати та утримувати їх, відстежувати і координувати розвиток взаємин з ними, але і здійснювати управління продажами, операціями, рахунками, а також співробітниками по роботі з клієнтами [1]. Деякий час CRM-рішення використовувалися не стільки для розвитку відносин з клієнтами, скільки для здійснення

контролю над співробітниками, що працюють з системою та збору статистики. Безумовно ці інструменти теж необхідні, але вони не враховують всі потреби та бажання конкретних клієнтів та те, який насправді продукт вони хочуть отримати. Щоб забезпечити той рівень сервісу, який дійсно зробив би підприємство більш конкурентоздатним, необхідно вчасно акцентувати увагу на якості взаємодії з клієнтами, зробити контакти простішими і прозорішими в першу чергу для клієнтів, а потім тільки для своїх співробітників. Набувати нових клієнтів в рази дорожче, ніж зберегти тих, що існують, але при цьому утриманню клієнтів приділяється мало уваги. Мета CRM - зосередити роботу організації саме на постійних стосунках з клієнтами. Підприємства поступово починають розуміти, що потрібно звертати більше уваги на цю сферу своєї діяльності [1].

Метою дослідження є аналіз сучасних CRM-систем, інтеграція яких дозволяє ефективно використовувати планування та управління виробництвом. Сучасні системи CRM дозволяють зрозуміти і навіть передбачати потреби поточних і потенційних клієнтів, що використовується для планування і встановлення відносин. На промислових підприємствах в зарубіжних практиках використовують наступну інформаційно-управлінську структуру промислових підприємств [2].

На рис. 1 представлено структуру, що дає схематичне уявлення про абстракцію інформаційної системи автоматизації промислового підприємства, в якій виділено чотири основні ланки (рівні):

- на першому рівні знаходяться АСУТП — автоматизовані системи управління загальними технологічними процесами;
- на другому рівні MES-системи — (Manufacturing Execution System) клас систем, що вирішують питання автоматизованої системи управління виробництвом, яка дозволяє координувати, аналізувати та оптимізувати випуск продукції в режимі реального часу;
- на третьому рівні ERP-системи — (EntERprise Resource Planning) клас систем, що відповідає за планування ресурсів підприємства та здійснюється на самому верхньому рівні в ієрархічних сходах системи управління;
- на верхньому рівні знаходяться OLAP-системи — (On-line Analytic Processing) клас систем, які аналітично обробляють дані в реальному часі, що дозволяє створювати бізнес-звіти з продажу та розробляти маркетингові заходи, з метою ефективного управління цими процесами.

Розглядаючи таку структуру (див. рис. 1), можна уявити процес передачі інформації на всіх рівнях ієрархії системи. З виробничої зони (АСУТП) інформація надходить до MES-систем, проходить стадію обробки, а потім вже оброблена інформація поступає в ERP-системи, і далі — на рівень вищого менеджменту підприємства (OLAP) [2].



Рисунок 1 – Інформаційно-управлінська структура промислового підприємства

Слід зауважити, що в ERP-системах дуже великий об'єм інформації адміністративного і фінансового плану, тому перепланування не може відбуватися часто, це можливо не частіше за один раз на добу. Багато провідних виробників ERP-систем вже ввели в свої продукти модулі планування виробництва, проте, швидкість їх реакції на зміну вимог виробництва все ж мала, і не дозволяє оптимізувати плани по великій кількості параметрів. В той же час, MES-системи, що більшою мірою інтегровані з нижчим виробничим рівнем та обширно володіють виробничою інформацією, дозволяють скорегувати або повністю перерахувати план протягом робочої зміни стільки разів, скільки це необхідно [2].

Таким чином, MES-системи дозволяють оптимізувати виробництво і зробити його рентабельнішим за рахунок швидкої реакції на події, що відбуваються, а також вживання математичних методів компенсації відхилень від планових завдань. Саме тому MES-системи є сполучною ланкою між орієнтованими на фінансово-господарські операції ERP-системами і оперативною діяльністю підприємства на рівні цеху, ділянки. Проте, провести чітке розмежування областей ефективного використання MES — і ERP-систем досить складно. Більшість експертів вважають, що управління виробництвом спирається на вирішення чотирьох завдань: формування об'ємно-номенклатурного плану; баланс виробничих потужностей; складання виробничих розкладів; групування устаткування і деталескладальних одиниць. Перші два завдання ефективно вирішуються за допомогою ERP, а два останні — MES. Інтеграція між цими системами направлена на встановлення зв'язків між процесами планування виробництва, що мають місце і на рівні підприємства, і на рівні виробництва. Вона також передбачає можливість передачі детальних виробничих планів, звітів в інформаційні системи, що існують на підприємстві.

Попередній аналіз класів CRM-систем показав, що для їх використання необхідно точно знати конкретні цілі та завдання промислового підприємства, а в разі розширення виробництва треба розглядати можливість застосування комбінації таких систем управління для підвищення ефективності використання ресурсів та менеджменту підприємства в цілому.

Література:

1. Гаевская А. СХМ и CRM вместе или вместо. [Электронный ресурс] / А. Гаевская. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>
2. Информационные системы в промышленности – общие понятия, определения, термины [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.up-pro.ru/library/information>

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Л.А. Некрасова, к.е.н., доцент
А.В. Христова

Одесский национальный политехнический университет

В настоящее время значительное количество стратегических решений, которые принимает любая компания, лежат в сфере маркетинга. Для предприятия, ведет борьбу за успех в конкурентной среде, маркетинговая стратегия является важнейшей функциональной стратегией, поскольку она призвана обеспечить обоснование его целей и задач на каждом отдельном рынке и по каждому изделию с учетом особенностей конкуренции и спроса потребителей. В настоящее время значительное количество стратегических решений, которые принимает любая компания, лежат в сфере маркетинга.

Суть стратегического маркетинга заключается в использовании маркетинговых принципов организации производственно-хозяйственной деятельности на качественно более высоком уровне – разработка и реализация стратегии развития предприятия для достижения

долгосрочных перспективных целей. В связи с этим круг маркетинговых задач существенно расширяется. В течение долгих лет многих экономистов интересовала данная проблема [1].

Стратегический маркетинг решает вопросы, связанные не с коммерческими, а с маркетинговыми целями, что формирует дополнительный спрос. К таким вопросам относятся:

1. Стратегический контроль (оценка уровня достижения намеченных стратегических целей: полноты, своевременности и достижимости);
2. Контроль прибыльности и эффективности отдельных маркетинговых мероприятий;
3. Контроль выполнения годовых и месячных планов маркетинга и продажи анализ отклонений (GAP-анализ).

Для разработки соответствующей ценовой стратегии фирма должна четко определить цели ценообразования. Цели определяются из проведенного анализа ее положения на рынке и общих целей функционирования на рынке. Цели способствуют осуществлению маркетинговой стратегии предприятия.

При этом надо исходить из того, что существует совокупность факторов, которые влияют на уровень устанавливаемой цены. По степени воздействия их можно расположить в такой последовательности: издержки производства; цены конкурентов; величина спроса; транспортные расходы; надбавки и скидки для посредников; реклама и другие способы стимулирования сбыта.

Стратегические вопросы ценообразования решают на стадии маркетинговых исследований. Такая методика расчетов состоит из шести этапов: постановка задач ценообразования, определение спроса, оценка издержек, анализ цен и товаров конкурентов, выбор методов ценообразования, установление окончательной цены.

В качестве основных типов стратегий маркетинга обычно применяют стратегию «цена-количество» либо стратегию предпочтения [2].

Цена-количество – при использовании стратегии «цена-количество» можно применить категорию цены как одну из составляющих успеха в конкурентной борьбе. Принципиальное значение при этом имеет потенциал и уровень развития соответствующих отраслей, а также активное влияние на издержки производства. Стратегия «цена - количество» является типичной для операций типа «коммодити», т.е. для сбыта многих продуктов, производимых с помощью хорошо отработанных и апробированных технологий и уже издавна продающихся на рынках.

Предпочтение – стратегия предпочтения использует различные инструменты политики сбыта, не зависящие от конкуренции в области цен. Конечная цель этой стратегии – создать стабильные преимущества перед конкурентами.

В любом случае ценовая стратегия не является чем-то неизменным, она может и должна пересматриваться при изменении рыночных условий. В зависимости от целей, стратегий и методов установления цен процесс ценообразования осуществляется в несколько этапов, указанных на рис.1 [3].

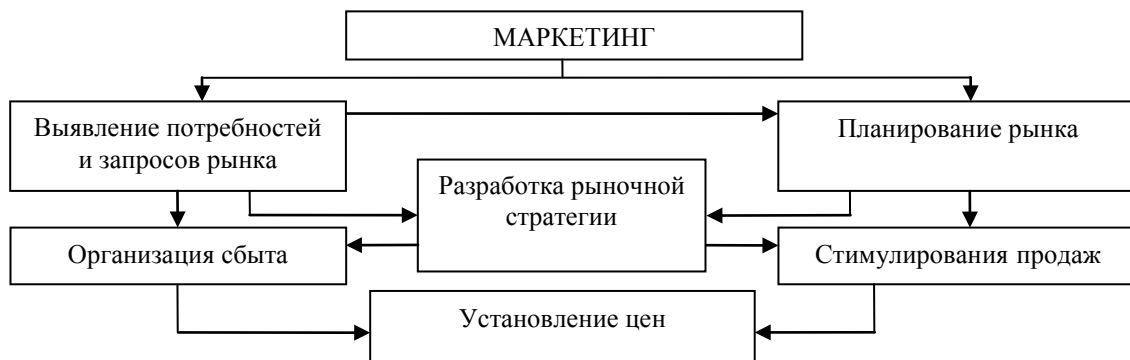


Рис.1 – Ценообразование в системе маркетинга

После определения целей ценовой политики предприятию необходимо выработать ценовую стратегию. Ценовая стратегия – это конкретные решения, связанные с установлением цен. В основу ценовой стратегии могут быть положены затраты предприятия, уровень спроса на его продукцию, ценность товара для потребителей, деятельность конкурентов или другие критерии. К стратегии ценообразового регулирования относятся скидки и компенсации, дискриминационное ценообразование, управление доходами, психологическое ценообразование, географическое ценообразование [4].

Выводы: сегодня большая часть украинских предприятий, и не только промышленных, нуждается в определении своего места не только на рынке, но и на каждом из целевых сегментов, в выявлении наиболее перспективной продукции и определении позиции на рынке, как товара, так и самого предприятия. Именно эти проблемы и помогает решать стратегический маркетинг. В результате стратегического анализа для каждого потенциального сегмента рынка предприятием должны быть четко определены основные инструменты воздействия на целевые сегменты в виде товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики предприятия в целях успешного продвижения товара.

Литература:

1. Кумар Н. Маркетинг как стратегия. – М.: Претекст, 2008. – 342 с.
2. Шаисламова М. Р. Влияние стратегического маркетинга на конкурентоспособность предприятия [Текст] / М. Р. Шаисламова, Д. Р. Гафурова // Молодой ученый. — 2015. — №7. — С. 510-513.
3. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с французского.-СПб. : Наука.- 1996.-589 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. -- М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез".- 2000. -- 640 с.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Т.О. Окландер, д.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Однією з важливих складових діяльності з формування інформаційної бази для прийняття маркетингових рішень є проведення маркетингових досліджень. Традиційні маркетингові дослідження ґрунтуються на принципі формування вибіркової репрезентативної сукупності. Отримані результати з невеликої, але управляємої вибірки маркетингологи навчилися екстраполювати з прийнятною похибкою на генеральну сукупність. Проте в складних системах, до яких відноситься ринкова система, при значній кількості чинників, досліджувані чинники починають взаємодіяти між собою непередбачувано і нелогічно. До того ж, в моделях не можна математично виразити і врахувати всі наявні чинники. Тому в маркетингових дослідженнях, що проводяться за класичними схемами часто отримуються некоректні результати, тобто рівень збування прогнозів буває невисоким. Це об'єктивна складова недостовірності результатів маркетингових досліджень.

Проте є і проблеми суб'єктивного характеру. Відсутня система підготовки і акредитації інтерв'юерів, тобто не сформована ідеологія професії в частині формування місії, етики досліджень, прийомів роботи інтерв'юера. Нерідкими є випадки недобросовісно зібраної інформації і явно фальсифікованого підходу до виконання проектів, недотримання квот і методологій, зрив термінів досліджень.

Хейсті Г. прогнозує перелік змін в галузі маркетингових досліджень, які стануть результатом такого «творчого руйнування» [250]:

- 1) обмеження використання методу фокус-груп;
- 2) заміна використання PowerPoint для презентації результатів досліджень;
- 3) збільшення кількості он-лайн досліджень;
- 4) формування якісно-кількісного дуалізму в дослідженнях;
- 5) вихід за рамки «раціонального».

Розповсюдження інформаційно-комунікативних технологій викликає «творче (креативне) руйнування» традиційних методів маркетингових досліджень і дозволяє отримати необхідну інформацію швидше і з більшою точністю. Останнім часом широко використовуються наступні напрямки отримання інформації: 1) Інтернет-простір; 2) первинні документи, що супроводжують трансакції; 3) звіти менеджерів з продажів.

Головними проблемами користування такою інформацією є:

- налагодження швидкого зворотного зв'язку із споживачем;
- структуризація даних;
- знаходження кореляції між всіма формами інформації;
- персоніфікація інформації;
- надання зручної форми для користування інформацією.

З появою соціальних мереж виникли нові методи збору маркетингової інформації, що надають можливості для полегшення процесів формування баз даних:

1) організація опитувань — в соціальних мережах це стало вбудованим механізмом. Опція «Опитування» дозволяє проведення досліджень за рахунок формулювання питань і варіантів відповідей;

2) персоніфікація, візуалізація, отримання демографічних, особистих та соціальних атрибутів респондентів — без використання додаткового програмного забезпечення отримується індивідуальна інформація, проводиться аналітична обробка відповідей, створюється профіль цільового сегменту ринку;

2) аналіз маркетингового середовища — у розділі «Новини» при натисканні опції «Розширений пошук» можна за певними критеріями зібрати інформацію про уподобання потенційних споживачів; опція «Геолокація» дозволяє сегментувати їх за територіальною ознакою; опція «Згадки посилання» дозволяє контролювати діяльність конкурентів за згадками адрес співтовариства, сторінок сайту, сайту;

4) встановлення зв'язку з респондентами у формі SMS-повідомлень, що приходять в акаунт — надходження повідомлень з проханням прийняти участь в опитуванні, яке може бути налаштоване на частоту, час, сегмент ринку;

5) розширення бази респондентів — одночасне опитування користувачів різних соціальних мереж, яке, в ідеалі, дає змогу охопити опитуванням всю генеральну сукупність.

Взагалі, ефективне використання соціальних мереж в маркетингу передбачає наявність наступних атрибутів:

— індивідуальний профіль підприємства — це короткий опис підприємства з ключовими словами, які вживає цільова аудиторія і інформативний і видовищний індивідуальний фон (зображення, що формує у споживачів образ підприємства);

— використання хештегів — це мітка, яка починається зі спеціального символу решітки (#) і не містить пробілів. Розміщуючи хештег у своєму твіті, підприємство позначає твіт, і тепер всі, хто шукає такий хештег, побачать всю стрічку повідомлень від різних користувачів. Наприклад, пропозиція послуг для споживачів одеської області передбачає включення хештега # «металеві вироби», і тепер всі, хто активно цікавиться інформацією про метизи, знайдуть на цей твіт;

— контролювання інтересів цільової аудиторії — це відслідковування подій і референтних груп, які цікаві цільовій аудиторії та контролювання прихильників конкурентів. Є програми, які дозволяють цей процес автоматизувати, наприклад Twidium. Спеціалізоване програмне забезпечення дозволяє поставити на потік весь процес;

— спілкування в соціальних мережах з територіально близькими споживачами через точне розташування їх ір-адрес: із зазначенням точки у вигляді географічної широти і довготи і радіуса навколо вказаної точки.

При цьому, використання соціальних мереж надає опитуванням нові функції:

— опитування як прихована реклама — питання і відповіді можуть розповідати про товари з наданням інструкції до їх використання;

— опитування як розвага для збільшення кількості респондентів — питання і варіанти відповідей можуть подаватися у формі розваги (гумор, фото), оскільки соціальні мережі популярне місце проведення часу;

— опитування як вірусний маркетинг — форма подачі питань і варіанти відповідей можуть створити вірусний трафік.

Ще однією новою технологією є технологія Big Data (Великі дані) — це обробка масивів даних великого обсягу. Новим в технології Big Data є дослідження та аналіз напівструктурованих і неструктурованих даних. З'явилась можливість аналізувати електронні листи, PDF-файли, відео матеріали, миттєво розподіляти і масштабувати систему збереження інформації з меншими витратами, використовувати і зберігати всі створені дані. Аналізуються висловлювання користувачів, коментарі, виставлені оцінки, фотографії тощо. Цілями моніторингу можуть бути: виявлення негативних висловлювань, припинення витоків інформації, визначення швидко розповсюджується інформації та її джерел, визначення ланцюжків впливу і авторитетних користувачів. Моніторинг популярних соціальних мереж дає значну кількість інформації. При великому числі користувачів і їх високій активності рішення даної задачі передбачає збір і обробку великих обсягів неформалізованих даних.

Отже з появою нових інструментів маркетингових досліджень маркетингологи отримують більшу базу даних для прийняття рішень.

Література:

1. Сайт компанії з маркетингових досліджень GfK. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.gfk.ua/sectors_and_markets/retail_and_technology/index.ua.html
2. Big Data And Simulations Are Transforming Marketing / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.businessinsider.com/big-data-in-marketing>.

НЕСТАНДАРТНІ ФОРМИ ЗАЙНЯТОСТІ ЯК ЗАСІБ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Т.В. Перегудова, к.е.н., доцент

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

Обґрунтування актуальності проблеми. Виклики економічної кризи, такі як: падіння ВВП (зміна обсягу у першому кварталі 2015 р. до відповідного періоду попереднього року дорівнює «-17,2 %»), зменшення експорту товарів, який за період січень-червень 2015 р. до відповідного періоду 2014 р. становив 64,1 %, падіння промислового виробництва (індекс промислової продукції за період січень-червень 2015 р. до відповідного періоду 2014 р. становив 79,5 %), стрімка девальвація гривні, інфляція (індекс споживчих цін 148,1 %) [1], системні проблеми банківського сектору, вимагають від підприємців пошуку заходів антикризового управління, які б дозволили вижити на даному етапі економічного спаду та зайняти конкуруючі позиції в подальшому. Серед ключових питань постає ефективне використання трудового потенціалу підприємства з застосуванням нестандартних форм зайнятості, які сприяють забезпеченню не тільки ефективності функціонування

підприємства, а й збереженню основних працівників, масштаби вивільнення яких сприяли критичному значенню коефіцієнту обороту робочої сили по звільненню, значення якого за січень-березень 2015 р. становило 7,5 % [2], що створює соціальну загрозу трудового відторгнення населення в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення наукової літератури з питань нестандартної зайнятості вказує на багатоаспектність її форм, що стало поштовхом появи різних підходів до класифікації. Відомий російський науковець В. Потуданська в своїх публікаціях пропонує досліджувати нестандартні форми зайнятості за такими ознаками: гнучкість режимів робочого часу; засоби організації праці; формальність трудових відносин; тривалість робочого часу; тривалість трудових відносин. Досліджуючи флексibilізацію ринку праці в умовах поглиблення глобальних процесів світової економіки, Л. Любохинець виділяє такі класифікаційні ознаки гнучкої зайнятості: за характером зміни параметрів зайнятості; за місцем дії; за змістом. О. Жадан пропонує розглядати нестандартність соціально-трудова відносин з двох точок зору: нестандартність трудового договору, нестандартність фактичних умов зайнятості. Спрямовуючі наукові зусилля на удосконалення державного регулювання нестандартних форм зайнятості, Л. Гук досліджує їх за такими ознаками: формальність зайнятості, характер використання робочого часу, строк договору, спосіб найму, форма організації робочого місця.

Віддаючи належне виконаним дослідженням з питань класифікації форм нестандартної зайнятості, слід зазначити необхідність удосконалення систематизації з позицій їх застосування для формування гнучкого внутрішнього ринку праці як засобу антикризового управління підприємством, що і стало **метою** даної публікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах постійних соціально-політичних трансформацій, роботодавцям потрібно швидко адаптуватися на основі принципів антикризового управління, який включає в себе гнучку систему керування витратами, в тому числі і такими, що пов'язані з персоналом. Серед трудових ресурсних напрямів антикризового управління підприємством є створення гнучкого внутрішнього ринку праці, функціонування якого дозволяє мобільно реагувати на спади в економіці. Забезпечення останнього можливо шляхом застосування нестандартних форм зайнятості, основною особливістю яких є підвищення ефективності використання робочого часу, позитивним наслідком чого є зменшення витрат на персонал. Вивчення наукової літератури сприяє виділенню трьох основних напрямів регулювання гнучкості ринку праці: кількісна гнучкість на основі зміни чисельності зайнятих та рівня оплати праці, функціональна гнучкість за рахунок змін у часі роботи, перенавчання, підвищення кваліфікації та мобільності персоналу, просторово-часова за допомогою використання нестандартних форм зайнятості. Як результат пошуку антикризових методів управління, на основі дотримання принципу – розвиток мобільності, є модель «гнучкої фірми» Дж. Аткинсона. Дана концепція реалізується за такими напрямками: функціональна гнучкість, гнучкість за чисельністю, гнучкість щодо використання робочого часу, фінансова гнучкість [3]. Управляти фінансовими витратами, пов'язаними з персоналом Дж. Аткинсон пропонує на основі сегментування трудового потенціалу підприємства на: ядро (первинний ринок праці), для якого пропонується застосовувати функціональну гнучкість; першу периферійну групу (вторинний ринок праці) – пропонується чисельна гнучкість; другу периферійну групу – короткострокові контракти, стажування за рахунок суспільних субсидій, ділення одного робочого місця, неповний робочий час; зовнішню периферію – самозайнятість, субпідряд, залучення зі сторони, тимчасові працівники, найняті через трудові агентства [4]. В науковій літературі зустрічається схожий підхід щодо дій роботодавців з пристосування персоналу до змін підприємстві, який отримав назву «трилисник»: постійні працівники, тимчасові працівники (неповний робочий час, сумісництво тощо), периферійна робоча сила (субпідрядники, надомники). По мірі погіршення економічної діяльності підприємства «листок вилітають», починаючи з останнього.

Досліджуючи нестандартні форми зайнятості з позицій формування гнучкого внутрішнього ринку праці та дотримуючись положень моделі «гнучкої фірми» Дж.

Аткінсона, вважаємо доречним в межах розвитку *функціональної гнучкості* (тобто можливості змінювати характер трудової діяльності для працівника) використання таких форм нестандартної зайнятості: *надомна праця*, *працівники за викликом*, *самозайнятість* (self+employment), *неповна зайнятість* (part-time employment), *зайнятість у формальному секторі на умовах усної домовленості*, *телепраця*, *понаднормова зайнятість* (overtime employment), *дистанційна праця*.

Кризисні тенденції в економіці вимагають від роботодавця *удосконалення використання робочого часу*, що дозволяють зробити гнучкий робочий рік, стислий робочий тиждень, гнучкі графіки робочого часу, *непостійна (тимчасова) зайнятість* (temporary or fixed-term employment), *неповна та понаднормова зайнятість*; *тимчасова зайнятість*; *зайнятість на основі термінових трудових договорів*; *сезонна праця*; *разова зайнятість*, *зайнятість за викликом*.

Необхідність *скорочення фінансових витрат* робить актуальним застосування *аутстафінгу* (outstaffing), *аутсорсінгу* («outsourcing»), *лізингу персоналу*. Прикладом гнучкості витрат на оплату праці є досвід японських підприємств, яка включає такі основні елементи: *прямі виплати* (базова ставка та надбавки), *побічні виплати* (компенсації), *бонуси* (премії), *пенсійні виплати*. Збереження трудового потенціалу в умовах погіршення економічної кон'юнктури забезпечується шляхом зменшення складових в оплаті праці.

Проблемою систематизації нестандартних форм зайнятості є їх можливе поєднання, відповідність одразу декільком класифікаційним ознакам, оскільки їх застосування в межах забезпечення функціональної гнучкості, гнучкості робочого часу сприяє гнучкості за чисельністю та фінансовій гнучкості.

Висновки. Розвиток антикризового управління підприємством можливо на основі «моделі гнучкої фірми» Дж. Аткінсона застосуванням нестандартних форм зайнятості у напрямі забезпечення гнучкості внутрішнього ринку праці, що створює умови формування альтернатив вивільнення працівників навіть в умовах економічної кризи.

Література:

1. Багатогалузева статистична інформація / Комплексна статистика / Державна служба статистики України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Основні показники ринку праці (квартальні дані) / Державна служба статистики України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
3. *Блайтон Поль*. Гибкость / Управление человеческими ресурсами / Под ред. М. Пула, М. Уорнера. — СПб.: Питер, 2002. — С. 1015—1027.
4. Atkinson J. Flexibility, Uncertainty, and Manpower Management. Brighton: Institute of Manpower Studies, 1985.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Н.І. Рафальська

Інспекція з питань захисту прав споживачів в Одеській області

Аналізуючи розвиток сфери послуг в Україні, можна відзначити, що визначальними чинниками розвитку даної сфери стали науково-технічна революція та структурно-технологічна перебудова матеріального виробництва. Так, науково-технічна революція стимулювала вихід на ринок широкого спектра нових послуг, пов'язаних з інформаційними технологіями, комп'ютеризацією, новими способами комунікацій. Занепад промисловості у країні спричинив значне скорочення працівників, появу на ринку великої кількості

високопрофесійних безробітних фахівців, які за невисоких капіталовкладень табар'єрів входу, почали розвивати сферу послуг. У такий спосіб відбулося перетікання працюючих із виробничої сфери у сферу послуг.

Сьогодні можна стверджувати, що сфера послуг України динамічно розвивається. Однак послуги, представлені на українському ринку, розвиваються нерівномірно, як за видами економічної діяльності, так і за регіонами країни.

Сучасним особливостям ринку послуг присвячені спеціальні дослідження науковців О. Гаврилюк, Л. Іванової, Н. Іванечко, Т. Корягіної, І. Олексин, А. Румянцева, Ю. Соколової, Л. Співак. Свій внесок у дослідження проблем та особливостей формування маркетингу послуг зробили М. Вачевський, А. Войчак, Е. Гамессон, К. Гронрос, К. Лавлок, В. Мальченко, О. Моргулець, О. Пащук, Е. Песоцька, В. Скотний, Л. Ткаченко, О. Шканова та ін.

Актуальність всебічного дослідження ринку послуг в Україні зумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Необхідністю стає виявлення основних тенденцій та закономірностей розвитку, виявлення шляхів підвищення конкурентних переваг вітчизняних підприємств.

Визначення пріоритетних напрямків та перспектив покращення ринку послуг, виявлення "слабких місць" розвитку цього ринку в Україні – є першочерговими завданнями та вимагає аналізу існуючого стану, оцінки динаміки та структурних зрушень у сфері послуг.

Розвиток сфери послуг в Україні зазнає постійного впливу як позитивних, так і негативних чинників. Негативними чинниками є: невисокий рівень конкуренції між підприємствами сфери послуг; слабе реагування підприємств сфери послуг державного сектору економіки на мінливі умови у споживчому попиті; недоробки у нормативно-правових актах, що регламентують діяльність організацій сфери послуг тощо. До позитивних чинників можна зарахувати значне збільшення кількості підприємств сфери послуг; появу на вітчизняному ринку іноземних конкурентів, що мають досвід організації сфери послуг у своїх країнах; зміцнення недержавного сектору економіки, зокрема, малого й середнього бізнесу тощо [3].

Дослідження ринку послуг повинно здійснюватися з позиції таких чинників, як: надійність, доступність, репутація та безпека. Дослідження якості процесу виробництва і надання послуг вимагає аналізу таких чинників, як: дієва система обслуговування, оперативність, співучасть, компетентність, комунікації. Дослідження якості джерела надання послуг повинно включати оцінювання таких чинників, як: культура й орієнтація менеджменту підприємства, бізнес-система підприємства, персонал, сприйняття складових, навколишнє середовище, асортимент послуг, надійність [2].

Вітчизняний ринок послуг складається із чотирьох основних сфер, а саме:

- комунально-побутового обслуговування (житлово-комунальний ринок, ринок громадського харчування, ринок побутових послуг);
- зберігання та відновлення здоров'я людини (ринок послуг охорони здоров'я, ринок послуг у галузі фізкультури та спорту);
- культурно-просвітньої сфери (ринок послуг освіти, ринок послуг сфери культурного обслуговування, ринок послуг засобів масової інформації);
- сфери управління, регулювання та обміну (ринок послуг у галузі управління, фінансово-кредитний і страховий ринок, ринок послуг з охорони громадського порядку) [1].

Отже, до особливостей сфери послуг в Україні слід віднести те, що ринок послуг складається з окремих ринків, кожен з яких функціонує і розвивається з певними особливостями.

Комплексний аналіз та дослідження ринку послуг з урахуванням специфіки розвитку окремого регіону дасть можливість виявити чинники впливу як на розвиток ринку послуг України в цілому, так і на конкретний вид послуги.

Нерівномірний розвиток як загалом ринку послуг, так і окремих його видів у різних областях країни, вимагає аналізу залежності розвитку сфери послуг від територіального розташування. Виникає необхідність досліджувати особливості розвитку ринку послуг в

окремих регіонах, виявляти територіальні особливості та пріоритетні напрямки розвитку ринку.

Підсумовуючи можна зазначити, що для сучасного стану ринку послуг в Україні характерні: динамічний розвиток занаявності великих резервів щодо розширення його видової структури, нарощування обсягів реалізації послуг; ефективне функціонування в його структурі малих господарських утворень; досягнення підприємствами колективної форми власності найкращих показників діяльності за обсягами, видовою структурою; залежність розвитку малого підприємництва на ринку послуг від загальних тенденцій, фінансової підтримки держави.

Література:

1. Іванечко Н.Р. Становлення ринку послуг дозвілля в Україні: аналіз категорійного апарата. – [Електронний ресурс] / Н.Р. Іванечко. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/PSPE/2011_1/Ivanechko_111.htm.
2. Моргулець О.Б. Менедж-мент у сфері послуг: навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с
3. Румянцев А.П., Коваленко Ю.О. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 456 с.

ОЦІНЮВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЙОГО РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ

О.М. Серікова, к.е.н.

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

Обґрунтування актуальності проблеми. Соціально-економічний розвиток регіонів та України в цілому залежить від збалансованого функціонування сфер економічної діяльності. У структурі економіки багатьох регіонів України промисловість займає провідне місце. Досліджуючи функціонування підприємств промисловості, слід зауважити, що економічна криза негативно вплинула на їх функціонування: відбувається поступове зменшення індексу промислової продукції, відношення даного показника в травні 2015 до травня 2014 р. становило 79,3 % [1, с. 9]. В таких умовах актуальною потребою стає підвищення конкурентоспроможності національної економіки шляхом раціонального використання ресурсів як на макроекономічному рівні, так і на рівні окремих галузей, підприємств та окремого працівника. Найціннішою складовою ресурсного забезпечення є трудовий потенціал, від кількісної та якісної збалансованості якого залежить динаміка економічного розвитку, в т.ч. і промислових підприємств. В той же час, недосконала система організації праці, відсутність взаємозв'язку між результатами та оплатою праці призводить до зниження трудової мотивації, формування утриманських настроїв тощо. Наслідками не дотримання принципів раціонального використання трудового потенціалу є: погіршення стану здоров'я людини як носія трудового потенціалу; втрата працездатності людини, що приводить до збільшення навантаження на соціальні фонди у вигляді соціального забезпечення; погіршення відтворення трудового потенціалу регіону, країни. Сприяти підвищенню трудової активності працівників вітчизняних промислових підприємств можливо шляхом застосування нових підходів до управління процесом використання трудового потенціалу, який би враховував результати трудової діяльності та потенційні трудові можливості працівника. Вирішення цього завдання потребує вдосконалення науково-методичного забезпечення оцінювання використання трудового потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і прикладних аспектів формування, розвитку та використання трудового потенціалу в контексті

економічного ресурсу присвячено праці таких науковців, як С. Бандур, В. Близнюк, В. Васильченко, О. Грішнова, В. Данюк, М. Долішній, Т. Заяць, Л. Ільч, С. Засанська, А. Каліна, А. Колот, Ю. Краснов, Є. Лібанова, Л. Лісогор, Н. Лук'янченко, В. Никифоренко, О. Новікова, В. Онікієнко, Т. Перегудова, В. Петюх, М. Семікіна, В. Смолюк, С. Трубич, Є. Чернявська, Л. Чвертко, Л. Шамілева, Л. Шаульська та інші.

Не дивлячись на значні масштаби та високий рівень праці, присвячених формуванню та розвитку трудового потенціалу, недостатньо уваги приділяється оцінюванню використання трудового потенціалу окремого працівника на основі формування системи кількісних і якісних показників.

Метою даної публікації є обґрунтування теоретико-методичних засад оцінювання використання трудового потенціалу підприємств для забезпечення дотримання принципу раціональності – трудовий потенціал використовується повністю, що проявляється у відповідному рівні трудової активності з дотриманням норм праці, потреб виробництва при умові встановлення взаємозалежності між затратами, результатами праці та винагородою.

Виклад основного матеріалу дослідження. В результаті дослідження категорії «трудова активність» ми дійшли висновку, що необхідним є введення такої ознаки як ступінь використання, згідно з якою пропонується виділяти «потенційно можливий» та «фактично реалізований», що створює підґрунтя розробки концептуального підходу до оцінювання використання трудового потенціалу, який ґрунтується на комплексній системі показників, які враховують не тільки фактичні результати трудової діяльності, а й передумови використання, тобто потенційні можливості, які впливають на даний процес.

Удосконалення процесу управління промисловим підприємством залежить від раціонального використання трудового потенціалу працівників, забезпечення чого залежить від наявності повної та достовірної інформації стосовно рівня його реалізації, тобто оцінювання використання трудового потенціалу, під яким ми розуміємо процес визначення рівня його використання з урахуванням потенційних трудових можливостей у певному проміжку часу та в умовах дії певної групи чинників, проявом чого є система кількісних і якісних характеристик трудового потенціалу працівників. Основними завданнями останнього є: оцінювання потенційно можливого трудового потенціалу працівників підприємства, рівня його використання; виявлення причин незадовільного, нераціонального рівня; забезпечення відповідності процесу формування трудового потенціалу стратегії підприємства; створення інформаційного базису як підґрунтя для удосконалення управління процесом використання трудового потенціалу підприємства.

Проведений аналіз науково-методичних підходів до оцінювання використання трудового потенціалу працівника надав можливість стверджувати, що з метою забезпечення комплексного оцінювання необхідно використовувати «жорсткі» та «м'які» показники. Перша група відображає фактичні результати трудової діяльності, друга – якісні характеристики трудового потенціалу людини. Запропонована система показників, що характеризують реалізацію економічної, соціальної, організаційної, психологічної складових трудового потенціалу, формує інформаційну базу для оцінки як на індивідуальному рівні, на рівні окремих підрозділів, так і організації в цілому. Кількісна оцінка включає аналіз за показниками: продуктивність праці, коефіцієнти раціоналізаторських пропозицій, освіти, посадового досвіду, оперативності виконання завдань [2]. Окрім кількісного оцінювання за результатами трудової діяльності працівників велике значення для забезпечення раціонального використання трудового потенціалу відіграє оцінка за якісними показниками. Як підґрунтя методичного підходу оцінювання використання трудового потенціалу за «м'якими» показниками було використано методика Е.А. Дорошенко на основі визначення коефіцієнта вагомості складових трудових якостей працівника. Вивчення науково-практичної літератури сприяло систематизації груп показників оцінювання використання трудового потенціалу працівників, серед яких: трудові якості, організаторські здібності, кваліфікаційний потенціал, психологічне співробітництво та соціальна відповідальність як чинник забезпечення раціональності [3, с. 11-13]. При невідповідному рівні використання

трудового потенціалу працівника вважаємо за необхідне оцінювати узгодженість системи мотивації з мотивами та трудовими внесками працівників.

Висновки. Оцінювання використання трудового потенціалу працівників промислових підприємств надає можливість визначити не тільки рівень використання, а й виявити резерви підвищення трудової активності, отримати інформацію стосовно того, чи відповідає чинна система мотивам та уявленням працівника, вивити основні чинники, що сприятимуть підвищенню рівня використання трудового потенціалу, встановити залежності між рівнем використання трудового потенціалу та етапом роботи в межах організації. Це надасть можливість посилити взаємозв'язок між мотивами працівників, засобами заохочення та результатами праці; оцінити мотиваційний потенціал працівників, тобто сукупність мотивів, які справляють більший вплив; виявити резерви підвищення трудової активності; удосконалити системи оплати праці на підприємстві; покращити організаційний клімат та організаційну культуру.

Література:

1. Соціально-економічний розвиток України за січень-травень 2015 року / Державна служба статистики України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Серікова О.М. Теоретико-методичні засади оцінювання трудового потенціалу працівників з врахуванням етапів роботи в організації / О.М. Серікова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2012 р. – № 7 [178]. – С. 273–280.
3. Серікова О.М. Оцінювання використання трудового потенціалу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.07 “Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика” / О.М. Серікова. – Луганськ, 2014. – 20 с.

АВТОМАТИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.М. Цветкова, викладач

*Херсонський політехнічний коледж
Одеського національного політехнічного університету*

Обґрунтування актуальності теми. В сучасних умовах існуючої на ринку конкуренції кожне підприємство, що функціонує в промисловій галузі або ж намагається до неї ввійти, повинно впроваджувати інформаційні технології у виробництво, економіку, ділове життя, що в свою чергу в впливає безпосередньо на успішне керування, розвиток високих технологій, підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності промислових підприємств. Тому дослідження засобів підвищення конкурентоспроможності, зокрема автоматизації, є дуже актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасне ринкове середовище дає можливість конкурувати на ринку лише за рахунок того, що продукція, яка виробляється підприємством, є цікавою для споживачів. Тому питання підвищення конкурентоспроможності підприємства несе в собі стратегічний характер та тісно пов'язано з автоматизацією інформаційної діяльності промислового підприємства, її складових, засобів її удосконалення, адже від цього залежить подальша діяльність підприємства на ринку.

Проблемам підвищення конкурентоспроможності економіки України багато уваги приділяють провідні вчені: В. Геєць, А. Гальчинський, Г. Багієва, Р. Фатхудінов та інші.

Формулювання мети роботи. Метою роботи є дослідження ефективності автоматизації діяльності підприємства, роль і взаємозв'язок інформаційних технологій і

діяльності підприємства, пошук шляхів щодо покращення засобів автоматизації в інформаційній діяльності підприємства та її вплив на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для початку розгляду необхідно звернутися до пояснення самої категорії «конкурентоспроможність підприємства». За визначенням Р. Фатхутдінова, конкурентоспроможність підприємства є здатністю випускати конкурентоспроможну на конкретному ринку продукцію, а також перевага цього підприємства по відношенню до інших фірм даної галузі всередині країни або за її межами [2, с.9].

Виходячи з цього, продукція, яку підприємство продає на певному ринку, повинна мати властивості, які є більш привабливими для кінцевого споживача, ніж продукція конкурентів.

Інформація як стратегічний продукт підприємства стає і предметом конкуренції, і засобом захисту та впровадження у життя базових національних інтересів. Здатність підприємства збирати, обробляти, аналізувати, систематизувати та накопичувати інформацію стала ключовою передумовою соціального та технологічного прогресу, фактором економічної безпеки, основою успішної конкурентної політики підприємства

До основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства можна віднести: ефективне планування і прогнозування розвитку галузі, цільове використання прибутку, моніторинг ціноутворення, розвиток законодавчої бази у сфері забезпечення формування конкурентного середовища, юридична підтримка виробника на внутрішньому та зовнішньому ринках, підвищення якості продукції і контроль за її станом, вдосконалення управління та територіальної організації виробництва [2, с.6], закупівля якісної сировини, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, контроль за рівнем конкуренції в галузі, прийняття підприємцями рішень в доволі короткі терміни, зменшення кількості помилок в управлінських діях, розширення ринку збуту тощо. Реалізувати ці напрями допоможе автоматизація інформаційних систем підприємства, як автоматизація процесу активної взаємодії суб'єктів інформаційних відносин з інформацією для задоволення потреб підприємства. Отже, мета створення автоматизованих інформаційних систем – у гранично короткі терміни налагодити систему обробки даних, яка має задані споживчі властивості.

Прикладом локальної автоматизованої системи на підприємствах може бути програма "1С: Підприємство". Це універсальна програма, яка може налаштовуватись з урахуванням особливостей промислового підприємства, змін в законодавстві тощо. Вона забезпечує підтримку автоматизацію функцій управління на підприємстві і надає інформацію для прийняття управлінських рішень, дозволяє задовольнити як поточні, так і стратегічні потреби підприємства в опрацюванні даних.

Висновки та перспективи подальшого розвитку. Пошук нових засобів автоматизації, їх оптимізація та впровадження на підприємстві дають можливість оптимізувати і раціоналізувати управлінські функції, відкривають нові шляхи побудови збалансованого підприємства, вдосконалюючи всі сфери його діяльності. Впровадження автоматизованих інформаційних систем дозволило підвищити швидкість і якість обробки інформації при мінімальних затратах людських ресурсів та підвищити конкурентоспроможність промислових підприємств.

Література:

1. Кириченко Л. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств. [Текст] / Л. Кириченко. // Вісник КНТЕУ. – 2009. – №1. – С. 578.
2. Фатхутдінов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: учебное пособие. [Текст] / Р.А. Фатхутдінов. – М.: Изд-во Эксмо, 2004. – 544 с.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ю.О. Черненко

Одеський національний політехнічний університет

Ефективність управління підприємством великою мірою залежить від здатності управляти ризиками, притаманними його діяльності. При цьому, під ризиком розуміємо загрозу того, що підприємство понесе втрати у вигляді додаткових витрат чи отримає доходи нижче запланованих. Управління ризиками – це сукупність методів, прийомів і заходів, що дають змогу певною мірою прогнозувати настання ризикованих подій і вживати заходів щодо запобігання їм або зниження негативних наслідків їх настання.

Питаннями управління ризиками займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як Алгін А., Абчук В., Гранатуров В.М., Шегда А.В., Голованенко М.В., Івченко І.Ю., Вітлінській В.В. та інші. Разом з тим сучасні тенденції в економіці свідчать про необхідність подальших досліджень сутності ризику та пошуку ефективних методів управління ним. Так, в Моделі всеохоплюючої звітності бізнесу, запропонованої Інститутом сертифікованих фінансових аналітиків Великобританії, серед основних резервів підвищення вартості бізнесу названо саме мінімізацію ризиків [1, с. 254].

В умовах гострої невизначенності навколишнього середовища питання впровадження системи управління ризиками на вітчизняних підприємствах являється більш ніж актуальним, тому метою даного дослідження переконати в необхідності формування системи управління ризиками на вітчизняних підприємствах та пояснити її суть і призначення.

Управління ризиком реалізується як підсистема у функціональній структурі підприємства. До її основних елементів відносяться:

- об'єкти управління – у внутрішньому та зовнішньому середовищах. До числа перших відносяться фінансово-господарські операції, технології, процеси, виробничі ресурси, інформація та комунікації. До числа других – діяльність партнерів, контрагентів, постачальників, споживачів та клієнтів, а також політичні, економічні, соціальні процеси у макро- та транснаціональному середовищах;

- суб'єкти управління – працівники, посадові особи, відділи (відокремлені підрозділи), консалтингові підприємства, яким надано обов'язки та повноваження для моніторингу, виявлення, ідентифікації та дослідження ризиків, а також розробки заходів з попередження та подолання їх впливу на ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства в цілому;

- засоби управління – сукупність принципів, процедур, методів попередження несприятливих подій у операційній, фінансовій та інвестиційній діяльності підприємства [2, с. 207];

Процес управління ризиками пов'язаний з прийняттям рішень і вимагає дотримання таких принципів:

- командність - полягає в тому, що всі дії в процесі управління ризиками повинні проводитися із застосуванням методів командної роботи. Необхідна кооперація зусиль, талантів, навичок і знань.

- інформативність - керівники повинні доводити всю інформацію, пов'язану з ризиками, до кожного працівника. А персонал при цьому повинен виявляти поточні та можливі в майбутньому проблеми, тобто необхідно забезпечити вільний рух інформації між всіма рівнями управління.

- прогнозованість - обговорення майбутніх подій в очікуванні найгіршого розвитку сценаріїв дозволяє ефективно ідентифікувати потенційні проблеми. При цьому своєчасне, постійне і точне використання технологій управління ризиками забезпечує упорядковане середовище прийняття рішень і ефективне використання ресурсів.

- документування- всі аспекти управління ризиками підлягають обов'язковій реєстрації, вся інформація зберігається у вигляді типових форм документів. Створюється база даних ризиків, що є основою для розробки подальших дій [3, с. 130].

Історично розглядаються два шляхи організації управління ризиками на підприємстві:

Таблиця – Порівняння традиційних і стратегічних методів управління ризиками [4, с.28]

Традиційні методи управління ризиками	Стратегічна система управління ризиками
Фрагментарність: кожний підрозділ у міру своїх можливостей самостійно управляє ризиками відповідно до своїх функцій	Інтеграція: на підприємстві створений окремий підрозділ, який займається систематичним управлінням ризиками; процес управління ризиками координується керівництвом підприємства; кожний співробітник розглядає ризик-менеджмент як частину своєї основної роботи
Епізодичність: управління ризиками відбувається за бажанням менеджера	Безперервність, динамічність: процес управління ризиками постійний і безперервний; швидка реакція на зовнішні зміни
Сегментне використання: увага зосереджена на визначеному сегменті ризику	Охоплення всіх стратегічних напрямків діяльності: дослідженню підлягають всі ризики і визначаються можливості управління ним

На нашу думку, найбільш перспективним для підприємства в сучасних умовах господарювання є впровадження стратегічної системи управління ризиками. Це зумовлено декількома причинами:

1) Усі види ризиків тісно взаємопов'язані, вплив на один із них може спричинити коливання іншого чи навіть їх комплексу, тобто ризики, що виникають в одних підрозділах, можуть спричинити втрати в інших структурних ланках, тому управління ризиками потребує системного підходу.

2) Проблема управління ризиком, подолання невизначеності постійно актуальна в будь-якому секторі економіки. Кожний економічний суб'єкт на всіх рівнях стикається з неординарними ситуаціями, незапланованими або непередбаченими обставинами, на котрі необхідно адекватно реагувати. І саме комплексна система управління ризиками дозволяє керівництву приймати правильні, науково обґрунтовані управлінські рішення [5, с. 152].

Отже, необхідною умовою ефективної діяльності підприємства має стати формування системи управління ризиками. У зарубіжних країнах управління ризиками вже давно стало невід'ємною складовою системи управління підприємством у цілому, так як саме ґрунтовний аналіз, проведення ідентифікації, оцінки та подальшого коригування ступеня ризику необхідні для прийняття стратегічних, інноваційних, інвестиційних рішень.

Література:

1. Облікові технології управління ризиками при забезпеченні економічної безпеки підприємства / Л. В. Гнилицька // Фінанси, облік і аудит. - 2012. - Вип. 19. - С. 253-265.
2. Модель управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності підприємства / Л. М. Шиманська // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - № 10. - С. 206-209.
3. Система управління ризиками: поняття, функції, компоненти / Ю. О. Коновалов, О. В. Миронов // Інноваційна економіка. - 2013. - № 9. - С. 127-132
4. Особливості управління ризиками розвитку підприємства / С. М. Клименко // Стратегія економічного розвитку України. - 2013. - № 32. - С. 24-29.
5. Необхідність впровадження комплексної системи управління ризиками на підприємствах реального сектору економіки / І.С. Якошь // Економіка пром-сті. — 2009. — № 4. — С. 152-156.

УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ФОРМИ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Є.І. Чернявська, д.е.н., професор

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

В умовах існування національних держав національна промисловість в організаційній формі промислових підприємств залишається основою соціально-економічного прогресу країни, однак за умов її інноваційності і конкурентоспроможності.

З 60-х рр. минулого століття проблеми конкурентоспроможності промислових підприємств стали в центр уваги економічної науки, урядів країн, керівників компаній. Серед західних фахівців обґрунтоване визнання отримали праці І. Ансоффа, М. Портера, Ф. Котлера, П. Хогана, Ф. Гуїяра, Дж. Н. Келлі. В українській науці аналізом факторів конкурентоспроможності підприємств активно займаються В. Геєць, А. Воронкова, М. Долішний, Ю. Князик, Н. Осиченко й інші фахівці. Не дивлячись на серйозні розробки, проблема аналізу факторів конкурентоспроможності промислових підприємств не є і не може бути завершеною, що зумовлено специфікою ринкової економіки. На відміну від розвинутих країн проблема конкурентоспроможності промислових підприємств України лежить ще в площині процесів і відносин, що характеризують перехід економіки від планової, командно-адміністративної до ринкової, тобто в соціально-економічній формі суспільного виробництва. На наш погляд, останнє є домінуючим фактором у визначенні проблем конкурентоспроможності українських підприємств в загалі, промисловості зокрема.

Метою роботи є розгляд необхідності удосконалення соціально-економічної форми підприємства як фактору конкурентоспроможності українських підприємств промисловості.

Конкурентоспроможність підприємства – це поняття, яке відображає перш за все стандарти прибуткової організації та управління економічною діяльністю в умовах високої динаміки ринків недосконалої конкуренції.

В західних країнах промислові корпорації стали розвиватися за стандартами конкурентоспроможності після II світової війни, що було зумовлено докорінними змінами в системі міжнародних економічних відносин (утворення світової системи соціалізму та розпад колоніальної системи імперіалізму призвели до згортання територіального і економічного простору діяльності ТНК, що потребувало нових підходів до стратегії розвитку та управління компаніями) та розвитком науково-технічної революції. Управління компаніями в рамках конкурентоспроможності будується на ретельному врахуванні фактору стану ринку. Компанії за технологіями маркетингу оцінюють можливості розвитку на конкретному ринку. Безперечно, вагомою умовою переходу на моделі конкурентоспроможності західних транснаціональних корпорацій на національних ринках стала післявоєнна державна політика регулювання доходів, за якою ринок отримав суттєве збільшення платоспроможного попиту.

З розпадом світової системи соціалізму, відказом від соціалізму в окремих країнах рамки ринкових відносин суттєво розширилися, ринки незалежно від свого статусу: міський, регіональний, національний, світовий, стали фактично відкритими і сферами глобальних процесів. В цих умовах проблема конкурентоспроможності набрала нової сили. Всі підприємства колишньої соціалістичної системи, незалежно від своїх розмірів, випуску продукції і т.д. стикнулися з світовою конкуренцією, тому до організації економічної діяльності повинні підходити в рамках параметрів конкурентоспроможності, ретельного вивчення стану та тенденції розвитку ринку – зовнішнього середовища. Однак ефективність вирішення проблеми конкурентоспроможності українських підприємств промисловості лежить в площині удосконалення соціально-економічної форми.

Соціально-економічний розвиток країни, промисловості має дві діалектично взаємопов'язані сторони: виробничі відносини і продуктивні сили, що в єдності утворюють

поняття економічної системи або способу виробництва. Виробничі відносини являються соціально-економічною формою продуктивних сил, їх розвитку, функціонування. Ці параметри характеризують також і розвиток підприємства, оскільки останнє є його організаційною формою. Відмітимо, у західній теорії також вивчаються виробничі відносини, причому більш глибоко і ширше. Для позначення всього спектру відносин між роботодавцями і робітниками використовується три поняття:

1. Labor relations (трудові відносини) – область комунікацій і відносин між наймачами і найманими, головною метою котрих є підтримання добросердності (cordiality) і поваги між даними групами [1, с.200].

2. Employee relations (трудові відносини) - сегмент особистих або загальнолюдських відносин, підпорядкованих підтримці нормальних відносин між менеджерами і найманими працівниками та забезпечення можливостей і фахівців для вирішення особистих і професійних проблем найманих [1, с.114].

3. Industrial relations (трудові, промислові, індустріальні відносини). В менеджменті і людських ресурсах – вивчення і застосування методів для покращення відносин між наймачами і найманими в промислових компаніях і підприємствах [1, с.172].

Виробничі відносини або соціально-економічна форма у своєму розвитку, як правило, відстають від динаміки процесу праці, продуктивних сил. Це створює спочатку застійні явища в розвитку виробництва, а потім набувають силу деструктивні явища: неефективне використання ресурсів, наростання опортуністичної поведінки робітників і т.д. В силу цього в суспільстві виникає потреба в реформах, при цьому зміни торкаються не тільки рівня виробничих відносин: організаційно-економічних, соціально-економічних, але й інститутів, тобто організаційних форм виробничих відносин. На окремих підприємствах в умовах ринкової економіки соціально-економічна форма підприємства може удосконалюватися, і таке є на практиці в розвинутих країнах. По параметрам, які характерні для підприємства як типової форми національної економіки, удосконалювання соціально-економічної форми відбувається тільки за рішеннями державних органів. Влада, таким чином, визначає необхідність реформ, їх глибину, цілі, напрями, механізми, терміни, відповідальних з їх повноваженнями [2].

Базовими відносинами соціально-економічної форми є відносини власності на засоби виробництва і відносини з приводу послуг праці. Україна, як і інші республіки, роздержавлення економіки та власності здійснила не за новими економічними методами, через конкуренцію нового і старого, а через адміністративне переназначення власників, що і зумовило системну кризу в економіці, її дрейф в сторону сировинних галузей промисловості. Відсутність реальних механізмів захисту власності (нема незалежних судів і влада не відповідає за результати діяльності) гальмує процеси інкорпорування, створення нових промислових підприємств (корпорацій) за параметрами новітніх технологій і законами ринку. Ще більш складною ситуація стала з відтворенням робочої сили. Низька заробітна плата не тільки не забезпечує необхідний рівень ємності ринку, розвиток якості праці, а в загальному орієнтує кваліфікованих фахівців та молодь на трудову імміграцію. За опитуванням HeadHunter, проведеного у листопаді 2012 року, 91% висококваліфікованих молодих фахівців з вищою освітою думали про роботу за кордоном. Вирішення проблеми конкурентоспроможності українських промислових підприємств, таким чином, лежить в площині продовження реформ в напрямку удосконалення соціально-економічної форми.

Література:

1. Encyclopedic dictionary of business terms / Wilbur Cross. — Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall, 1995. — 472 p.
2. Чернявська, Є. І. Реструктуризація підприємства в умовах трансформаційної економіки: монографія / Є. І. Чернявська. — Луганськ : Вид-во СХУ ім. В.Даля, 2004. — 264 с.
3. 91% молодих українців з освітою хочуть працювати за кордоном [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ipress.ua/news/90_molodyh_ukraintsiv_z_osvitoyu_hochut_pratsyuvaty_za_kordonom_11962.html

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ

Б.И. Юхименко, к.э.н., доцент
С.В. Малютина

Одесский национальный политехнический университет

В последнее время особое внимание уделяется вопросам формирования различных логистических систем на разных уровнях управления экономикой. Значительное место в общей логистике занимает транспортная логистика. Она интегрируется в комплексе планирования, управления и в других основных функциях организационного управления.

Основным направлением транспортной логистики является определение маршрутов движения транспортных единиц, систематизация взаимосвязей между экономическими объектами, определение количества единиц транспортировки грузов и другие моменты, связанные с доставкой продукции, материалов и других элементов в задачах управления запасами.

Основной целью транспортной логистики является оказание транспортных услуг в отраслях снабжения и сбыта. Поскольку расходы на упаковку, транспортировку и другие услуги включаются в расходы планирования производства и управления, то использование более дешевых способов оказания транспортных услуг является важным моментом.

Наличие мощных компьютерных систем, операционных и сервисных средств позволяет определять оптимальные маршруты движения транспортных единиц, их эффективную погрузку – разгрузку, выполнение транспортных услуг в кратчайшие сроки.

Однако эффективное использование компьютерных средств возможно только при наличии формального математического описания поставленных логистических задач. Приведем несколько примеров решения проблемы транспортировки.

При перевозке так называемых однородных грузов (стоимость перевозки единицы груза не зависит от вида груза). Эффективно используется математическая модель под названием транспортная задача [1,3]. Её компьютерная реализация оптимальным образом отвечает на вопрос: «откуда, куда, сколько груза следует перевезти, чтобы расходы были бы минимальными».

Если грузы упаковываются в различные емкости, стоимость перевозки единицы продукции зависит от её расположения в упаковочной емкости, то можно использовать так называемую трёхиндексную транспортную задачу как математическую модель [4]. Маршруты перевозок идут под эгидой «откуда, куда, сколько какого груза перевезти».

К транспортной логистике относится также перевозки грузов со складированием. Цель транспортировки грузов такова: отправка – склад – доставка. В данном случае используется модель транспортной задачи с перевалочными пунктами [2].

Не лишена внимания процедура централизованной доставки грузов. Имеется один пункт отправки грузов и несколько пунктов доставки. Транспортные расходы в данном случае определяются лишь длиной проделанной дороги при посещении пунктов доставки. В качестве критерия оптимизации может быть расход горючего, сама длина дороги, время обслуживания всех потребителей или другие расходы. Даная задача приводится к модели задачи о коммивояжере [4]. Реализация такой модели значительно зависит от типа исходной информации о расходах. Говорят, имеется симметричная или несимметричная матрица расходов при продвижении между двумя пунктами [5]. От этого значительно зависит метод решения.

Математические модели типа распределения ресурсов [1] позволяют решить проблему определения оптимального количества транспортных единиц с различной грузоподъемностью, распределить транспортные единицы по маршрутам и т.д.

В настоящее время использование математических методов ИТ технологий не вызывает сомнения в планировании, управлении не только производством, но и в оптимальном управлении доставкой грузов, управлении запасами и др.

Литература:

1. Б.И.Юхименко. Методы оптимизации. – Одесса: ООО «НВП интерсервис», 2012. – 268 с.
2. Менеджмент організацій та адміністрування / під редакцією Харічкова С.К. Дорошук Г.А. – Одеса: освіта України. 2015. – 445 с.
3. Б.И.Юхименко. Математическое программирование для экономистов / Юхименко Б.И., Волкова Н.П. – Одесса: наука и техника. 2006. – 170 с.
4. В.Погорецкая. Логистика для магистров. – Одесса: Пенчатный дом. 2008. – 269 с.
5. И.Х.Сигал. Введение в прикладное дискретное программирование / И.Х.Сигал, А.П.Иванова. – М.: Физматлит. 2007. – 304 с.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Н.Г.Базавлук

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Однією з важливих умов становлення конкурентоспроможної національної економіки є забезпечення ефективної державної промислової політики. В Україні промисловість є провідною складовою реального сектору економіки, яка виробляє понад 40 % загального випуску товарів і послуг, забезпечує понад 80 % їх експорту, створює близько 30 % валової доданої вартості. Проте динаміка, структура й ефективність промислового виробництва та інших галузей української економіки не відповідає а ні сучасним вимогам світового економічного розвитку, а ні перспективам соціально-економічного розвитку країни. Причиною цього є те, що попри наявності визначеної на державному рівні стратегії розвитку промисловості, організаційно-економічні регулятори промислової політики залишаються неадекватними сучасній економічній ситуації в країні. Тому особливої уваги заслуговує аналіз структури промисловості України та чинників, що спричиняють недостатній рівень її конкурентоспроможності.

За фактичним станом структура економіки України суттєво відрізняється від структурного утворення економіки інноваційно розвинутих країн. Провідні галузі переробної промисловості забезпечують 47,1 % у загальноукраїнському обсязі реалізованої промислової продукції (рис. 1).

Загальний обсяг реалізованої промислової продукції у 2010-2013 рр. збільшився на 4,3 % і становив 1111,3 млрд. грн. Аналіз структури дозволив констатувати зростання частки добувної промисловості у загальному обсязі реалізованої промислової продукції на 3,3 п.п. за період 2010-2013 рр. до 13,3 %, а також зменшення частки переробної промисловості на 0,8 п.п. до 66,4 %. [3].

Аналіз економічного рівня розвитку України відповідно до теорії технологічних укладів показує, що в Україні переважає відтворення 3-го технологічного укладу, тобто домінуючими є такі галузі промисловості, як чорна металургія, виробництво залізничного транспорту, електроенергетика, неорганічна хімія, споживання вугілля, універсальне машинобудування. Саме ці галузі виробляють 57,9 % української продукції. У розвинутих країнах світу домінування 3-го укладу припадало на кінець ХІХ – початок ХХ ст. і завершилося у довоєнні роки [1, с. 68].

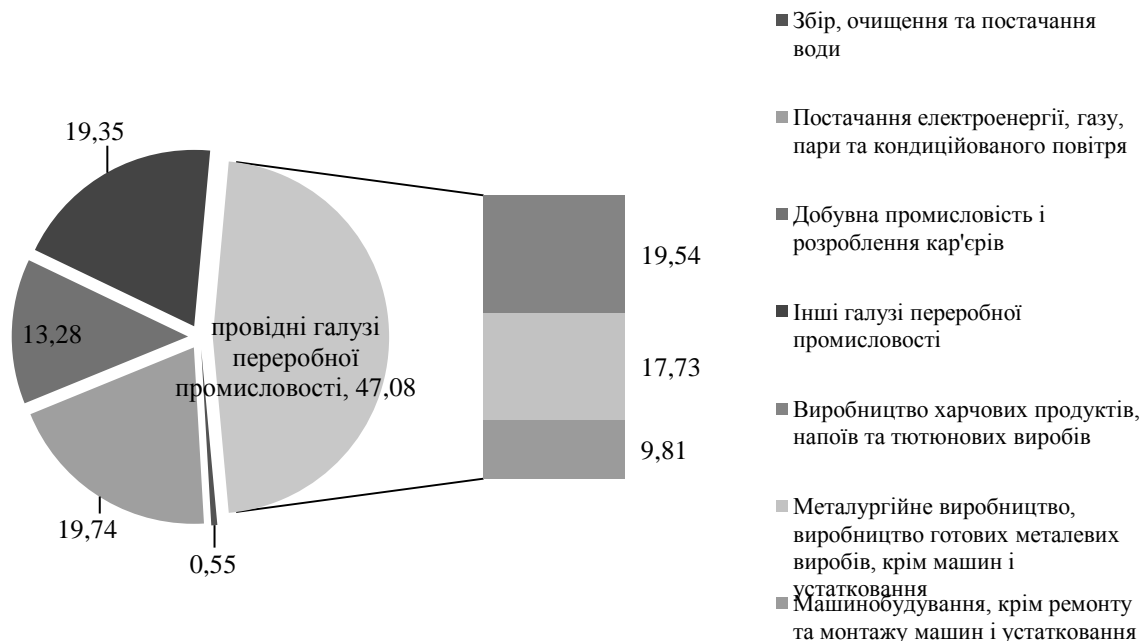


Рис. 1. Структура промисловості України за показником реалізованої продукції у 2013 р., % [3].

В Україні також помітним є внесок галузей 4-го технологічного укладу, якими створюється близько 38,0 % продукції. У країнах з розвинутою економікою цей технологічний уклад домінував у виробництві до кінця 1970-х років та передбачав розвиток органічної хімії та хімії полімерних матеріалів, кольорової металургії, нафтопереробки, автомобілебудування, точного машинобудування та приладобудування, електронної промисловості, розповсюдження автоперевезень, широке споживання нафти.

П'ятий технологічний уклад (постіндустріальний тип виробництва) пов'язаний з розвитком авіакосмічної промисловості, інформатики, складної обчислювальної техніки, сучасних видів озброєння, програмного забезпечення та телекомунікацій, роботобудування. В Україні на нього припадає 4 % створюваної продукції. Частка 6-го технологічного укладу, який включає біотехнології, нанотехнології, фотоніку, оптоелектроніку, мікромеханіку, квантові технології, генну інженерію, космічні технології, у загальноукраїнському виробництві складає менше 0,1 %.

Слід зазначити, що розподіл фінансових ресурсів серед галузей різних технологічних укладів відбувається в Україні нерівномірно. Самофінансування наукових розробок та інновацій найбільшою мірою забезпечується підприємствами 4-го технологічного укладу – 69,7 % та 60,0 % відповідно. Тоді як найбільші капіталовкладення зроблені в розвиток підприємств 3-го технологічного укладу – 75,0 %, а також на технічне переозброєння і модернізацію – 83,0 %.

Проведений аналіз показує, що технологічна багатокладність виробництва, яка раніше економістами трактувалася, як показник розвинутого суспільства, є однією з головних структурних проблем української економіки, що перешкоджає її успішному розвитку [1, с. 68].

У розвинених країнах світу економіка знань (тобто галузі 5-го та 6-го технологічних укладів) є ядром економіки і забезпечує до 30 % зростання ВВП, створення робочих місць, зростання експортного потенціалу, скорочення виробничих витрат, сприяє якісній трансформації всього суспільства [2, с. 99]. В Україні ж фактично формується структура промислового виробництва із домінуванням 3-го технологічного укладу. Технічний рівень більшості українських виробництв не відповідає сучасним світовим вимогам, тому у системі міжнародного поділу праці Україна відстає від рівня західноєвропейських країн і передових

країн азіатського регіону. Причому таке технологічне відставання зростає, оскільки кожен наступний технологічний уклад супроводжується скороченням тривалості перебігу і більш глибокими за характером соціально-економічними зрушеннями.

Українська економіка за умов збереження сучасної моделі промислової політики фактично приречена на сировинну та металургійну спеціалізацію, залежність від імпорту енергоносіїв, що спричинено високою енергоємністю виробництва, відтоком людського капіталу та втратою науково-технічного потенціалу через неефективне їх залучення у виробничий процес. Серед компаній, які відіграють найважливішу роль в економіці України, переважають холдинги в металургійній, енергетичній і нафтогазовій галузях національного господарства. Дотримання такої моделі промислової політики є дуже привабливим для цих паливно-сировинних монополій, що призводить до стримування інноваційного розвитку та відставання від розвинутого світу. Зважаючи на зазначене вище, промислова політика України потребує нагальних кардинальних змін, спрямованих на забезпечення національної конкурентоспроможності шляхом активного використання інновацій в господарській практиці.

Література:

1. Василенко В. Технологические уклады в контексте стремления экономических систем к идеальности / В. Василенко // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 1 (8). – С. 65-72.
2. Матюшенко И.Ю. Направление развития высокотехнологических укладов и создания экономики знаний в Украине / И.Ю. Матюшенко // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 80. – С. 98-103.
3. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.

Секція 5.

*Формування інтелектуальних ресурсів
суспільства: кадри, інтелектуальні
продукти, інтелектуальний бізнес.*

Науковий модератор:

к.е.н., професор Поповенко Н.С.

НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА

***Е.Г. Бровкова к.э.н., доцент
Е.О. Мельникова, М.В. Илинчук***

Одесский национальный политехнический университет

Одна из ключевых задач управления персоналом — это мотивация труда. Эта проблема рассматривалась такими учёными как: А. Шопенгауэр, К. К. Платонов, В. К. Вилюнас, А. Н. Леонтьев, С. Л. Рубинштейн.

Цель исследования – проанализировать особенности нематериальной мотивации персонала. Мотивируя сотрудников правильно, их работоспособность повышается, а это значит, что появляется вероятность воздействовать на результаты труда. Мотивация – это процесс побуждения себя и других к деятельности для достижения личных целей или целей организации. Главная и основная мотивация — это заработная плата. Повышение зарплаты недостаточно для мотивации работников организации, рано или поздно оно перестает давать результаты. Более того, бесосновательно завышенная зарплата оказывает обратное воздействие на работу сотрудника. Большинство руководителей ошибочно используют нематериальную мотивацию персонала для сотрудников, не удовлетворив их физиологических потребностей.

Чтобы не допустить такого состояния, организация должна создать свою систему нематериальной мотивации персонала, которая будет основываться на определенных правилах.

1 этап - решение тактических задач бизнеса.

Главное, чтобы используемые стимулы были направлены на решение конкретных задач, которые стоят перед вашей организацией. Нематериальная мотивация должна быть направлена на обучение сотрудников, например, повышение квалификации, посещение тренингов и т.д..

2 этап - необходимость обхватавания всех категорий работников.

В большинстве случаев, упор делается на тех людей, которые приносят прибыль. Но, не стоит забывать, что помимо них есть еще и рядовые работники. К таким людям могут быть применены не только мотивационные программы, а признание труда, похвала.

3 этап - учёт этапа развития компании.

В зарождающемся бизнесе главный мотиватор – энтузиазм. Когда же компания переходит на следующие этапы своего развития, потребности меняются и их нужно учитывать. Работников становится больше и мотивационные программы должны быть ориентированы на признание заслуг каждого работника.

4 этап - правильный выбор методов.

Для того чтобы подобрать правильные методы мотивации, необходимо сперва собрать информацию об подлинных потребностях работников. В этом случае помощь окажет пирамида потребностей Абрахама Маслоу. Важно определить какие потребности для ваших сотрудников наиболее значимые, и разработать целесообразные способы мотивации.

Для людей, которые не могут удовлетворить свои физиологические потребности (им негде жить и нечего есть), нематериальная мотивация будет вообще неэффективной. Прежде всего, необходимо дать им возможность удовлетворить эти потребности, используя материальную мотивацию – обеспечить достаточный уровень заработка. После того, как физиологические потребности будут удовлетворены, человек перейдет на следующий уровень пирамиды Маслоу.

У людей, физиологические потребности которых удовлетворены, далее возникают потребности в защите и безопасности. Они хотят чувствовать уверенность в завтрашнем дне, некую защиту со стороны своего работодателя. Таких людей ни в коем случае нельзя пугать увольнением: им необходимо дать понять, что фирма обеспечивает им эту защиту, пока они здесь работают – у них всегда будет достаточный уровень дохода, они надежно защищены.

Далее на первый план выходят социальные потребности – нахождение в коллективе, общение, дружба. В данном случае нематериальная мотивация персонала должна быть направлена на создание сплоченного дружного коллектива, поддержания в нем миролюбивой обстановки. Для этого можно использовать организацию корпоративных праздников, спортивных соревнований, совместные выезды на экскурсии, на природу, посещения культурных мероприятий и т.д.

Сотрудники высокого уровня потребностей нуждаются в том, чтобы их уважали, чтобы чувствовать свою значимость для компании, чтобы работодатель видел в них ценного работника. Здесь необходимо использовать методы нематериальной мотивации, направленные на выражение признания и уважения: доски почета, личная и публичная похвала руководителя, награждение грамотами, ценными призами и т.д.

И, наконец, сотрудники, находящиеся на высшем уровне пирамиды Маслоу, нуждаются в возможности что-то создавать, проявлять инициативу, участвовать в разработке каких-то нововведений. Если вы хотите завоевать их лояльность – вы должны обеспечить им такую возможность, иначе они уйдут к другому работодателю, а вы потеряете ценные и профессиональные кадры.

Нужно помнить, что любой сотрудник постоянно чего-то хочет. И когда желаемое достигнуто, то потребности переходят на более высокий уровень.

Поощрения не должны становиться обычным явлением, потому что единообразные мотивационные программы только угнетают сотрудников. Поэтому, раз в полгода стоит придумать какую-то новую мотивационную программу.

Главное в нематериальной мотивации — это внимание к сотрудникам. Проявление своеобразной «культуры благодарности» работникам за их труд. Чтобы сотрудники должным образом ее оценивали, им необходимо считать себя частью компании, полноценными. Наравне с руководителями отождествлять свои личные интересы и цели с корпоративными. Очевидно, что активное вовлечение персонала в жизнь компании чрезвычайно положительно влияет на показатели любого бизнеса.

Вывод: Нематериальная мотивация персонала не менее важна, чем материальная, и эти два направления следует использовать в комплексе, тщательно продумывая каждое из них.

Литература:

1. Заходякин И.В. Идеи нематериального поощрения сотрудников // Креативная экономика. — 2008. — № 6 (18). — с. 86-90.
2. Константин Белый 11 способов нематериальной мотивации сотрудников услуг [Электронный ресурс]/ К.Белый. – Способ доступа: <http://lpgenerator.ru/>
3. Валентина Искандарова Нематериальная мотивация сотрудников услуг [Электронный ресурс]/ В. Искандарова. – Способ доступа: <http://www.hr-life.ru/>

НЕОБХОДИМОСТЬ АКТИВИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

***И.Н. Епифанова, к.э.н., доцент
В.И. Воробьева***

Одесский национальный политехнический университет

Современный мир чрезвычайно сложен и динамичен. Усиление процесса глобализации, которое проявляется в увеличении взаимодействия экономических, политических, социальных, культурных, правовых и других факторов, является важным, последовательным и необратимым.

Впервые термин "глобализация" употребил в 1983 году американец Т. Левитт в статье в "Harvard Business Review", характеризуя с помощью этого неологизма процесс слияния рынков отдельных продуктов, производимых транснациональными корпорациями.

Т.Фридман рассматривает глобализацию как государственно-экономическое взаимодействие и подчеркивает следующее: «Неукротимая интеграция рынков наций-государств и технологий, позволяющая индивидам, корпорациям и нациям достигнуть любой точки мира быстрее, дальше, глубже и дешевле, чем когда бы, то ни было прежде». [1; стр. 525]

Организация Объединенных наций так определяет глобализацию. Глобализация – это общий термин, который означает все более сложный комплекс трансграничных взаимодействий между физическими лицами, предприятиями, институтами и рынками, которые проявляются в расширении потоков товаров, технологий и финансовых способов. А также «в непреклонном увеличении и усилении влияния международных институций, гражданского общества, в глобальной деятельности трансграничных коммуникационных и информационных обменов, в первую очередь, через Интернет, в трансграничном переносе заболеваний и экологических последствий во все больший интернационализации определенных типов преступной деятельности».[2; стр.7]

В конце XX века украинские предприятия начали осуществлять первые шаги, направленные на активное участие в процессах глобализации. Несмотря на то, что наша страна находится географически рядом с государствами, которые активно преобразуют свои экономики в указанном направлении, интеграционные процессы в ней заметно отстают и нуждаются в активной активизации.

Если принимать во внимание кроме выгодного географического положения нашей страны, также наличие ресурсов, как природных, так и производственных, а, также те положительные перспективы, которые открываются перед каждым участником мирового экономического интеграционного процесса, Украина должна стать уверенным полноправным участником мирового экономического сообщества. Но для этого необходимы серьезные структурные преобразования во всех, без исключения, сферах деятельности общества, в том числе и в сфере образования. Более того, мы хотим подчеркнуть важнейшую роль именно сферы образования на все процессы, протекающие в жизни общества.

Особенно в эпоху глобализации влиятельными факторами социальной динамики становятся информация, наука и образование. Термин «конкурентоспособность» расширяет свою сферу приложения и распространяется уже и на человека, образованным и практически подготовленным, прежде всего в профессиональном, языковом и мировоззренческом аспектах, который владеет новейшими способами восприятия и передачи информации. Именно в таком ключе разворачиваются мировые трансформационные процессы в системе образования, науки и информационных технологий.

По мнению одного из известных теоретиков университетского образования, вице-канцлера Кенсингтонского университета П. Скотта, глобализация является наиболее фундаментальным вызовом, который приняла высшая школа за всю тысячелетнюю историю существования [3, с. 3-4].

Это напрямую касается деятельности университетов, делает особенно актуальной задачу по распространению национальных культур, способствует стандартизации обучения посредством влиянием современных информационных технологий и появления глобальных исследовательских сетей. Университетам необходим механизм адаптации к требованиям глобализации.

Присоединившись к Болонскому процессу, наша страна стремится привести отечественную систему высшего образования в соответствие с европейской, и тем самым пытается приобщиться к процессу глобализации. Несмотря на определенные сдвиги, ситуация и в сфере образования остается непростой.

Вопреки всей серьезности проблем, имеющих место в системе высшего образования, их придется решать только в контексте мирового процесса глобализации. Одной из главных проблем называется низкий уровень технической базы заведений высшего образования. Так, 70-80 % оборудования учебных лабораторий высших учебных заведений не соответствует современным стандартам, что напрямую влияет на качество обучения, профессионализм будущих кадров и возможность адаптации к требованиям рынка. Однако, решение проблемы, связанной с существенным улучшением материально-технической базы сектора образования в ближайшее время маловероятно. Необходимо делать акцент на тех направлениях, реализация которых реально возможна.

Так, учебные программы обучения трудно адаптированы к динамическим изменениям, которые несёт в себе мировой техникий прогресс. Как минимум, каждые полгода на рынке появляются технические новшества, обновляется программное обеспечение. И студенты ВУЗов должны иметь возможность обладать новейшими знаниями в своей профессиональной сфере.

Однако на практике большинство университетов по ряду причин не в состоянии в полной мере своевременно обеспечить качественное изучение новейших тенденций и подготовить конкурентоспособного выпускника, которому нет необходимости после окончания университета заканчивать ряд профессиональных курсов для повышения своих квалификационных навыков.

Активизация элементов процесса глобализации способствуют разрешению многих проблем в сфере образования, позволяя, в том числе, с помощью мобильных адаптационных учебных программ, предлагаемых зарубежными университетами-лидерами, а также, применяя все возможности дистанционного обучения, повысить уровень профессионализма потенциальных кадров. А это, в свою очередь, повышает уровень их конкурентоспособности на рынке труда. Процессы глобализации также способствуют налаживанию в разных странах связей и между университетами, и между предприятиями, с которыми сотрудничают университеты.

Экономика Украины нуждается в дополнительных импульсах развития. Вхождение нашей страны в состав глобальных мировых хозяйственных связей является одним из таких импульсов. А активизация процессов глобализации в сфере образования позволит сформировать мощную базу для реализации задач более высокого уровня.

Литература:

1. Економічна теорія: Політекономія: Підручник/ За ред. В. Д. Базидевича. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2004. – 615 с.
2. Політика європейської інтеграції: Навчальний посібник/ під ред. д.ф.н. проф. В.Г. Воронкової – К.: ВД «Професіонал», 2007. – 512 с.
3. Скотт П. Глобализация и университет //Alma Mater. – 2000. – № 4. – С. 3-8.

КАРТИ РИЗИКІВ, ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН

К. В. Ковтуненко, д.е.н., доцент

Ю.В. Ковтуненко, к.е.н.

Одеський національний політехнічний університет

Забезпечити ефективність формування інтелектуального капіталу промислового підприємства в умовах стратегічних змін можливо за рахунок дієвих управлінських інструментів, зокрема інструментів ризик-менеджменту, до яких, на наш погляд, можна

віднести карти ризиків, які вирішують превентивно-оперативні задачі управління впливом стратегічних змін.

Впровадження карт ризиків вимагатиме від менеджменту промислового підприємства формалізації бізнес-процесів (повного їх опису), що відбуваються при формуванні інтелектуального капіталу (ФІК). Опис бізнес-процесів є основою для складання карти ризиків, для визначення «контрольних точок» системи внутрішнього контролю, планування заходів контролю. Застосування запропонованого управлінського інструментарію вимагає від менеджерів знання методики складання та застосування карти ризиків. Серед існуючих методик, на наш погляд, найбільшої уваги заслуговує методика, яка базується на світовій практиці в галузі організації ризик-менеджменту та управління ризиками (COSO ERM) з урахуванням специфіки промислових підприємств пострадянського простору [1]. Вибір запропонованої методики ґрунтується на її універсальності та простоті застосування. Методика визначає порядок процедури проведення попереднього і наступних обстежень системи управління ризиками при формуванні інтелектуального капіталу з метою підвищення ефективності їх управління задля безпроблемності та результативності процесу формування ІК.

Для розробки плану управління ризиками мають залучатися керівники (команда керівників) усіх етапів процесу формування ІК, що відповідатиме за операції з планування ризиків і реагування на них. З членів команди призначається відповідальна особа для організації роботи з ризиками. Учасники команди заповнюють анкети-інтерв'ю для виявлення ризиків процесу ФІК. Ідентифікація ризиків передбачає визначення ризиків (відповідно до наведеної класифікації ризиків), здатних вплинути на процес ФІК, і документальне оформлення їх характеристик. Учасники заповнюють анкету-інтерв'ю для виявлення ризиків, де кожен заповнює висловлює свою суб'єктивну думку по передбачуваних особисто ним ризикам: характеристики ризиків, причини появи ризиків та їх можливі наслідки. Також в анкеті вказується керівник етапу процесу ФІК (відповідальний за процес управління ризиками), методи що застосовуються до управління ризиком і регламентуючі документи. Після аналізу анкет, відповідальний у команді, заповнює першу версію карти ризиків процесу ФІК.

Етап якісного аналізу ризиків передбачає побудову другої версії карти ризиків на підставі:

- анкет-інтерв'ю;
- опису змісту проекту;
- плану управління проектом;
- першій версії карти ризиків.

Друга версія карти ризиків доповнює першу загальною оцінкою виявлених ризиків.

Оцінка ризику з позиції його впливу на процес ФІК є загальною оцінкою. На першому етапі (1 частина карти ризику) ризик оцінюється до застосування методів впливу на ризик. Імовірність настання ризикової події оцінюється у вигляді коефіцієнта, значення якого визначається експертним методом.

Кількісний аналіз ризиків проводиться щодо тих ризиків, які в процесі якісного аналізу були кваліфіковані командою як найбільш важливі. У процесі кількісного аналізу ризиків оцінюється ефект від таких ризикових подій, і таким ризикам може присвоюватися цифровий рейтинг. За результатами кількісного аналізу ризиків відбувається подальше оновлення карти ризиків і може бути побудована нова версія карти ризиків.

Планування реакції керівництва на ризики - це процес розробки шляхів і визначення дій по збільшенню можливостей і зниження загроз для цілей процесу формування інтелектуального капіталу. Даний процес починається після проведення якісного та кількісного аналізів ризиків. Він включає в себе визначення та призначення одного або декількох відповідальних осіб, в обов'язки яких входить реагувати на кожен погоджений і підкріплений бюджетом ризик.

Після цього для наочності і подальшого аналізу відповідальним за управління ризиками процесу формування інтелектуального капіталу будується матриця ймовірності та наслідків з урахуванням реагування на ризики аналогічно представленій матриці без урахування процедур реагування. Коли виключити всі ризики малоімовірно або неможливо знайти підходящої стратегії реагування на ризики, команда повинна прийняти ризик. Це називається стратегією прийняття. Така стратегія застосовна і до погроз, і до сприятливих можливостей і може бути як пасивною, так і активною. У разі активної стратегії необхідно створити резерв на непередбачені обставини, що включає в себе час, гроші або ресурси для управління прийнятими (і невідомими) ризиками. У цьому випадку необхідно встановити жорсткий контроль (моніторинг) над подіями, що запускають в дію дані ризики, тобто скласти список подій для постійного моніторингу. Результатами планування реакції на ризики повинні стати нова версія карти ризиків, оновлений план управління процесом формування інтелектуального капіталу, що включає в себе операції з реагування на ризики, і контрактні угоди для визначення відповідальності кожної зі сторін на випадок виникнення кожного окремого ризику.

Моніторинг та управління ризиками – це процес ідентифікації, аналізу та планування знову виникаючих ризиків, відстеження ідентифікованих ризиків та тих, які віднесені до списку для постійного спостереження, а також перевірки та виконання операцій реагування на ризики та оцінки їх ефективності. Інструментами та методами моніторингу та управління ризиками є перегляд і аудит ризиків, аналіз відхилень і трендів, технічні вимірювання виконання, аналіз резервів, наради за поточним станом. За результатами моніторингу та управління ризиками складаються нові версії карти ризиків, робляться коригувальні та запобіжні дії для приведення формування інтелектуального капіталу промислового підприємства у відповідність із планом управління цим процесом до закінчення всіх робіт.

Для кожного етапу процесу формування інтелектуального капіталу повинен бути розроблений послідовний підхід до ризиків, що задовольняє вимогам підприємства, а інформація про ризики та управління ними повинна бути відкритою і достовірною. Реагування на ризики відображає те, як підприємство розуміє баланс між прийняттям ризику та ухиленням від нього. Для успішного досягнення цілей формування інтелектуального капіталу команда керівників повинна робити заздалегідь і послідовно, на кожному етапі цього процесу, запобіжні заходи з управління ризиками.

На наш погляд запропонована методика щодо формування та використання карти ризиків відрізняється від існуючих простотою реалізації через логічну послідовність етапів, зрозумілість їх змісту та наявністю на підприємстві необхідного інформаційного забезпечення. Не менше цінним у запропонованій методиці є можливість складання карти ризиків по кожному з етапів процесу формування інтелектуального капіталу, що дозволяє врахувати специфіку їх ризиків.

Література:

1. Ковтуненко К. В. Теоретико-методологічні засади формування інтелектуального капіталу інноваційно-активного промислового підприємства в умовах стратегічних змін / К. В. Ковтуненко. – Одеса : ФОП Бондаренко М.О., 2014. – 496 с.

МОНІТОРИНГ ТА ДІАГНОСТИКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЯК СКЛАНОВА УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

О.Б. Коломіна, аспірант

Одеський національний політехнічний університет

Сьогодні економічний стан розвитку економіки України характеризується високим динамізмом змін зовнішнього середовища, що в свою чергу може виступати як

стимулятором так і де стимулятором зміни рівня конкурентних позицій підприємства на ринку. Ці зміни обумовлюються підвищенням ризиків для господарської діяльності підприємств. До факторів зовнішнього середовища можна віднести, наприклад, рівень інфляції, валюту обмінний курс, рівень конкурентоспроможності на ринку, тощо. Тому постає необхідність відстеження умов внутрішнього та зовнішнього середовища на засадах моніторингу з метою прийняття правильних, адекватних управлінських рішень.

Моніторинг дуже важливий в житті кожного підприємства, так як завдяки йому забезпечується якісний управлінський процес на всіх рівнях. Також моніторинг сприяє інформаційному забезпеченню системи підтримки прийняття управлінських рішень.

Проблемою моніторингу підприємств займаються чимало науковців.

Зазначена проблема досліджується у працях вітчизняних авторів А.А. Антонюк, Т.В. Богуславська, Г.Башнянина, В.Базилевича, О.Бутнік-Сіверського, Т.А. Бурова, П.Бережного, І.Болдирева, А.Гальчинського, А.Гапоненко, І.Є. Давидович, С.Злупка, М.Крупки, С.Козинського, І.Комарова, О.Е. Лубенченко, І.П. Мойсеєнко, В.Олейко, С.Панчишина, М.Паладія, С.М. Петренко, М.С. Пушкар, В.В. Полякова, В.Рача, К.Самаряна, В.Семиноженка, І.Д. Чуліпа, А.Чухна, С.Чугуєвця, Н.А. Шедина, Н.М. Шмиголь, В.Г. Щербак, Ю.П. Яковлев та інші. Всі вище представлені дослідники скеровані на розробку моніторингу інтелектуального капіталу підприємства як важливого етапу економічної діагностики, не зважаючи на певні розбіжності у розумінні місця моніторингу в процесі управління підприємством. Також до проблематики стосовно цієї теми можна віднести інструментарій моніторингу, часовий діапазон його спрямування, критерії здійснення так як серед науковців виникають деякі суперечності щодо бачення цього питання.

Провівши моніторинг зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства на постійній основі, можна забезпечити ефективність господарської діяльності. Також за допомогою проведення моніторингу можна заздалегідь уникнути ймовірність банкрутства, своєчасно виявляти несприятливі тенденції різні, знаходити шляхи вигоду з несприятливих умов, ситуацій. Моніторинг дозволяє підприємству успішно виживати в умовах конкуренції.

Отже, моніторинг – це вид управлінської діяльності, який веде спостереження за станом підприємства певного об'єкта з метою формування інформаційної бази, щодо прийняття управлінських рішень.

Організація системи моніторингу інтелектуального капіталу визначає реалізацію таких завдань:

- вибір і обґрунтування методів оцінки інтелектуального капіталу і власного капіталу;
- прогнозування зміни величини інтелектуального капіталу підприємства;
- система показників, розробка яких відображає величину інтелектуального капіталу підприємства;
- визначення джерел отримання інформації, що забезпечує врахування факторів впливу на інтелектуальний капітал, систематизація і обробка отримуваних показників;
- підготовка статистичних і аналітичних матеріалів для прийняття управлінських рішень.

Моніторинг представляє собою ряд етапів. У таблиці 1 розглянемо детальніше кожен з представлених етапів [1].

Підсумовуючи можна сказати, що моніторинг є невід'ємним елементом процесу поточного контролювання. Отриману інформацію в ході проведення моніторингу.

Особливої уваги, сьогодні також приділяється визначенню економічної діагностики як по кроковому процесу оцінки результатів господарської діяльності підприємства. Автори відзначають, що причино-наслідкові зв'язки, на яких заснована економічна діагностика, визначаються на базі результуючих (узагальнюючих) і факторних (часткових) показників, які взаємозалежать і доповнюють один одного [2].

Таблиця 1

Етапи моніторингу	
Визначення етапу	Його характеристика
1. Визначення мети	Періодичне відстеження параметрів діяльності підприємства.
2. Вибір методів	Пріоритетним методом є стеження за контрольними точками.
3. Конкретизація об'єктів	До об'єктів моніторингу можна віднести матеріально-технічне забезпечення, фінанси, виробництво, маркетинг.
4. Визначення критеріїв	Доцільно визначати до об'єктів
5. Оброблення інформації за об'єктами	Зібрану інформацію обробляють, вилучивши всю зайву. До оброблення також відноситься запис, сортування, зберігання.
6. Систематизація та структурування	Необхідно для прийняття управлінських рішень відповідно до стану об'єктів поточного контролювання.

Проведення діагностики, комплексний аналіз веде за собою оціночні судження стосовно вартості і потенційних і наявних ресурсів. Проводиться їх порівняльна характеристика з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх факторів, що дуже є актуальним в умовах нестабільності, невизначеності ринкового середовища. Розпізнавання стану об'єкта за прямими та непрямими ознаками проводиться під час діагностики. Більшість показників не відображаються в бухгалтерському обліку, оскільки вони не являються активами в розумінні цієї категорії.

Література:

1. Плікус І.Й. Система моніторингу для фінансового прогнозу діяльності підприємства // Фінанси України. - 2003. - №4.
2. Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С та ін. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: навч. посібник.-К.: Центр навчальної літератури.- 2005.- 400с.

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРАМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

А.В. Пашкова

Одеський національний політехнічний університет

Стабільне економічне зростання України можна забезпечити тільки після відновлення оброблювальної промисловості, ядром якої є машинобудування. Саме машинобудування є системоутворююча галузь економіки, яка визначає рівень наукового, технологічного, виробничого і кадрового потенціалів країни, обороноздатності держави, стійкого функціонування усіх галузей промисловості, є головним плацдармом підйому економіки і надання їй інноваційного характеру.

Світовий досвід переконливо показує, стійкою може бути тільки та економіка, в якій основні галузі машинобудування задовольняють близько 70% внутрішнього попиту. При цьому у вартості машинобудівної продукції, що випускається, доля власних елементів повного циклу має бути не менше 40-60% [1].

У економічно розвинених країнах на долю машинобудівних виробництв доводиться від 30 до 50% і загальнішого обсягу випуску промислової продукції (у Німеччині - 53,6%, Японії - 51,5%, Англії - 39,6%, Італії - 36,4%, Китаї - 35,2%). Прибуток, що отримується від машинобудівної галузі, забезпечує повне технічне переозброєння усієї промисловості розвинених країн світу кожні 8-10 років. В Україні ця галузь займає лише п'яте місце у складі промисловості за обсягом реалізованої промислової продукції (10,2% від загального обсягу), поступаючись постачанню електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (24,5%), харчовій промисловості (18,3%), металургійній промисловості (16%) і добувній промисловості (10,4%) [2].

В наслідок поєднання світової фінансової кризи та нестабільної економічної і політичної ситуації в країні машинобудівна галузь України перебуває в скрутному становищі. Це підтверджує значна кількість збиткових підприємств, зниження обсягу реалізованої продукції та рентабельності, висока ресурсо-, енерго- матеріаломісткість продукції машинобудування; низькі темпи розробки, освоєння і випуску нової продукції, а також значний спад іноваційно активних підприємств.

Саме тому на сучасному етапі розвитку економіки України актуальності набуває визначення проблемних аспектів функціонування машинобудівних підприємств

Діяльність машинобудування у своїх наукових працях досліджували такі вчені, як Кудря Я., Жуковська Т., Скриньковський Р., Карачина Н., Захарченко В., Золотарьов А. і Хмелевський О., Макаренко І. та ін.

Вітчизняне машинобудування стикається не лише з проблемами в технологічній і фінансовій сфері, але і проблемами кадрового характеру. Мета даної публікації полягає в висвітленні проблем кадрової складової машинобудівних підприємств.

Ситуація із забезпеченням кадрами машинобудівельного комплексу України сильно відрізняється від стану ринку праці як розвинених, так і найбільших країн, що розвиваються. В цих країнах був створений досить великий інструментарій для підтримки зайнятості в пріоритетних галузях промисловості (включаючи машинобудування), що поєднують як заходи держпідтримки, так і розвинені корпоративні інститути.

Аналізуючи динаміку чисельності персоналу машинобудівної галузі України, слід зазначити, що вона стабільно зменшується. Дефіцит кадрів набуває хронічного характеру, що абсолютно аномально при досить високому рівні фактичного безробіття. В умовах нестачі кадрів на підприємствах отримала поширення практика застосування «наднормативної» праці, «розширення зон обслуговування», «поєднання операцій» і інших додаткових робіт. Працедавці вирішують проблеми, пов'язані з дефіцитом кадрів, шляхом інтенсифікації праці. На жаль, профспілки цими питаннями (так само, як питаннями заробітної плати) належним чином не займаються.

Оплата праці на машинобудівних підприємствах є однією з найнижчих у галузі. Так, середньомісячна номінальна заробітна плата машинобудівного сектору станом на червень 2015 року склала 3992 грн., в той час як заробітна плата у добувній промисловості станом на червень 2015 року складає 6214 грн., виробництво коксу та продуктів нафтопереробки – 6479 грн., виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів – 8243 грн. [3].

Аналізуючи професійно-кваліфікаційні характеристики трудових ресурсів України, бачимо, що чисельність науковців за двадцять років зменшилася з 295 тис. осіб (станом на 1991 рік) до 69,4 тис. осіб (у 2014 році) [3]. Така динаміка свідчить про зменшення інтелектуального потенціалу трудових ресурсів, що спричинено і міграцією інтелектуальної еліти за кордон, і низькою престижністю наукової роботи (в основному через низьку оплату

праці). Проте цікавим є той факт, що за той самий період в Україні зросла кількість кандидатів та докторів наук, і наразі їхня загальна кількість перевищує кількість науковців на 32%. Це свідчить про втрату вищою науковою школою здатності якісно готувати науковців та перетворює її у ряді випадків на формальний інститут.

Збільшення кількості персоналу з вищою освітою досить сумнівно впливає на зміну якісного складу персоналу, адже згідно з моніторинговим дослідженням Інституту соціології НАН України „Українське суспільство” лише 54,7% опитаних працюють за спеціальністю (32% – ні, а решта вагається з відповіддю) і тільки 30% респондентів вважають, що поточна робота відповідає їх освітньо-професійному рівню [4].

Нове устаткування і нові технології вимагають нової якості праці. Рівень робочих кадрів зажадає більше універсальних знань. Робітник у сучасному виробництві стає висококваліфікованим техніком, причому нових комплексних професій - механік-електрик, технік-налагодчик-монтажник та ін. У більшості розвинених країн основну увагу в підтримці ринку праці поділяють забезпеченню привабливих умов для підготовки кадрів. Такий підхід багато в чому пов'язаний з тим, що серед усіх галузей підготовка кваліфікованих робочих кадрів в машинобудуванні є однією з найдорожчих. Вартість підготовки фахівців для машинобудування майже в два рази вище за вартість навчання в середньому по економіці, передусім із-за необхідності використання сучасного устаткування в процесі навчання. До того ж, становлення кваліфікованого робітника досить тривалий процес. На думку фахівців-практиків, повний час підготовки найбільш кваліфікованих робочих кадрів з нуля займає п'ять-сім років, оскільки щоб досконало опанувати навички роботи на сучасному устаткуванні, працівникові потрібно роки. Саме через цей чинник у більшості країн з високорозвиненим важким машинобудуванням украї значуща роль держави в регулюванні освітнього ринку.

Ключовою проблемою є стикування освітніх програм з потребами працедавців. Не приділяючи уваги цьому питанню, вітчизняне машинобудування навряд чи може досягти сучасних світових показників по продуктивності праці і якості продукції, що випускається. Дослідження проведене НАПН України показує, що підприємства не виявляють бажання навчати новим професіям на виробництві відповідно до власних вимог, перекладаючи його організацію та фінансування на державу або комунальні установи. Тільки 3% підприємств важкої промисловості реально готові взяти участь у покращенні професійно-технічної освіти працівників. Переважна більшість підприємств пропонує допомогти порадою щодо покращення навчальних програм (17%), а переважна меншість – готові надати грошову допомогу (1% підприємств) [5].

Ще однією проблемою, що чинить негативний вплив на вітчизняне машинобудування, є доля адміністративної складової в загальній чисельності кваліфікованого персоналу. Для порівняння приведемо кадровий склад суднобудівельної промисловості Бразилії, яку не можна однозначно визначити як одну з передових країн Заходу. На 47 верфях Бразилії нині працюють близько 60 тис. чоловік. З них: 10% - інженери; 10% - техніка; 70% - кваліфіковані робітники; 5% - адміністрація; 5% - інші співробітники. Таким чином, основну долю в суднобудуванні Бразилії займають кваліфіковані робітники. На долю адміністрації (адміністративний і менеджерський персонал) доводиться усього 5% персоналу. У Південній Кореї, Японії, Китаї доля адміністрації також не перевершує 3-5% від числа працівників верфей [6].

В Україні доля адміністративного персоналу на окремих виробництвах перевищує 30-40%, а в деяких фірмах кількість управлінців дорівнює і навіть перевищує кількість кваліфікованих робітників. Витрати на управління (в основному заробітна плата управлінського персоналу), як правило, в три рази перевершують заробітну плату основних робітників. У розвинених країнах витрати на управління складають не більше 80-85% від заробітної плати робітників.

Отже, перехід України до моделі розвитку неможливий без стабільного економічного становища машинобудування, що здійснює насичення виробництва новими технічними засобами і технологіями, являється, кінець кінцем, основним джерелом інноваційного розвитку і подальшого економічного зростання країни, підвищення ефективності і продуктивності громадської праці і росту добробуту населення.

Центральним ресурсом будь-якого машинобудівного підприємства є персонал. Разом з макро- і мікроекономічними причинами однієї з базисних причин кризового стану вітчизняних машинобудівних підприємств являється невідповідність управління персоналом умовам ринкової економіки. У зв'язку з цим необхідно розробити ефективні механізми управління машинобудівним підприємством згідно з сучасними концепціями управління бізнес-процесами, орієнтованими на залучення висококваліфікованого та вмотивованого персоналу.

Кадрове забезпечення машинобудівних підприємств має низку проблем: дефіцит кваліфікованих кадрів; низька продуктивність праці; старіння працівників; невідповідність кваліфікаційної структури потребам підприємств; неузгодженість освітніх програм з потребами підприємств; залучення і навчання фахівців і так далі. Їх вирішення потребує розробки національної політики кадрового забезпечення для ліквідації диспропорцій на ринку робочої сили, підвищення якості трудових ресурсів. У налагодженні механізму функціонування ринку праці та освітніх послуг важливим аспектом є використання іноземного досвіду.

Як показує практика, правильне використання працівників підприємства є головною запорукою його успішної діяльності. І навпаки, незнання здібностей працівників, отже, їх потенційних можливостей, є можливими причинами кризи.

Література:

1. Василюшин Т. Аналіз сучасного стану машинобудівної промисловості України та визначення основних проблем її розвитку / Т. Василюшин // Галицький економічний вісник. – 2013. – № 4(43). – С. 10 – 20
2. Король К. В. Економічний стан та проблеми розвитку галузі машинобудування в Україні / К. Король // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 1(35). – С. 157 – 162.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Кириченко І. Депрофесіоналізація громадян – майбутнє країни? [Електронний ресурс] / І. Кириченко // Дзеркало тиж-ня. Україна. – 2012. – № 38. – Режим доступу : http://dt.ua/SOCIETY/deprofesionalizatsiya_gromadyan__maybutne_krayini-111037.html
5. Григор'єва В. Основні наукові результати дослідження проблеми соціального партнерства / В. Григор'єва // Модернізація про-фесійної освіти і навчання: проблеми, пошуки і перспективи. – 2012. – Вип. 2. – 220 с.
7. Напрями оптимізації державної політики в сфері розвитку трудового потенціалу України: аналітична доповідь / О. Кочемировська. – К. : НІСД, 2013. – 38 с.

ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ВЗАЄМОДІЇ У СФЕРІ РЕГУЛЯТОРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

***О.В. Погорелова, к.е.н., професор
Л.Ю. Вдовиченко***

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Сьогодні розвиток електронного урядування в Україні не позбавлений уваги ні з боку органів державного управління, ні з боку громадян. Цю сферу регулюють нині понад 10 законів України, 30 постанов та 20 розпоряджень Кабінету Міністрів України. Електронне

урядування визначено одним із пріоритетів «Стратегії реформ – 2020» – Президентського плану широкомасштабної модернізації України [1].

Поступово складаються й необхідні передумови для розвитку електронного урядування. В Україні, за різними оцінками, абонентами Інтернету є від 19 до 24 млн. осіб, а органи державного управління представлено в мережі Інтернет шляхом функціонування власних офіційних веб-сайтів [2]. Інформаційними пріоритетами для відвідувачів цих сайтів є інформація щодо: відповідного органу державного управління (41%); місця, часу та видів необхідних документів для отримання адміністративних послуг (40%); режиму роботи та/або прийому громадян структурних підрозділів та їх посадовців (34%); проектів рішень відповідних органів державного управління (11%); результатів перевірок, моніторингу та аудитів (7,3%); державних закупівель та витрачання бюджетних коштів (8%). При цьому серед користувачів офіційних веб-сайтів органів державного управління 22,5% потребують більш актуальної інформації, 32,3% – більш повних даних, 19,8% – показників, за якими можна оцінити динаміку, історію питання. 24% заявили про те, що вони хотіли б мати можливість впливати через інтернет-петиції на обов'язковість розгляду того чи іншого питання відповідними органами державного управління та вносити свої пропозиції до проектів рішень цих органів [3].

Отже, в українському суспільстві формується запит на електронні форми участі громадян в урядуванні, а саме: в питаннях прийняття та моніторингу ефективності нормативно-правових актів органів державного управління. Але головними проблемами щодо цього є формальний характер такої участі, оскільки органи державного управління не розкривають всю інформацію, що стосується процесу прийняття нормативно-правових актів, а також не завжди реагують на електронні пропозиції та зауваження громадян, тому що на законодавчому рівні ці положення не закріплені. Цей висновок підтверджується наступним: чинним законодавством України встановлено обов'язок лише щодо здійснення офіційного оприлюднення та оприлюднення у мережі Інтернет нормативно-правових актів, у тому числі тих, що мають регуляторний характер. Інші документи, що супроводжують процес здійснення регуляторної діяльності, тобто діяльності з підготовки, прийняття, відстеження результативності та перегляду регуляторних актів (РА) [4], такі як: плани діяльності з підготовки проектів РА; повідомлення про оприлюднення проектів РА та аналізів їх регуляторного впливу; рішення погоджувальних органів щодо проектів РА оприлюднюються тільки на стадії їх проектів, потім доступ до всього масиву РА стає недоступним. Внаслідок цього виникають проблемні питання щодо реалізації права громадян в частині моніторингу ефективності РА або відстеження результативності їх дій.

Підготовлені в зв'язку з цим рекомендації щодо розкриття інформації у сфері регуляторної діяльності спрямовані на інформатизацію процесу здійснення в Україні регуляторної діяльності та інформування споживачів і інвесторів про таку діяльність шляхом формування єдиного інтегрованого електронного середовища проведення регуляторної діяльності – державної інформаційної системи електронної взаємодії «Регуляторна діяльність» (ІСЕВ «Регуляторна діяльність»).

ІСЕВ «Регуляторна діяльність» має включати в себе наступні інтегровані державні інформаційні системи (ДІС):

– «Єдина інформаційно-аналітична система «Регуляторні органи – суб'єкти регулювання» – ДІС та регіональну ДІС, що входять до складу державної ІСЕВ «Регуляторна діяльність» і призначені для реалізації здійснення функцій регуляторних органів всіх рівнів державного управління;

– «Єдиний державний портал з розкриття інформації про регуляторну діяльність» – ДІС та регіональну ДІС, що входять до складу державної ІСЕВ «Регуляторна діяльність» і призначені для інформатизації процесів регуляторної діяльності, включаючи збір, обробку інформації, а також зберігання такої інформації, забезпечення доступу до неї, її надання регуляторними органами всіх рівнів державного управління.

З використанням державної ІСЕВ «Регуляторна діяльність» буде забезпечено автоматизацію наступних функцій (процесів) суб'єктів регуляторної діяльності:

– організація та здійснення електронного документообігу в системі регуляторних органів та уповноваженого органу щодо здійснення державної регуляторної політики (уповноваженого органу);

– збір, реєстрація, зберігання, обробка, перевірка інформації про регуляторну діяльність, що надходить від регуляторних органів та суб'єктів, інтереси яких ця діяльність зачіпає (суб'єктів регулювання), для цілей виконання функцій уповноваженим органом;

– електронний документообіг між уповноваженим органом та органами юстиції, між регуляторними органами та суб'єктами регулювання;

– аналіз документів, що обґрунтовують прийняття РА, розрахунок статистичних показників та очікуваних наслідків;

– введення, зміна та припинення державного регулювання діяльності суб'єктів регулювання;

– формування ведення реєстру чинних, та тих, що втратили чинність, РА;

– досудове врегулювання спорів, пов'язаних із здійсненням регуляторної діяльності.

З використанням регіональних сегментів державної ІСЕВ «Регуляторна діяльність» забезпечується автоматизація інформаційної взаємодії з метою реалізації функцій уповноваженого органу, в межах встановлених повноважень, за РА, діями (бездіяльністю) регуляторних органів не лише на центральному, а й на регіональному рівні державного управління.

Очікувані результати реалізації запропонованого механізму, що полягає у логічно побудованій сукупності систематизованих дій, направлених на підвищення якості здійснення регуляторної діяльності в контексті електронного урядування та створення і розвитку ІСЕВ «Регуляторна діяльність» в Україні – це удосконалення процесу регуляторної діяльності шляхом ведення реєстрів РА на державному та регіональному рівнях, забезпечення вільного і безперешкодного доступу до відомостей з реєстрів РА, створення умов для розвитку ефективного конкурентного середовища на регіональних товарних ринках, зниження бар'єрів та стимулювання вступу до таких товарних ринків нових виробників, підвищення ефективності державного регулювання у сферах господарської діяльності національної економіки.

Література:

1. <http://dknii.gov.ua> – офіційний сайт Державного агентства з питань електронного урядування України.
2. <http://www.ukrstat.gov.ua> – офіційний сайт Державної служби статистики України.
3. <http://etransformation.org.ua/2014/11/17/318/>.
4. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності – Закон України від 11 вересня 2003 р. №1160-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>. – Назва з екрану.

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ РЕСУРСИ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Н.С. Поповенко, к.е.н., професор

Одеський національний політехнічний університет

Аналіз світових тенденцій господарської діяльності дозволяє зробити висновок, що темпи економічного розвитку та рівень соціального забезпечення життєдіяльності людини залежать від наявності та використання інтелектуальних ресурсів. Ці тенденції

підтверджують теорію “трьох хвиль” розвитку людства, що історично слідує одна за одною.

Перша хвиля - це суспільство, що спирається на аграрну економіку, друга - суспільство із індустріальною економікою, і третя - суспільство, економіка якого ґрунтується на виробництві знань.

Ця третя хвиля є загальним пріоритетом на сьогоднішній день. Промислова економіка поступається інтелектуальній (постіндустріальній).

На тлі становлення постіндустріальної економіки все більш як фактор економічного росту визначається людський інтелект, творчі здатності людей, їхня заповзятливість. Саме результати творчої здатності робітників створюють нові продукти, технології, що забезпечує інноваційний розвиток господарства.

Ведуча роль у формуванні творчого потенціалу належить науці та навчанню. Головне завдання цих двох галузей полягає у виробництві, накопиченні, збереженні знань, тобто у формуванні наукового та освітнього потенціалу суспільства.

Однією із основних умов ефективного створення наукового потенціалу є належний рівень асигнувань на науку. За останній період провідні країни світу як основне завдання в розбудові економіки знань ставлять збільшення частки витрат на НДДКР. У більшості таких країн ця частка становить від 1,9% до 3,5% від ВВП. В Україні - менш 1%. [4]

Низький рівень асигнувань стає однією з причин зниження результативності інтелектуальних ресурсів. Одночасно зменшується кількість наукових організацій, які виконують наукові дослідження й розробки та кількість науковців.

Основним джерелом фінансування наукових досліджень залишаються власні кошти підприємств (72,9% у 2013 році), при цьому сума витрат держбюджету на виконання наукових досліджень приблизно вдвічі менше за середній показник по країнам ЄС. [1] Це є значним фактором низької частки України на ринках науковомісної продукції (0,05%). [4]

У всьому світі визнана ведуча роль освіти у накопиченні результатів творчої праці. Зростання людського потенціалу як складової інтелектуальних ресурсів у провідних країнах є наслідком цільового фінансування системи освіти. Державні витрати на освіту у всьому світі зростають і становлять від 3,6 до 5,7 відсотків від ВВП. Лідером у фінансуванні освіти є Ізраїль - 7,6% [4]. В Україні за даними Держкомстату вони становлять менш 2%.

У політиці кожної країни щодо розвитку освіти є свої особливості, але всюди вона зорієнтована на формування людського потенціалу, а освіта ставиться одним з принципів довгострокової державної політики. Велика увага приділяється проблемі стимулювання робітників творчої праці.

Мотивація творчої діяльності залежить від різних факторів. Серед них - матеріальна зацікавленість. Для того, щоб матеріальна зацікавленість була мотивацією до активної творчої праці, розмір винагороди повинен співвідноситися з її результативністю.

Проблема стимулів і мотивації людей інтелектуальної праці залишається актуальною. Існує диспропорція у рівнях оплати працівників інтелектуальної сфери порівняно із сферами фінансової діяльності, державного управління, працівників приватних та колективних підприємств. Наслідком таких диспропорцій є скорочення чисельності зайнятих у сфері науки, освіти, погіршення вікової структури кадрів науково-технічного потенціалу. Загострюються проблеми залучення молоді до роботи у відповідних сферах; не вдається подолати тенденції щодо виїзду молодих науковців на тимчасову або постійну роботу за кордон. За даними Держкомстату в Україні чисельність виконавців наукових і науководослідних робіт у розрахунку на 1000 осіб приблизно вдвічі нижча, ніж в Німеччині. [3]

Для творчих працівників грошова мотивація відіграє важливу роль, але в окремих випадках важливими стають мотиватори самовираження як засіб задоволення потреби більш високого порядку. Це може бути, наприклад престиж, задоволеність роботою, кар'єра, можливість самовираження як особистості. Тому важлива розробка системи мотивації, придатної де психології індивіда.

В практиці сучасних компаній здійснюється двоментний підхід щодо стимулювання творчої праці:

- прагнення максимально активізувати творчу особистість;
- спрямувати активність на досягнення певного комерційного результату.

З цією метою не тільки використовується велика кількість заохочень, а й придання мотивації постійного характеру.

Велике значення у мотивації творчої праці відіграє завдання створення “навколишнього середовища”, певних умов праці, що стимулюють творчу діяльність.

Слід визначити, що на жаль, Україна одна із не багатьох країн світу, в якій до цього часу не сформована єдина і цілісна державна політика у сфері управління інтелектуальними ресурсами.

Виходячі із реалій сьогодення розробка скоординованої програми активного залучення інтелектуальних ресурсів у господарську, а також формування професійних знань по пріоритетним напрямкам науковотехнічного ??? та більш щільної ув'язки попиту підприємств та організацій на спеціалістів певного профілю та кваліфікації стає невідкладною.

Література:

2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні / Держкомстат України - К.: 2000-2014 рр.
3. Поповенко Н.С. Формування та стратегічне управління інтелектуальним капіталом: навчальний посібник / Н.С. Поповенко, О.В. Лапін, М.В. Кула - Одеса: Пальміра, 2013 - 170 с.
4. Федулова Л.І. Інтелектуальна власність у національній інноваційній системі. / Л.І. Федулова, Г.О. Андрощук, В.К. Хаустов - К., 2010. - 216 с.
5. Федулова Л.І. Економіка знань - К., 2009 - 600 с.

ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Н. В. Ротань

Одеський національний політехнічний університет

Постановка проблеми. В сучасних умовах для забезпечення ефективного господарювання перед промисловими підприємствами постають принципово нові проблеми управління капіталом, у тому числі інтелектуальним, вирішення яких дозволяє досягати й утримувати конкурентні позиції на ринку. У зв'язку із цим актуальною є проблема формування та використання інтелектуального капіталу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблеми формування інтелектуального капіталу підприємства присвячено наукові праці багатьох вітчизняних і зарубіжних учених, таких як Б. Андрушків, Е. Брукінг, О. Кендюхов, Супрун, Т. Стюарт, А. Турило, Л. Федулова, В. Чеботарьов, О. Стрижак.

Метою дослідження є розробка теоретичних та практичних рекомендацій щодо формування та використання інтелектуального капіталу промислових підприємств для підвищення їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. На нашу думку, в ринковій економіці вирішальною умовою ефективності діяльності промислових підприємств є втілення на практиці теоретичних засад формування інтелектуального капіталу. Незважаючи на зростаючу кількість досліджень у даному напрямку, питання формування інтелектуального капіталу підприємства як в закордонній, так і у вітчизняній економічній науці не є достатньо опрацьованими. До теперішнього часу в Україні немає єдиної і чітко сформованої концепції

його формування. Дослідивши різноманітні підходи до визначення сутності інтелектуального капіталу підприємства, вважаємо, що інтелектуальний капітал - це інтелектуальний ресурс підприємства (знання, досвід, можливості), який за умови ефективного використання конвертується у додаткову вартість та забезпечує конкурентоспроможність суб'єкта господарювання. Отже, наведене визначення вказує на доцільність застосування комплексного підходу до визначення та аналізу складових елементів при формуванні інтелектуального капіталу підприємства.

Аналізуючи його складові елементи (людський капітал, організаційний капітал та капітал взаємодії), нами побудована параметрична структура інтелектуального капіталу промислового підприємства (рис. 1).

Інтелектуальний капітал						
Людський капітал		Організаційний капітал		Капітал взаємодії		
Професійна компетенція (знання, досвід, освіта)	Особистісна направленість (інтелектуальні якості,	Капітал інновацій	Капітал процесів	Клієнтський капітал	Партнерський капітал	Соціальний капітал
		Законні права (ліцензії, патенти, ноу-хау, наукові дослідження)	Інформаційні технології, робочі процеси, система менеджменту, маркетингу	комерційні ідеї та ділові зв'язки, комерційну мережу розповсюдження продукції, участь в комерційних підприємствах, засоби	взаємодія ділових мереж, виникнення ділових зв'язків та ділового співробітництва, ефективні взаємовідносини з фінансовими колами та контрахтами і угодами	соціальні зв'язки, які можуть виступати ресурсом отримання вигод

Рис. 1 – Параметрична структура інтелектуального капіталу промислового підприємства (авторська розробка)

Людський, організаційний та капітал взаємодії пов'язані один з одним. Вони повинні підтримувати один одного, створюючи синергетичний ефект, і тоді відбуватиметься перехресний вплив одних видів інтелектуального капіталу на інші.

Формуючи власний інтелектуальний капітал промисловим підприємствам, в першу чергу, необхідно враховувати, що його носіями є професіонали, наділені унікальними і важко замінними здібностями, які здатні до творчого мислення, бо їх капіталом стає здатність до неординарних вчинків і дій. Але присвятити себе науковій чи якійсь іншій інтелектуальній діяльності на підприємстві вони вирішують тільки тоді, коли очікують від цього вигоди, як грошової, так і морально-психологічної. Тому, здійснюючи інвестиції в інтелектуальний капітал, необхідно враховувати ряд особливостей [1]:

1. Віддача від інвестицій в інтелектуальний капітал безпосередньо залежить від тривалості працездатного періоду його носія. Чим раніше робляться вкладення в людину, тим швидше вони починають давати віддачу. Але потрібно мати на увазі, що більш якісні та тривалі інвестиції приносять більш високий і більш довгостроковий ефект.

2. Інтелектуальний капітал зазнає не тільки фізичний та моральний знос, але і здатний накопичуватися і множитися. Знос інтелектуального капіталу визначається, по-перше, ступенем природного зносу (старіння) людського організму і властивих йому психофізичних функцій, а по-друге, ступенем морального зносу (старіння) знань. Нагромадження інтелектуального капіталу здійснюється в процесі нагромадження працівником виробничого досвіду. Якщо цей процес здійснюється безперервно, то в міру використання інтелектуального капіталу його якісні і кількісні (якість, обсяг, цінність) характеристики поліпшуються і збільшуються.

3. У міру накопичення інтелектуального капіталу його прибутковість підвищується до певної межі, обмеженого верхньою межею активної трудової діяльності (активного трудового віку), а потім різко знижується.

4. Не будь-які інвестиції в людину можуть бути визнані вкладеннями в інтелектуальний капітал, а лише ті, які суспільно доцільні й економічно ефективні.

5. Характер і види вкладень у людину обумовлені історичними, національними, культурними особливостями і традиціями.

При цьому, як будь-яка вартість, основа вартості інтелектуального капіталу визначається необхідністю відтворення інтелектуальної власності, з одного боку, а з іншого - необхідністю отримати відповідну віддачу від використання її у відтворювальному процесі. Тут у наявності збіг інтересів найманого працівника і працедавця, бо і той, і інший зацікавлені в максимально вигідному використанні інтелектуального капіталу: для одного це проявляється у вигляді доходу, а для іншого - у вигляді прибутку.

Висновки. Формування інноваційної моделі розвитку економіки є ключовою передумовою виникнення інтелектуального капіталу і становлення його як економічної категорії. На жаль, сьогодні рівень використання інтелектуального капіталу на промислових підприємствах України є недостатнім, що обумовлено слабкими можливостями формального й адекватного опису і виміру інтелектуальних ресурсів. Отже, вважаємо, що одним з ключових інноваційних ознак сучасного промислового підприємства є наявність чинної інноваційно-інвестиційної стратегії, основними етапами реалізації якої повинні стати активне інвестування в нематеріальні активи, зростання інтелектуальної активності персоналу підприємства і підвищення конкурентоспроможності продукції.

Література:

1. Білоус-Сергєєва, С. О. Формування та використання інтелектуального капіталу промислових підприємств. [Електронний ресурс] / С. О. Білоус-Сергєєва. // Режим доступу: <http://mydisser.com/ru/catalog/view/45/769/14368.html>
2. Ступникер А.Л. Формирование и оценка интеллектуального капитала предприятий горно-металлургического комплекса. [Електронний ресурс] / А. Л. Ступникер // Режим доступу: <http://avtoreferati.ru/formirovanie-i-ocenka-intellektualnogo-kapitala-predpriyatij-gorno-metallurgicheskogo-kompleksa.html>

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Н.А. Скрипник
Е.А. Олейникова*

Одесский национальный политехнический университет

В современных условиях украинской экономики на промышленных предприятиях существует проблема повышения качества трудового ресурса. Это обусловлено, физическим старением работающего персонала, значительным оттоком наиболее квалифицированных работников в другие сферы экономики, нежеланием молодежи трудоустроиваться на производственные предприятия.

Выше перечисленное приводит к ощутимой для предприятий нехватке промышленно-производственного персонала, снижению его интеллектуального и трудового потенциала и, вследствие этого, к повышению рисков производственной деятельности.

В Україні в последнее время делается акцент на инновационное развитие экономики. Роль и значение инноваций в ряде отраслей промышленности, от развития которых зависит экономическая независимость, невозможно переоценить.

Необходимая модернизация производства, внедрение новой техники и технологий, необходимость применения гибких производственных систем, САПР, систем уровня CED/СЕМ, побуждает руководство предприятий отметить, что одним из главных факторов конкурентных преимуществ становятся высокообразованные, интеллектуально развитые сотрудники, составляющие кадровый потенциал предприятия.

Раскрытию содержания сущности и структуры определения «кадровый потенциал» уделяют внимание ряд зарубежных и отечественных авторов М.Армстронг, М. Мескон, Ф. Тейлор, Г. Шмидт, Н.М. Дайхес[1], Е.И. Дуданов[2], М.В.Носкова, Р.Ю. Болдырева, Д.П. Богиня[3], Т.В.Билорус[4], Л.Д.Граמידер[5], А.М. Колот[6], М.В.Гринёва, В.В. Бессмертная и др.

Конкурентные преимущества выпускаемой предприятиями продукции напрямую зависят от степени развития трудового и кадрового потенциала.

В этой связи, проблема нехватки квалифицированных специалистов и рабочих, которые способны к разработке новых качественных продуктов и освоению и внедрению новых современных технологий становится актуальной. Наряду с недостатком финансовых ресурсов, недостаток квалифицированных кадров рассматривается как одна из серьезных причин низкой инновационной активности большинства предприятий.

Возникает необходимость развития рынка трудовых ресурсов в т.ч. и за счёт привлечения молодых специалистов.

Для этого, во - первых, необходим мониторинг потребности основных инновационно - развивающихся отраслей в кадрах с учётом профессионально-квалифицированных аспектов. Во - вторых, создание инновационной системы подготовки кадров путем разработки целевых программ по формированию профессионально-ориентированных образовательных кластеров, включающих начальную, среднюю и высшую стадии профессионального образования по техническим специальностям.

Анализируя кадровое состояние промышленных предприятий и рынка труда, можно проследить отсутствие чётких ориентиров и разбалансированность рынка труда.

Следствием причин разбалансированности кадрового рынка является быстрое устаревание знаний и навыков и сведение к минимальному уровню престижа работы на производстве. Необходима корректировка кадровой политики с учётом совершенствования системы профессионального образования на разных уровнях обучения.

Таблица 1 – Причины разбалансированности кадрового рынка

Первая причина	Вторая причина	Третья причина
Частичное отсутствие прямой и обратной связей предприятий, как потребителей кадров, и образовательных учреждений.	Отсутствие понимания ответственности у студентов учреждений профессионального образования, как за получаемую возможность учиться, так и за обязанность возврата обществу вложенных в его профессиональное образование средства и знаний.	Несовершенство системы высшего и среднего специального технического образования. Падение престижа технических специальностей в Украине, слабая техническая оснащенность учебных заведений.

С учётом выше изложенного, на наш взгляд возникла необходимость в создании такой системы кадровой политики в промышленной сфере, которая обеспечит наличие прямых и

обратных бесперебойных связей предприятий и учебных заведений разного уровня. Это позволит обеспечить рынок труда специалистами необходимыми для предприятий. Эти функции должны выполнять совместно учебные заведения, коммерческие и государственные предприятия, при эффективной государственной поддержке. Данные шаги должны обеспечить условия для нормального функционирования и развития системы подготовки кадров.

Литература:

1. Дайхес Н.М. Моделирование процессов управления кадровым потенциалом фирмы : автореф. дис. на соис. уч. степени канд. эконом. наук: спец 08.00.13 – математические и инструментальные методы экономики [Электронный ресурс]/ Н.М. Дайхес. - Москва, 2004. - 24 режим доступа к ресурсу <http://www.dissercat.com/content/modelirovanie-protsessov-upravleniya-kadrovym-potentsialom-firmy>
2. Дуданов Е.И. Основные направления реализации кадрового потенциала промышленных предприятий в современных условиях [Электронный ресурс] /Е. И. Дуданов, Л. В. Рожкова // Е. И. Дуданов, Л. В. Рожкова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2010. – № 2 (14). – С. 74–82.
3. Богиня Д. П. Трудовий потенціал України. Соціально демографічний аспект / Д. П. Богиня. — Львів : Освіта, 1992. — 265 с
4. Білорус, Т.В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства: монографія / Т. В. Білорус. – Ірпінь. Нац. акад. ДПС України, 2007.
5. Гармидер, Л.Д. Содержание понятия кадрового потенциала предприятия в динамичных условиях современной экономики [Электронный ресурс]/ Гармидер, Л. Д. – Режим доступа к ресурсу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_2_1/197-201.pdf.
7. Колот А. Інноваційна праця та інтелектуальний капітал у системі факторів формування економіки знань/А.Колот // Україна: аспекти праці. – 2007. - №4. – С. 4-9.

ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ: КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ РЕСУРСІВ ТА КАПІТАЛІЗАЦІЯ АКТИВІВ

Е.Б. Хаустова, к.е.н., доцент

Київський національний університет технологій та дизайну

Обґрунтування актуальності проблеми. Формування капіталу супроводжується оцінкою відповідних вкладень з боку власників, акціонерів, інвесторів, що неможливо без визначення вартості спожитих (інвестованих, переданих) активів та результатів від їх використання, які в часі не є постійними. Складність оцінки інтелектуальних активів та рівня економічних вигод від їх використання пов'язується з багатьма факторами, зокрема можливістю ідентифікувати інтелектуальні ресурси та визнання їх активами. Зазначене робить актуальними дослідження особливостей створення (появи) інтелектуальних можливостей та їх перетворення в дієвий інтелектуальний капітал з урахуванням природи його нагромадження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В господарській практиці застосовуються чіткі законодавчі норми щодо оцінки та включення нематеріальних активів до складу майна підприємства. По відношенню до інших інтелектуальних активів, зокрема які формують людський та клієнтський капітали, існують загально-наукові рекомендації, що пояснюється особливістю природи таких активів. Розподіл інтелектуальних активів на групи за можливістю оцінки та ідентифікації здійснюється багатьма науковцями на «м'які» та «жорсткі» [1], на ресурси та потенціал [2]. При цьому не враховується характер інтелектуальних авуарів в залежності від їх ролі на тому або іншому етапі формування або відтворення інтелектуального капіталу [3].

Формулювання мети роботи. Визначення послідовності створення інтелектуальних

авуарів (ресурсів, активів) при нагромадженні інтелектуального капіталу в рамках соціальної концепції та розробка на цій основі ознак класифікації інтелектуальних авуарів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження поняття інтелектуального капіталу показало, що найближчим є поняття «інтелектуальний потенціал». Даючи кількісну та структурно-якісну оцінку інтелектуальному потенціалу суб'єкту господарювання через результати його використання слід розрізняти серед наявних його авуарів - активи та ресурси (рис.1).

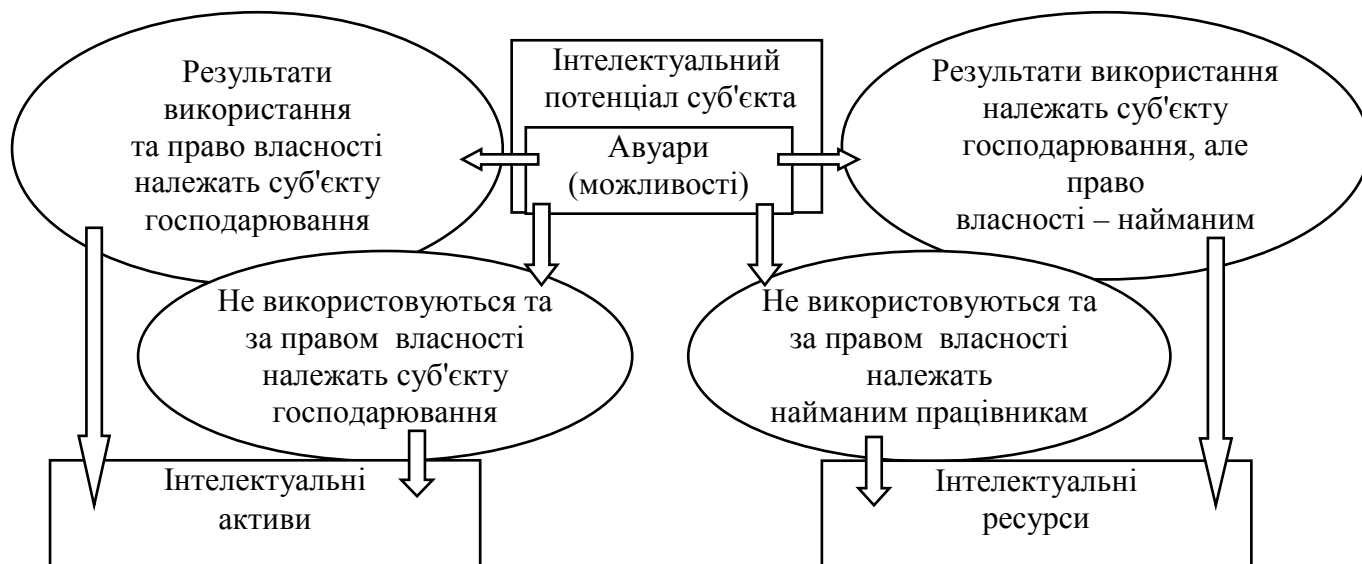


Рис.1. Визнання потенційних можливостей (авуарів) - активами та ресурсами.

До активів відносяться авуари: 1) результати використання яких та права власності належать суб'єкту господарювання; 2) не використовуються (за відсутністю потреби), але належать за правом власності суб'єкту господарювання. До ресурсів відносяться авуари: 1) результати використання яких належать суб'єкту господарювання, але за правом власності належать найманим працівникам; 2) не використовуються найманими працівниками та організацією (за відсутністю потреби), але за правом власності належать найманим працівникам. При цьому перші потребують поповнення, а наявність других передбачає створення запасів та надає можливості роботи на упередження за умов невизначеності та значних ризиків діяльності. Ці дві групи ресурсів визнаються активами за міжнародними та національними стандартами обліку та звітності. Третя та четверта група ресурсів не визнаються активами організації, оскільки власником їх є наймані працівники. Саме для нього вони є або можуть стати активами, що приносять економічну вигоду у вигляді заробітної плати, опціонів та інших благ. Але основний синергічний результат від використання таких ресурсів належить суб'єкту господарювання (роботодавцю, власнику).

За умов використання інтелектуального потенціалу для створення (удосконалення) продукту відповідно до вимог ринку спостерігається процес комерціалізації інтелектуальних ресурсів, що супроводжується отриманням економічних вигод (доходу та прибутку). Якщо отриманий дохід повністю направляється на покриття вартості використаних ресурсів і на особисте споживання, то можна говорити про успішний процес комерціалізації та просте відтворення індивідуального капіталу підприємця-власника. Такий процес може мати циклічність, але не відбувається збільшення обсягів спожитих ресурсів (власного капіталу) із створенням більшої додаткової вартості (прибутку, доходу).

Першим кроком у формуванні власного капіталу організації, тобто початком капіталізації є направлення прибутку або вільних ресурсів, які отримано в процесі комерціалізації, на придбання (створення) власних ресурсів та визнання їх активами. Таким чином відбувається капіталізація додаткової вартості та створюється власний капітал організації (підприємства) за

рахунок реінвестиції прибутку. Ресурси співвласників визнаються власністю організації (підприємства), а процес їх подальшого використання стає циклічним з метою постійного збільшення доданої вартості, що характерно для розширеного відтворення капіталу (рис.2).



Рис.2. Процес відтворення інтелектуального капіталу.

Як показано на рис.2, формування інтелектуального потенціалу та просте відтворення інтелектуального капіталу (комерціалізація ресурсів) передують циклічному процесу розширеного відтворення інтелектуального капіталу (капіталізація активів).

Висновки й перспективи подальшого дослідження. Дослідження процесу формування (відтворення) інтелектуального капіталу дозволило визначити його фази та прив'язати до них групи інтелектуальних авуарів за їх відношенням до створення доданої вартості та правом власності на них. Подальші дослідження можуть фокусуватися на окремих фазах з метою поглиблення знань щодо управлінні відповідними ресурсами та активами.

Література:

1. Caddy, I. Intellectual capital: recognizing both assets and liabilities. Journal of Intellectual Capital. Vol. 1. Number 2, 2000, pp. 129—146.
2. Ілляшенко С. М. Інтелектуальний капітал ВНЗ як запорука його інноваційного розвитку: сутність, структура, підходи до оцінки // С. М. Ілляшенко. /Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011, № 1, с.145-153.
3. Седанов А.А. Нематериальные и неосязаемые бизнес-активы предприятия // А.А. Седанов./ Вестник ЧГУ.- 2013.- № 8 (299). Экономика. Вып. 40. - С. 140–146.
4. Капитализация [Электронный ресурс] // Экономический словарь. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/>.

РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНИХ АСПЕКТІВ КАДРОВОГО УПРАВЛІННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Л.І. Чернишова, к.е.н., доцент

Одеський національний політехнічний університет

Ефективне функціонування та успішний розвиток організації в конкурентному середовищі визначаються наявністю у неї унікальних конкурентних переваг, однією з яких є власні кадри підприємства. У зв'язку з цим, грамотне використання і розвиток інтелектуального, професійного, творчого потенціалу власних працівників організації є однією з головних цілей стратегічного кадрового управління. Взаємозв'язок основних векторів розвитку бізнесу із грамотно обґрунтованою кадровою роботою дозволять

сформуванню основи для побудови конкурентоспроможної та цілеспрямованої діяльності, що є дуже актуальним для сьогодення.

Проблемі кадрового стратегічного управління присвячена значна кількість праць науковців як вітчизняних, так і зарубіжних: З.Є. Шершньової, О.В. Іжбулатовою Ф.І. Хміль, А.Я. Кібанова, І.Б. Дуракової, М. Амстрога, В.Р. Веснина, А.В. Сардак, М.М. Мартиненка та інших. Проте деякі аспекти вимагають більш поглибленого дослідження.

Отже метою дослідження визначено уточнення складових кадрової стратегії, що дозволить підвищити ефективність кадрового управління організації.

Досвід показує, що існують певні недоліки лише тактичного управління персоналом:

- недостатня орієнтація управління персоналом на формування іміджу будь-яких груп працівників підприємства, що веде до їх демотивації;
- відсутність комплексного підходу до управління персоналом, що іноді знижує інтеграцію найважливіших функцій управління персоналом в єдину систему;
- недостатнє залучення лінійних керівників і співробітників у розробку та реалізацію концепцій управління персоналом;
- відсутність дієвих програм дій щодо розвитку свого персоналу, планування трудової кар'єри працівників, їх професійно-кваліфікаційного просування тощо;
- ігнорування змін у ціннісних орієнтаціях працівників.

Це визначає необхідність переходу до стратегічно орієнтованого кадрового управління. Своєчасно розроблена та науково-обґрунтована кадрова стратегія – це інструмент збереження кадрового потенціалу підприємства, підвищення ефективності його використання та вмотивованості. За таких умов вкрай необхідна розробка адекватної кадрової стратегії в рамках загальної стратегії розвитку організації, спрямованої насамперед на залучення високопрофесійного персоналу, оптимізацію організаційної структури підприємства та підвищення ефективності діяльності системи управління персоналом у відповідності до завдань організації та розвитку його потенціалу. Стратегічно орієнтоване кадрове управління передбачає «явне, принципово інтерактивне включення персоналу як рівноцінного з іншими економічного ресурсу», як самостійної проблеми в стратегічному управлінні підприємством [1].

Слідуючи цьому, потрібна зміненна з поправкою на сьогодення свідомість управлінських кадрів, відповідальних за перспективний розвиток підприємства. Вони повинні розуміти, що цільове та фінансове управління не суперечить ресурсно-орієнтованою кадрової стратегії, а доповнює її. Приміром, необхідне зниження капіталовкладень підприємства і пов'язане з ним скорочення чисельності персоналу не виключають високий кваліфікаційний рівень співробітників, що залишилися (у тому числі у сфері забезпечення якості продукції). Отже зміни потрібні вже на етапі розробки стратегії управління персоналом.

З огляду на це, рекомендується на етапі формування кадрової стратегії виокремлювати певні складові – стратегічну, методичну, технологічну та організаційну, розглядаючи їх глибше та враховуючи їх синергетичний ефект (рис. 1).

Отже, стратегічна складова має бути пов'язана з розробкою бачення розвитку підприємства та його кадрового потенціалу, визначенням кадрових і організаційних цілей та їх балансуванням. Організаційна має відповідати за планування кадрового складу підприємства, його узгодженням з виробничими потребами, організацією оптимальної підпорядкованості. Технологічна має бути пов'язана з набором новітніх технологій, які дозволитимуть ефективно реалізувати кадрову стратегію, якісно формувати підбір персоналу з урахуванням компетентнісної складової працівників усіх щаблів управління. Методична відповідатиме за документальне забезпечення процесу формування кадрової стратегії.

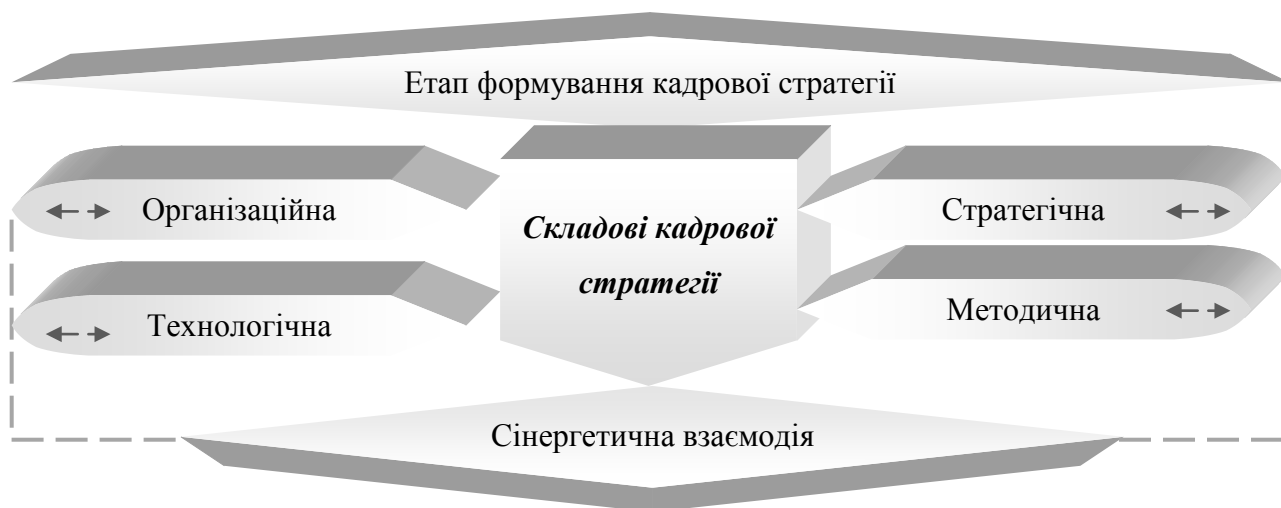


Рисунок 1 – Формування складових кадрової стратегії

Синергізм стосовно до визначених складових кадрової стратегії означає підвищений ефект їх взаємодії, який виникає при їхньому спільному використанні. Зберігаючи єдине позиціонування на кожному етапі формування стратегії, складові підсилюють одна одну, створюючи синергетичний ефект. Синергетичний ефект, таким чином, є наслідком реалізації централізованої, чітко сформульованої і послідовно здійснюваної кадрової стратегії в рамках організації.

Отже, узагальнюючи вищезазначене, можна зробити наступні висновки: відмінність стратегічного кадрового управління від просто кадрового управління полягає в тому, що кадри слід оцінювати як основний, провідний ресурс, який дозволить реалізувати генеральну стратегію підприємства; виділення стратегічних складових на етапі формування стратегії дозволить детальніше прорахувати управлінські рішення щодо персоналу організації; стратегічне управління кадрами передбачає постійний аналіз існуючого стану, його співвідношення із заданими орієнтирами різного роду перспективи (як найближчою, так і значно віддаленою), пошуком шляхів і методів досягнення цільових станів системи управління персоналом з орієнтацією на специфічні особливості поточного і подальших етапів функціонування та розвитку організації.

Література:

1. Попазова О.А. Модели стратегического управления персоналом: учебн. пос. / О.А. Попазова, К.А. Прозоровская. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 129 с.

Секція 1.

Стратегічне управління економічним розвитком промислових підприємств

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ СТРАТЕГІЧНОГО ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ <i>Г.В. Аблова</i>	4
ИННОВАЦИОННО-УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ <i>И.А. Александров</i>	6
ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>О.В. Бобров</i> <i>Керівник – М.А. Заєць</i>	8
ІНФРАСТРУКТУРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ <i>А.І. Бутенко, Н.С. Пашкова</i>	9
ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ <i>Л.О. Волощук</i>	11
ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЗАГРОЗ ТА РИЗИКІВ <i>Т.В. Головач, Д.С. Мацеха</i>	14
ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Д.А. Горбатова</i> <i>Руководитель – М.В. Котова</i>	16
МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УТВОРЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ <i>О. М. Гуцалюк</i>	18
ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА <i>А.А. Дискіна, Р. Чучуменко</i>	20
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ <i>Дорошук А.А., Савченко А.А., Левандовская А.Н.</i>	23
ВИСВІТЛЕННЯ ОСНОВНИХ НАПРЯМІВ ДОСЛІДЖЕНЬ ЩОДО ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА <i>І.М. Єніфанова</i>	25
APPLICATION OF FACTOR MODELS IN ANALYTICAL INVESTIGATIONS OF THE ENTERPRISE INNOVATIVE DEVELOPMENT <i>L. N. Karpenko</i>	27
ПРОМИСЛОВІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ: ДЕФОРМАЦІЇ РОЗВИТКУ <i>Г.В. Карпінська</i>	29
ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ КОРПОРАЦІЇ <i>Н.Е. Красностанова</i>	31

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, А.М. Дідик</i>	32
ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ <i>А.В. Лапин</i>	35
РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПОШУКУ НОВИХ РИНКІВ ЗБУТУ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>Ю.М. Морозова</i>	38
ВПЛИВ ДИВЕРСИФІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА <i>Л.А. Некрасова, А.А. Ващенко</i>	40
ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ <i>Л.А. Некрасова, О.В. Моніч</i>	42
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ АДАПТИВНОЇ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА <i>Т. В. Олійник</i>	44
ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОРТОВО-ПРОМИСЛОВИХ КЛАСТЕРІВ <i>В.М. Осипов, М.С.Кукош</i>	46
ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС <i>В.М. Осипов, Д.І. Шевченко</i>	48
ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА <i>В. І. Паламарчук, Л.М. Лінгур</i>	51
ГЕОСОЦИОСИСТЕМНИЙ ПОДХОД К ІННОВАЦІЙНОЇ ДЕЯТЕЛЬНОСТІ <i>И.В. Петенко</i>	53
ПРОБЛЕМИ, НАПРЯМКИ ТА ВИБІР СТРАТЕГІЙ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ <i>В.А. Сааджан, А.В. Чернишова</i>	55
ПРОБЛЕМИ ВИБОРУ МОДЕЛІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ <i>І.М. Сараєва, Н.І. Носова</i>	57
ЭВОЛЮЦИЯ ОРИЕНТАЦИИ БИЗНЕСА <i>Л.А. Стрий</i>	59
КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ДП «НЕК «УКРЕНЕРГО» <i>К. В. Ущатовський</i>	62
ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В ПРОЦЕСІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ <i>Л.І. Чернишова, А.С. Дженкова</i>	64
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РИНКОВОЇ ВАРТОСТІ ОБ'ЄКТІВ МАЛОЇ ГІДРОЕНЕРГЕТИКИ <i>С.В. Шашков</i>	66

Секція 2.

Проблеми реалізації моделі інноваційного розвитку промислового підприємства

МЕХАНІЗМ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ <i>В. В. Бальтюкевич</i>	69
ТЕХНОЛОГІЧНІ ІНОВАЦІЇ ЯК ЗАСІБ РІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>Е. А. Бельтюков, О.В. Романюк</i>	70
ВПЛИВ РІЗНИХ ВИДІВ ІННОВАЦІЙ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ <i>О.Р. Бєлицька</i> <i>Керівник - Т.І. Черкасова</i>	72
МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ <i>О.Г. Бровкова, К.В. Бровкова</i>	74
ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ <i>А.А. Дискіна, Я.В. Богаченко</i>	77
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ <i>І.О. Жувагіна</i>	79
УДОСКОНАЛЕННЯ ТРАДИЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ РИНКУ ПРИ РОЗРОБЦІ ТА ВПРОВАДЖЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ <i>А.Г. Іващенко, Л.Д. Глущенко</i>	81
НЕДОЛІКИ СТАТИСТИЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ АНАЛІЗУ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ <i>В.В. Кірсанова</i>	84
МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМУ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ПРОМИСЛОВОСТІ <i>О.В. Маковецька, А.П. Маковець</i>	87
ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ <i>Н.Б. Мігай, Д.О. Гуданіч</i>	89
ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ТУРИЗМУ <i>П.А. Петриченко, С.А. Яроміч</i>	90
ОСНОВНІ ЧИННИКИ УСПІШНОСТІ ТА НЕВДАЧ НОВОВВЕДЕНЬ <i>О.В. Станіславик, О.М. Коваленко</i>	92
ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА, ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ <i>О.В. Толмачова</i>	93
ВИКОРИСТАННЯ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ МОТИВУВАННЯ ФАХІВЦІВ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ <i>Н.П. Тубальцева, С.А. Тубальцева</i>	95
ЗНАЧЕННЯ ВИБОРУ РЕЖИМУ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА <i>Т.І. Черкасова</i>	97

БАЙЕСОВСКИЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ ПОЛІПШЕННЯ ЯКІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ТОВАРІВ	99
<i>М.В. Шарко, К.Г. Васильченко</i>	

Секція 3.

Актуальні проблеми розвитку ринку капіталу

ЗАЛУЧЕННЯ АКЦІОНЕРНОГО КАПІТАЛУ НА РИНКУ	103
<i>М.О. Акулюшина, Є.О. Кобальчинська</i>	
РИНОК КАПІТАЛІВ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	105
<i>Н.О. Безнощенко, К.В. Юшко</i>	
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОВДП В УКРАЇНІ	106
<i>Н.О. Бухаріна</i>	
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	108
<i>О.М. Ковальова</i>	
DER WERT DES KAPITALS IM GEMEINSAMEN INVESTMENT	110
<i>М. Oks, A.Oks</i>	
СУЧАСНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ КАПІТАЛУ	111
<i>С.С. Свірідова</i>	
КАПІТАЛ АКЦІОНЕРНИХ ПРІДПРИЯТИЙ – ОСНОВНА СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОТЕНЦІАЛА	113
<i>С.С. Свірідова, Сатдиєв А.</i>	
РИНОК КАПІТАЛУ: СТАН ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ	115
<i>О.М. Стойловська</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОЕКТІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ	117
<i>Р.В. Хусайнов</i>	
ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ СУМИ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	119
<i>Ю.А. Чернецька</i>	

Секція 4

Проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ЕТАПІВ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ	123
<i>Н.В. Акименко, Є.Г. Кишко</i>	
ECONOMIC CRISIS OF EUROPEAN UNION	126
<i>Alvaro Fernandes</i>	
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	128
<i>Н.С. Артамонова, Є.В. Артамонов, М.М. Максимов</i>	

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>В.В. Бальтюкевич</i>	130
РОЗРОБКА ШЛЯХІВ ЗНИЖЕННЯ ВЕЛИЧИНИ ТАРИФУ НА ТРАНСПОРТНІ ПАСАЖИРСЬКІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ <i>О.О. Барабаш, М.В. Богаченко, М.С. Сторожук</i>	131
ПРОБЛЕМИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ПРИ ПЛАНУВАННІ ВИРОБНИЦТВА І ЗБУТУ, ВИТРАТ ТА ЦІНИ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ <i>О.О. Барабаш, В.В. Лалуд, М.С. Сторожук</i>	134
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ВИТРАТАМИ <i>С.В. Безнос, Т.А. Серпіонова</i>	135
ВАЖЛИВІСТЬ ВРАХУВАННЯ КЛІМАТИЧНИХ ТА ІНШИХ ЧИННИКІВ ЗАДЛЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>С.В. Безнос, В.В. Матчина</i>	137
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ <i>Н. О. Безнощенко</i>	140
КАЛЬКУЛЯЦІЯ МЕТОДОМ ОБЩЕЙ КАЛЬКУЛЯЦИИ И МЕТОДОМ ВЕЛИЧИНИ ПОКРЫТИЯ <i>Е.А. Бельтюков, С.С. Чеботар</i>	142
ВИКОРИСТАННЯ ОПЕРАЦІЙНОГО АНАЛІЗУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПРИЙНЯТТЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ <i>О. Г. Бровкова, Т. Б. Городецька, М. В. Атанасов</i>	144
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ <i>Г.О. Герасименко</i>	146
ЛОГІСТИКА І ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА <i>Л.М. Герасимова</i>	148
ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ СОЛІДАРНОЇ ЕКОНОМІКИ <i>О.С. Гончаренко</i>	150
ОПЕРАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ І ЙОГО РОЛЬ В ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ <i>Т.Б. Городецька, Д.В. Антонюк, М.А. Панченко</i>	152
ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ЗАСОБІВ МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ ОЦІНКИ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОФОРМУВАНЬ <i>О.М. Гострик, О.О. Барабаш</i>	154
ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ <i>А.Р. Гребенюк науковий керівник Н.В. Мілошевич</i>	155
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ <i>Л.О. Гришина, І.А. Хмарська</i>	157
ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА <i>В.О. Дерменжі Керівник – Т.І. Черкасова</i>	159

ІЄРАРХІЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАМІРІВ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ <i>О.Є. Джур</i>	161
АНАЛІЗ ФІНАНСОВГО СТАНУ, ЯК ЗАСІБ ПОКРАЩЕННЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ <i>А.А. Дискіна, Е.І. Некрасова</i>	163
НАПРЯМКИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПІДРОЗДІЛІВ МАШИНО-БУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>А.М. Живець</i>	165
ДЕЯКІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ХМАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ <i>Г.І. Задорожко</i>	167
ОБГРУНТУВАННЯ СИСТЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ <i>Н.М. Кирилко</i>	169
ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ВИТРАТ НА ЕКСПЛУАТАЦІЮ, РЕМОНТ ТА ТЕХНІЧНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ <i>Ю. В. Ковтуненко, Ю. І. Оркуш, Д. Д. Присакар</i>	171
АУТСОРСІНГ ЯК БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА <i>О.О. Комліченко</i>	173
КОМУНІКАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕРНЕТ <i>В.І. Литвинюк</i>	174
СООТНОШЕНИЕ И ВЗАИМОСВЯЗИ ПОНЯТИЙ «СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ПЕРСОНАЛОМ», «КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ» И «МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ» <i>В.М. Лукашевич</i>	175
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>Н.С. Мамонтенко</i>	177
СТРАХУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ РИЗИКІВ В УКРАЇНІ <i>Н.В. Мілошевич</i>	178
СКЛАДОВІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА <i>В.О. Морохова, О.В. Бойко, І.Ф. Лорві</i>	181
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ CRM-СИСТЕМ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ <i>О.О. Нарожна</i>	182
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ <i>Л.А. Некрасова, А.В. Христова</i>	184
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ <i>Т.О. Окландер</i>	186
НЕСТАНДАРТНІ ФОРМИ ЗАЙНЯТОСТІ ЯК ЗАСІБ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ <i>Т.В. Перегудова</i>	188

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ <i>Н.І. Рафальська</i>	190
ОЦІНЮВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЙОГО РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ <i>О.М. Серікова</i>	192
АВТОМАТИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>О. М. Цвєткова</i>	194
ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ <i>Ю.О. Черненко</i>	196
УДОСКОНАЛЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ФОРМИ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ <i>Є.І. Чернявська</i>	198
МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ <i>Б.И. Юхименко, С.В. Малютина</i>	200
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ <i>Н.Г. Базавлук</i>	201

Секція 5.

Формування інтелектуальних ресурсів суспільства: кадри, інтелектуальні продукти, інтелектуальний бізнес

НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА <i>Е.Г. Бровкова, Е.О. Мельникова, М.В. Илинчук</i>	205
НЕОБХОДИМОСТЬ АКТИВИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ <i>И.Н. Епифанова, В.И. Воробьева</i>	206
КАРТИ РИЗИКІВ, ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН <i>К. В. Ковтуненко , Ю.В. Ковтуненко</i>	208
МОНІТОРИНГ ТА ДІАГНОСТИКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЯК СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ <i>О.Б. Коломіна</i>	210
ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРАМИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ <i>А.В. Пашикова</i>	212
ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОЇ ВЗАЄМОДІЇ У СФЕРІ РЕГУЛЯТОРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ <i>О.В. Погорєлова, Л.Ю. Вдовиченко</i>	215
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ РЕСУРСИ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА <i>Н.С. Поповенко</i>	217
ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА <i>Н. В. Ротань</i>	219

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДГОТОВКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ <i>Н.А. Скрипник, Е.А. Олейникова</i>	221
ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ: КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ РЕСУРСІВ ТА КАПІТАЛІЗАЦІЯ АКТИВІВ <i>Е.Б. Хаустова</i>	223
РОЗВИТОК СТРАТЕГІЧНИХ АСПЕКТІВ КАДРОВОГО УПРАВЛІННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ <i>Л.І. Чернишова</i>	225

Підписано до друку 22.09.15 р.
Формат 90×60/16. Папір офсетний.
Об'єм 14,75 ум. друк. арк.
Замовлення №2209/01. Тираж 50 прим.

Виготовлено з готового оригінал-макету
ФОП Побута М.І.
65044, м. Одеса, пр-т Шевченка, 1-а