

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА МАРКЕТИНГУ



КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

**СУЧАСНІ ПІДХОДИ
ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

*Збірник наукових праць
VI Всеукраїнської науково-практичної конференції
з міжнародною участю*

23 квітня 2015 року

Київ
2015

УДК 658:005](06)
ББК 65.290-2я431
С 91

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ: Збірник наукових праць VI Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 23 квітня 2015 р. – Черкаси : видавець Чабаненко Ю. А., 2014. – 544 с.

ISBN 978-966-493-968-0

У збірнику наукових праць учасників VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до управління підприємством» з міжнародною участю представлено результати науково-дослідницької роботи з питань теоретичних та прикладних засад формування та розвитку конкурентоспроможності сучасного бізнесу; утворення та взаємозв'язку інноваційних, інформаційних та інвестиційних складових сучасних підходів до управління підприємством; макроекономічні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств в контексті міжнародної інтеграції.

Для викладачів вищих навчальних закладів, наукових працівників, аспірантів та студентів економічних, технічних та гуманітарних спеціальностей.

*Рекомендовано Вченою Радою
факультету менеджменту та маркетингу
Протокол № 8 від 30.03.2015 р.*

Редакційна колегія

<i>Співголови редколегії:</i>	Гавриш О.А.	д.т.н., професор, НТУУ «КПІ» ;
	Дергачова В.В.	д.е.н., професор, НТУУ «КПІ».
<i>Члени редколегії:</i>	Артеменко Л.П.	к.е.н., доцент, НТУУ «КПІ»;
	Бояринова К.О.	к.е.н., доцент, НТУУ «КПІ»;
	Гальперіна Л.П.	к.е.н., професор, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»;
	Довгань Л.Є.	к.е.н., професор, НТУУ «КПІ»;
	Ляшенко О.М.	д.е.н., професор, Національний інститут стратегічних досліджень;
	Морозов О.Ф.	д.т.н., професор, НТУУ «КПІ»;
	Тупкало В.М.	д.е.н., професор, Державний університет телекомунікацій;
	Чужиков В.І.	д.е.н., професор, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»;
	Шульгіна Л.М.	д.е.н., професор, НТУУ «КПІ».
<i>Відповідальний секретар:</i>	Мохонько Г.А.	к.е.н., доцент, НТУУ «КПІ».
<i>Укладачі:</i>	Шкробот М.В.	к.е.н., ст.викладач, НТУУ «КПІ»;
	Копішинська К.О.	аспірант, НТУУ «КПІ»;
	Товстяк Г.П.	аспірант, НТУУ «КПІ» ;
	Біличенко І.Б.	аспірант, НТУУ «КПІ».

Науковий комітет VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до управління підприємством» з міжнародною участю

Голова наукового комітету:

Гавриш О.А.,

д.т.н., професор, декан факультету менеджменту та маркетингу, науковий керівник кафедри міжнародної економіки, НТУУ «КПІ»

Члени наукового комітету:

Дергачова В.В.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту НТУУ «КПІ».

Довгань Л.Є.,

к.е.н., проф., професор кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ».

Жиляєв І.Б.,

д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ».

Махнітко А.Є.,

д.інж.н., професор, керівник професорської групи «Управління енергосистемами», Рижський технічний університет (м.Рига, Латвія).

Морозов О.Ф.,

заслужений діяч науки і техніки України, д.т.н., проф., професор кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ».

Косматов Е.М.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту Міжнародної вищої школи управління, (м. Санкт-Петербург, Росія).

Крачунов Х.А.,

д.інж.н., проф. Технічного університету Варна (м. Варна, Болгарія).

Смоляр Л.Г.,

к.е.н., проф., ректор ПВНЗ «Міжнародний університет фінансів» (м. Київ)

Тупкало В.М.,

д.т.н., проф., завідувач кафедри менеджменту, Державний університет телекомунікацій, (м.Київ)

Хлобистов Є.В.,

д.е.н., професор, завідувач відділу економічних проблем екологічної політики та сталого розвитку Державної установи «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України», (м. Київ).

Чужиков В.І.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри європейської інтеграції ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», (м. Київ).

Шульгіна Л.М.,

д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ».

© ФММ НТУУ «КПІ», 2015
© Автори матеріалів, 2015

**Організаційний комітет
VI Всеукраїнської науково-практичної конференції
«Сучасні підходи до управління підприємством»
з міжнародною участю**

Голова організаційного комітету:

Дергачова В.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»

Члени оргкомітету:

Артеменко Л.П., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Бояринова К.О., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Дунська А.Р., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Мохонько Г.А., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Коцко Т.А., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Давиденко В.В., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Гук О.В., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Жигалкевич Ж.М., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Пічугіна М.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Савицька О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Шкробот М.В., к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Манасенко І.М., к.е.н., асистент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Кузнєцова К.О., асистент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Чорний В.В., асистент кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Копішинська К.О., аспірант кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Черняк А.М., аспірант кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ»;

Редько О.В., аспірант кафедри менеджменту, НТУУ «КПІ».

Шановні учасники!

Представляємо Вашій увазі черговий збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні підходи до управління підприємством» з міжнародною участю, яка вже вшосте проводиться кафедрою менеджменту факультету менеджменту та маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Дякуємо Вам за співпрацю!

Цього року конференція проходить на тлі надзвичайно напруженої геополітичної і, як наслідок, економічної ситуації в країні. Стає очевидним, що існуючі модель та стратегія розвитку економіки України вимагають радикальної трансформації. Виникає потреба розроблення нової теоретичної бази для вітчизняної економічної політики. Своєчасне формування адекватних умовам та перспективам України теоретичних підґрунть й методології, що враховували б специфіку виробничого потенціалу, структуру національного багатства, соціальні процеси, є необхідною передумовою виходу країни з кризи, забезпечення її економічної безпеки й можливостей подальшого розвитку.

Підприємство, як локальна економічна система, є елементом реального сектору економіки. Саме тому постає гостра необхідність формування комплексу економічних, фінансових, управлінських засад забезпечення його стійкості й зростання як фундації еволюційного розвитку економіки загалом.

Структура представлених досліджень, розміщених у збірнику, виокремлює три основні напрями системного розвитку підприємств: макроекономічна специфіка, внутрішній механізм і елементи управління, а також джерела та можливості для формування конкурентних переваг.

Представлені статті відображають широкий діапазон результатів досліджень, проведених науковцями, аспірантами та студентами з різних міст і навчальних закладів. Особлива увага приділена прикладним аспектам менеджменту. Перелік проблемних питань охоплює різні галузі і сфери управління реальним сектором економіки. Наведені результати є науково обґрунтованими, містять пропозиції нетривіальних інноваційних рішень та підходів до управління, яких гостро потребують підприємства з огляду на сучасні економічні тенденції.

Сподіваємося, що зібрані в збірнику результати наукових досліджень матимуть свій внесок в формування науково-практичних положень економічного розвитку вітчизняних підприємств.

*З повагою,
Оргкомітет конференції*

ЗМІСТ

**ІННОВАЦІЙНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, ІНВЕСТИЦІЙНІ
СКЛАДОВІ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Абрамов Д.В. ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОРТФЕЛЮ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	12
Бараннік В.О. ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ПОГЛЯД ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ НАЦІОНАЛЬНИХ РАХУНКІВ	16
Богма М.В. КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	20
Бояринова К.О., Михайленко А.А. ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ	25
Ведута Л.Л., Янушкевич С.В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ	29
Гавриш О.А., Дунська А.Р. ЕЛЕМЕНТИ ІННОВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	33
Горобець В.А., Жигалкевич Ж.М. ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	38
Гук О.В., Щербакова О.І. ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ШЛЯХИ МОДЕРНІЗАЦІЇ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ	44
Дейнека О.С. ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	50
Дергачов Є.В. ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІЛОСОФСЬКОГО ЗМІСТУ ПРАВОВОЇ СВІДОМОСТІ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	54
Дергачова В.В., Острроверха Д.В. ПРІОРИТЕТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	59
Дзик О.В. ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	64
Дунська А.Р., Цвіркун А.С. ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ТЕНДЕНЦІЙ	69
Єфіменко Б.А., Бояринова К.О. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА НА ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСАДАХ.....	74
Жалдак Г.П. АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	79
Жигалкевич Ж.М., Пасько О.С. НАУКОВІ ПІДХОДИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	85
Кальченко О.А. СУЩНОСТЬ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧЕСКОЇ БЕЗОПАСНОСТЮ ПРОМИШЛЕННОГО ПРІДПРИЯТТЯ.....	89

Кам'янська О.В., Любарець О.В. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	92
Караєва Н.В., Підберезна О.Ю. ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСОБИ АНАЛІЗУ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	97
Ковальчук О.В., Коцко Т.А., Ченуша О.С. ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	102
Копішинська К.О. ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ	108
Кравченко М.О., Калина О.М. ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ АВТОНОМНИХ СИСТЕМ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ	112
Лисенко А.В. АКТУАЛЬНІСТЬ ПЕРЕОЦІНКИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ	117
Малик І.П., Шкробот М.В. ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	122
Морозов О.Ф., Абрамов Д.В. ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ – ЯК ОДНА ІЗ РУШІЙНИХ СИЛ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	127
Мусіна К.В., Дергачова В.В. ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	131
Найчук-Хрущ М.Б., Когут У.І., Петрук І.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ.....	137
Рухайло В.В., Салоїд С.В. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЙОГО РОЗВИТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	142
Садекова А.И., Гурова В.А. АНАЛІЗ АНТИКРИЗИСНИХ PR-СТРАТЕГІЙ ВО ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЕ КОМПАНИИ	146
Седлерук А.Ю., Гук О.В. МЕТОДИ ОЦЕНКИ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛА ПРОМИШЛЕННИХ ПРІДПРИЯТТІЙ.....	151
Сухоруков А.І., Сухорукова О.А. СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	156
Ткаченко К.Г., Мононько Г.А. ПОБУДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	160
Тринадцятко Б.І. ІННОВАЦІЙНА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН	166
Філіпська Д.Є. РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В ПЕРІОД ІННОВАТИЗАЦІЇ	170
Хомик Н.П. АКТУАЛЬНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ	175
Чорній В.В., Мельник В.О. ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	180
Чупріна М.О., Шеховцова І.А. ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	185

Шкурат В.О., Гук О.В. СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАКРОЕКОНОМІЧНІ	190
--	-----

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Артеменко Л.П., Атаєва А.Н. ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ НА МИРОВОМ РЫНКЕ	195
Барановська М.А., Шеховцова І.А. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗЕД В СУЧАСНИХ УМОВАХ	200
Біличенко І.Б. ЗНИЖЕННЯ ЕНЕРГОЄМНОСТІ ВВП ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	205
Бодак М.С. АНАЛІЗ ІТ-РИНКУ БРАЗИЛІЇ: ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ	209
Бойко О.В., Манаєнко І.М. НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	215
Бондар В.Ю. ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ	220
Гавриш О.А., Черняк Г.М. ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄС.....	225
Гарбовська Н.І. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ.....	229
Голок В.Я. ВАШИНГТОНСЬКИЙ КОНСЕНСУС ЯК МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ....	234
Дергачова В.В., Кравченко О.І. ЕКОНОМІЧНА КРИЗА В КОНТЕКСТІ ДЕЗІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ З РОСІЙСЬКОЮ ФЕДЕРАЦІЄЮ.....	239
Дунська А.Р., Локота А.Г. МІЖНАРОДНИЙ ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКА ПЕРСПЕКТИВА	244
Зінченко Д.В. ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ АЛЬТЕРНАТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	249
Корепанова А.В., Гурова В.О. РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ	254
Крепель А.В. СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ..	259
Луцик О.В. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ	263
Манаєнко І.М., Грибюк Д.В. НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	267

Окороков В.Р., Пічугіна М.А. СТАНОВЛЕННЯ МІНІМУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ	273
Пашенко М.С., Манаєнко І.М. ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНОК ЄС..	278
Пермінова С.О., Лексін Р.І. ПРОБЛЕМИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	283
Петрик О.О., Стрілець А.В. ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.....	288
Чорний В.В., Храмцова М.В. ДЕФІЦИТ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ В УКРАЇНІ ТА ДЖЕРЕЛА ЙОГО ФІНАНСУВАННЯ	293
Шеремет Ю.А., Пермінова С.О. ВІРТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ.....	297
Шеховцова І.А., Мінкін О.Ю. ПРОБЛЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	301
Шкробот М.В., Мурашова М.В. НЕСТАБІЛЬНІСТЬ КУРСУ ВАЛЮТИ В УКРАЇНІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК	305

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Артеменко Л.П., Толмачова Г.В. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	309
Белінська Ю.С., Шульгіна Л.М. ПОНЯТТЯ КАТЕГОРІЇ «НОВИЙ ТОВАР»	314
Варламов Г.Б., Приймак К.О., Оліневич Н.В., Піддубна А.С., Дідик І.С. СУЧАСНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ЕНЕРГОПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ ЕНЕРГО-ЕКОЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ.....	319
Ворончак І.О. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	327
Давиденко В.В., Максименко Д.Б. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ОСНОВІ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ.....	332
Довгань Л.С., Магросова М.О. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	337
Евсєєва О.А. РОСІЙСЬКИЙ ОПИТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	341
Жигалкевич Ж.М., Оношко А.С. ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ	346
Жмайло Е.Б., Луценко І.С. ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ	351
Завальна О.С., Довгань Л.С. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ...	356
Кавун В.А., Кравченко М.О. УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ	361

Кірсєва А.С., Ведута Л.Л. ЗАГАЛЬНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	368
Ковальчук К.Е., Шульгіна Л.М. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ	373
Котова Н.В. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ФОРМА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ	378
Коцко Т.А. ОПЕРАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	382
Кравченко М.О. ДО ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ	388
Крочунов Х.А., Малик І.П. ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	394
Кузнєцова К.О., Чєнуша О.С. АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ЕНЕРГЕТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	399
Лазорєнко Т.В. КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	405
Лізягіна Д.С., Савицька О.М. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ.....	410
Луценко І.С. СКЛАД ЯК ІНТЕГРУЮЧА ЛАНКА ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ	416
Ляшенко О.М. THE ECONOMIC SECURITY IS IMPERATIVE OF MODERN ENTERPRISE MANAGEMENT	421
Ляшенко П.А., Коцко Т.А. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	426
Макарюк К.С. ФОРМУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА УМОВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	432
Максимчук А.О. ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	437
Марковська О.К. КОНКУРЕНТНА БОРОТЬБА ЗА РИНКИ ЗБУТУ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	442
Мельник Я.Д., Ведута Л.Л. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	446
Михайленко І.А., Довгань Л.Є. РОЗВИТОК БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	451
Морозов О.Ф., Тринадцятко Б. І. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ СТАРТАП КОМПАНІЙ.....	456
Мохонько Г.А., Баранчук А.О. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	460
Пасічник Ю.Р. УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	466

Пашина Н.Г. СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ РИЗИКІВ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	471
Рєдько О.В., Морозов О.Ф. ПРО ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ КОМБІНОВАНОГО ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	476
Ріпенко Я.В. НАУКОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ.....	482
Рупняк М.Я. ЕКОНОМІЧНА ДОДАНА ВАРТІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ.....	487
Савицька О.М., Скляр А. Ю. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	493
Салоїд С.В., Давидєнко С.О. НАУКОВІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	498
Ситник Н.І., Жиганівський А.А. ГРЕЙДУВАННЯ ПОСАД У СИСТЕМІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ	503
Скоробогатова Н.С. ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДІВ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ ВИТРАТ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	508
Тарянік В.С., Давидєнко В.В. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	514
Тишкун В.С., Ведута Л.Л. ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ КОНТРОЛІНГУ	518
Тупкало В. М., Вальчук Т. Л. ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ЩОДО СТВОРЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОНТРОЛІНГУ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	523
Чорний В.В., Сич О.О. АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В ОСТАННІ РОКИ ТА ОСНОВНІ ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ	528
Чулкова О. О. АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	533
Шульгіна Л.М., Безносюк А.В. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗА РАХУНОК АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ.....	539

ІННОВАЦІЙНІ, ІНФОРМАЦІЙНІ, ІНВЕСТИЦІЙНІ СКЛАДОВІ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 330.341

Абрамов Д.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОРТФЕЛЮ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті автором розглянуто традиційні джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України, інноваційних проектів, а також наявних негативних тенденцій, що визначають доступність залучення кожного з видів джерел.

Ключові слова: джерела фінансування, інноваційна діяльність, інноваційні проекти.

Author considered traditional sources of financing innovation manufacturing enterprises in Ukraine, innovation projects and available negative trends that determine the availability of involvement of each of the sources.

Keywords: sources of financing, innovation, innovation projects.

Вступ. Вітчизняні суб'єкти господарювання у виробничій сфері на сьогоднішній день опинилися у надскладній зовнішньо та внутрішньо-економічній ситуації: вимушена переорієнтація виробництва в умовах стану війни, високі відсоткові ставки за кредитами, зменшення інвестиційної привабливості країни, погіршення позицій за міжнародними рейтинговими агентствами, зростання недовіри населення до банківської сфери та ін. Такі виклики потребують першочергової диверсифікації фінансових механізмів реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії підприємств, що є ключовою умовою створення конкурентоспроможної продукції з високою доданою вартістю в умовах інтеграції України до європейського економічного простору. Зауважимо, що це, в першу чергу, не є інструментом подолання наявної кризи, а лише способом «вживання» в нових умовах господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами фінансового забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів господарювання займалися багато вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Фундаментальний аналіз інвестиційних процесів розглянуто у працях Дж.М.Кейнса, І.Фішера,

В. Міта. Аналізом підвищення ефективності фінансування інноваційної діяльності займалися Н. Краснокутська, А. Поддєрьогін, М. Туган-Барановський, Й. Шумпетер та ін.

Не зважаючи на різноманітність наукових поглядів щодо управління фінансовими механізмами здійснення інноваційної діяльності на рівні підприємства, ми виділяємо недостатньо досліджену сферу механізму диверсифікації залучення фінансових ресурсів для реалізації інноваційного портфелю підприємства в умовах наявних зовнішніх та внутрішніх економічних дестабілізуючих чинників.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз існуючих традиційних інструментів залучення фінансових ресурсів для реалізації портфелю інноваційних проектів підприємств України.

Результати дослідження. Що, де, як та коли фінансувати є найбільш узагальнюючими питаннями, котрі супроводжують наявну інвестиційно-інноваційну діяльність, пов'язану з реалізацією портфелю інноваційних проектів та які знайшли своє відображення у найбільш розповсюджених рекомендаціях й стандартах проектного менеджменту: IPMA (європейська модель), PMI (американська модель), P2M (японська модель).

Проте, якщо механізм розподілу, перерозподілу та оптимізації фінансових ресурсів для реалізації портфелю інновацій суб'єкта господарювання має певний регламентуючий характер, то безпосередньо процес залучення таких ресурсів визначається першочергово конкретними умовами господарювання, наявною законодавчо-правовою базою, макроекономічними показниками, котрі безпосередньо формують національний інвестиційний профіль.

Відповідно до чинного законодавства, умови фінансування інноваційної діяльності визначаються Законом України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV, де зазначені наступні фінансові джерела [1]:

- кошти Державного бюджету України;
- кошти місцевих бюджетів і кошти бюджету Автономної Республіки Крим;
- власні кошти спеціалізованих державних і комунальних фінансово-кредитних установ;
- власні або взяті у борг кошти суб'єктів інноваційної діяльності;
- кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

Відповідно до вищезгаданого Закону, ми можемо прослідкувати динаміку розподілу обсягу фінансування інноваційної діяльності за джерелами. Такий аналіз дозволить нам в першу чергу виявити доступність залучення кожного джерела відповідно до наявних умов функціонування суб'єкта господарювання.

З наявного розподілу джерел фінансування (рис.1) інноваційної діяльності промислових підприємств України прослідковуються наступні тенденції:

Кошти державного та місцевих бюджетів: критичний рівень фінансування, який сягнув 1,9% із загальної структури, що пояснюється падінням ВВП, від'ємним торговельно-сальдовим балансом й бюджетним дефіцитом, як похідне явище до попередніх факторів впливу.

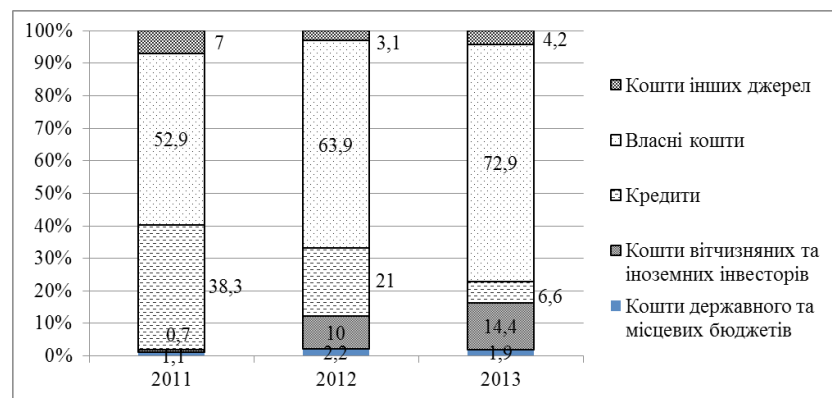


Рис. 1. Розподіл джерел фінансування інноваційної діяльності підприємств України, %

Джерело: [2]

Кошти вітчизняних та іноземних інвесторів: на нашу думку, «значний» темп приросту порівнюючи показники 2013 р. з базовим 2011 р. пояснюється можливістю прогнозування інвесторами своєю діяльність в наявних на той час суспільно-політичних та соціально-економічних умов (щонайменше закладанням очікуваної номінальної ставки дохідності інвестицій у дисконтуванні майбутніх грошових потоках).

Кредити: безумовним фактором скорочення цього ресурсу пояснюється темпами інфляції в країні, що безпосередньо впливають на середньозважену облікову ставку регулятора за всіма інструментами [3].

Власні кошти: збільшення цього показника з 2011 р. до 2013 р. на 20% не відображає позитивні явища у сфері законодавчого регулювання господарської діяльності бізнесу, його стимулювання, яке безпосередньо впливає на рівень його прибутковості та можливості реінвестування прибутку в інноваційні проекти, пришвидшуючи процес перетворення нематеріального активу у «кінцевий продукт». Навпаки, попередньо розглянуті три показники свідчать про обмеженість доступу бізнесу до зовнішніх фінансових джерел, про інвестиційний голод, що безпосередньо відображається на темпах приросту реалізованої продукції та послуг (- 4,3% у 2013 р.) [4].

На нашу думку, для повного розуміння критичності стану наявного ринку капіталу в Україні для забезпечення інноваційно-орієнтованої економіки, заснованої на комерціалізації «нового знання» та формуванні постіндустріального суспільства, необхідно проаналізувати структуру прямих іноземних інвестицій (ПІІ), де система трансферу технології набуває похідне та надважливе значення.

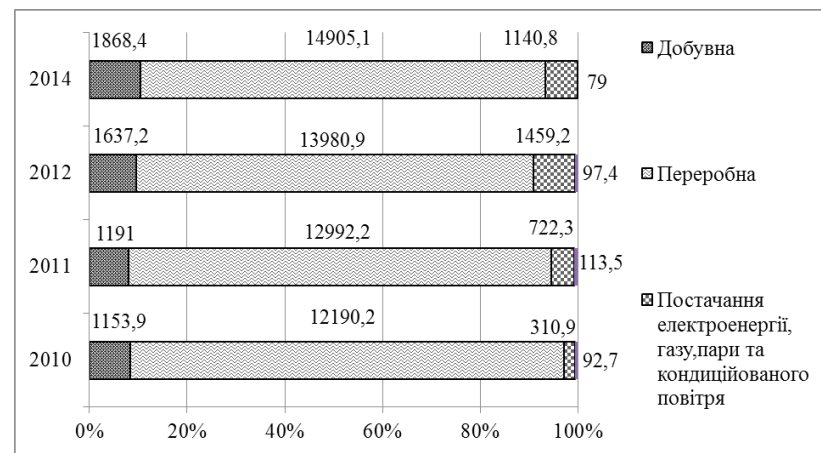


Рис. 2. Структура ПІІ за видами промислової діяльності, млн. дол. США

Джерело: [5]

Статистичні данні свідчать про дуалізм впливу ПІІ на національну економіку та стимулювання переходу на новий технологічний уклад. Серед найбільш привабливих для іноземних інвесторів галузей економіки залишається переробна, де найбільша частка накопичених ресурсів залишається у металургійній промисловості – 34,6% (2013 р.), харчової – 17,9% (2013 р.) та хімічної – 15,3% (2013 р.). Поза увагою залишається високотехнологічне виробництво, оскільки частка машинобудування у цій структурі є нижчою за базовий 2010 р., і в 2013 становить – 6,8% [5].

Висновки. Таким чином, проведений аналіз наявних фінансових механізмів реалізації інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств свідчить про негативні тенденції розподілу джерел фінансування, доступності капіталу та галузевої пріоритетності. Наступні дослідження будуть присвячені деталізовану вивченню й аналізу наявних тенденцій, що визначають механізми та інструменти залучення фінансових ресурсів для реалізації інноваційної діяльності й інноваційних проектів в т.ч.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 04.07.2002 [Електронний ресурс] / Портал «Верховна Рада України». – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Білоконь О. І. Інноваційна діяльність промислових підприємств у 2013 році [Електронний ресурс] / О. І. Білоконь – 2013. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm.
3. Бюлетень Національного банку України [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/files/stat.pdf>.
4. Економічна ситуація та макроекономічне прогнозування [Електронний ресурс] / Портал «Міністерство економічного розвитку і торгівлі України». – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&tag=EkonomicznaSituatsiiaTaMakroekonomichnePrognozuvannia>.
5. Надходження прямих інвестицій від нерезидентів та внесення прямих інвестицій за кордон [Електронний ресурс] / Портал «Державна Служба Статистики України» – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/metaopus/2014/0106001_2014.htm.

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Бояринова К.О.*

УДК 330.341.1

Бараннік В.О.

к.е.н., с.н.с.

Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень, м. Дніпропетровськ

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ПОГЛЯД ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ НАЦІОНАЛЬНИХ РАХУНКІВ

У статті розглядається підхід до оцінки інноваційного потенціалу підприємства на основі системи критеріїв різних ієрархічних рівнів, економічного, соціального та екологічного характеру, які дозволяють характеризувати природу інноваційних процесів

Ключові слова: інноваційний потенціал підприємства, інноваційний розвиток, інновація, інноваційний прорив, оцінка інноваційного розвитку

The approach to the assessment of innovative potential of enterprise on the basis of criteria of different hierarchical levels, economic, social and environmental issues, that characterize the nature of innovative processes is considered.

Keywords: innovative potential of enterprise, innovative development, innovation, innovative breakthrough, innovation development rating

Вступ. Не треба доводити важливість та необхідність саме інноваційного типу розвитку як для економіки України в цілому, так і для окремих її галузей та конкретних підприємств. Незважаючи на формально всебічну

відданість інноваційному розвитку, реальних суттєвих зрушень на цьому шляху в державі не відбувається. Більше того, країна перебуває в певному замкнутому колі: слабкість економіки базується, в тому числі, і на неспроможності забезпечення високого рівня технологічного розвитку та використання сучасних досягнень науки та техніки, які, в свою чергу, через неможливість забезпечення відповідного фінансування (з причини низького економічного розвитку держави) поступово зменшують свою спроможність забезпечити такий розвиток економіки країни.

В той же час, як показано в роботі [1, с.9-10] перед Україною стоїть проблема вибору одного з двох можливих сценаріїв подальшого розвитку: або **забезпечити інноваційний прорив** з виходом на прискорене економічне зростання й досягнення на цій основі високих соціальних стандартів, або піти **шляхом підтримки та вдосконалення традиційних виробництв**, посилюючи при цьому існуючі застарілі технологічні уклади (за оцінками [2] в дійсний час в економіці України домінує третій технологічний уклад частка якого складає 58%, частка четвертого технологічного укладу складає 38%, а на п'ятий та шостий припадає лише близько 4% продукції, що випускається) та виробничі відносини. **Сьогодні стихійно реалізується другий сценарій.**

Слід зазначити, що шлях до інноваційного розвитку є достатньо складним й потребує вирішення різнопланових проблем та виконання низки умов, а саме:

- наявності суспільного усвідомлення потреби в інноваційному (революційному) шляху розвитку;
- наявності достатньої кількості активних учасників інноваційних процесів;
- наявності відповідної інфраструктури, включно з інформаційними та освітніми системами, захистом інтелектуальної власності;
- бракуванні інвестиційних коштів для розвитку;
- складність у визначенні правильних стратегічних й тактичних пріоритетів (напрямок розвитку);
- формування відповідних інструментів управління інноваційними процесами;
- недостатністю правового та інституційного регулювання інноваційними процесами тощо.

В загальному плані, інноваційна спроможність та наявний технологічний рівень є невід'ємними складовими конкурентоспроможності національної економіки й, в значному ступені, визначають місце країни в різноманітних рейтингових оцінках. При цьому, як показано в роботі [3, с. 4] стає все більш очевидним, що традиційно прийнятне економічне зростання (в більшості випадків оцінюється як ВВП країни), традиційні моделі розвитку не в повній мірі визначають розвиток бо не враховують його екологічні та соціальні аспекти.

Таким чином, для забезпечення ефективного інноваційного розвитку економіки країни потрібно чітко визначити комплексні орієнтири (економічні, соціальні, екологічні) для досягнення та систему оцінки (моніторингу) просування на цьому шляху. Один із можливих підходів до інтегральної оцінки інноваційного розвитку підприємства на основі системи національних рахунків розглянуто в даній роботі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Безумовно, розгляду проблематики забезпечення інноваційного розвитку присвячено безліч робіт: починаючи з класиків економічної думки (Й. Шумпетер, П. Друкер, М. Портер, М. Кондратьєв) й до сучасних економістів розробників національних інноваційних систем (К. Фрімен, Р. Нельсон, Дж. Досі, Б. Лундвалл). Серед останніх публікацій слід виділити роботи українських вчених-економістів Гальчинського А.С., Геєця В.М., Кінаха А.К. та Семіноженко В.П. [4], вже цитовану вище роботу Інституту Проблем Національної безпеки, «Національна інноваційна система України: проблеми і принципи побудови» [1], роботу НІСД [5], а також роботи Лапко О.О., Федулової Л.І., Ілляшенка С.М., Телетова О.С., Соловійова В.П. тощо. В більшості випадків роботи присвячені розробці теоретико-методологічних аспектів переходу країни до інноваційного типу розвитку. В той же час, питання виміру рівня інноваційності країни залишаються не достатньо вивченими.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є розробка нового підходу до оцінки рівня інноваційності країни, який повинен базуватися не тільки на кількісних даних щодо підприємств та науковців, які займаються інноваційною діяльністю, а і, в першу чергу, базуватися на даних, щодо досягнутих результатів їх інноваційної діяльності. Основою такого підходу є індикатори оцінки економічного багатства країни та врахування екологічних та соціальних його складників, які наводяться в системі національних рахунків.

Результати дослідження. Серед великої кількості визначень інновації наведемо лише два. Перше, традиційне наведене в Вікіпедії [6]: інновації це нововведення в галузі техніки, технології, організації праці або управління, засноване на використанні досягнень науки і передового досвіду, а також кінцевий результат інноваційної діяльності. Крім того, інновація – 1) вкладення коштів в економіку (*скоріш за все в науку, авт.*), що забезпечує зміну техніки та технології; 2) нова техніка, технологія, що є результатом досягнень науково-технічного прогресу. Істотним чинником інновації є розвиток винахідництва, раціоналізації, поява великих відкриттів. В загальному розумінні – це перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, який втілюється в нових продуктах та технологіях. В той же час слід зауважити, що не всі потенційно нові й прогресивні досягнення науки та техніки та їх реалізацію можна вважати інноваціями, є ще певні ознаки, які саме і дозволяють виокремити їх з традиційних досягнень та визначити як інновація.

В цьому плані наведемо інше визначення інновації, яке наведено в роботі С.М. Ілляшенка [7]: інновація – кінцевий результат діяльності, що

спрямована на створення й використання нововведень, втілених у вигляді вдосконалених чи нових товарів (виробів чи послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, **які сприяють розвитку й підвищенню економічної ефективності виробництва і споживання або забезпечують соціальний чи інший ефект.**

В класичній інтерпретації інноваційних процесів, які в сучасному їх розумінні були введені представником австрійської економічної школи Шумпетером, головними ознаками інновації вважається **гранична корисність**. Як показано в роботі [1, с.18], саме визначення *граничної корисності, усвідомлення значення й ролі ринкових цін (як субстанції інформації про економічний розвиток) підводить до розуміння сутності інновації, яка в цьому контексті виступає у формі найвищої корисності для конкретного періоду часу*. І далі, *аналіз структури відносних ринкових цін дає ключ до розуміння інновації як динамічного процесу якісних змін, що збільшують безпеку життєдіяльності суспільства та його членів через зростання багатства та матеріальної захищеності*. Необхідно навести і виведену Шумпетером формулу інноваційних процесів: **інновація являє собою історичне явище, що викликає необоротну зміну способу виробництва товарів, якщо замість зміни величини факторів ми змінюємо функцію виробництва, то маємо саме інновацію** [1, с.20].

Саме відштовхуючись від другого визначення інновації (акцент на економічну, соціальну ефективність) та класичного розуміння інноваційних процесів, як зміни функції виробництва запропонований підхід до оцінки рівня інноваційності.

Перш за все зазначимо, що сучасна наукова парадигма розвитку (сталого розвитку) значно розширює поняття багатства, додаючи до нього екологічні та соціальні складники. В роботі [3] до основних складників багатства віднесені:

- природний капітал (мінерали та викопне паливо; деревина та не деревовидні вигоди від лісу; рілля та пасовища; природні території що охороняються);
- вироблені активи;
- людські ресурси.

Ідея підходу полягає в тому, що, визначаючи інноваційний розвиток підприємства, необхідно виокремити основні складники розвитку й оцінити їх ефективність (динаміку змін).

Як приклад, для підприємства аналогом національного багатства може стати його ринкова оцінка – ІРО. Далі, виокремлюючи використані ресурси, виробничі фонди й фінансові надходження, можна визначити внесок людського фактору. І нарешті, маючи дані про прибутковість (або не прибутковість) підприємства достатньо просто розрахувати різного роду ефективність діяльності підприємства. Перш за все, дати відповідь на запитання: за рахунок чого (фінансових, сировинних або людських склад-

ників) відбувається розвиток підприємства і наскільки він ефективний в порівнянні з іншими аналогічними підприємствами.

Висновки. В такому разі ми зможемо виокремити саме ті підприємства, які, перш за все, змінюють не стільки фактори зростання, а функцію виробництва і можуть вважатися інноваційними.

Література

1. Національна інноваційна система України: проблеми і принципи побудови / Макаренко І.П., Копка П.М., Рогожин О.Г., Кузьменко В.П. / За наук. ред. І.П. Макаренка. – К.: Інститут проблем національної безпеки, 2007. – 520 с.
2. Єрохін С.А. Технологічні уклади, динаміка цивілізаційних структур та економічна перспектива України // Економічний часопис-XXI. – 2006. – №1-2. – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2006/1-2/20060102.html>
3. Диксон Дж. Новий взгляд на богатство народов. Индикаторы экологически устойчивого развития / Дж. Диксон, Ж. Бэккес, К. Гамильтон, А. Кант, Э. Латц, С. Педжиола, Ж. Хи / [Перевод с англ. В.Н. Сидоренко, Т.А. Глушко. Научные редакторы перевода и авторы предисловия С.Н. Бобылев, В.Н. Сидоренко]. – М.: Центр подготовки и реализации международных проектов технического содействия, Проект ГЭФ «Сохранение биоразнообразия», 2000. – С. 175.
4. Гальчинський А.С., Гець В.М., Кінах А.К., Семиноженко В.П. Інноваційна стратегія українських реформ / А.С. Гальчинський, В.М. Гець, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко. – К.: Знання України, 2002. – 336 с.
5. Інноваційний розвиток промисловості як складова структурної трансформації економіки України: аналіз доп. / О.В. Собкевич, А. І. Сухоруков, А.В. Шевченко [та ін.]; за ред. Я.А. Жаліла. – К.: НІСД, 2014. – 152 с. – (Сер. «Економіка», вип. 15).
6. Інновації [Електронний ресурс]// Вікіпедія. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/інновації>
7. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: Підручник. – Суми: ВТД – Університетська книга, 2010. – 334с.

УДК 339.138

Богма М.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

КОНЦЕПЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність понять «соціально-етичний маркетинг» та «соціально-відповідальний маркетинг». Соціально-етичний маркетинг розглядається як невід'ємна складова соціально відповідальної діяльності підприємства. Визначено роль і переваги впровадження соціально-етичного маркетингу.

Ключові слова: Концепція соціально-етичного маркетингу, соціально відповідальний маркетинг, інноваційний розвиток підприємства.

In the article we examined the terms concept of «social and ethical marketing» and «socially responsible marketing». Social and ethical marketing is considered as an integral part of company's social responsibility. Also, it has been grounded the role and advantages of the social and ethical marketing.

Keywords. The concept of social and ethical marketing, socially responsible marketing, innovative development of company.

Вступ. На сьогодні, в умовах економічної кризи, підприємства потребують значних соціально-економічних змін, які б сприяли швидкому відновленню результативності їх діяльності. Одним із таких антикризових заходів є впровадження концепції соціально-етичного маркетингу, яка по-перше, добре узгоджується із положеннями інноваційної діяльності, по-друге, надає останній виразної клієнто-орієнтованості, а отже, по-третє, визначає доцільні напрями інноваційного розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності, напрямків та можливостей розвитку концепції соціально-етичного маркетингу на ринку товарів та послуг присвятили свої праці такі видатні зарубіжні та вітчизняні вчені, як Ф. Котлер, Е. Діхтль, Р. Ренденбах, П. Робін, В. Гордін, І. Березін, А. Войчак, А. Старостіна та інші.

Варто відзначити, що серед науковців досі немає єдиного підходу до тлумачення поняття «соціально-етичний маркетинг». Так, С. Захарова використовує термін «соціальний маркетинг» (виявлення потреб та інтересів цільових ринків та забезпечення бажаного більш ефективними ніж у конкурентів засобами з одночасним збереженням та укріпленням благополуччя споживача та суспільства). Інші науковці використовують дещо відмінні варіанти назви цієї концепції, а саме: В. Е. Гордін, В.В. Іванов, Є.П. Голубков вживають поняття «соціально-етичний маркетинг»; І. Березін використовує «етико-соціальний маркетинг»; А. Тета – «суспільно-орієнтований соціальний маркетинг»; А.П. Панкрухін – «соціально-орієнтований маркетинг»; М. Сімановська – «соціально-відповідальний маркетинг»; В.І. Мартинова – «суспільний маркетинг». Ф. Котлер притримується думки, що соціальна концепція маркетингу є новітнім досягненням філософії бізнесу [1, с. 66].

Однак, у працях досі недостатньо досліджене значення концепції соціально-етичного маркетингу для активізації інноваційного розвитку промислового підприємства.

Постановка завдання. Мета роботи – розкрити сутність поняття «соціально-етичний маркетинг», а також визначити місце та значення концепції соціально-етичного маркетингу як основи інноваційного розвитку промислового підприємства.

Результати дослідження. Виникнення поняття «соціальний маркетинг» пов'язують із публікацією у 1971 р. статті Ф. Котлера та Д. Зелтма-

на під назвою «Соціальний маркетинг: підхід до запланованих соціальних змін». Австралійські державні організації з охорони здоров'я були першими, хто почав впроваджувати концепцію соціального маркетингу. Це було зумовлено потребою кардинальних змін передусім на теренах фармацевтичної галузі, у сфері охорони здоров'я, що стали одними з перших ініціаторів проведення антитютюнових кампаній. Надалі соціальний маркетинг динамічно розвивався у США, Канаді, Австралії [2, с. 91]. Декілька прикладів тлумачення поняття «соціально-етичний маркетинг» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз визначення терміну «соціально-етичний маркетинг»

Автор	Трактування поняття
Ф. Котлер [3]	Концепція соціально-етичного маркетингу стверджує, що основним завданням організації є визначення нестатків, потреб та інтересів цільових ринків і забезпечення їхнього задоволення більш ефективними і продуктивними, ніж у конкурентів, засобами із одночасним збереженням та забезпеченням благополуччя споживача й суспільства в цілому.
О.А. Овечкіна [4, с. 18]	“є концепція соціально-етичного маркетингу, що ставить перед підприємцями задачу виявлення нестатків і потреб цільових ринків та їх забезпечення за допомогою ефективніших, ніж у конкурентів, способів, з одночасним збереженням і зміцненням благополуччя споживачів й суспільства в цілому”.
С. І. Чеботар [5]	Соціальний маркетинг – це діяльність щодо розробки соціальних програм для певних соціальних груп з метою сприяння соціальним ідеям і рухам, практичним діям тих чи інших соціальних організацій (наприклад, маркетинг соціальних служб молоді).
Т.А. Ващенко, І.В. Белкін [6]	Соціально-відповідальний маркетинг – це процес виявлення та задоволення потреб споживачів з урахуванням потреб усього суспільства в цілому.

Метою інноваційного підприємства згідно з концепцією соціально-етичного маркетингу є визначення та задоволення потреб споживачів більш ефективними, ніж у конкурентів засобами. Таким чином, підприємство орієнтується не лише на отримання прибутку, а й на створення іміджу свідомого підприємства, яке піклується про сталий розвиток суспільства, стан зовнішнього середовища та екологізацію власного виробництва [7, с. 232].

Нині роль соціально-етичного маркетингу стає дуже важливою. Адже ефект від іміджу свідомої компанії, якій не байдуже навколишнє середовище, є досить сильним і серйозним психологічним інструментом, який впливає на свідомість споживача. Тобто, є вигідним, як для споживача, який відчуває причетність до «благої справи», так і комерційно вигідним для самого підприємства.

Іноземні компанії вже з 70-х років ХХ-го ст. впроваджують аналізовану концепцію. Одними з найвідоміших прикладів є компанії «Avon», «General Meals», «American Express».

«American Express» стала одним з піонерів впровадження соціально-етичного маркетингу. Компанія відраховувала 10 центів з будь-якої банківської

операції на реставрацію статуї Свободи, таким чином зібрана сума лише за 4 місяці становила 1,7 млн. дол. США. Іншим наглядним прикладом є «Avon». Компанія постійно вкладає кошти у дослідження в області раку молочної залози. Тобто іноземні компанії ставлять перед собою великі суспільні цілі, і не в останню чергу задля просування свого бренду [8, с. 66-67].

В Україні керівники підприємств тільки починають розуміти важливість втілення цієї концепції, і її фінансову вигідність для себе. Тому переважна більшість українських соціально орієнтованих компаній – це компанії з іноземним капіталом, або ж великі вітчизняні компанії («Наша ряба», «Київстар»). Тому, ті підприємства, які першими почали здійснювати імплементацію соціального маркетингу є новаторами в Україні. Вони є «піонерами», які вибудовують власну інноваційну стратегію на основі концепції соціально-етичного маркетингу.

Впровадження на вітчизняних компаніях соціально-етичного маркетингу дозволить їм отримати такі переваги:

- значно підвищити власні конкурентні позиції;
- укріпити нематеріальні активи;
- зміцнити лояльність споживачів до продукції і до підприємства в цілому;
- скоротити операційні витрати;
- залучити зацікавлені сторони та інвесторів;
- збільшити обсяги реалізації продукції;
- отримати позитивну реакцію з боку спільноти;
- впровадити власну інноваційну стратегію розвитку.

Яскравим представником інноваційної вітчизняної компанії, яка керується концепцією соціально-етичного маркетингу є корпорація «Оболонь». Вже понад шість років компанія впроваджує політику соціального маркетингу та щорічно надає у публічний доступ соціальні звіти, створюючи тим самим імідж підприємства, яке є максимально «прозорим». Корпорація здійснює соціальну діяльність у багатьох напрямках: екологія, безвідходне виробництво, робоче середовище персоналу, освітній і культурний розвиток суспільства.

Згідно до соціального звіту 2013-2014 рр. «Оболонь» досягла таких результатів (табл. 2):

Висновки. На основі проведеного аналізу, можна дійти висновку, що соціально-етичний маркетинг – це сучасна філософія здійснення маркетингової діяльності підприємства та один із засобів інноваційного розвитку організації. Недотримання принципів соціального маркетингу звує можливістю успіху компанії. Головним принципом соціально-етичного маркетингу є досягнення балансу інтересів бізнесу, громадян і суспільства в цілому. Саме тому, впровадження цієї концепції в економіку повинно відбуватися системно і комплексно. Однак, в Україні соціальний маркетинг залишається досі незрозумілим і тому неприйнятним більшістю учасників ринку.

Таблиця 2

**Напрямки соціально-етичного маркетингу корпорації
«Оболонь» та досягнуті результати**

Напрямок соціально-етичного маркетингу		Досягнення
Екологія	Ефективне ресурсо-користування	Скорочення споживання природного газу на 11,6 %. Економія – 3'118'000 м ³ . Зменшення на 10,7 % споживання електроенергії
	Безвідходність	16 млн. грн. становлять витрати на охорону довкілля. Зменшення обсягу викидів та стічних вод відповідно на 4,2 т. та 365 млн. л.
Суспільство	Розвиток персоналу	22% співробітників «Оболонь» взяли участь у підвищенні кваліфікації та зміні спеціалізації. 302 студенти пройшли навчально-виробничу практику. Запущено пілотний проект стажування «Квиток у життя» для студентів-маркетологів.
	Життя та здоров'я	4,5 % від загальної кількості працюючих складають люди з особливими потребами (працівники із різним ступенем кардіологічних, онкологічних, офтальмологічних недуг, захворювань на цукровий діабет та проблемами опорно-рухового апарату)
	Благодійність	1,8 млн. грн. інвестувала корпорація «Оболонь» у спонсорські і благодійні проекти у 2013 р. 128 тис. грн. виділено на відновлення лікарні і місцевих шкіл м. Охтирки у 2013 р.; 291,6 тис. грн. – допомога на відбудову та реставрацію релігійних об'єктів у м. Фастів у 2013 р.; 4 будинки сімейного типу у Києві, Фастові, Білій Церкві та с. Пищики – під опікою компанії «Оболонь».
Вир.-во.	Інновації	50% – обсяг повторного використання очищених вод у виробничих процесах. 100 млн.дол. США становили інвестиції у проект побудови Солодового заводу.

Джерело: складено автором на основі [9]

Література

1. Рубан В. В. Сучасні проблеми соціально відповідального маркетингу / В. В. Рубан // Вісник НТУ «ХП» – 2013 – №20(993) – с. 65-70.
2. Решетнікова І. Л. Етичний маркетинг як концепція маркетингової діяльності / І. Решетнікова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №4. – с. 91-95.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; пер. с англ. В. Б. Боброва; под общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1991.
4. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст]: навч. посіб. / О.А. Овечкіна та ін. – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 352 с. – ISBN 978-617-673-202-0.
5. Маркетинг: Навчальний посібник / С. І. Чеботар та ін. – К.: «Наш час», 2007. – 504 с.
6. Ващенко Т.А, Белкін І.В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/75246.doc.htm
7. Морохова В. О. Місце концепцій маркетингу в інноваційному розвитку підприємств-виробників торгівельного обладнання. Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент. – 2012. – №9(34). – С. 228-240.

8. Н.С. Косар. Концепція соціально-відповідального маркетингу у формуванні конкурентних переваг підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/15900/1/32_Kosar_67_68_Modern_Problems.pdf

9. Щорічний соціальний звіт корпорації «Оболонь» за 2013-2013pp. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://report.obolon.ua/>

Науковий керівник: *д.е.н., професор Шульгіна Л.М.*

УДК 330.341

Бояринова К.О.

к.е.н., доцент;

Михайленко А.А.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розкрито основні умови підвищення конкурентоспроможності компанії, зокрема впровадження високотехнологічних інновацій. Для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств необхідно нарощування темпів трансферу унікальних і наукомістких технологій, залучення фінансування для розвитку своєї інноваційної діяльності. При цьому впровадження технологічних інновацій на підприємствах повинно стати основою ефективного бізнесу.

Ключові слова: інновації, конкурентоспроможність, технологічна конкурентоспроможність.

The article describes the basic conditions increase the competitiveness of companies, including the introduction of high-tech innovation. To improve the competitiveness of domestic enterprises should increase the rate of transfer of unique and high technologies, raising finance for development of their innovation. This introduction of technological innovations in enterprises should be the basis for effective business.

Keywords: innovation, competitiveness, technological competitiveness.

Вступ. Одним з основних аспектів розвитку сучасної економіки України є технологічна модернізація. При цьому головним фактором технологічного оновлення підприємств є інноваційний технологічний розвиток виробничої бази підприємств. Ринок перенасичений компаніями, які створюють схожі товари, а кращими серед них є ті, які мають конкурентні переваги відносно інших. Тому технологічна конкурентоспроможність під-

приємства – це один з головних чинників, що характеризує можливість підприємства адаптуватися до умов ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми конкурентоспроможності промислового виробництва в умовах ринкової економіки широко висвітлені в наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених, таких, як: Піддубна Л.І. [1], Дорожкіна, О.К. [2], Коршунова Е.Д. та Миколаїв П.В. [3, 4], Амоша О.І. [6] та ін.

Постановка завдання. Метою даної статті є висвітлення особливостей підвищення технологічної конкурентоспроможності підприємств (ТКС) за допомогою реалізації інновацій.

Результати дослідження. Згідно ряду досліджень, присвячених даному питанню, основними цілями інноваційного розвитку промислових підприємств є [1, с.96]:

- модернізація та оновлення виробничо-технологічної бази підприємства до рівня, здатного забезпечити його довгострокову конкурентоспроможність і можливість випереджального розвитку;
- формування на підприємстві або організація інтеграції підприємства з потужними науково-технічними комплексами, що забезпечують досягнення і підтримку лідерства в наукових дослідженнях, реалізації прогресивних технологій, виробництві високотехнологічної продукції;
- формування на підприємстві парку високотехнологічного обладнання, здатного забезпечити стійкість, прогресивність, конкурентоспроможність та ефективність виробничо-збутової діяльності підприємства;
- здійснення різних форм інтеграції промислового підприємства з організаціями, здатними підвищити рівень його інноваційного розвитку: найбільш розвиненими промисловими підприємствами своєї галузі, науково-дослідними організаціями, освітніми установами, фінансовими інститутами, здатними забезпечити інвестування технологічного розвитку підприємства та ін.

Під технологічною конкурентоспроможністю (ТКС) промислового підприємства розуміється здатність підприємства здійснювати постійне підвищення якості, результативності та ефективності процесів в межах усіх видів своєї діяльності, а також впроваджувати нові процеси, що розширюють сферу діяльності підприємства або підвищують її ефективність [2, с.84]. Формування ТКС залежить від можливостей підприємства залучати необхідні ресурси; здатності перетворювати ці ресурси в необхідні об'єкти, в першу чергу, конкурентоспроможну продукцію підприємства; використовувати отримані результати за призначенням, в тому числі, реалізувати вироблену продукцію; спрямовувати результати від усіх видів діяльності на розвиток підприємства; оптимізувати процеси з метою підвищення їх результативності, ефективності, якості.

Наявність ТКС допомагає сучасним промисловим підприємствам виготовляти та поставляти на ринок конкурентоспроможну продукцію, що свідчить про те, що і саме підприємство є також в свою чергу конкуренто-

спроможним. Оскільки головним доказом цього є саме поєднання таких складових як конкурентоспроможність продукції та технологічна конкурентоспроможність.

З огляду на зазначене, згідно статистичних даних вітчизняні підприємства можуть різко втратити інноваційний чинник конкурентоспроможності через скорочення акумуляції технологій та обладнання, що у 2013 р. (табл. 1) склало лише 5546,3 млн. грн. і досягло рівня 2009-2010 рр. – періоду світової фінансово-економічної кризи.

Таблиця 1

Інноваційна активність вітчизняних підприємств щодо придбання технологій та обладнання

2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
млн. грн								
5546,3	8051,8	10489,1	5051,7	4974,7	7664,8	7471,1	3489,2	3149,6

Джерело: складено авторами на основі [5]

Виходячи з отриманих даних можна сказати, що в цілому вітчизняні підприємства розуміють, що новітні технології відіграють важливу роль в конкурентоспроможності кінцевого продукту і тому кількість коштів, витрачених на купівлю обладнання, зростає особливо порівняно з 2005 та 2006 роками. Але через те, що в деяких галузях обладнання може використовуватися досить довгий час та через нестабільність економічного і політичного стану, закупівлі нових технологій відбуваються все ж таки не постійно та не регулярно, посилення ж кризових процесів обумовлює тенденцію орієнтування на збереження, а не інноваційного розвитку.

Оскільки ТКС є частиною конкурентоспроможності підприємства, впевнено можна сказати, що у кожного підприємства виникає необхідність створювати власну конкурентну перевагу, яка досягається за рахунок інновацій, які можуть бути різними: технології, нові товари і послуги, створення нових ринків та нових організаційних форм.

Таблиця 2

Зовнішні та внутрішні фактори формування технологічної конкурентоспроможності підприємства

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
вплив ринку ресурсів і ринку продукції (послуг)	ресурси підприємства, що є джерелами (резервами) для виконання бізнес-процесів (тобто, ресурсний потенціал підприємства)
економічного характеру (амортизаційна, податкова, фінансово-кредитна політика, інвестиційна політика, участь у міжнародному поділі праці)	основні, допоміжні, обслуговуючі, управлінські бізнес-процеси підприємства, що виконуються певним способом з більшою або меншою прогресивністю, раціоналізацією, ефективністю (іншими словами, процесний потенціал підприємства)

Продовження таблиці 2

адміністративного характеру (розробка, вдосконалення та реалізація законодавчих актів, демонополізація економіки, державна система стандартизації та сертифікації, правовий захист інтересів споживачів)	механізм управління перетворенням ресурсів у процеси і отриманням від виконання процесів деяких результатів (ресурсів), управління взаємодією і ресурсного та процесного потенціалів підприємства (механізм підвищення потенціалу підприємства)
--	---

Джерело: складено авторами на основі [6]

Конкурентоспроможність продукції може бути у разі вдалого поєднання ціни та якості. Тобто, чим вище якість продукції, тим вище попит, і тим більше шансів є у підприємства, що його продукція буде успішно реалізована. Але це поєднання має суперечливий характер. І це проявляється в тому, що висока якість продукції вимагає великих та постійних витрат для її забезпечення, що призводить до підвищення ціни або до зниження рентабельності продукції, а значить і підприємства в цілому. Підвищення ціни є небажаним, бо тоді зменшиться обсяг продажів та/або частка ринку підприємства. Також, звичайно, недоцільним є зниження рентабельності, що пов'язано зі зниженням економічного інтересу підприємства у виробництві продукції. Тому для досягнення балансу та успіху підприємствам доводиться постійно вирішувати цю суперечність.

Продукція, що створена на базі високотехнологічного виробництва з значним рівнем технологічних інновацій може мати значно вищу ціну ніж очікується ринком.

Висновки. Отже, одним з головних напрямів розвитку промислових підприємств є вихід на високий технологічний рівень, оскільки підприємства не можуть розвивати ефективну господарську діяльність без залучення нових технологій й покращення технологічної конкурентоспроможності свого виробництва. Динамічне спрямування зусиль у цьому напрямі веде до підвищення загальної конкурентоспроможності підприємства, забезпечуючи йому стабільні позиції на ринку протягом тривалого часу.

Але виконати це завдання промисловим підприємствам складно, бо однією з важливих причин цього є відсутність ефективної системи управління розробленням, впровадженням та освоєнням технологій на підприємстві.

Література

1. Піддубна Л.І. Технологічна конкурентоспроможність підприємства і сучасні стратегії її формування / Л.І. Піддубна // Вісник ХДЕУ. – 2001. – №4.(20) – С. 95-99.
2. Дорожкіна О.К. Стратегічне планування інноваційного розвитку підприємства / О.К. Дорожкіна // Креативна економіка. – 2011. – №1 (2) – С. 83-88.
3. Коршунова Е.Д. Підвищення технологічної конкурентоспроможності промислового підприємства на основі використання технологій інвестування інноваційним обладнанням / Е.Д. Коршунова, П.В. Миколаїв // Вісник МГТУ «Станкін». – 2011. – №3 (15) – С. 178-181.

4. Коршунова Е.Д. Метод управління інноваційним потенціалом промислового підприємства на основі системної декомпозиції структури та оцінки його елементів / Е.Д. Коршунова, Е.С. Іллічова // Технологія машинобудування. – 2012. – №6 – С. 60-64.
5. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О.І. Амоша // Економіст. – 2013. – №4 – С. 28-32.

УДК 001.895:658

Ведута Л.Л.
ст.викладач;
Янушкевич С.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м.Київ

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ
ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ**

В статті розкрито поняття інноваційного проекту на основі вивчення фахових джерел. Визначені основні характеристики інноваційних проектів та їх структурні елементи. Обґрунтовано необхідність врахування особливостей управління інноваційними проектами.

Ключові слова: інноваційний проект, елементи, управління.

In the article the concept of innovative project based on the study of professional sources. The basic characteristics of innovative projects and their structural elements. The necessity of accounting features of innovative projects.

Keywords: innovative design elements, management.

Вступ. Сучасний етап науково-технічного розвитку потребує від підприємств України створення нового організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю. На рівні підприємства інноваційна діяльність здійснюється за етапами пошуку, обґрунтування та впровадження окремого інвестиційного проекту або комплексу проектів, які реалізують обрану інноваційну стратегію.

Управління проектами є одним із найбільш складних напрямів інноваційної діяльності, оскільки на різних стадіях реалізації проекту можуть змінюватися зміст і обсяги робіт, склад виконавців, що потребує зміни структури проекту. Це одна з причин того, що на вітчизняних підприємствах впровадження інноваційних проектів відбувається не дуже активно. Адже однією з головних умов отримання позитивних результатів по інноваційним проектам це формування ефективної системи управління ним. Зазначене розкриває актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема управління інноваційною діяльністю присвячено багато робіт вітчизняних дослідників: О.І. Амоші, І.О.Александрова, С.С.Аптекара, В.М. Геєця, М.І. Долішнього, В.І. Ландик, М.М. Лепи, О.В. Савчук, М.Г. Чумаченко та інші.

Вивчення процесу управління інноваціями та інноваційними проектами розглядають у своїх наукових роботах: П.П. Микитюк, В.І. Захарченко, Н.М. Корсікова М.М. Меркулов, О.С. Іванілов, Т.О. Скрипко, Н.В. Краснокутська тощо. Проте залишаються недостатньо розробленими питання управління інноваційною діяльністю в контексті дослідження формування організаційно-економічного механізму управління інноваційними проектами.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження та поглиблення теоретичних основ управління інноваційними проектами.

Результати дослідження. Згідно Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційний проект – комплект документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту і інноваційної продукції [1].

Існує значна кількість наукових підходів до поняття «інноваційний проект», але єдиної думки серед науковців досі не існує. Так, за визначенням Скрипко Т.О., інноваційний проект – це плановий комплекс технічних, виробничих, економічних і організаційних заходів, об'єднаних однією генеральною (основною) метою. Він складається з кількох етапів процесу «дослідження–виробництва», узгоджених за ресурсами, термінами і виконавцями, та здійснюється єдиним менеджментом [2, с.232].

Вчені-економісти Йохна М.А. та Стадник В.В. вважають, що інноваційний проект є комплексом взаємопов'язаних заходів, розроблених з метою створення, виробництва та просування на ринок нових високотехнологічних продуктів за встановлених ресурсних обмежень [3, с.316].

За іншим визначенням, інноваційний проект є системою взаємопов'язаних цілей і програм їхнього досягнення, яка становить комплекс науково-дослідних, дослідно-конструкторських, виробничих, організаційних, фінансових, комерційних та інших заходів, відповідно організованих, оформлених комплектом проектною документації, що забезпечують ефективно вирішення конкретного науково-технічного завдання (проблеми), вираженого в кількісних показниках, і сприяють інновації.

Аналіз літературних джерел дає можливість виокремити загальні характеристики інноваційних проектів, зокрема:

- однозначно сформульовані цілі і завдання, які відображають його призначення, в т. ч. показники, що характеризують його ефективність;
- комплекс заходів, націлених на реалізацію визначених цілей;
- чітко визначені терміни початку і завершення проекту;
- обмеженість ресурсів і можливість їх зміни у процесі реалізації проекту.

Інноваційний проект, як і будь-який проект, включає в себе перелік структурних елементів, зокрема:

- функціонально-виконавчу структуру (комплекс досліджень і розробок, роботи з підготовки і перепідготовки персоналу, імпорту й експорту ліцензій, впровадження, освоєння і продажу інновацій);

- техніко-економічне і ресурсне обґрунтування (показники витрат, термінів і ефекту);

- організаційно-економічну структуру (права і відповідальність замовника, виконавців, порядок фінансування, здавання і приймання робіт, санкції, премії) [4, с.350].

В залежності від виду проекту в його реалізації можуть приймати участь десятки організацій проектного та промислового профілю, різні фінансові інститути, наукові, суспільні та громадські організації, комерційні структури. Таким чином, реалізація інноваційного проекту забезпечується багатьма учасниками та організаціями.

Учасники проекту реалізують різні інтереси у процесі здійснення проекту. Обсяг груп у проектній команді, встановлення зв'язків між ними, ступінь централізації залежать від масштабності проекту: чим складніше інновації, тим складніша організаційна структура. Склад учасників проекту, їх ролі, розподіл функцій і відповідальності залежать від типу, виду, масштабу й складності проекту, а також від фаз його життєвого циклу. Для визначення складу учасників проекту, побудови його функціональної та організаційної структури, для кожного проекту на стадії розробки концепції необхідно встановити:

- предметну галузь – цілі, завдання, роботи та основні результати, тобто що потрібно зробити, щоб реалізувати проект, а також його масштаби, складність, попередні терміни;

- відношення власності, що використовуються для реалізації проекту (вартість та приналежність);

- основні ідеї реалізації проекту (способи);

- основні активні учасники проекту (виконавці);

- основні пасивні учасники проекту (призначення);

- мотивації учасників проекту (можливий прибуток, збитки, ризик тощо) [4, с.350].

Як правило, інноваційний проект ґрунтується на інновації, що дає змогу радикально розв'язати актуальні для організації проблеми. З ініціативи комерційних організацій найчастіше реалізуються промислові проекти, проекти дослідження і розвитку та організаційні проекти.

Промислові проекти – це проекти, спрямовані на випуск і продаж нових продуктів і пов'язані з будівництвом споруд, удосконаленням технологій, розширенням присутності на ринку тощо. Щодо проектів дослідження і розвитку, то це проекти, які зосереджені на науково-дослідній діяльності, розроблених програмних засобів опрацювання інформації, нових матеріалів і конструкцій тощо. Організаційні проекти – це проекти, націлені на реформування системи управління, створення нового підрозділу організації, проведення науково-практичних конференцій і семінарів тощо.

Найчастіше підприємства реалізують промислові проекти, які передбачають реалізацію як повного життєвого циклу інновацій, так і лише тих стадій, що пов'язані з її використанням.

Залежно від глибини охоплення етапів інноваційного процесу інноваційні проекти поділяють на повні і неповні.

Повний інноваційний проект охоплює всі етапи інноваційного процесу: від проведення фундаментальних досліджень до реалізації інноваційного продукту. Такому проекту притаманна висока міра новизни; він під силу лише великим організаціям, що мають спеціалізовані науково-дослідні, конструкторські лабораторії та фахівців відповідного рівня, або ж кільком організаціям чи країнам, які спільно розв'язують важливі завдання.

Неповний інноваційний проект передбачає виконання лише окремих стадій інноваційного процесу. Це можуть бути фундаментальні дослідження, дослідження пошукового і прикладного характеру, які здійснюються спеціалізованими науково-дослідними закладами і націлені на створення дослідного зразка новинки, або ж роботи, пов'язані з використанням новинки для комерційних цілей, чим переважно займаються промислові підприємства.

В інноваційному менеджменті управління проектами є одним із найскладніших видів діяльності, оскільки на різних стадіях реалізації проекту змінюються зміст і обсяги робіт, склад виконавців, що потребує зміни структури проекту. Управління проектами інтегрує методику і технологію управління людськими, матеріальними і фінансовими ресурсами, потребує вміння узгоджувати інтереси багатьох його учасників, вміння по-новому розв'язати виробничі завдання, знаходити оптимальні рішення за умов невизначеності і ризику.

Основою концепцією управління проектами є погляд на проект як на зміну будь-якої системи, пов'язану з витратами часу і ресурсів, а процес змін, що здійснюється за розробленими правилами і процедурами, є основою управління інноваційними проектами.

Інноваційні проекти характеризуються високою невизначеністю на всіх стадіях інноваційного циклу. Більше того, успішні випробування можуть бути не прийняті ринком, і їх виробництво має бути припинене. Інновація в своїй основі характеризується альтернативністю та багатоваріантністю рішень. Звідси виникає складність її прогнозування. Це пов'язане з оцінкою майбутньої конкурентоспроможності та адаптацією на ринку.

Отже, критерії успішності інноваційного проекту потребують уважного розгляду, оскільки процес управління інноваційними проектами повинен орієнтуватися саме на ці критерії.

Висновки. В процесі вивчення даної проблематики зроблено висновок, що інноваційний проект повинен розвиватись в межах необхідних та достатніх умов та раціональних обмежень. Кожен проект починається з чіткої постановки його цілей, критеріїв успішного здійснення та попередніх проектів його реалізації. Обмеженнями можуть виступати невизначеність

та непередбаченість фундаментальних досліджень та невідповідність проекту цілям організації, різні ресурсні та технологічні обмеження. На стадії первинної розробки необхідно приділити увагу саме критеріям успішності, а не деталям здійснення проекту.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40–IV [Електронний ресурс] // Оф. Веб-сайт Верховної ради України, сайт «Законодавство України». – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
2. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент : підручник / Т.О. Скрипко. – К.: Знання, 2011. – 423 с.
3. Йохна М.А. Інноваційний менеджмент : навч. посібн. / М.А. Йохна, В.В. Стадник. – К.: Академвидав, 2006. – 464 с.
4. Загуменна Т.В. Особливості управління інноваційними проектами / Т.В. Загуменна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.4. – с.348–360

УДК 330.341.1

Гавриш О.А.
д.т.н., професор;
Дунська А.Р.
к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

ЕЛЕМЕНТИ ІННОВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті визначені елементи інноваційного механізму розвитку промислового підприємства, а саме системи планування, забезпечення, стимулювання, регулювання та контролювання інноваційного розвитку. Досліджено змістовне наповнення кожного елемента в структурі інноваційного механізму та запропонована схема взаємозв'язків елементів інноваційного механізму.

Ключові слова: інноваційний механізм, елементи механізму, розвиток, промислове підприємство.

The article identified the elements of innovation mechanism of industrial enterprises, namely planning, provision, promotion, management and monitoring of innovation development. It was investigated the substance of each element in the structure of innovative mechanism and was proposed scheme linkages elements of innovation mechanism.

Keywords: innovative mechanism, elements of the mechanism, development, industrial enterprise.

Вступ. Кризові явища, властиві сучасному етапу розвитку національної економіки, загострили існуючі проблеми в підходах до управління економічними системами на макро- та макрорівні. Підвищення рівня інтегрованості національної економіки в світовий економічний простір не тільки надає нові можливості для розвитку промислового виробництва нашої країни, а й, в першу чергу, формує нові вимоги до результатів діяльності промислових підприємств, що обумовлює необхідність зміни орієнтирів в управлінні та пошуку інноваційних механізмів розвитку промислових підприємств, спрямованих на забезпечення інноваційного оновлення та економічного зростання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Втім, інноваційний механізм розвитку промислових підприємств залишається однією з найменш вивчених категорій менеджменту. Фрагментарно теоретичні та науково-методологічні засади визначення та формування інноваційних механізмів на різних рівнях ієрархії економічних систем досліджувались в роботах С. Д. Бушуєва [1], В. А. Колоколова [2], І. В. Платонової та Є. В. Горковенко [3], П. Шеко [4], І. Г. Яненкової [5] та інших. Визначення сутності інноваційного механізму розвитку промислових підприємств та підходи до класифікації інноваційних механізмів розвитку були досліджені авторами в роботах [6, 7].

Постановка завдання. Мета статті полягає у виокремленні елементів інноваційного механізму розвитку промислового підприємства, деталізація яких сприятиме визначенню засобів забезпечення ефективного функціонування зазначеного механізму в системі управління підприємством.

Результати дослідження. Інноваційний механізм розвитку промислових підприємств доцільно розглядати як систему взаємозв'язаних елементів, комбінація і одночасне функціонування яких сприятиме інноваційному розвитку підприємства.

Вихідним етапом формування інноваційного механізму розвитку промислового підприємства є чітке усвідомлення мети розвитку в умовах розширення присутності на зовнішніх ринках, міжнародного конкурентного середовища. Головна мета підприємства полягає в підвищенні ефективності свого функціонування. Параметрами функціонування підприємства можуть бути різні показники: з одного боку ті, що характеризують процеси в середині підприємств, з іншого боку ті, що визначають результати їх діяльності. Найважливішим показником функціонування промислового підприємства, що характеризує результат його діяльності, є прибуток. Проте, варто орієнтуватися не тільки на показники результативності, а враховувати і відносні показники ефективності, які за своєю суттю носять порівняльний характер і оцінюють в узагальненому уявленні витрати економічної системи, що були понесені нею для отримання певного результату. Відношення результатів до затрат, що складає основу показника ефективності, і закладено нами у формулювання головної мети промислового підприємства.

Наступним етапом є визначення засобів досягнення цієї мети та факторів, що можуть вплинути на процес досягнення визначеної мети. Для укрі-

плення своїх конкурентних позицій промисловим підприємствам необхідно орієнтуватися в першу чергу на внутрішні джерела інноваційних можливостей, які реалізуються в системі інноваційного управління. Об'єктом інноваційного управління є інноваційна діяльність, якою займається підприємство. Суб'єктом інноваційного управління можна вважати систему управління підприємством в цілому, оскільки результати інноваційної діяльності, як власне і сама інноваційна діяльність, в більшій чи меншій мірі пронизують і зачіпають всі організаційні підсистеми підприємства.

Прогноз розвитку власних інноваційних можливостей передбачає виявлення таких характеристик в майбутньому:

ринкового потенціалу виробника, тобто його можливостей зберегти та розширити конкурентні позиції, отримати стабільний дохід;

фінансового положення та структури коштів на зберігання та укріплення виробничої бази,

фінансового розриву на основі співставлення фактичного розміру прибутку від реалізації продукції, що виробляється, з прогнозованим розміром прибутку для досягнення якого необхідно освоєння нових продуктів.

В структурі інноваційного механізму розвитку промислового підприємства ми пропонуємо виділяти п'ять основних елементних підсистем, які зачіпають процеси інноваційних перетворень в середині підприємства, а саме:

1. Планування.
2. Забезпечення.
3. Регулювання.
4. Стимулювання.
5. Контролювання.

Схематична взаємодія зазначених елементів інноваційного механізму розвитку промислового підприємства представлена на рис. 1.

Виходячи з об'єкту інноваційного управління, планування інноваційного розвитку промислового підприємства має відбуватися на етапах створення додаткової споживчої вартості та на рівні функціональних підсистем. Створення додаткової вартості починається з процесу постачання ресурсів, далі розширюється у виробничому процесі та завершується на етапі збуту продукції, коли сформована загальна додаткова вартість оцінюється споживачем у вигляді корисності продукту, що ним споживається.

Планування на рівні функціональних підсистем має охоплювати такі напрями роботи на підприємстві як основні виробничі процеси, інноваційна діяльність, фінансування, маркетингова діяльність, інформаційні технології, роботу з персоналом, логістичну систему та зовнішньоекономічну діяльність. Кожен із цих функціональних напрямів має свої особливості планування, що знаходить відображення у показниках, які використовуються для формування планів і перевірки їх досягнення в майбутньому.

Для ефективного досягнення запланованих показників розвитку в системі інноваційного механізму на підприємстві доцільно виокремити еле-

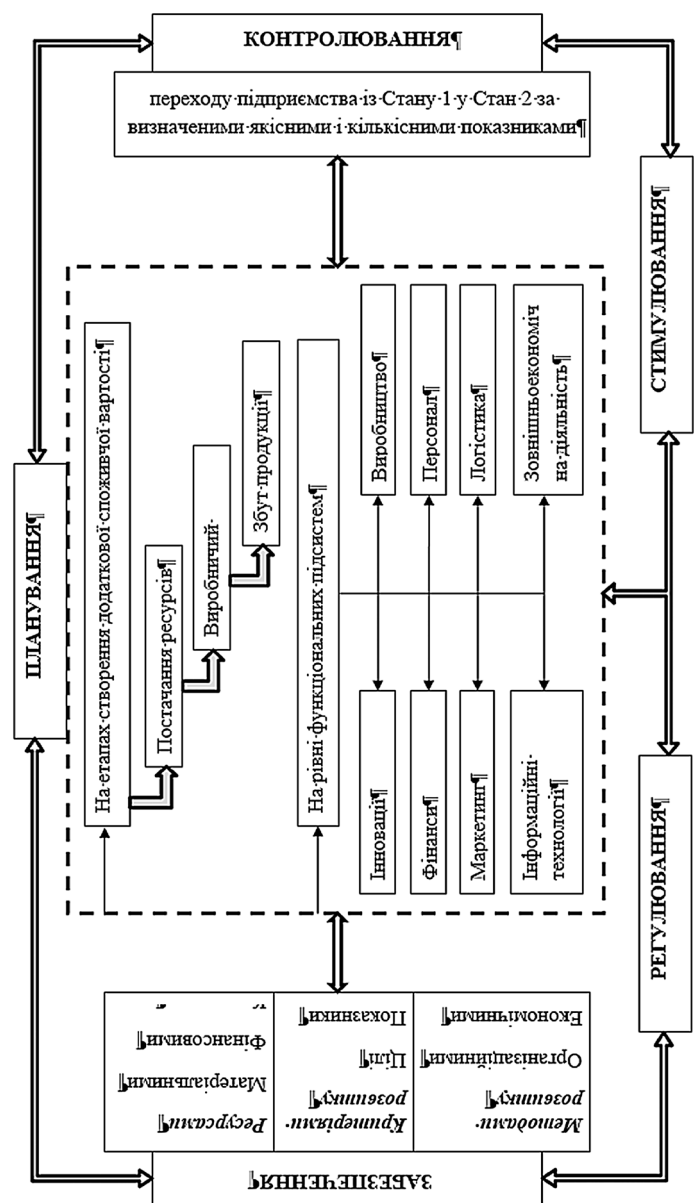


Рис. 1. Елементи інноваційного механізму розвитку промислового підприємства

Джерело: розроблено авторами

мент забезпечення процесів інноваційного розвитку методами розвитку, критеріями розвитку та необхідними ресурсами.

Окремо в структурі елементів інноваційного механізму розвитку підприємства слід виділити регулювання інноваційних змін на підприємстві. Цей елемент інноваційного механізму враховує як взаємозв'язки підприємства із зовнішнім середовищем і, відповідно, ті регуляторні важелі, які існують в оточенні підприємства: економічна та інноваційна політика держави, інструменти державного регулювання інноваційної діяльності, так і процеси регулювання перебігу інноваційних перетворень в середині підприємства, зокрема процедури використання внутрішніх регуляторів розвитку, що містяться в організаційній структурі, системах підпорядкованості, прийняття рішень, мотиваційних механізмах.

Для забезпечення необхідних впливів на об'єкт управління з метою забезпечення функціонування інноваційного механізму доцільно використовувати потенціал наступного елемента досліджуваного механізму – стимулювання. З точки зору напрямку впливу стимулювання може мати внутрішньо організаційний характер, або проявлятися у вигляді стимулів із зовнішнього середовища.

Останнім елементом інноваційного механізму є підсистема контролювання, яка дає можливість відстежити ефективність інноваційного механізму розвитку підприємства на основі порівняння попереднього і поточного стану підприємства за кількісними і якісними показниками.

Всі елементи інноваційного механізму розвитку промислового підприємства взаємозв'язані один з одним і взаємозалежні. У разі змін у одному з елементів інноваційного механізму, відповідно мають бути внесені корективи і у інші елементи.

Висновки. Наукова новизна проведеного дослідження полягає у формуванні системи елементів інноваційного механізму та характеристики їх змістовного наповнення, що дозволить оптимізувати процес формування інноваційного механізму та його втілення в практику господарської діяльності промислових підприємств.

Визначення системи елементів інноваційного механізму розвитку промислового підприємства складає основу для подальших наукових досліджень в напрямку процедурного оформлення кожного із визначених елементів, доведення цих процедур до конкретних методичних інструментів, які можуть бути використані на підприємствах реального сектору економіки.

Література

1. Азаров Н. Я. Инновационные механизмы управления программами развития / Н. Я. Азаров, Ф. А. Ярошенко, С. Д. Бушуев.- «Саммит-Книга», 2011.- 528 с.
2. Колоколов В.А. Инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур [Електронний ресурс] / В.А. Колоколов // Менеджмент в России и за рубежом. – №1. – 2002. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/press/management/2002-1/08.shtml>.

3. Платонова И. В. Содержание компонентов инновационного механизма предприятия / И. В. Платонова, Е. В. Горковенко // Инновационный вестник регион. – № 1. – 2010. – С. 60-63.

4. Шeko П. Инновационный хозяйственный механизм [Электронный ресурс] / П. Шeko // Проблемы теории и практики управления. – № 2. – 1999. – Режим доступа: <http://cupt.ru/pages/content.php?Lang=RU&Mo=2&Year=1999>.

5. Яненкова І. Г. Організаційна складова інноваційного механізму управління розвитком економіки/ І.Г. Яненкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1598>.

6. Дунська А. Р. Визначення категорії «інноваційний механізм розвитку промислових підприємств/ А.Р.Дунська// Маркетинг і менеджмент інновацій. – №2. – 2013. – С. 169-179.

7. Gavrish O., Dunska A. Classification of innovative mechanism's types of industrial enterprises // Journal "L'Association 1901 "SEPIKE". – Ausgabe 7. – 2014. – L'Association 1901 "SEPIKE", Poitiers, France. – С. 63-65.

УДК 338.45

Горобець В.А.
студент ФММ;
Жигалкевич Ж.М.
к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті досліджено сутність інноваційної активності підприємств. Проведено аналіз рівня інноваційної активності та її вплив на конкурентоспроможність українських підприємств. Виділено основні етапи планування бізнес-процесів на підприємствах. Розроблено алгоритм організації впровадження планування бізнес-процесу «інноваційна активність» для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Ключові слова: інноваційна активність, інноваційна діяльність, конкурентоспроможність, планування, бізнес-процес.

In the article the essence of innovation activity of enterprises. Analysis of innovative activity and its impact on the competitiveness of Ukrainian enterprises. The main stages of planning business processes in enterprises. The algorithm implementation planning of the business process «innovation activity» to enhance the competitiveness of enterprises.

Keywords: innovative activity, innovation, competitiveness, planning, business process.

Вступ. У сучасних умовах інноваційна діяльність набуває все більшого значення підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. Це є важливий інструмент конкурентної боротьби та однією з основних складових ефективної стратегії підприємства. Багато дослідників відзначають значне підвищення ролі «технологічного» чинника для економічного розвитку. Рівень розвитку науки, нових технологій, наукоємних галузей, інноваційна активність компаній, участь у міжнародній науково-технічній кооперації формують основу сталого економічного зростання. Орієнтація на інновації є необхідною умовою конкурентоспроможності країни на світовій арені та формування внутрішнього ринку країни. Отже, постає необхідність розробки механізмів, що активізують інноваційні процеси на підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій Проблемам інноваційної діяльності як факторам підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячено значна кількість наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів: Стеценка Д., Скібіцького О., Терещенко О., Гальчинського А., Гейця В., Кінаха А., Семиноженка В., Чернявського А., Алюшиної Н., Василенко В., Котлера Ф., Портера М. тощо. Проте багато аспектів, які стосуються активізації інноваційної діяльності як фактора підвищення конкурентоспроможності підприємств, поки що не мають достатнього теоретичного обґрунтування і потребують широкого спектра спеціальних наукових досліджень.

Постановка завдання. Метою роботи є вивчення та розвиток методичних підходів щодо розвитку інноваційної активності як фактора підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Для досягнення мети у статті мають бути розв'язані наступні завдання:

- дослідити сутність інноваційної активності як фактора підвищення конкурентоспроможності підприємств;
- проаналізувати рівень інноваційної активності українських підприємств
- виділити основні етапи планування бізнес-процесу «інноваційна активність» на підприємствах
- розробити алгоритм впровадження планування бізнес-процесу «інноваційна активність».

Результати дослідження. Конкуренція – головний механізм ефективного функціонування і розвитку ринкової економіки. За відсутності конкуренції і виробництва конкурентоспроможної продукції економіку не можна віднести до ефективної, а її зростання стабільним. Це азбука економічної теорії і практики. Заклики до вітчизняного товаровиробника високими митними бар'єрами, квота на імпорт і т.п. це ознака виробництва ним неконкурентоспроможної продукції, неспроможності конкурувати з іноземними фірмами [1].

З досвіду розвинутих країн можна стверджувати, що інноваційна діяльність підприємств набагато більш ефективний засіб у конкурентній боротьбі, ніж всі традиційні методи. Інноваційна діяльність є загальноновиз-

наним і суттєвим чинником становлення конкурентних переваг в економічному та суспільному розвитку. Вона включає в себе як фундаментальні, так і прикладні наукові дослідження, а також комплекс заходів для доведення отриманих результатів до стадії практичного використання. За такої діяльності інші способи вже не можуть грати істотної ролі. Тому конкурентоспроможність підприємства будь-якої організації в нестабільних умовах залежить від багатьох факторів і, насамперед, від управління і планування інноваційної активності. Причому сферою застосування останньої є не тільки технічні та технологічні складові виробництва, а й управлінські, фінансові, маркетингові, організаційні тощо.

Нині в Україні спостерігається істотне відставання у розвитку інноваційної активності, як в цілому в економіці, так і в окремих галузях і на окремих підприємствах, у тому числі високотехнологічних і середньотехнологічних, що істотно впливає на рівень конкурентоспроможності вітчизняних організацій і країни в цілому на світовому ринку. Тому, особливо важливим є питання розвитку інноваційної активності вітчизняних підприємств як фактора підвищення їх конкурентоспроможності.

В умовах ринкових відносин конкурентоспроможність характеризує ступінь розвитку суспільства. Чим вище конкурентоспроможність країни, тим вище життєвий рівень її жителів. Таким чином, перед українськими підприємствами стоїть проблема підвищення конкурентоспроможності фахівців, товарів, послуг, підприємств та інших об'єктів.

Основні характерні акценти підвищення такого явища як конкурентоспроможність наступні:

- ефективне використання людських ресурсів;
- ефективне управління фінансовими ресурсами;
- управління якістю продукції на системному рівні.

Питома вага підприємств, що займаються розробками інновацій у 2013 році становила 13,6 %. Але спостерігається загальна тенденція підвищення інноваційної активності на вітчизняних промислових підприємствах. За останні 6 років цей показник зріс на 6,2%, але поки не досяг показника 2000 року. Динаміку розвитку інноваційної активності в Україні за період з 2000 року наведено у табл.1. [2].

Серед основних проблем, які стримують інноваційну діяльність в Україні, можна виділити декілька: недосконала система нормативно-методологічного забезпечення та державної підтримки; відсутність системного підходу та єдиної науково-технологічної та інноваційної політики; недостатнє інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень.

Таблиця 1

Інноваційна активність України за 2000-2012 рр.

	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями	Загальна сума витрат	У тому числі за напрямками						інші витрати	
			дослідження і розробки	У тому числі		Придбання інших зовнішніх знань	підготовка виробництва для впровадження інновацій	придбання машин обладнання та програмного забезпечення		
				Внутрішні НДР	Зовнішні НДР					
	%									
2000	18,0	1760,1	266,2	X	X	72,8	163,9	1074,5	182,7	
2001	16,5	1979,4	171,4	X	X	125,0	183,8	1249,4	249,8	
2002	18,0	3018,3	270,1	X	X	149,7	325,2	1865,6	407,7	
2003	15,1	3059,8	312,9	X	X	95,9	527,3	1873,7	250,0	
2004	13,7	4534,6	445,3	X	X	143,5	808,5	2717,5	419,8	
2005	11,9	5751,6	612,3	X	X	243,4	991,7	3149,6	754,6	
2006	11,2	6160,0	992,9	X	X	159,5	954,7	3489,2	563,7	
2007	14,2	10850,9	986,5	793,6	192,9	328,4	X	7471,1	2064,9	
2008	13,0	11994,2	1243,6	958,8	284,8	421,8	X	7664,8	2664,0	
2009	12,8	7949,9	846,7	633,3	213,4	115,9	X	4974,7	2012,6	
2010	13,8	8045,5	996,4	818,5	177,9	141,6	X	5051,7	1855,8	
2011	16,2	14333,9	1079,9	833,3	246,6	324,7	X	10489,1	2440,2	
2012	17,4	1148 0,6	1196,3	965,2	231,1	47,0	X	8051,8	2185,5	

Джерело: складено на основі [2]

Інноваційна активність підприємств багато в чому визначається ефективністю реалізації інноваційних процесів, які включають пошук, відкриття, розробку, удосконалення, освоєння, комерціалізацію нових технологій, продуктів, організаційних структур і методів організації праці, виробництва і управління. Ефективна реалізація інноваційних процесів, як зазначається у фаховій науковій літературі, пов'язана з об'єднанням у межах цілісної відтворювальної структури всіх елементів системи «наука–технологія–виробництво–споживання». Вона передбачає створення розгалуженої системи збутового сервісного обслуговування для стимулювання наукових досліджень і активізації винахідницької діяльності на основі підключення зворотних зв'язків в інноваційному процесі [3, с. 82].

Рівень інноваційної активності організацій визначається як відношення кількості підприємств, що здійснюють інновації хоча б одного типу: технологічні, організаційні, або маркетингові, до загальної кількості обстежуваних за певний період часу організацій. Якщо пояснювати інновації як інновації засновані на знаннях, то очевидна необхідність виділення в якості об'єкту управління в інноваційній сфері саме інноваційне сприйняття підприємств щодо нововведень. Тобто сприйняття результатів інтелектуального капіталу самої організації або інновацій, існуючих в інноваційній сфері. Вбачається, що такий підхід може вагомо підвищити інноваційну активність підприємств.

Методика планування інноваційної активності має відповідати методиці планування бізнес-процесу, а сама інноваційна активність може розглядатися в свою чергу як самостійний бізнес-процес підприємства одночасно визначаючи інтенсивність здійснення інноваційних перетворень у всіх внутрішніх бізнес-процесах підприємства [4, с. 46-50].

У методичному плані існує дві фундаментальні відмінності між традиційним підходом до планування та бізнес-плануванням:

- при традиційному підході робиться спроба планувати існуючі процеси, який може навіть включати якісні і тимчасові критерії. Бізнес-планування передбачає формулювання абсолютно нових процесів, за допомогою яких компанія повинна досягти досконалості, вирішуючи фінансові завдання і виконуючи побажання споживачів. Якраз їх і здатне виявити планування інноваційної активності;

- у бізнес-плануванні інновації, інноваційна діяльність, а відповідно, й інноваційна активність є невід'ємною частиною решти внутрішніх бізнес-процесів.

Алгоритм планування бізнес-процесу «інноваційна активність» повинен відповідати загальному алгоритму бізнес-процесу «інновації», який в свою чергу відповідає субпроцесам бізнес-процесу. Тому, враховуючи особливості планування інноваційної активності, особливості бізнес-процесу «інновації», алгоритм (блок-схему) планування бізнес-процесу «інноваційна активність» підприємства представлено на рис. 1.

Впровадження планування інноваційної активності дозволить організувати діяльність підприємства відповідно з сучасними підходами

до управління. Згідно яких, інновації розглядаються як одна з головних складових внутрішніх бізнес-процесів, а послідовне виконання кожного з етапів планування створює передумови для інтенсифікації та підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства.

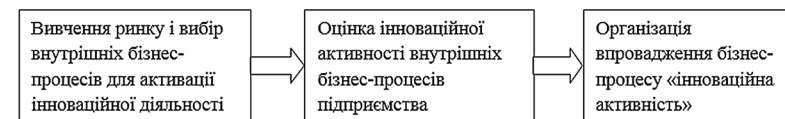


Рис. 1. Блок-схема алгоритму планування бізнес-процесу «інноваційна діяльність»

Досвід високо розвинутих країн показує, що підвищення конкурентоспроможності підприємств можливе лише на інноваційній основі, на максимальному використанні їх інноваційного потенціалу. Отже, вітчизняні підприємства мають врахувати цей досвід. Адже підвищення конкурентоспроможності $\frac{3}{4}$ це важливий інструмент конкурентної боротьби та однією з основних складових ефективної стратегії будь-якого підприємства.

Висновки. В процесі проведення наукового дослідження виявлено і доведено, що інноваційна діяльність набуває все більшого значення для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Впровадження інновацій є перспективним напрямом розвитку конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та економіки в цілому. Але існує ряд проблем щодо підвищення інноваційної активності серед виробництв, зокрема: відсутність належної державної підтримки інноваційної моделі розвитку; недосконалість інституційного та інфраструктурного забезпечення інноваційної діяльності; слабка підтримка вчених та науковців у сфері інноваційних розробок тощо. Зазначені проблеми є підставою для подальших досліджень у сфері підвищення інноваційної активності підприємств на основі удосконалення та розвитку інноваційної діяльності.

Література

1. Стеченко Д.М. Інноваційна політика підвищення конкурентоспроможності економік регіонів України [Електронний ресурс] / Д.М. Стеченко// Теоретичні та прикладні питання економіки. – Випуск 24. – Режим доступу: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2011_24/Zb24_14.pdf

2. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Габитов А.Ф. Сущность инновационного процесса и основные этапы его исследования в экономической литературе / А.Ф. Габитов// Проблемы современной экономики, 2007. – 2 (22). – С. 82.

4. Шаронов А.Н. Управление инновационной активностью предприятия как ключевое направление повышения интенсивности инновационной деятельности // Вопросы новой экономики. – 2011. – № 4. – С. 46-50

УДК 330.341.1:338.432

Гук О.В.
к.е.н., доцент;
Щербакова О.І.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ТА ШЛЯХИ МОДЕРНІЗАЦІЇ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ

Вступ України до Євросоюзу вимагає модернізації вітчизняної харчової промисловості з метою задоволення внутрішнього попиту, а також освоєння нових ринків збуту. Унаслідок зростаючої конкуренції з імпортованими товарами перед підприємствами з'являються нові стимули та перспективи. Вирішення завдань, які стоять перед харчовою промисловістю можливе лише в руслі інноваційного розвитку. Інноваційна діяльність спрямована на модернізацію матеріально-технічної бази та на оновлення і вдосконалення його виробничих сил.

Ключові слова: модернізація, інновації, інноваційний розвиток, харчова промисловість, матеріально-технічна база.

Ukraine's accession to the European Union requires modernization of the domestic food industry to meet domestic demand, and the development of new markets. Due to increasing competition from imported products production, an additional incentive to perfection. Solving problems facing the food industry is possible only in line with the innovative development. Innovative activities aimed at modernization of logistics and to update and improve its productive forces.

Keywords: modernization, innovation, innovative development, food processing, material and technical base.

Вступ. Вітчизняні підприємства не готові до активного інноваційного розвитку, через відсутність необхідної матеріально-технічної бази, ефективного фінансового та правового механізму регулювання, а також через неготовність топ-менеджерів до постійного впровадження змін та адаптації персоналу у напрямку подолання опору цим змінам. У підприємств харчової промисловості загалом відбувається нагромадження застарілої техніки та обладнання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем інноваційного розвитку, модернізації матеріально-технічної бази, забезпечення високотехнологічного розвитку харчової промисловості, приділено увагу у працях багатьох вчених, зокрема: О.І. Амоша, О.М. Кушніренко, Д.Ф. Крисанова, Л.І. Федулової, Г.Г. Васильцева та інших.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз існуючого стану та сприяння розвитку техніко-технологічного рівня підприємств, що передбачає впровадження новітніх маловідходних, ресурсозберігаючих та еколого безпечних технологій, докорінну реконструкцію та модернізацію виробничої бази харчових підприємств, оснащення їх сучасною технікою.

Результати дослідження. Інноваційний розвиток підприємств націлений на формування і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли збільшення його конкурентоспроможності, закріпленню позицій на ринку, та забезпечували б перспективу розвитку. Для подолання технологічного й технічного відставання підприємств та підвищення технічного рівня виробництва необхідно: зниження відсоткової ставки до такого рівня, щоб стало можливим кредитування виробництв, які орієнтовані на внутрішній ринок; оздоровлення фінансово-економічного стану підприємств; залучення іноземних інвесторів у виробництво споживчих товарів з метою підвищення рівня виробництва; модернізація матеріально-технічної бази, залучення нових інвесторів; зростання привабливості галузі, що зумовить збільшення довіри в потенційних інвесторів [1].

Щоб підготувати вітчизняні підприємства до інноваційного прориву, їм потрібно нарощувати свій ресурсний потенціал і змінювати методи управління та організації виробничого процесу. Ефективна модернізація підприємства повинна стати необхідною передумовою його інноваційного розвитку. Техніко-технологічна модернізація спрямована на оновлення матеріально-технічної бази, технології, техніки шляхом запозичення зарубіжного досвіду в сфері інновацій чи власних інноваційних розробок з метою випуску високо конкурентоспроможної продукції [4].

Ключовим чинником підвищення ефективності роботи галузі та посилення конкурентоспроможності харчової продукції на внутрішньому та зовнішніх ринках є активізація інноваційної діяльності підприємств. Протягом 2012-2014 рр. інноваційна активність підприємств харчової промисловості України демонструвала помірну висхідну динаміку (табл. 1). Частка інноваційно активних підприємств у галузі зросла з 13,0 % у 2012 р. до 16,1 % у 2014 р [6].

Українські показники інноваційної активності харчової промисловості значно поступаються показникам європейських країн. Мінімальні показники мають Португалія – 29 % та Греція – 29 %. Максимальні показники: Нідерланди – 62 %, Австрія – 67 %, Німеччина – 69 %, Данія – 71 %, Ірландія – 74 %.

Таблиця 1

Показники інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості

	2012	2013	2014
Кількість інноваційно активних підприємств, од. / % до загальної кількості підприємств галузі	336/13,0	352/14,3	384/16,1
Кількість підприємств, що впроваджували інновації, од. / % до загальної кількості підприємств галузі	284/10,9	296/12,0	313/13,1
Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію, од. / % до загальної кількості підприємств галузі	245/9,4	239/9,7	268/11,2
Обсяги реалізованої інноваційної продукції, млн грн. / % до загального обсягу реалізованої продукції галузі	4912,4/4,0	4660,9/3,2	5485,3/3,3
Обсяги реалізованої за межі України інноваційної продукції, млн. грн. / % до загального обсягу реалізованої інноваційної продукції галузі	880,6/17,9	1143,1/24,5	1475,6/26,9

Джерело: складено авторами на основі [6]

Розвиток галузі на сучасному етапі є можливим лише за умови збільшення частки підприємств, які впроваджують інновації, до рівня 40-45%. У 2012 р. частка підприємств, що впроваджували інновації, становила 10,9 %, у 2014 р. зросла до 13,1 %. При невеликому зростанні обсягів реалізованої інноваційної продукції галузі продовжує скорочуватися її частка у структурі реалізованої продукції харчової промисловості – у 2014 р. вона скоротилася порівняно з 2012 р. (4,0 %) і становила лише 3,3 %.

Через неефективну структуру фінансування інноваційної діяльності у галузі, у якій переважна частка припадає на власні кошти підприємств відбувається повільна інноваційно-технологічна модернізація підприємств – табл. 2. У розвинутих країнах основним джерелом фінансування інноваційної діяльності є бюджетні кошти – держава фінансує до 50% науково-технологічних витрат та від 50-70% витрат на фундаментальні дослідження [3]. Фінансування інноваційної діяльності харчової промисловості українських підприємств наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Фінансування інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості, млн грн.

	2012	2013	2014
Усього	7949,9/100	8045,5/100	14333,9/100
у т. ч. за рахунок			
Власних коштів	5169,4/65,0	4775,2/59,3	7585,5/52,9

Продовження таблиці 2

	2012	2013	2014
Державного бюджету	127,0/1,6	87,0/1,1	149,2/1,0
Місцевих бюджетів	7,4/0,1	5,7/0,1	12,3/0,1
Позабюджетних фондів	1,7/0,0	0,9/0,0	0,5/0,0
Вітчизняних інвесторів	31,0/0,4	31,0/0,4	45,4/0,3
Іноземних інвесторів	1512,9/19,0	2411,4/30,0	56,9/0,4
Кредитів	941,6/11,8	626,1/7,8	5489,5/38,3
Інших джерел	158,9/2,1	108,2/1,3	994,6/7,0

Джерело: складено авторами на основі [6]

Фінансування інноваційної діяльності підприємств у 2014 році, зокрема за рахунок державного бюджету, власних коштів, кредитів та інших джерел наведено на рис.1.

З рисунку 1 видно, що переважна частка припадає на власні кошти 52,9%, іншу частку займають кредити – 38,3 %. Фінансування з державного та місцевого бюджетів, позабюджетних фондів майже не здійснюється. На вітчизняних та іноземних інвесторів припадає – 0,3 % та 0,4 % відповідно. Порівняно з 2014 роком у 2012 та 2013 роках інвестори вкладали гроші у підприємства України. Через нестабільну економічну ситуацію у країні кількість інвестицій значно зменшується.

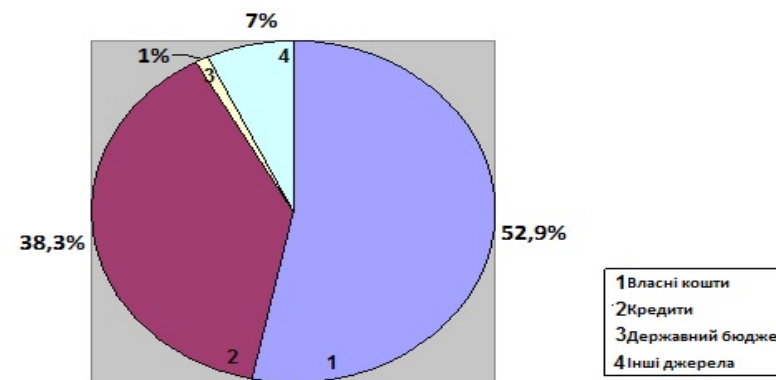


Рис.1. Фінансування інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості у 2014 році

Джерело: складено авторами на основі [6]

Напрями інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості України мають визначатися з урахуванням світових тенденцій розвитку галузі, внутрішнього та зовнішнього попиту на окремі види інноваційної продукції. Основними завданнями інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості є впровадження нових технологій виробництва, модернізація матеріально-технічної бази [5].

Розв'язанню цих завдань сприяє модернізація матеріально-технічної бази виробництва шляхом заміни застарілих основних засобів новими, більш продуктивними, вдосконаленням виробничих відносин та застосуванням новітніх видів ресурсів.

Шляхами модернізації матеріально-технічної бази, також виступають: вибуття всіх екземплярів застарілої та зношеної техніки та відповідну заміну їх новими з одночасним проведенням інноваційної діяльності, що передбачає налагодження випуску нової продукції підвищеної якості (інноваційної), яка відповідає світовим стандартам; збільшення фінансових ресурсів, оскільки їх дефіцит є наслідком істотного послаблення матеріально-технічної бази; стимулювання залучення інвестицій для оновлення вартісного та кількісного складу основних засобів [2].

Шляхом оновлення матеріально-технічної бази є лізинг. По-перше, лізинг дає змогу отримати додаткові інвестиції від іноземних партнерів у вигляді машин і обладнання. По-друге, до лізингових операцій залучаються значні кошти банків, страхових компаній, акціонерних товариств та інших фінансових установ, що перебувають безпосередньо в Україні [5].

Для створення міцної матеріально-технічної бази необхідно активне формування і нагромадження інвестиційного потенціалу, впровадження сучасних технологій і т. д. Нині найголовніше завдання підприємств галузі – поліпшення їх фінансового стану.

Висновки. Основною проблемою є неготовність вітчизняних підприємств до активного інноваційного розвитку, через відсутність необхідної матеріально-технічної бази, ефективного фінансового та правового механізму регулювання. Низький техніко-технологічний рівень розвитку харчової промисловості спричиняє додаткові витрати сировини, високу трудомісткість та енергоємність продукції, зменшує її конкурентоспроможність. Вирішенням проблеми є впровадження новітніх маловідходних, ресурсозберігаючих та еколого безпечних технологій, що є обов'язковою умовою зміцнення конкурентних позицій підприємств України, докорінна реконструкція та модернізація матеріально-технічної бази харчових підприємств, шляхом: заміни застарілої та зношеної техніки, збільшення фінансових ресурсів та стимулювання залучення інвестицій. Оновлення матеріально-технічної бази виробництва підвищує ефективність виробництва, створює конкурентні переваги, забезпечує прогресивні зміни в промисловості, сприяє інноваційному розвитку економіки в цілому.

Джерелами фінансування інноваційного розвитку підприємств мають стати: комплексна державна підтримка, активне залучення коштів іноземних та вітчизняних інвесторів.

Література

1. Амоша О.І. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / О.Амоша // Економіст. – 2012. – №6. – С. 28-34.
2. Кушніренко О. М. Активізація інноваційної діяльності як напрям оновлення матеріально-технічної бази харчової промисловості // Вісник державного агро-екологічного університету. Науково-теоретичний збірник. – 2011. – № 2. – С. 267–273.
3. Крисанов Д.Ф. Харчова промисловість України в контексті розвитку національної інноваційної системи / Д.Ф.Крисанов, К.О.Бужинська // Вісник Хмельницького національного університету. – Т.1. – 2011. – №5. – С.58-66.
4. Федулова Л.І. Технологічний розвиток підприємств України / Л.І.Федулова. – К.: Інститут економіки та прогнозування, 2013. – 627 с.
5. Васильців Г.Г. Стратегічні засади управління використанням матеріально-технічної бази підприємства / Г.Г. Васильців // Науковий вісник НЛТУ України, 2012. – Вип. 18. – С. 275-279
6. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article>

Дейнека О.С.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто засоби підвищення конкурентоспроможності підприємства через впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій.

Ключові слова: технологічна інновація, ресурсозберігаючі технології, конкурентоспроможність, інновації на підприємстві.

The article examines means of improving the competitiveness of enterprises through the introduction of innovative energy-saving technologies.

Keywords: technological innovation, resource-saving technologies, competitiveness, innovation in the industrial enterprise.

Вступ. В умовах ринкової економіки, коли в результаті жорстокої конкурентної боротьби виживає найсильніший, гостро стоїть проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Впровадження інноваційних ресурсозберігаючих технологій на підприємстві є досить дієвим методом боротьби, що допомагає утримати свої позиції на ринку, а іноді і стати лідером у своїй галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін інновації вперше ввів Й. Шумпетер, що в буквальному перекладі означає «втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу» [1].

Значний внесок у вивчення питання теорії і практики конкурентоспроможності підприємств зробили вчені М. Портер, Ж.Ж. Ламбен, Г. Азоєв, Драган О. І., Трещов М. М. та інші [2, 6].

Вивченням теорії та практики інноваційної діяльності займалися такі вітчизняні та закордонні економісти-дослідники як Шамина Л. К., Барун М. В., та інші [4, 5].

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд та обґрунтування рекомендацій з підвищення конкурентоспроможності підприємства, за допомогою впровадження ресурсозберігаючих технологій, що призведуть до значної економії витрат на виробництво та зменшення собівартості продукції.

Результати дослідження. Ефективним методом підвищення конкурентоспроможності на виробничому підприємстві є запровадження та постійне здійснення інноваційної діяльності.

Конкурентоспроможність підприємства – здатність господарюючих суб'єктів пристосовуватись до нових умов господарювання, використовуву-

вати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках товарів та послуг, максимально використовуючи наявні ресурси та якомога повно задовольняючи потреби покупця [2].

На думку Драган О.І. конкурентоспроможність відповідає таким принципам і положенням [6, с. 31-32]:

- конкурентоспроможність підприємства формується на основі впровадження нововведень, поліпшувань та змін (реструктуризація);

- конкурентоспроможність підприємства стосується всієї системи створення цінностей – це весь набір видів діяльності, які взаємодіють у процесі створення, виробництва і реалізації продукції;

- конкурентоспроможність підприємства повинна постійно підтримуватися безперервним удосконаленням;

- конкурентоспроможність підприємства може забезпечуватися різними методологічними підходами і характеризується різноманітними способами досягнення;

- конкурентоспроможність підприємства забезпечується завдяки наявності конкурентних переваг, які формують конкурентоспроможність продукції;

- конкурентна перевага, що забезпечує конкурентоспроможність підприємства, може формуватись в різних площинах діяльності підприємства: менеджменті, маркетингу, логістиці, фінансовій діяльності, підприємництві, і реалізуватися за допомогою різноманітних методичних підходів;

- дослідження конкурентоспроможності підприємства передбачає ретельний розгляд всіх складових, елементів, факторів внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності підприємства.

Термін «інновація» було запроваджено австрійським економістом Йозефом Шумпетером, що стверджував : «інновація – це історичне явище, що викликає необоротну зміну виробництва товарів. Якщо замість зміни величини факторів ми змінимо функцію виробництва, то матимемо саме інновацію» [1]. Отже, на думку Й. Шумпетера, інновація – це встановлення нової виробничої функції.

Впровадження інновацій на підприємстві, а саме технологічних інновацій, призводить до економії витрат та зниження собівартості продукції (ресурсозберігання).

Л. Шамина та О. Самсонова у статті «Особливості впровадження технологічних інновацій» пропонують вважати технологічними інноваціями «інновації в галузі технологій, удосконалення технологій, застосування принципово нових технологій у виробництві продукту, освоєння нових технологічних регламентів, нових видів технологічного обладнання і технологічного оснащення» [4].

Найбільш вдалим трактуванням суті технологічної інновації можна вважати : «результат інноваційної діяльності, який існує у вигляді нового або вдосконаленого продукту, що впроваджений на ринок, або у вигляді нового або вдосконаленого технологічного процесу, який використовуєть-

ся в практичній діяльності. Відповідно, технологічні інновації тягнуть за собою зміни в технологічних процесах і, відповідно, в технологічній структурі економіки» [3, с. 20].

В умовах обмеженості ресурсного потенціалу підприємств актуалізується проблема ресурсозбереження як чинника підвищення конкурентної переваги.

Ресурсозберігання – це прогресивний напрямок використання ресурсного потенціалу підприємства, безперервний процес економії на всіх етапах виробничо-господарської діяльності, який забезпечить зменшення витрат виробництва, зростання виробництва продукції, зменшення собівартості при тій самій кількості використання ресурсів, сировини та палива. Також слід зазначити, що ресурсозбереження – це наукова, комерційна, організаційна та інформаційна діяльність яка спрямована на раціональне та комплексне використання всіх видів ресурсів підприємства з врахуванням існуючого стану НТП та стану навколишнього природного середовища [5].

Кожне підприємство, яке виходить на ринок з власною продукцією, намагається досягти переваги над іншими підприємствами-конкурентами. Можливості підприємства у досягненні такої переваги визначаються таким поняттям як конкурентоспроможність.

Як приклад впровадження інноваційної ресурсозберігаючої технології візьмемо підприємство з виробництва цементу. Технологічна інновація буде стосуватися зміни мокрого способу виробництва клінкеру для цементу на сухий.

Цементний клінкер – проміжний продукт при виробництві цементу. Власне цемент – це продукт помелу клінкеру до порошкоподібного стану з додаванням гіпсу та шлаку.

У 2013 році відбулася зміна способу виробництва клінкеру з мокрого на сухий. Проаналізувавши ринок продажів 2013 і 2014 років, можна відстежити динаміку зростання обсягу продажів і збільшення частки на ринку.

Перехід з мокрого способу на сухий, тягне за собою зменшення витрат на виробництво, це в свою чергу веде до зменшення собівартості цементу. Таким чином конкурентоспроможність підприємства збільшилася, що призвело до збільшення виробництва, відповідно до збільшення продажів і частки на ринку.

В табл.1 та на рис 1. зображено зміну обсягів продажу цементу за 2 роки та зміну долі ринку, після впровадження ресурсозберігаючої технології.

Зростання частки ринку та обсягів продажу пояснюється тим, що в ситуації коли спостерігається кон'юнктурний спад, підприємство навпаки збільшує свої потужності, так як клієнти шукають можливість заощадити, а оскільки вартість цементу менша ніж у конкурентів, а якість його не змінилася за переходу на сухий, у підприємства з'явилися нові клієнти.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця обсягів продажу цементу за 2013-2014 рр.

	Обсяг продажу, т. 2013	Обсяг продажу, т. 2014	Заг. обсяг продажу по Україні, т. 2013	Заг. обсяг продажу по Україні, т. 2014	Доля на ринку 2013	Доля на ринку 2014
Січень	34 700	32 694	244 420	269 875	14%	12%
Лютий	57 254	73 404	417 456	450 594	14%	16%
Березень	94 990	126 055	611 941	834 293	16%	15%
Квітень	117 747	89 608	900 410	911 710	13%	10%
Травень	126 013	115 119	1 035 914	982 028	12%	12%
Червень	92 216	121 851	1 018 944	867 731	9%	14%
Липень	116 631	122 620	1 152 902	954 262	10%	13%
Серпень	109 589	164 553	1 210 940	942 049	9%	17%
Вересень	103 646	169 427	956 762	935 044	11%	18%
Жовтень	114 175	153 559	963 073	847 432	12%	18%
Листопад	97 688	134 434	779 604	604 228	13%	22%
Грудень	62 707	99 029	412 427	393 410	15%	25%

Джерело: складено автором за даними підприємства

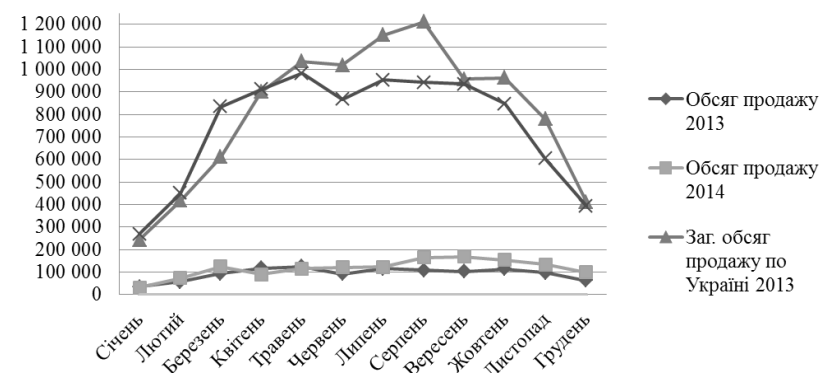


Рис.1. Порівняння обсягів продажу цементу за 2013-2014 рр.

Складено автором за даними підприємства

Висновки. Нові прогресивні технології виробництва дозволяють створити нові продукти або удосконалити існуючі. Від рівня розвитку технологій залежать масштаби використання інновацій, що обумовлює інноваційний розвиток підприємства у довгостроковому періоді, а перехід підприємства від одного рівня технологій до іншого дозволяє як забезпечувати стабільні конкурентні переваги так і підвищувати конкурентоспроможність. З вищенаведеного дослідження можна зробити висновок, що саме впровадження ресурсозберігаючих інноваційних технологій на підприємстві призведе до значного зменшення витрат і посилення конкурентних позицій на ринку.

Література

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, кредита, процента и цикла конъюнктуры): Пер. с нем. / Й. Шумпетер – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.
2. Трещов М. М. Економічна сутність поняття конкуренто-спроможність підприємства та специфіка її формування в аграрних підприємствах. / М. М. Трещов // Вісник Дніпропетровського державного аграрного університету: наук.-теорет., наук.-практ. журн.
3. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Совместная публикация ОЭСР и Евростата. – М. : ГУ «Центр исследований и статистики науки», 2006. – 192 с.
4. Шамина Л. К. Особенности внедрения технологических инноваций [Електронний ресурс] / Л. К. Шамина, О. И. Самсонова // Экономика и экологический менеджмент: электр. науч. журн. – 2011. – № 1. – Режим доступа: <http://economics.openmechanics.com/articles/318.pdf>.
5. Барун М. В. Управление ресурсозбережением на предприятии. [Електронний ресурс] / М. В. Барун / Режим доступа: http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_98/14.pdf
6. Драган О. І. Управление конкурентоспособностью предприятий: теоретичні аспекти: Монографія/О. І. Драган – К.: ДАКККіМ, 2006. – 160 с.

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Бояринова К.О.*

УДК 101:330:340

Дергачов Є.В.

викладач

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІЛОСОФСЬКОГО ЗМІСТУ ПРАВОВОЇ СВІДОМОСТІ В КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Автор дослідив основні положення, що містяться у працях вітчизняних і зарубіжних вчених, які працювали над різними аспектами проблематики

правосвідомості. Проаналізувавши доктринальні доробки вчених, визначивши філософський зміст правосвідомості, автор зазначив про суттєву трансформацію концепції правової свідомості. Автор визначив вплив та взаємозв'язок правосвідомості з певними аспектами розвитку підприємства.

Ключові слова: права свідомість, трансформація правової свідомості, філософський зміст правової свідомості, інноваційний розвиток підприємства.

The author examined the main provisions contained in the works of local and foreign scientists working on different aspects of the problem of legal consciousness. After analyzing the doctrinal work of scientists, defining philosophical meaning of legal consciousness, the author noted the significant transformation of the concept of legal consciousness. The author defined relationship and influence of legal consciousness of certain aspects of the enterprise.

Keywords: legal consciousness, transformation of legal consciousness, legal consciousness philosophical sense, innovative development company.

Вступ. Сучасні процеси соціально-економічної трансформації в Україні зумовлюють важливість визначення філософського змісту правової свідомості, вивчення динаміки трансформації правосвідомості та причин такої трансформації, взаємозв'язку правосвідомості з інноваційним аспектом розвитку підприємства. Оскільки розвиток підприємства в певних випадках цілком залежить від свідомості його працівників та керівництва загалом, та правової свідомості зокрема, постає необхідність виокремити напрями такої залежності та враховувати зазначене при розробці концепції розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Під час наукового дослідження поняття правової свідомості, а особливо трансформації її філософського змісту, насамперед слід назвати наукові доробки дореволюційних вчених: В.Ільїна і П. Новгородцева, які розглядали правосвідомість як явище релігійно-правове, котре має доленосне значення для країни в період перебування в кризовому стані; радянських вчених: Л. Мамута, О. Семітка, які використовували правосвідомість як категорію історичного матеріалізму, як елемент надбудови над економічним базисом суспільства; сучасних вітчизняних науковців, які займалися методологічними проблемами дослідження соціально-філософського змісту правосвідомості: С.Алексеева, В.Бачініна, А.Белобородова, В. Малахова, М. Мамардашвілі, В.Нерсисянца, О.Певцова, Д. Сочнева, Ю. Тихонравова, К. Федоренка, М. Цимбалюка, В. Шкоду, які в своїх працях правосвідомість розглядали саме як органічну складову соціальної філософії як філософії історії, визначеної у нормах права.

Відзначимо, що дослідження різних аспектів правосвідомості проводилось такими вченими, як: В. Демічева (поняття, функції, система та значення правосвідомості); І. Голосніченко (правосвідомість і права культура); В. Головченко, С. Сливка (проблеми формування правосвідомості та правового виховання); П. Рабінович, А. Ратінов, В. Камінська (права людини і громадянина); В. Сокурченко (права та свободи людини і громадянина);

В. Семенов (актуальні проблеми теорії правосвідомості); В. Чефранов (правова свідомість як різновид соціального відображення); А. Шепелев (проблеми зміни правової свідомості).

Постановка завдання. Пропонуємо розглянути зв'язок права та правової свідомості в момент та після їхньої трансформації в розумі суспільства. Зазначимо, що філософський зміст правосвідомості трансформувався разом зі змістом права та правосвідомості як правових категорій.

Результати дослідження. У середині 70-х років XX століття радянська інтерпретація права як сформульована в законі воля пануючого класу, була піддана критиці і вітчизняними юристами. Тоді були поставлені під сумнів всі чотири елементи тлумачення марксистсько-ленінського визначення права: панування одного класу над іншим у сучасному суспільстві; суто державне походження права, в тому числі і права людини; повний збіг права і закону, верховенство держави над правом. Ця критика була пов'язана з започаткуванням демократичних настроїв серед вчених і формуванням окремих рис правової держави.

Правосвідомість, як система знань, поглядів, уявлень і почуттів з приводу чинних або бажаних правових норм, а також діяльності, пов'язаної з правом, безпосередньо спирається на певну концепцію права. Тобто, «правосвідомість – це право у тому вигляді, як воно відбивається у свідомості людини, це специфічна форма суспільної свідомості, система понять, переконань, поглядів, уявлень, почуттів і дій з приводу чинного або бажаного права» [3, с. 15].

У свою чергу, різноманітні погляди на право і правосвідомість є відображенням історично конкретних соціальних проблем і одночасно варіантом їх розв'язання. Демократичні перетворення, що відбулися у нашій країні, суттєво вплинули на зміст права і правосвідомості як у позитивному розумінні, так і негативному. Зокрема, йдеться про те, що зміст права здебільшого тлумачиться з точки зору його безпосередньої користі, як знаряддя підвищення життєвого рівня, у контексті юридичного романтизму та юридичного утилітаризму.

Такий погляд на право, правову реальність безпосередньо впливає і на зміст правосвідомості. Так очікування автоматичного підвищення життєвого рівня від впровадження демократії, правових форм регулювання суспільних відносин, що складає ідеологію юридичного романтизму та юридичного утилітаризму, оволоділи свідомістю не тільки пересічних громадян, а й частиною посадових осіб і професійних політиків. Право, закон в юридичному романтизмі розглядаються як необхідна і достатня умова для забезпечення безбідного існування людини, обов'язкового підвищення її матеріального добробуту.

Юридичний утилітаризм також ставить зміст права у залежність від загальної користі, підвищення матеріального добробуту населення. Головним критерієм розвитку суспільства юридичні утилітаристи вважають високий рівень життя, зростання матеріального добробуту населення, а

всі інші гуманітарні цінності замикаються на обґрунтуванні переваг рентабельної економіки. Можливо тому правосвідомість частини українських громадян до цього зорієнтована на повернення до радянського «порядку», контрольованого та регламентованого державою мінімуму матеріального добробуту, яка адміністративними методами забезпечувала б «всім» «соціалістичну справедливість» [7, с. 17-18].

Україна знаходиться на початковому етапі реформування суспільних відносин і тому право, правова свідомість, як жива матерія високого духу, повертається до нас тим боком, яким раніше не надавали значення. Їх можна розглядати як інструмент всебічної демократизації суспільства та необхідну умову забезпечення свободи. З погляду філософії права, право розглядається як міра людської свободи, як розрізнення права і закону, що є недостатнім для юриспруденції і майже непридатне для використання у безпосередній практиці для вирішення правових питань. Для юриспруденції право є системою норм, що мають бути забезпечені особливими методами, включаючи й примус. Між ними може виникнути колізія: з одного боку – між абстрактними підходами філософії права до загальних правових цінностей і більш конкретними вимогами різних галузей діючого права; з іншого – між глобальністю проголошених цінностей та їх конкретним правовим втіленням, неоднаковим у різних умовах, різних країнах при єдності визнаних принципів [7, с. 17-18].

Право – соціальна гарантія свободи, суспільно визнаної особистої автономії людини. І хоч право виникло давно, але як «повністю слугувати особистості, її самореалізації воно починає тільки в умовах розбудови громадянського суспільства» [2, с. 312-313]. Право є простором для професійної, господарської, громадянської та політичної активності кожного члена суспільства. Гуманістичне право, вважає С.С.Алексеев, «утворює основу всієї національної юридичної системи і покликане визначити зміст, і напрямки діяльності законодавчих, виконавчих, правоохоронних органів з усіх питань, на які так чи інакше розповсюджуються права людини» [1, с. 136].

З погляду філософії правосвідомість у найпоширенішому вигляді формулюється так: «це уявлення і поняття, що виражають ставлення людей до чинного права, знання міри в поведінці людей з погляду прав і обов'язків; це правові теорії, правова ідеологія» [6, с. 723]. У ньому окреслені найсуттєвіші ознаки правової свідомості, але таке визначення не охоплює собою тих ознак, що розкривають сутність правосвідомості з точки зору філософії права.

У філософії права більш детально розглядається правосвідомість. Одним із визначень є: «сукупність правових почуттів, уявлень і установок (змістів), що виражають ставлення людей до дійсного права і визначають орієнтацію особистості у сфері правової реальності» [5, с. 127]. Тут визначення правосвідомості (загальноправильне, але неповне) дається через перерахування її структурних елементів.

Визначення правосвідомості у контексті розбудови демократичної правової держави дає Е. Соловйов: «Правосвідомість – це орієнтація на ідеал правової держави, який має безумовний характер і в цей момент визначає практичну поведінку людини як громадянина. Це означає, що хоч правової держави ще не існує, але людина починає жити так, начебто правова держава вже існує. Вона зобов'язується виконувати такі установи (чи хоч би декларувати), які відповідають поняттю народного суверенітету, демократії, строгого права, і відмовляється виконувати неправові (тоталітарні, адміністративно-командні) вимоги та постанови» [4, с. 128].

У сучасних умовах розвитку українського суспільства правосвідомість – це насамперед нове правове мислення, охоплює систему уявлень, правових знань, ідей, оцінок, почуттів людини та окремих соціальних груп про демократичне право, законодавчі акти, практику реалізації правових норм, правомірність або протиправність тих чи інших вчинків, рішень тощо.

Саме таким чином сформоване мислення, що спирається на право, правомірну поведінку, демократичні методи управління та обов'язковість законодавства, створює передумови для розвитку підприємства. Інноваційний розвиток підприємства передбачає запровадження певних нових технологій та інноваційної техніки. Цей процес, безумовно, повинен бути здійснений в межах діючого права та законодавства. Сучасний філософсько-правовий зміст правосвідомості, якщо він застосований на підприємстві, дозволяє цьому підприємству здійснювати певні інновації в межах як філософського, так і формально-юридичного права.

Висновки. Враховуючи вищезазначені провідні риси, ознаки правосвідомості можна дати таке визначення правосвідомості, що відповідає контексту дослідження. Правосвідомість – це філософська-правова категорія, що відображає ставлення людей до права, правового способу життя, правових почуттів, переконань, вольових установок; вона виробляє оцінку діючої в суспільстві правової теорії та юридичної практики, визначає можливі шляхи їх вдосконалення, виходячи з вимог природного права, загальнолюдських цінностей, прав і свобод людини і громадянина.

Таким чином, тут враховані, по-перше, принципи природного права; по-друге, ставлення людей до діючого позитивного права і існуючої правової дійсності; по-третє, правові знання, почуття, переконання та вольові установки до практичної діяльності. Правосвідомість поєднує в собі усвідомлення установлених у суспільстві формальних меж правомірного і неправомірного і відношення до них громадян, що оцінює і зіставляє свої цінності, потреби, надії з можливостями і обмеженнями, які закладені в праві, у сукупності знань і оцінок, як стосовно самого права, так і опосередковуючих його соціальних інститутів (держави, законів, правопорядку тощо).

Література:

1. Алексеев С.С. Философия права: История и современность. Проблемы. Тенденции. Перспективы. НОРМА. – М., 1999. – 329 с.
2. Максимов С.И. Правовая реальность: опыт философского осмысления. – Х., Право. 2002. – 327 с.
3. Менюк О.А. Правова культура і підприємництво. – К., Оріони 2003. – 249 с.
4. Соловйов Е. Намордник для Левіафана. (про першопочатковий та вічний сенс суворо правової норми) / Е.Соловйов // Політична думка. – 1999. – № 1–2. – С. 120-139.
5. Ткаченко Т.С. Моральна деформація співробітників ОВС // Міжвузівський збірник наукових праць. МВС України. – К., 1995. – С.104-115.
6. Філософія права: Навчальний посібник. За загальною редакцією М.В.Костицького, Б.Ф.Чміля. – К., Юрінком Інтер. 2000. – 334 с.
7. Цимбалюк Михайло Михайлович. Формування правосвідомості громадян в процесі розбудови громадянського суспільства : Дис. канд. наук: 12.00.12 – 2004. – С. 17-18.

УДК 330.341.1

Дергачова В.В.
д.е.н., професор;
Островерха Д.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПРІОРИТЕТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті розглядається проблематика і пріоритетні напрями інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, а саме: виокремлено та описано основні фактори, що не дозволяються успішно впроваджувати інновації на підприємствах України та на цій основі сформовано пріоритетні напрями для інноваційного розвитку компаній на рівні держави на майбутнє.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, інноваційна культура, підприємство, пріоритети розвитку.

The article presents perspective areas of innovation development of domestic enterprises, namely allocated and describes the main factors that are not allowed successfully implement innovations in Ukraine and on this basis formed priorities for the innovative development of companies at the state level for future.

Keywords: innovation, innovation development, innovative activity, innovative culture, enterprise, development priorities.

Вступ. Перехід України до ринкових умов господарювання потребує активізації вітчизняними підприємствами господарської діяльності, яка має проявлятися в ефективному та раціональному використанні всіх наявних ресурсів організації у новому русі, тобто підприємства України мають пере-

орієнтуватися на інноваційний розвиток, що має покращити їх конкурентоспроможні позиції на світовому ринку. Таким чином, виходом із даної ситуації має стати масштабна реалізація інноваційних проектів за підтримки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами інноваційного розвитку підприємств в цілому й зокрема дослідженням інноваційним потенціалу займалися Чоботар С.В. [1], Д'якур М.В. [2], Мірошник Р.О., Мережук Л.В. [3]. Статистичні показники використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності на підприємствах України у 2013 році дослідила Білоконь О.І. [5]. Проте, не втрачає своєї актуальності та буде досить своєчасним дослідження щодо оцінювання сучасних тенденцій інноваційного розвитку.

Постановка завдання. Метою даного наукового дослідження є аналіз проблемних ситуацій на вітчизняних підприємствах, що заважають їх інноваційному розвитку та визначення пріоритетів інноваційного розвитку вітчизняних підприємств на рівні держави. Для цього необхідним є виконання ряд наступних завдань: дослідження теоретичних основ інноваційного розвитку, виявлення причин сповільнення інноваційної діяльності на підприємстві та аналіз динаміки останніх років щодо застосування інновацій на вітчизняних підприємствах.

Результати дослідження. Головним чинником економічного зростання й забезпечення належного місця вітчизняної економіки у світовій економічній системі є ефективне використання інновацій, які перетворюються на вирішальний фактор соціально-економічного розвитку і відіграють провідну роль у вирішенні економічних, екологічних, соціальних та культурних завдань. У цьому зв'язку особливої актуальності набуває розгляд комплексу питань щодо інноваційної діяльності підприємств [1].

Інноваційна діяльність є частиною загальної політики підприємства, яка регламентує взаємодію науково-технічної, маркетингової, виробничої, фінансової та інших видів діяльності в процесі реалізації нововведень. Управління цією взаємодією має здійснюватися на основі певних механізмів [3].

У розвинутих країнах інноваційна діяльність є одним з найважливіших засобів збагачення країни. На світовому ринку високих технологій частка продукції США становить 32%, Німеччини – 18%, вітчизняна ж продукція займає менше одного відсотка [2].

Гальмує інноваційний розвиток підприємств їх пасивність, нестабільність зовнішнього середовища, гостра нестача власних ресурсів, висока вартість позикових коштів, необхідність докорінної реструктуризації промисловості, відсутність чіткої промислової та інвестиційної політики, невизначеність державних пріоритетів розвитку, значна техніко-технологічна відсталість вітчизняних підприємств від розвинутих країн світу, старіння технологічних процесів [3].

Стимування інноваційної діяльності промислових підприємств України пояснюється, насамперед, обмеженістю джерел її фінансування, що

пов'язано з фінансово-економічною нестабільністю в державі та кризовим станом більшості підприємств, які змушені реалізовувати інноваційні процеси за рахунок власних коштів (табл. 1).

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності

Роки	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
млн.грн.					
2010	8045,5	4775,2	87,0	2411,4	771,9
2011	14333,9	7585,6	149,2	56,9	6542,2
2012	11480,6	7335,9	224,3	994,8	2925,6
2013	9562,6	6973,4	24,7	1253,2	1311,3

Джерело: складено авторами на основі [4]

Відсутність власних коштів у підприємств для фінансування інновацій доповнюється іншими чинниками – високими кредитними ставками та неспроможністю отримання довготермінових кредитів, теперішнім масовим банкрутством банків. Недостатньо використовуються в Україні непрямі заходи стимулювання впровадження інновацій.

Шляхом до створення конкурентоспроможної економіки є активне використання наявної науково-технологічної бази у промисловості, тобто тісний зв'язок між науковими досягненнями та впровадженням створених нових технологій у виробництві [2].

Показники, які характеризують стан застосування інновацій на промислових підприємствах у 2010-2013 рр представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Впровадження інновацій на промислових підприємствах

Роки	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації. %	Впроваджено нових технологічних процесів, процесів	у т.ч. мало-відходні, ресурсозбеігаючі	Освоєно виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	з них нові види техніки	Реалізована інноваційна продукція в обсязі промислової, %
2010	11,5	2043	479	2408	663	3,8
2011	12,8	2510	517	3238	897	3,8
2012	13,6	2188	554	3403	942	3,3
2013	13,6	1576	502	3138	809	3,3

Джерело: складено авторами на основі [4]

Загалом, у 2013р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1715 підприємств, або 16,8% обстежених промислових підприємств (у 2012р. – 1758 підприємств, або 17,4%).

У 2013р. частка машин, та порівняно з 70,1 до 58,0%, в той час як витрати на науково-дослідні розробки (далі – НДР) та інші витрати, в числі яких витрати на навчання підготовку процесів, діяльність щодо ринкового інновацій та інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій, зросли відповідно до 17,1% і 24,0%. Частка витрат на придбання інших зовнішніх знань (нових технологій) залишається досить низькою (0,9%).

У 2013р. понад три чверті інноваційно активних промислових підприємств займалися впровадженням інновацій (або 12,9% обстежених промислових) – це на 4,3% менше, ніж у 2012 р. [5].

Реалізацію продукції за межі України здійснювали 344 підприємства, обсяг якої склав 44,7% від загального обсягу реалізованої інноваційної продукції, у т.ч. в країні СНД – 25,3%.

Майже кожне четверте підприємство реалізовувало продукцію, що була новою для ринку. Обсяг такої продукції становив 12,4 млрд.грн., 53% якої 102 підприємства поставили на експорт.

З метою здійснення нововведень 193 підприємства придбали 651 нову технологію, з яких 139 за межами України (у 2012р. – 739 і 168 технологій).

Інноваційну продукцію запровадили 1190 підприємств, з яких 296 – нову для ринку і 1031 – нову лише для підприємства; інноваційні процеси впровадили 1242 підприємства, з яких 1085 – нові або вдосконалені методи обробки чи виробництва продукції, 199 – нові або вдосконалені методи логістики, доставки чи розповсюдження продукції та 323 – нову або вдосконалену діяльність із підтримки процесів, зокрема системи матеріального обслуговування, операцій щодо закупівель, обліку та розрахунків; з метою задоволення потреб споживачів, а також збільшення обсягів продажу 301 підприємство запровадило маркетингові інновації; 268 підприємств підвищували ефективність своєї діяльності шляхом запровадження організаційних інновацій [5].

Впровадження інновацій на підприємствах характеризується нерівномірністю та великими перервами. Більшість з них усвідомлює необхідність інноваційної політики, але успішному її здійсненню заважають різного роду перешкоди, зокрема фінансові.

Основними пріоритетами інноваційного розвитку вітчизняних підприємств на рівні держави на майбутнє мають стати:

- покращення системи захисту інтелектуальної власності;
- підвищення рівень держзамовлень інноваційної продукції;
- підготовка менеджерів інноваційної діяльності на базі інноваційних підприємств;
- взяття розробки вітчизняних науковців за основу створення національної інноваційної системи;

- використання наукових розробок вітчизняних науковців;
- співпраця органів влади з підприємницькими, науковими і бізнес-освітніми секторами економіки;
- створення технопарків на базі університетів України;
- поліпшити умови для розвитку підприємництва у сфері науки, виробництва.

Висновки. В умовах динамічних змін у світовій економіці, прискорення впровадження науково-технічних розробок в практичну діяльність підприємств, підсилення конкурентної боротьби на ринку підприємству необхідно планувати та забезпечувати свій розвиток на визначену перспективу.

Обираючи інноваційний розвиток, підприємство може забезпечити стійке існування на конкурентному ринку. Поняття «інноваційний розвиток підприємства» комплексно відображає специфіку саме інноваційного типу розвитку, який залежить від інноваційного потенціалу підприємства та джерелом якого є інновації, що створюють нові можливості для подальшої діяльності підприємства на ринку шляхом реалізації умінь знаходити нові рішення, ідеї та в результаті винаходи.

Загалом, у 2013 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1715 підприємств, понад три чверті інноваційно активних промислових підприємств займалися впровадженням інновацій, майже кожне четверте підприємство реалізовувало продукцію, що була новою для ринку. Обсяг такої продукції становив 12,4 млрд.грн., 53% якої 102 підприємства поставили на експорт. З метою здійснення нововведень 193 підприємства придбали 651 нову технологію, з яких 139 за межами України. Інноваційну продукцію запровадили в 2013 році 1190 підприємств України.

Було визначено особливості і тенденції інноваційного розвитку підприємств, сформовано головні пріоритети інноваційного розвитку вітчизняних підприємств на рівні держави на майбутнє. Зокрема, необхідним є постійне дослідження останніх інноваційних розробок, з метою впровадження їх на вітчизняні підприємства, що беззаперечно поліпшить умови для розвитку підприємництва у сфері науки, виробництва.

Україна має значний інноваційний потенціал, який може бути ефективним використаний, тому дана тематика є актуальною для подальших досліджень у визначеній області.

Література.

1. Чоботар С. В. Інноваційний потенціал підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/Okt/18_Chebot.php
2. Д'якур М. В. Проблеми інноваційного розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68308.doc.htm
3. Мірошник Р.О., Меренюк Л.В. Проблеми використання та оцінки інноваційного потенціалу підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/29_18.pdf
4. Наукова та іноваційна діяльність (1990-2013рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Білоконь О.І. Створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності на підприємствах України у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/menu/menu_u/ekon/innov_u.htm

УДК65.016:664.6

Дзик О.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

В статті досліджено проблематику сучасного стану хлібопекарської галузі та наведено ключові інноваційні аспекти управління. Систематизовано та виділено принципово важливі напрями стратегічного розвитку хлібопекарських підприємств. Розглянуто управлінські рішення, які пов'язані з організацією різноманітних процесів на підприємствах хлібопекарської галузі, що сприятимуть стратегічному розвитку в межах відповідного ринкового сегменту. Акцентовано увагу на важливості технологічного переозброєння підприємств шляхом заміни устаткування та автоматизації технологій як бази впровадження інноваційних управлінських рішень.

Ключові слова: інноваційний розвиток, інноваційні аспекти, управлінська діяльність, підвищення ефективності, економічна ефективність

In the article researched problems of modern state in bakery field and there are key innovative aspects of management. Systematize and separate important direction of strategic development of bakery enterprises. Considered management decisions related to the organization of various business processes in the baking industry to promote the strategic development within the respective market segment. Attention is focused on the importance of technological upgrading of enterprises by replacing equipment and automation technology as the basis of introduction of innovative management solutions.

Keywords: innovative development, innovative aspects, management activity, improve economic efficiency

Вступ. Питання розвитку інноваційної діяльності в сучасних умовах господарювання набуває особливої актуальності і стратегічного значення враховуючи динаміку розвитку абсолютно всіх сфер агропромислового комплексу та трансформації національної економіки за сучасних ринкових умов. Економіка хлібопекарської галузі повинна забезпечувати якісним

продуктом кінцевого споживача, що в економічному і соціальному зростанні відіграє ключову роль, оскільки інтереси підприємств-виробників та населення повинні бути збалансованими. Важливим і актуальним завданням є створення ефективної системи управління, яка в майбутньому забезпечить стійкі конкурентні переваги та дасть можливість своєчасно виявляти проблеми у функціонування галузі та застосовувати методи, щодо їх ліквідації. Не менш важливим є постійне вдосконалення технології виробництва товарної продукції, методів її реалізації та виведення на ринок та розробка нових товарів, а також впровадження технічних нововведень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різномісні питання розвитку хлібопекарської галузі України постійно знаходяться у полі зору вітчизняних дослідників О. М. Васильченка, О. А. Опрі, М. М. Перелигіна, М. В. Нетяжука, В. І. Дробот, О. В. Шубравської, М. М. Білоусової та ін. Зокрема дослідження М. В. Нетяжука спрямовані на розв'язання важливої проблеми – вдосконалення механізму регулювання розвитку хлібопекарської промисловості як вагової складової соціальної та продовольчої безпеки України [2, с.18].

Незважаючи на значну кількість праць і коло питань, що висвітлювалися у роботах, слід виокремити ключові аспекти інноваційного розвитку підприємства, що потребують більш детального й поглибленого вивчення, аналізу, уточнення і доповнення в сучасних умовах розвитку економіки.

Постановка завдання. Основною ціллю даної статті є розгляд та аналіз інноваційних аспектів управління в контексті стратегічного розвитку галузі, а також визначення проблем та шляхи їх подолання для стабільного функціонування хлібопекарських підприємств.

Результати дослідження. Однією з найбільш стратегічно важливих галузей харчової промисловості є хлібопекарська, оскільки вона задовольняє потреби населення в основному харчовому продукті. Науково-технічний прогрес на підприємствах хлібопекарської промисловості є частиною єдиної науково-технічної політики держави, що визначає цілі й пріоритети інноваційної стратегії та механізм її реалізації органами державної влади. Державне регулювання в цій сфері важко назвати ефективним, але воно все ж присутнє, враховуючи соціальне значення галузі [3 с.66]. На сьогодні немає чіткого законодавчого документу, який би точно врегулював діяльність підприємств-виробників хлібобулочної продукції та задовольняв інтереси держави та суспільства. Відтак, єдиним законодавчим актом який існує проте не є прийнятим є проект Закону про хліб та хлібопродукти. Щорічне скорочення підприємств виробників даної продукції дозволяє зробити висновки щодо його неефективності та неспроможності реалізації в повному обсязі. Такого роду державна політика накладає відбиток на управлінську діяльність підприємств хлібопекарського призначення [1, с.67-74].

Відповідно до офіційної статистичної інформації, динаміка обсягів виробництва хлібобулочних виробів в Україні має чітко виражену тенденцію

до спаду. Так у 2012 р. виробництво даної продукції становило 1686 тис.т., в 2013 р. – 1560 тис. т., а в 2014 р. – 1335 тис.т [6].

Проблемним чинником, що стримує стратегічний розвиток галузі, що в свою чергу перешкоджає ефективному управлінню є слабкий технологічний розвиток виробництва. На жаль, вітчизняні виробники хлібопекарського устаткування пропонують продукцію, що не відповідає світовим тенденціям. Як правило, порівняно з імпортним, аналогічне українське устаткування є менш технологічним, більш енергоємним, менш надійним в процесі експлуатації. Але для покращення функціонування підприємств оновлення технологічного забезпечення є необхідною складовою, тому до управлінських рішень варто віднести наступні організаційно-економічні заходи:

- зниження матеріало-, енерго-, трудомісткості виробництва продукції за рахунок впровадження нових поколінь техніки, що має позитивне значення для нарощення економічного потенціалу та випуску на цій основі дешевших якісних видів хліба, хлібобулочних й інших виробів;
- підвищення ефективності виробництва, одержання додаткового прибутку, необхідного для здійснення відтворювальних процесів на розширеній основі та розвитку інфраструктури підприємств;
- підвищення зайнятості різних категорій населення і зниженню рівня безробіття;
- підвищення матеріального добробуту працівників;
- активна участі працівників у керуванні виробництвом, посилення зв'язку науки з виробництвом [3, с.67].

Стратегічний розвиток полягає не тільки в покращенні результатів фінансово-господарської діяльності підприємства, а й раціоналізації використання виробничих ресурсів (підвищення фондовіддачі основних засобів та оборотності оборотних засобів підприємства); зміцнення конкурентної позиції підприємства за рахунок впровадження маркетингових стратегій, розроблених на основі ринкових досліджень (продуктові інновації, цінова політика, удосконалення збутової системи, створення та управління торговою маркою, реклама); удосконалення асортименту продукції та підвищення споживчої цінності хлібних виробів, надання їм властивостей функціонального продукту шляхом використання нетрадиційної сировини і біологічно активних добавок; формування організаційно-економічних засад перетворення системи управління підприємством та створення гнучкої системи стратегічного планування, яка забезпечить досягнення довгострокових цілей підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища бізнесу; виваженої кадрової політики, спрямованої на забезпечення виробництва кваліфікованими фахівцями, створення нових робочих місць і, безумовно, мотивації до праці шляхом підвищення заробітної плати [5, с. 89].

Важливість саме інноваційного управлінського фактору повинна займати лідируючі позиції в системі управління підприємствами, оскільки

наявність сприятливого середовища не є гарантією лідерства без ефективного менеджменту.

В результаті проведених досліджень виокремлено основні перспективні напрями, які сприятимуть стратегічному розвитку галузі, враховуючи інноваційні підходи до управління (рис 1.).



Рис. 1. Перспективні інноваційні напрями сприяння стратегічного розвитку хлібопекарської галузі

Джерело: допрацьовано авторами на базі [5]

Інноваційні проекти на підприємстві мають стосуватися випуску нової продукції та сприяти зниженню матеріало- і енергомісткості виробництва. Ефективне використання трудового потенціалу насамперед полягає у підвищенні продуктивності праці, яке в свою чергу забезпечується використанням мотиваційних програм для працівників, координацією управлінських процесів, удосконаленням методів праці та управління. Безпосередній вплив на результативність діяльності підприємств справляє належний розвиток виробничої інфраструктури (комунікацій, спеціалізованих інформаційних систем, транспорту, торгівлі тощо) [5, с.89].

Для підприємств хлібопекарської галузі найвищою результативності може бути досягнуто за рахунок інноваційних аспектів, що формують систему його стратегічного розвитку. До них можна віднести своєчасність оновлення продукції та застосування науково-технічних розробок в галузі (табл. 1).

Ухвалюючи управлінські рішення в процесі реалізації стратегії, керівництво підприємства моделює чинники, які впливають на рівень витрат. Реалізація таких управлінських рішень має забезпечити досягнення поставленої мети підприємства, а отримувати грошові надходження – задовольнити потреби всіх зацікавлених в економічних результатах виробництва осіб: власників, кредиторів, керівників, працівників [4, с. 168].

Таблиця 1

Інноваційні аспекти стратегічного розвитку хлібопекарської галузі

Своєчасність оновлення продукції	Застосування науково-технічних розробок
контроль над своєчасністю оновлення продукції та організація її життєвого циклу із застосуванням науково-технічних розробок галузі.	заохочення ініціативи у створенні нових виробів, завоювання нових або модифікація існуючих ринків збуту; вдосконалення технічного рівня виробництва за рахунок впровадження інноваційних розробок автоматизація виробництва.

Джерело: розроблено авторами на основі [4]

Висновки. Таким чином, базуючись на проведеному дослідженні, можна зазначити, що хлібопекарська галузь України має неабиякий потенціал, варто тільки грамотно організувати управлінський процес. Однак в умовах суперечливого зовнішнього середовища досить важко формувати чіткі інноваційні управлінські рішення. Керівники підприємств повинні розуміти, що обираючи саме такий напрям розвитку потрібно чітко розуміти всі ризики та пов'язані з ними проблеми.

Комплексний розвиток галузі повинен містити інноваційні напрями управління, основними складовими якого повинні стати: курс на технологічне переозброєння підприємств шляхом заміни устаткування та автоматизації технологій; випуск нової продукції; досягнення максимально ефективного виробництва за рахунок зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції; формування та використання новітніх технологій, що відповідають економічним, соціальним та насамперед екологічним вимогам.

Література

1. Корнійчук А. Аналіз стану та перспектив розвитку підприємств хлібопекарської галузі Житомирської області [Електронний ресурс] / А. Корнійчук // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 2 (9). – С. 67-74. – Режим доступу до журн.: <http://sep.d.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2013/13kaahzo.pdf>.
2. Нетяжук М. В. Економічний механізм регулювання розвитку хлібопекарної промисловості: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / М.Нетяжук. – К., 2005. – 18 с.
3. Скопенко Н. С. Інноваційний розвиток хлібопекарської галузі України: основні напрями, проблеми, ризики // Видавництво Львівської політехніки. – 2010. – №684. – С. 66-71. – Режим доступу до журн.: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18779/1/15-66-71.pdf>
4. Скоринська І.Г. Аспекти стратегічного розвитку/І.Г. Скоринська, О.В. Хохлова.// Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2011. – №4. – С. 166-168. – Режим доступу до журн.: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VSU_ekon_2011_4_24.pdf
5. Солошонок А.Л. Хлібопекарська галузь в Україні: реалії та перспективи розвитку/ А.Л.Солошонок, О.М. Полонська// Продуктивність агропромислового виробництва. Економічні науки. – 2014. – № 25. – 78-91. – Режим доступу до журн.: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pav_2014_25_15.pdf

6. Державний комітет статистики України. Виробництво основних видів промислової продукції за 2012-2014 рр. Хліб та хлібобулочні вироби, нетривалого зберігання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Мохонько Г.А.*

УДК 339.92:330.341.1

Дунська А.Р.
к.е.н., доцент;
Цвіркун А.С.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ АКТИВІЗАЦІЇ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

В даній роботі визначені основні проблеми інноваційного розвитку підприємств України в умовах активізації інтеграційних процесів. Зокрема окреслено доцільність вдосконалення законодавчого поля для здійснення інноваційної діяльності, а також підвищення рівня вмотивованості підприємців формувати конкурентні переваги на інноваційних засадах.

Ключові слова: інновації, інтеграційні тенденції, інноваційний розвиток, підприємство.

In this article the basic problems of innovative development of enterprises in Ukraine under intensification of integration processes. In particular outline feasibility of improving the legal framework for carrying out innovation, and to improve the motivation of entrepreneurs generate competitive advantages for innovative principles.

Keywords: innovation, integration trends, innovative development, company.

Вступ. Інноваційний розвиток підприємств України в умовах сучасної економіки, для якої властиве посилення інтеграційних тенденцій, перехід світової економіки до інформаційної форми, розробка та формування територіальних угруповань, розвиток інфраструктури технологічних та інтелектуальних послуг, вимагає постійного узгодження досвіду вітчизняних виробників з міжнародними партнерами та усвідомлення усіх переваг, можливостей та загроз для розвитку інноваційної сфери як на національному рівні, так і за кордоном. Сучасна дезінтеграція вітчизняних підприємств, відсутність чітких пріоритетів розвитку економіки України зумовило зниження розвитку інноваційної сфери та зниження продуктивності

багатьох підприємств. Включення України в інтеграційні процеси Україна та активне залучення в світовий економічний простір підвищує інтенсивність конкурентного середовища підприємств, що в свою чергу потребує пошуку нових підходів до управління підприємством з урахуванням зазначених тенденцій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Українські вчені, що не один рік займаються проблемами інноваційного розвитку вважають, що на сьогодні в Україні ще не сформована інноваційна модель економічного зростання [1, 2]. У більшості публікацій розглядаються проблеми інтенсифікації інноваційного процесу на макроекономічному рівні [2, 3, 4], а також певні чинники політичної ситуації та фінансування інноваційних розробок, створення сприятливих умов для державного регулювання оновлення підприємств. Втім, на нашу думку недостатня увага приділяється проблемам взаємодії виробничих підприємств, наукових і освітніх установ з метою інтенсифікації інноваційного процесу, формування конкурентних переваг та посилення національної та міжнародної конкурентоспроможності.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні ключових проблем, з якими стикаються підприємства України в процесі забезпечення інноваційного розвитку за умов посилення інтеграційних тенденцій в економіці.

Результати дослідження. Трансформаційні процеси в світовій економічній системі створюють передумови для інтенсифікації конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання. Нестабільність економіки України та суттєвий вплив з боку міжнародного середовища обумовлюють необхідність активізації інноваційної діяльності на рівні підприємницьких структур для забезпечення стабілізації і підвищення прибутковості бізнесу.

Впровадження інновацій на підприємстві є досить складним та тривалим процесом. Це пов'язано як із особливостями та закономірностями самого інноваційного процесу, так і з зовнішніми проблемами.

Першою проблемою, яку ми вважаємо за доцільне виділити, є недосконалість нормативно-правова база в системі державного регулювання інноваційної діяльності. Серед вад, властивих національному законодавству, доцільно відзначити недоліки у податковому та митному законодавстві, антимонопольному регулюванні інноваційної діяльності, потребує деталізації нормативно-правові акти в сфері захисту прав інтелектуальної власності, вдосконалення на системних засадах мають бути запроваджені в процедури стимулювання створення і впровадження інновацій. Вирішення зазначених проблем потребує своєчасної реакції відповідних органів державної влади, яка має бути виражена як підтримка і захист на законодавчому рівні українських суб'єктів господарювання, що здійснюють інноваційну діяльність.

Наступною проблемою в системі інноваційного розвитку є низька вмотивованість керівництва до здійснення інноваційної діяльності. Початковим кроком на шляху інноваційних перетворень будь-якого підприємства

є усвідомлення з боку керівництва необхідності інновацій та внутрішня готовність підприємства до їх впровадження. Разом з тим, певна частина українських дослідників обґрунтували положення, що саме неготовність керівництва та працівників підприємств стати активними учасниками інноваційного процесу певною мірою зумовила нездатність підприємств до впровадження інновацій.

Для підвищення рівня усвідомлення необхідності інноваційних змін та для формування організаційно-управлінських підходів до втілення інновацій, адекватних сучасним тенденціям оточуючого середовища, підприємцям необхідно користуватися усіма можливими інформаційними джерелами, які здатні сформувати інформаційно-знаннєве середовище для оновлення виробничо-господарської системи. Основні інформаційні джерела, які доцільно використовувати в системі забезпечення інноваційної діяльності наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Джерела інформації для забезпечення інноваційної діяльності

Види джерел	Джерела інформації
Внутрішні	Фахівці підприємства або групи підприємств
	Постачальники обладнання, матеріалів, компонентів чи програмного забезпечення
	Клієнти чи покупці
	Конкуренти чи інші підприємства галузі, до якої відноситься підприємство
	Консультанти, фахівці комерційних лабораторій або приватних науково-дослідних інститутів
Ринкові	Університети та інші вищі навчальні заклади
	Державні науково-дослідні інститути
Інші	Конференції, торгові ярмарки, виставки
	Наукові журнали та торгові/технічні публікації
	Професійні та промислові асоціації

Джерело: розроблено авторами на основі [9]

Ще однією проблемою на шляху розбудови інноваційної економіки є відсутність механізмів накопичення та цільового використання централізованих і власних коштів, спрямованих на активізацію інноваційного процесу, мотивацію пошуку нових ідей та їх впровадження, поширення нових знань серед керівного персоналу, поширення ролі особистості в оновленні всіх аспектів діяльності підприємств [3, 5].

За роки незалежності нашої держави не раз проводилися спроби відродити науковий потенціал, але ці заходи мали часто несистематичний і непослідовний характер тому суттєвих зрушень так і не відбулося. Наслідком

цієї проблеми є відсутність розвинутого українського ринку інноваційних продуктів, що обумовлено насамперед імпортом розробок на початкових стадіях інноваційного процесу і неможливістю їх реалізації на національному ринку. Важливість розв'язання цієї проблеми тільки посилюється на тлі світового науково-технічного прогресу [6].

Серед інших проблем впровадження інновацій на українських підприємствах можна виділити:

- обмеженість інформації вітчизняного і зарубіжного досвіду щодо впровадження інновацій;
- обмеженість фінансових ресурсів підприємства, яка пов'язана з часто значною капіталомісткістю впровадження інновацій;
- ризикованість впровадження інновацій, передбачає недоотримання очікуваного результату від впровадження інновацій;
- невідповідність кадрового забезпечення пов'язаного з недостатньою кваліфікацією кадрів;
- суб'єктивне уявлення про значення інновацій у підприємстві, яке полягає в недовірі до інноваційного продукту як з боку підприємства-виробника, так і з боку споживача.

На думку вчених [7] для забезпечення ефективного процесу впровадження інновацій потрібно здійснення таких завдань:

- оцінювання світових тенденцій науково-технічного розвитку;
- розроблення стратегії інноваційної політики і механізмів її здійснення;
- формування стратегічних цілей інноваційної діяльності;
- розроблення планів та програм інноваційних проектів;
- розроблення організаційно-виробничої структури управління інноваційною діяльністю;
- планування організації інноваційного процесу;
- спостереження (контроль) за виконанням етапів, стадій інноваційного процесу в часі та синхронізацією всіх видів діяльності; підготовка відповідного персоналу для здійснення інновацій.

На сучасному етапі розвитку інноваційної сфери в Україні економіка нашої держави не є спроможною для підтримки та залучення інвесторів у впровадження інновацій на підприємствах, але є шляхи вдосконалення ефективності інноваційної діяльності на підприємствах:

- сформулювати інноваційну модель економічного зростання;
- налагодити політичну ситуацію в країні та сформулювати передумови для інвесторів в напрямку фінансування інноваційних проектів в Україні;
- забезпечити контроль з боку держави за станом інноваційної сфери;
- розширити державне фінансування інноваційних розробок;
- стимулювати модернізацію основного виробництва;
- посилити рівень мотивації працівників до створення і позитивного сприйняття інноваційних розробок.

Висновки. Поточний рівень економічного розвитку нашої країни, на жаль, не відповідає потребам економіки та рівневі розвитку інноваційних процесів у промислово розвинених країнах. На даний час зростає частка зношеності основних засобів на підприємствах, спостерігається низький рівень кваліфікації працівників та відсутність мотивів у керівників до впровадження інновацій на підприємствах. Втім, наша країна спроможна до інноваційної діяльності, до створення нових розробок, оскільки має достатній інноваційний потенціал в окремих галузях економіки. Визначені у цій статті ключові проблеми інноваційного розвитку підприємств в умовах активізації інтеграційних тенденцій формують основу для подальших досліджень щодо формування конкретних механізмів і дій для подолання зазначених проблем та подальшої активізації інноваційного розвитку підприємств.

Література

1. Губенко Д. Ключові моменти формування регіональних інноваційних систем в Україні / Губенко Д., Гусев В. // Економіка України. – 2007. – №8.
2. Бесчасний Л.К., Мельник В.П. Формування інноваційної моделі економічного зростання в Україні / Бесчасний Л.К. // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – №7.
3. Захарін С. Стимулювання інноваційної активності корпоративних структур // Економіка України. – 2006. – №8.
4. Статистичний щорічник України за 2001–2007 рр.
5. Семенів О.М. Внутрішні чинники підвищення інноваційності промислових підприємств в Україні / О.М. Семенів, К.В. Процак. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/1005/1/47.pdf>.
6. Copyright 2015 Интернет бизнес и Экономика / Направления решения проблем внедрения инноваций на отечественных предприятиях // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://8cent-emails.com/napravlenija-reshenija-problem-vnedrenija-innovacij-na-otchestvennyh-predpriyatjah/>
7. Богацька Н.М., Міхейда К. І. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Economics/10_124182.doc.htm
8. Аналітична доповідь Перспективи інноваційного розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Table/Zhalilo21/003.htm>
9. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Єфіменко Б.А.
студент ФММ;
Бояринова К.О.
к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА НА ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСАДАХ

У науковій роботі розглянуто сутність організаційного розвитку підприємства, обґрунтовано власне визначення «організаційний розвиток на інноваційних засадах», яке дозволило узагальнити думки провідних дослідників з цього приводу та обрано найбільш вдалу згідно визначених переваг концепцію організаційного розвитку підприємства на інноваційних засадах.

Ключові слова: Організаційний розвиток, інновації, модернізація.

In scientific work the essence of organizational development company, grounded in fact the definition of «organizational development on innovative principles» which allowed summarize the views of leading researchers on the subject and select the most successful according advantages concept of organizational development on innovative principles.

Keywords: Organizational development, innovation, modernization.

Вступ. Існуюча глобальна тенденція в світовій економіці щодо інноваційного розвитку спонукає організації, які вже визначили інновації як важливе джерело підвищення власної конкурентоспроможності, якості управління, тому управлінські прийоми, які використовувалися при екстенсивному зростанні, виявилися неефективні в нових економічних умовах функціонування бізнесу, при яких організації змушені включати інноваційну складову в свою діяльність для збереження і примноження конкурентоспроможності продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Оскільки організаційний розвиток є невід'ємною складовою загального розвитку підприємства, науковці присвятили свої праці дослідженню саме цієї теми. Великий вклад в розуміння поняття організаційного розвитку зробили американські вчені Р. Блейк, Х. Шепард, Дж. Моутон, Б. Мільнер, У. Берк, Г. Ліппітт та вітчизняні В. І. Тоцький, Ю. В. Кузнецов, С. В. Мелякова. Зокрема інноваційні аспекти організаційного розвитку були проаналізовані у наукових роботах Т. В. Чиркової, Ф. Лютенс та К. Левіном. Проте, на нашу думку, питання організаційного розвитку підприємства на інноваційних засадах не достатньо висвітлено у існуючих працях та потребує подальшого аналізу.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження поняття організаційного розвитку, його дефініцій і сутності в контексті інноваційної орієнтованості підприємства.

Результати дослідження. Всесвітня економічна інтеграція та уніфікація суттєво вплинули на розвиток форм організації та управління підприємством. За останнє десятиріччя знизився вплив мас-медіа на думку споживачів і на передній план виступили інформаційно-комунікаційні технології, що перевели конкурентну боротьбу на новий, вищий рівень. Для отримання конкурентних переваг компаніям недостатньо підвищувати якість продукції та знижувати витрати, необхідно використовувати інноваційні методики співпраці з клієнтами та модернізувати свою господарську діяльність. Одним із ефективних пристосувань підприємств до змін зовнішнього середовища є заміна застарілих ієрархічних та бюрократичних форм організації бізнесу. Вперше термін «організаційний розвиток» був використаний Р. Блейком, Х. Шепардом і Дж. Моутон в період їх роботи в кінці 50-х років в корпорації ESSO. З часом поняття «організаційний розвиток» стало розумітися як сукупність скоординованих єдиної метою зусиль, за допомогою яких людські ресурси підприємства вивчаються, ідентифікуються, втягуються у виробництво і розвиваються, причому такими шляхами і способами, які підвищують не тільки загальний рівень організованості економічних суб'єктів, але також їх здатність самостійно планувати свою діяльність і вирішувати проблеми, що виникають в ході неї [1].

У наукових працях можна знайти різні тлумачення зазначеного терміну (табл.1). Частина дослідників розуміє під організаційним розвитком певну сукупність заходів у сфері кваліфікацій, перетворень, функціонування, методів і способів, які використовуються задля надання допомоги фізичним та юридичним особам у підвищенні їх ефективності. Також організаційний розвиток визначають як цілеспрямований і безперервний процес трансформацій у галузі культури, порядку і дій підприємства з метою збільшення ефективності організації у подоланні перешкод та досягненні поставлених цілей. У цьому визначенні організаційний розвиток розглядається саме як на плановий процес протягом певного терміну, який має бути економічно доцільним.

Таблиця 1

Дефініції поняття «Організаційний розвиток»

Дослідник	Визначення	Інноваційна орієнтованість
Тоцький В. І. [2]	Організаційний розвиток – довготерміновий, ретельний, всеохопний процес зміни і розвитку організації (підприємства) і людей, що працюють у ній	Організаційний розвиток ґрунтується на концепції планування, ініціювання та здійснення процесів зміни соціальної системи із залученням великої кількості учасників
Мільнер Б. З. [3]	Організаційний розвиток – зміна всіх складових частин організації так, щоб вона більшою мірою відповідала вимогам динамічно розвивається навколишнього світу і завданням розширення її внутрішніх можливостей та вирішення поставлених проблем	Співставлення розвитку компанії до середньо ринкового розвитку інших підприємств даного типу та суміжних організацій

Продовження таблиці 1

Берк У. [4]	Організаційний розвиток – процес планових змін організаційної культури, заснований на застосуванні методик, теорій і результатів досліджень наук про поведінку	За основу береться біхевіористична концепція розвитку
Френт і Белл [5]	Організаційний розвиток – це довготривала робота щодо вдосконалення процесів розв'язання проблем та оновлення організації за допомогою агентів змін шляхом більш ефективного спільного регулювання з використанням культурних постулатів, теорії і технології прикладної науки про поведінку, дослідження дією	Ключовим фактором успіху вважається зміна та покращення процесів, що спрямовані на розв'язок проблем підприємства, тобто вдосконалюється більшою мірою управлінський апарат
Ліппітт Г. [6]	Організаційний розвиток являє собою комплекс заходів щодо удосконалювання можливостей організації у вирішенні її внутрішніх проблем і забезпеченні високого рівня адаптації до зміни зовнішніх умов	Поєднується комплексність заходів та адаптація до швидкозмінного навколишнього середовища
Лютенс Ф. [7]	Організаційний розвиток – комплекс практичних мір, спрямованих на поліпшення взаємодій між членами робочої команди й робочими групами в організації, удосконалювання процесів прийняття рішень, планові зміни організаційної культури підприємства, розв'язання організаційних проблем. Тобто, організаційний розвиток бачиться як процес системної й планомірної зміни організації, людських і соціальних взаємин у колективі, спрямований на дозвіл життєвих проблем організації	Розвиток організації можливий тільки через розвиток людини. Тому розвиток людини є тією проблемною областю, від рішення якої залежить конкурентоспроможність організації й країни в цілому на світовому ринку

Джерело: розроблено авторами на [2, 3, 4, 5, 6, 7]

Отже, організаційний розвиток підприємства є сферою прикладної науки про поведінку, що сфокусована на розумінні та управлінні організаційними змінами, задля підвищення ефективності і життєздатності підприємства. Дуже часто організації інвестують значні кошти в програми трансформаційних змін або організаційні заходи розвитку, що забезпечують високу продуктивність на стійкій основі.

Концепція організаційного розвитку охоплює структурний і кадровий аспекти. У рамках структурного підходу робиться спроба за допомогою змін в організаційному регулюванні створити сприятливі рамкові умови для досягнення цілей організаційного розвитку. Кадровий підхід полягає у проведенні заходів із підвищення кваліфікації працівників (розвитку персоналу) і стимулювання їх готовності до прийняття і здійснення змін [2]. Адже визначальне значення має ставлення персоналу до змін і розуміння владних повноважень як з боку керуючого персоналу, так і з боку рядових співробітників.

Серед концепцій, що стосуються організаційних змін, найбільшого поширення набули концепції структури компанії. У них подано взаємозв'язки, що утворюються між окремими галузями бізнесу, відділами та підрозділами підприємства. Ці взаємозв'язки є найпомітнішим організаційним чинником, тому організаційний розвиток підприємства виявляється насамперед у зміні його структури. При цьому змінюються не лише самі підприємства, стаючи організаціями «без внутрішніх перегородок», «компаніями-мережами», а й традиційні зв'язки і взаємовідносини між суб'єктами, що викликає виникнення підприємств «без меж» – мереж компаній [2].

На нашу думку найбільш вдалою серед концепцій організаційного розвитку, що відноситься до кадрового підходу, є революційна модель «Дослідження дією», запропонована К. Левіном. Основні принципи даної моделі були сформовані ще в 40-ві роки XIX століття і були з часом вдосконалені Венделлом, Френчем та Шайном.

Суть цієї концепції зводиться до того, що інтервенції (втручання) в організації можливі для кваліфікованих агентів зміни без попереднього вивчення організації в тому випадку, якщо в ході втручання ретельно аналізуються всі реакції і розробляються методи конкретно для даної організації з вирішення проблем і одночасно оптимізації всіх процесів і відносин. Класичний приклад дослідження дією – проведене Левіном дослідження опору змінам на піжамній фабриці, яка створила теоретичну основу для принципів так званого партисипативного управління [8].

Кожна частина організації є невід'ємною частиною системи, яка спирається та на яку впливають інші елементи внутрішнього і зовнішнього середовища організації. Організаційний розвиток на інноваційній основі допомагає організаціям забезпечити стійке підвищення продуктивності за рахунок перерозподілу людських ресурсів. Цілеспрямовані нововведення в організації можуть бути реалізовані на трьох рівнях: організаційному (наприклад, зміна структури фірми або зміна технології виробництва), груповому (наприклад, зміна групових цінностей і норм) та індивідуальному (наприклад, зміна уявлень про мету діяльності).

Організаційний розвиток нерозривно пов'язаний з культурою організації та інноваціями в цій сфері. Вчені особливої уваги надають взаємозв'язку та взаємозалежності вдалого організаційного та інноваційного розвитку, наводячи приклади успішних компаній, у яких чітко прописана організаційна культура та впроваджені новітні методи управління нею. Культура вносить ясність у очікування співробітників, забезпечує цілісність компанії, створює відчуття належності до організації, стимулюючи рух до поставленої мети. В ідеалі будь-яка програма змін повинна бути пов'язана з тими аспектами організаційної культури, які перешкоджають ефективній роботі організації [9].

До особливостей організаційних інновацій варто віднести стратегічне спрямування забезпечення економічного розвитку промислових підпри-

емств та управління таким розвитком. Орієнтація на довгостроковий стабільний розвиток передбачає формування новітніх підходів щодо вдосконалення організаційних структур, структурну трансформацію підприємств, зміну асортименту. Структурним змінам повинна підлягати не будь-яка з функцій, а сукупність функцій підприємства. Ефективність структурних змін можна оцінити шляхом зіставлення витрат і отриманих результатів, пов'язаних із здійсненням визначених структурних перетворень в організації, що спрямовані на досягнення оптимального балансу між ефективністю та стабільністю діяльності організації.

Висновки. На сьогодні всі підприємства, незалежно від розміру, форми власності та сфери діяльності, зіштовхуються із проблемою виживання в умовах нестабільної політичної та економічної ситуації. Для того, щоб зберегти конкурентоспроможність під дією внутрішніх та зовнішніх суперечностей і конфліктів підприємствам необхідно провадити організаційні зміни на інноваційних засадах.

Отже, можна зробити висновок, що організаційний розвиток – це сукупність теоретичних ідей та практичних прийомів, спрямованих на допомогу організації в рішенні її проблем, націлений на отримання більшої гнучкості та адаптації щодо внутрішніх та зовнішніх змін.

Література

1. Поняття та особливості організаційного розвитку [Електронний ресурс] // Укрбуква. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://ukrbukva.net/print:page,1,50984-Ponyatie-i-osobnosti-organizacionnogo-razvitiya.html>.
2. Тоцький В. І. Організаційний розвиток підприємства / В. І. Тоцький, В. В. Лаврененко. – Київ: КНЕУ, 2005. – 247 с.
3. Мільнер Б. З. Теорія організації / Б. З. Мільнер. – Москва: ИНФРА-М, 2000. – 480 с. – ISBN 5-16-000079-8
4. Burke W. W. Organization Development: A Process of Learning and Changing. 2 ed. Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company, 1994.
5. French, Wendell, Bell, Cecil. Organisation Development. 4th ed. Prentice Hall, 1990.
6. Organization Renewal: A Holistic Approach to Organization Development Hardcover – November, 1981.
7. Лютенс Ф. Организационное поведение: Пер. с англ. 7-е изд. – М.: ИНФРА-М, 1999.- XXVIII, 692 с.
8. Кузнецов Ю. В. Теорія організації / Ю. В. Кузнецов, Є. В. Мелякова. – Москва: Юрайт, 2015. – 365 с.
9. Тренінг організаційного розвитку [Електронний ресурс] // Психологія – Режим доступу до ресурсу: <http://psychologiya.com.ua/psixologicheskie-treningi/3497-trening-organizacionnogo-razvitiya.html>.

УДК 331.4

Жалдак Г.П.
асистент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ АСПЕКТІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена аналізу соціально-економічного забезпечення інноваційного розвитку машинобудівних підприємств. Досліджено напрями впровадження різних видів інновацій у соціальній сфері, а також економічну значущість соціального як ресурсу інноваційного розвитку підприємства.

Ключові слова: машинобудівні підприємства, інноваційний розвиток, соціальний капітал.

This article analyzes the socio-economic development providing innovative engineering companies. Studied social capital as a resource for innovative development company.

Keywords: machine-building enterprises, innovative development, social capital.

Вступ. Європейський вибір України на шляху до інтеграції у світовий економічний простір повинен супроводжуватися ефективним забезпеченням інноваційного розвитку машинобудівних підприємств. Проте існуючі політико-соціальні реалії, дефіцит фінансових ресурсів, зменшення попиту на продукцію машинобудівних підприємств накладають значний відбиток на їх функціонування, що призводить до неефективної роботи машинобудівних підприємств, втрати значної кількості клієнтів, зниження конкурентоспроможності. Досвід економічно розвинутих країн світу засвідчує про невинний вплив процесів взаємодії та соціального капіталу на розвиток науки і інновацій. За таких умов актуальним є дослідження соціально-економічних аспектів забезпечення інноваційного розвитку машинобудівних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що Україна має значний потенціал для інноваційного розвитку за умови ефективного використання усіх ресурсів підприємства. Дослідженню аспектів забезпечення інноваційного розвитку присвятили свої роботи такі вітчизняні науковці: П. Харів [1], Л. Федулова [2], В. Гриньов, Д. Чеберкус, В. Шовкалюк [3] та ін.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз соціально-економічних аспектів забезпечення інноваційного розвитку машинобудівних підприємств.

Результати дослідження. З часів проголошення незалежності спостерігаються негативні тенденції в промисловості – майже вдвічі менше під-

приємств використовують інновації, кількість поданих заявок на винаходи зменшилася на 30 %, а кількість винаходів, що реалізуються, зменшилася удесятеро, чисельність працівників, що виконують розробки та дослідження у наукових підрозділах підприємств, скоротилася майже на 60% [1]. В Україні серед підприємств, які є інноваційно активними, домінують галузі нижчих технологічних укладів. У нашій державі 3-й і 4-й уклади разом становлять 95%, 5-й укладлише 4,2%. Інвестиції в галузі 5-го укладу становлять 4,5% [1]. Натомість, у розвинутих країнах переважання цих галузей приходилося на 1950-1960 роки [1; 2]. Зростання ВВП за рахунок введення нових технологій в Україні оцінюється лише у 0,7-1 %, [3].

Поряд із низьким рівнем державного фінансування інноваційної діяльності на підприємствах машинобудування України, у світі питома вага держави у фінансуванні інноваційних та науково-технічних робіт в економіці є вагомою і поступається лише приватному сектору. Так, у розвинутих країнах світу значні обсяги державного фінансування спрямовуються на підтримку інноваційно-інвестиційної та науково-технічної діяльності саме у машинобудівній промисловості. Наприклад, корпорація «Boeing» протягом 17 років отримала від уряду США близько 5,3 млрд. дол. США у вигляді субсидій та грантів, «Airbus» одержала 18 млрд дол. США субсидій від Європейського Союзу. Вагому підтримку інноваційної діяльності отримують і інші виробники, наприклад, світовий лідер з виробництва електричного обладнання «General Electric Company» протягом 2010-2012 рр. отримав на наукові дослідження та розробки 2,5 млрд дол. переважно від уряду США [3].

На основі аналізу основних показників інноваційного розвитку підприємств машинобудування, нами визначено, що підприємства машинобудування мають значний потенціал інноваційного розвитку, проте не повністю його використовують. Як справедливо зазначає Л. І. Федулова в останні роки підвищується роль нетехнологічних (організаційних і маркетингових) інновацій у посиленні ефективності виробництва [3]. Тому, за сучасних умов підприємства аби залишатися конкурентоспроможними повинні відповідати сучасним реаліям суспільного розвитку, активно розвивати соціальну сферу та нарощувати соціальний капітал власної інноваційної діяльності. Кризові ситуації спонукають менеджерів і акціонерів до організаційних інновацій, змушуючи переглядати колишні управлінські підходи та рухатися в напрямі впровадження кращих практик. Компанії, які зуміють здійснити необхідні зміни, швидше за все, виявляться у більш вигірному становищі в посткризовий період. Організаційні нововведення передбачають впровадження сучасних методів корпоративного управління, соціальної відповідальності, вдосконалення діючих і застосування нових механізмів і форм організації виробництва й праці. Як правило, це пов'язано з модернізацією стратегій компаній – виходом на нові ринки, злиттями й поглинаннями, впровадженням міжнародних стандартів у системах менеджменту якості й сертифікації продукції тощо. Проте на українських підприємствах вони поки що не дістали належного поширення, що також обмежує динаміку інноваційної активності [4; 5].

З метою визначення соціальних аспектів забезпечення інноваційного розвитку машинобудівної промисловості нами було проведено опитування 149 осіб на 54 великих, середніх та малих машинобудівних підприємствах. У процесі дослідження було визначено види інновацій, що впроваджуються в соціальній сфері машинобудівних підприємств.

Як видно з рис. 1 більшість інновацій, що охоплюють соціальні аспекти діяльності машинобудівних підприємств, пов'язані із вдосконаленням роботи персоналу підприємства, забезпечення розвитку людського потенціалу та професійних якостей. Крім цього, майже 12 % інноваційно активних машинобудівних підприємств приділяє увагу інноваціям у сфері вдосконалення якості робочих місць, покращення умов праці працівників. Найменша питома вага підприємств (лише 2,6 %) займаються питанням удосконалення системи трудових відносин.

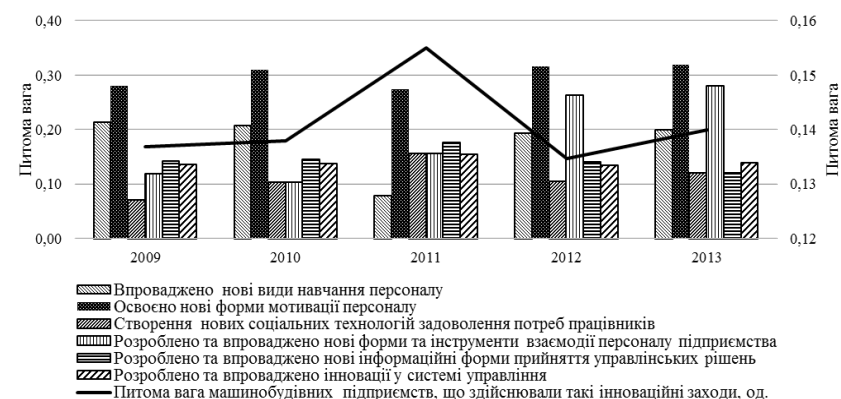


Рис. 1. Впровадження різних видів інновацій в соціальній сфері

Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

У процесі аналізу нами було виявлено, що найбільш поширеними для машинобудівних підприємств є інновації в сфері удосконалення роботи персоналу підприємства, зокрема, нові види навчання персоналу, нові форми мотивації персоналу. Важливими для підприємств машинобудування є впровадження інновацій у сфері економічних мереж та системі управління.

Варто також відзначити, що для більшості машинобудівних підприємств клієнтська складова не відіграє визначної ролі при формуванні інтелектуального капіталу, оскільки більшість продукції машинобудівних підприємств реалізуються на промисловому ринку, проте низька соціальна активність все ж певною мірою призводить до зниження іміджу підприємства. Тому у табл. 1 представлено результати опитування, щодо впливу розвитку соціальної сфери на роботу машинобудівних підприємств.

Таблиця 1

Думка керівників різних за розміром підприємств щодо впливу розвитку соціальної сфери на роботу машинобудівних підприємств

Показники	Розмір підприємства		
	Великі	Середні	Малі
Зростання задоволеності працею працівників компанії	12,8	27,1	11,6
Зниження плинності кадрів	16,7	14,7	17
Зростання продуктивності праці	19,4	18,2	12,3
Покращення умов праці та якості робочих місць	13,9	11,8	10,3
Розвиток соціального капіталу та трудових відносин	16,1	11,2	15,9
Вплив на імідж компанії	21,1	17	32,9
Всього	100	100	100

Джерело: отримано на основі власних досліджень автора

Поряд із цим у процесі проведеного нами анкетування було виявлено, що більшість учасників опитування (65,1 % респондентів) вважають, що розвиток соціальної сфери це призведе до зміни задоволеності працею на машинобудівних підприємствах; 58,3% зазначили, що розвиток соціальної сфери впливатиме на його імідж. При цьому 39,5 % відзначили можливе зростання продуктивності праці, а 45,4 % – зниження плинності кадрів. Лише 32 % респондентів зазначили, що розвиток соціальної сфери впливає на формування соціального капіталу та сприяє активізації інноваційної діяльності на підприємстві.

Керівники машинобудівних підприємств недооцінюють практичну значимість розвитку соціальної складової в діяльності суб'єктів господарювання (рис. 2).

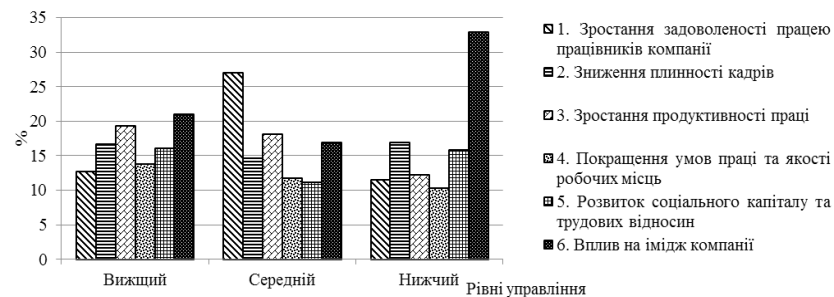


Рис. 2. Думка керівників машинобудівних підприємств щодо впливу розвитку соціальної сфери на їх роботу, %

Джерело: побудовано автором на основі попередніх розрахунків

Поряд із цим існують соціально-економічні проблеми, що потребують вирішення для забезпечення належного інноваційного розвитку підприємства. З метою їх визначення нами було детально досліджено кількісну та якісну структуру персоналу підприємства, тому що саме персонал забезпечує потенціал будь-якого виробництва. При цьому кадри повинні бути висококваліфікованими й ефективно працювати. У цьому контексті цікавими виявилися наші дослідження щодо розуміння респондентами сутності соціального капіталу, що представлені на рис. 3. Особливості економічного підходу до соціального капіталу полягають у тому, що він як набір зв'язків суб'єкта, норм взаємодій, відносин довіри (так звана «тріада» за Дж. Коулманом) не тільки створює рамки економічної діяльності (тобто є елементом інституційного середовища), що визначають рівень трансакційних витрат, але і є ресурсом взаємодії підприємств та спільного використання для підвищення віддачі від своїх вкладень [6].

Так, найбільша кількість опитаних нами менеджерів вищого рівня (36,1 %) вважають що соціальний капітал, це такий вид капіталу, який важко уречевити, але його наявність значно полегшує діяльність підприємства в контексті укладання договорів та проведення переговорів.

Близько 29,6 % опитаних нами менеджерів середнього рівня управління вважають, що соціальний капітал збільшує віддачу від інвестування у фізичний та людський капітал та сприяють соціально-економічному розвитку. Значна кількість респондентів усіх рівнів управління (та нижчого рівня, зокрема 43,5 %) відзначили, що соціальний капітал, це здатність до самоорганізації та колективних дій. Саме здатність діяти спільно та при цьому без зовнішнього примушення, за думкою респондентів – найяскравіша характеристика соціального капіталу.

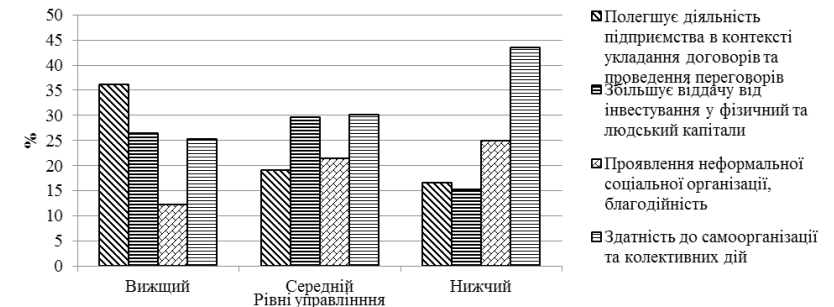


Рис. 3. Думки респондентів щодо економічної значущості соціального капіталу

Джерело: отримано на основі власних досліджень автора

Аналізуючи відповіді респондентів, можемо зазначити, що соціальний капітал по-перше, є ресурсом, який використовують підприємства для максимізації корисності та виробництва благ. По-друге соціальний капітал є обмеженим ресурсом, що пов'язаний з включенням в мережі соціальних відносин, які володіють певними бар'єрами відбору. По-третє, доступ до нього пов'язаний із затратами включення у дані мережі, а його накопичення – з інвестиціями у їх розвиток. Разом з цим, соціальний капітал є капітальним благом, що володіє значними зовнішніми ефектами (як позитивними так і негативними). Соціальний капітал являє собою запас ресурсів підприємств, який приносить йому потік доходів та є об'єктом інвестування.

Висновки. Отже, серед основних стримуючих чинників забезпечення інноваційного розвитку підприємства є не тільки економічні (нестача власних фінансових ресурсів, висока вартість нововведень, недостатня бюджетна підтримка інновацій тощо), але й соціальні та внутрішньовиробничі причини (недосконала науково-технічна база, відсутність сучасних фахівців, нерозвинутість коопераційних зв'язків, низька якість комунікацій підприємств). Стає зрозумілим, що для підприємств машинобудівної промисловості важливим є подальший розвиток соціальної сфери, зокрема соціального капіталу. Тому у подальші наші дослідження варто зосередити на визначенні та соціально-економічних параметрів розвитку машинобудівних підприємств, визначення існуючого рівня соціального забезпечення інноваційного розвитку, як важливого чинника активізації інноваційної діяльності на підприємстві.

Література

1. Харів П. С. Інноваційна діяльність в Україні: ключові проблеми та можливості їх вирішення / П. С. Харів, О. Кардаш // Економічні науки. Серія "Економічна теорія та економічна історія" (Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету). – Луцьк, 2008. – Вип. 5. – С. 190-198.
2. Інформація Держстату України „Наукова та інноваційна діяльність в Україні” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Федулова Л. І. Інноваційний вектор розвитку промисловості України / Л.І.Федулова // Економіка України. – 2013. – 5 (618). – С. 30-37
4. Інноваційна та науково-технічна сфера України: Innovations, Science, and Technology of Ukraine: Монографія / В.Б. Гриньов, Д.В. Чеберкус, В.С. Шовкалюк та інші; під заг. ред. Б.В. Гриньова. – К: НТУУ «КПІ» ВПІ ПВК «ПОЛІТЕХНІКА», 2012. – 88с.
5. Длугопольський А. В. Имеет ли доверие ценность, или как социальный капитал влияет на экономику / А. В. Длугопольський // Теоретическая экономика. – 2014. – №4. – С. 24 – 38.
6. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий // Дж.Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. № 3. – С. 122 – 139.

УДК 316.334.2

Жигалкевич Ж.М.

к.е.н., доцент;

Пасько О.С.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

НАУКОВІ ПІДХОДИ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто теоретичні підходи щодо інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності. Досліджено сутність інвестиційно-інноваційної діяльності. Досліджено етапність розробки стратегії інвестування інноваційних проектів та форми їх фінансування.

Ключові слова: інновація, інвестиція, підприємство, діяльність, забезпечення.

Considered theoretical approaches of investment support of innovations. Analyzed the essence of investment and innovation activities. Analyzed stages of development investment strategy of innovative projects and forms of financing.

Key world: innovation, investments, enterprises, activities, provision.

Вступ. В умовах прискорення процесів світової глобалізації та інтелектуалізації виробництва новітні технології відіграють важливу роль. Вони визначають технічний рівень сучасного виробництва, форми його організації та управління підприємством загалом. Впровадження інноваційних технологій не тільки формує стратегію подальшого розвитку компанії, а й основу її конкурентної позиції як на вітчизняному, так і на міжнародному ринках. Забезпечення розповсюдження нових технологій, науково-технічних досягнень та організаційно-технічних рішень можливе лише на основі використання відповідних джерел фінансування цього процесу. Тому постає необхідність вивчення методології інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням теорії інноваційних процесів і зокрема їх інвестиційному забезпеченню, займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені: П. Друкер, А. Клайнкнехт, Е. Менсфілд, К. Опенлендер, П. Пілдич, Б. Санто, Р. Уотермен, Й. Шумпетер, В. Александрова, Л. Антонюк, О. Амоша, А. Гальчинський, Б. Данилішин, О. Лапко, А. Поручник, Д. Стеченко та ін.

Постановка завдання. Ціллю статті є вивчення та поглиблення теоретичних аспектів інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств.

Результати дослідження. Реалізація інноваційної діяльності підприємств в умовах ринкової економіки передусім пов'язана з пошуком джерел і форм інвестування, які мають забезпечити баланс між інноваційними

витратами та фінансовими можливостями. Для обґрунтування завдань інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємства вбачається за важливе дослідити сутність інвестиційно-інноваційної діяльності.

Вивчення наукової фахової літератури доводить про відсутність чіткого визначення інвестиційно-інноваційної діяльності. Існують різні підходи, що відображають в тій чи іншій мірі інвестиційну діяльність, спрямовану на інновації. Так, Б.Н. Кузин і Ю.В. Яковець використовують функціональний підхід, визначаючи найважливішу функцію інвестицій в основний капітал – інноваційну.

У роботі В.А. Фатхутдінова під фінансуванням інноваційної діяльності розглядається механізм фінансового забезпечення будь-якого господарюючого суб'єкта, що охоплює грошові відносини організації з іншими господарюючими суб'єктами і банками з оплати науково-технічної продукції, контрагентських робіт, поставок спецобладнання, матеріалів і комплектуючих виробів, розрахунків із засновниками, трудовим колективом і госуларсвенной органами управління [1, с. 129].

Найбільш поширеною є думка, що інноваційна діяльність вимагає залучення тільки фінансових ресурсів, тобто фінансування інноваційної діяльності – це тільки грошові відносини з іншими господарюючими суб'єктами і банками з оплати науково-технічної продукції, контрагентських робіт, поставок спецобладнання, матеріалів і комплектуючих виробів, розрахунків із замовниками, трудовими колективами та державними органами управління.

Інші економісти зазначають, що проведення інноваційної діяльності вимагає залучення не тільки коштів безпосередньо в грошовому вимірі, а й інших – у вигляді основних та обігових коштів, майнових прав та нематеріальних активів, кредитів, позик і застав (боргових зобов'язань), прав на землеволодіння та землекористування тощо. Але називають цю сукупність ресурсів також фінансовими ресурсами, які, на думку деяких фахівців, не відповідає сутності поняття «фінанси». Тому більш узагальнено процес забезпечення інноваційної діяльності необхідними ресурсами характеризується терміном «інвестування інноваційної діяльності» або «інвестиційне забезпечення інноваційної діяльності» [2, с.76].

Загальні теоретичні підходи, що відбивають сутнісну характеристику інвестування інноваційної діяльності зазначено на рис.1.

Таким чином, саме інвестиції забезпечують інноваційну діяльність необхідними фінансовими, матеріальними та нематеріальними ресурсами. Виходячи з цього, під системою інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності слід розуміти сукупність економічних відносин, які виникають у зв'язку з пошуком, залученням і ефективним використанням інвестицій, а також організаційно-управлінські принципи, методи і форми їх впливу на життєдіяльність інновацій.

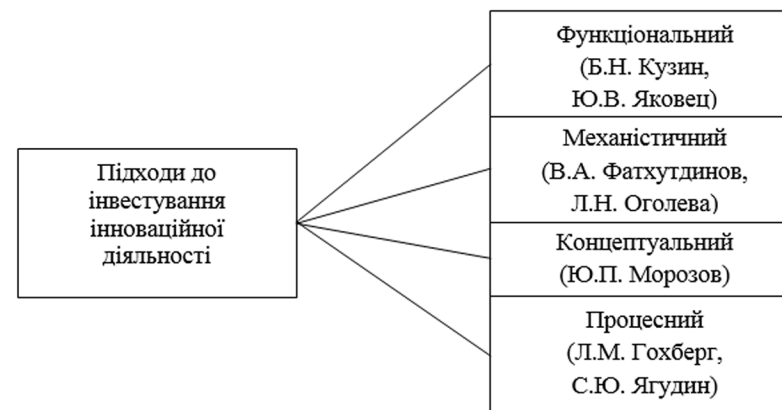


Рис.1. Теоретичні підходи до інвестування інноваційної діяльності

Джерело: розроблено авторами на основі [2, с. 229]

Таким чином, саме інвестиції забезпечують інноваційну діяльність необхідними фінансовими, матеріальними та нематеріальними ресурсами. Виходячи з цього, під системою інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності слід розуміти сукупність економічних відносин, які виникають у зв'язку з пошуком, залученням і ефективним використанням інвестицій, а також організаційно-управлінські принципи, методи і форми їх впливу на життєдіяльність інновацій.

Розробку стратегії інвестування інноваційних проектів виконують поетапно:

1 етап. Конкретизація стратегічних цілей залежно від варіантів інноваційного розвитку на базі існуючих і перспективних ринкових можливостей.

2 етап. Аналіз існуючих джерел і механізмів інвестування, особливостей державної, регіональної та галузевої інноваційної та інвестиційної політики, інвестиційного клімату.

3 етап. Формування оптимальної структури інвестиційних ресурсів (включаючи джерела і механізми інвестування).

4 етап. Деталізація інвестиційної стратегії за джерелами, напрямками інвестування, етапами та строками реалізації.

5 етап. Оцінка розробленої стратегії за критеріями відповідності зовнішніх і внутрішніх умов реалізації.

6 етап. Моніторинг реалізації стратегії, необхідне коригування [3, с.167].

Інвестиції для фінансування інноваційних проєктів можна поділити на три групи: прямі, супутні, інвестиції в науково-дослідні роботи (НДР).

Прямі інвестиції використовуються безпосередньо для реалізації інноваційного проєкту. До них відносять інвестиції в основні засоби (матеріальні і нематеріальні активи) і в оборотні кошти.

Інвестиції в нематеріальні активи найчастіше пов'язані з придбанням нової технології (патенту чи ліцензії) та торгової марки.

Супутні інвестиції – це вкладення в об'єкти, які пов'язані територіально та функціонально з інноваційним об'єктом і які необхідні для його нормальної експлуатації, а також вкладення невиробничого характеру.

Інвестиції в науково-дослідні роботи. Вони забезпечують і супроводжують проєкт. Це насамперед матеріальні засоби (обладнання, стенди, комп'ютери та різноманітні прилади), необхідні для проводки передпроєктних досліджень, а також обігові кошти [2].

Таким чином, інвестиції в інноваційну діяльність є одним із визначальних факторів економічного зростання підприємства. В Україні існує проблема інвестування інноваційної діяльності підприємства, що пов'язано з відсутністю або слабким розвитком інноваційної інфраструктури на підприємстві та недовірою потенційних інвесторів підприємствам. Це, в свою чергу, викликає необхідність розвитку методологічної основи інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності підприємств.

Висновки. Інновації на підприємстві – форма прояву науково-технічного прогресу на мікрорівні. Вони сприяють оновленню номенклатури продукції, підвищенню її якості з метою задоволення потреб споживачів і максимізації прибутку організації. Основною проблемою реалізації інновацій на підприємстві є їх фінансування. Тому вивчення та розвиток методології інвестиційного забезпечення інноваційних процесів на підприємстві потребують подальших науково-пошукових досліджень, що прискорить їх впровадження.

Література

1. Инновационный менеджмент [Текст]: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – 4-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2004.
2. Научные основы маркетинга инноваций: монография в 3 т. Том 3. / под ред. д.э.н., профессора С.Н. Ильяшенко. – Сумы: ООО «Печатный дом «Папирус», 2013. – 334 с.
3. Підприємництво: Підручник для вузів [Текст] / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Г.Б. Поляка, проф. В.А. Швандара. – 4-е вид., Перераб. і доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

УДК 339.972

Кальченко О.А.

к.э.н., ст. преподаватель

Санкт-Петербургский Политехнический Университет
Петра Великого, г. Санкт-Петербург

СУЩНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье раскрыты понятия экономической безопасности промышленного предприятия и экономической безопасности страны. Представлена модель формирования экономической безопасности страны. Приведена классификация угроз экономической безопасности промышленного предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность, промышленные предприятия, угрозы, риски

The article deals with the concept of economic security of industrial enterprise and economic security of the country. The model of economic security formation is presented. The classification of economic security threats of industrial enterprise is made.

Keywords: economic security, industrial plants, threats, risks

Вступление. Экономическая безопасность страны является основой национальной безопасности. Экономическая безопасность промышленных предприятий находится в тесной взаимозависимости с экономической безопасностью страны в целом. Раскрытие сущности, принципов и методов управления экономической безопасностью промышленного предприятия актуально в условиях потенциальных угроз и рисков.

Анализ последних исследований и публикаций. Научными исследованиями в области экономической безопасности страны и промышленных предприятий занимаются известные ученые: д.э.н., профессор, академик РАЕН В.К. Сенчагов; д.э.н., профессор, академик РАЕН Б.В. Губин; д.э.н., профессор, член-корреспондент РАЕН В.И. Павлов; д.э.н., профессор, академик РАЕН С.В. Казанцев и другие.

Постановка задания. Целью работы является анализ и раскрытие сущности управления экономической безопасностью промышленного предприятия.

Результаты исследования. Под экономической безопасностью страны мы понимаем управляемое состояние национальной системы надежного предложения и эффективного использования товаров и услуг высокого качества населением и хозяйствующими субъектами ее экономики в соответствии с их потребностями, обеспечивающее устойчивое развитие страны в длительной перспективе [1, 2, 3].

Логическое обобщение факторов, определяющих систему обеспечения экономической безопасности страны, позволило представить модель ее

формирования в виде совокупности факторов пяти групп [3]: ресурсных, технологических, экономических, экологических и институциональных (рис. 1).

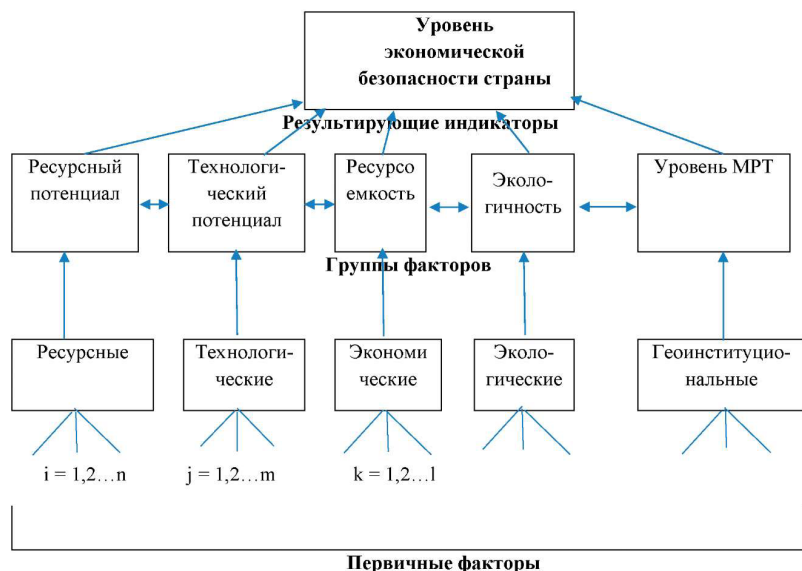


Рис. 1. Модель формирования экономической безопасности страны

Совокупность частных факторов каждой группы формирует ее результирующий индикатор, определяющий в определенной степени значение совокупного индекса системы экономической безопасности страны. Совокупность частных факторов подлежит дополнительному исследованию и будет раскрыта нами позже.

Экономическая безопасность промышленного предприятия является комплексным понятием и включает в себя совокупность факторов, связанных не столько с внутренним состоянием самого предприятия, сколько с воздействием внешней среды, с ее субъектами, с которыми предприятие вступает во взаимосвязь.

Под **экономической безопасностью промышленного предприятия** следует понимать защищенность его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от прямых (активных) или косвенных (пассивных) экономических угроз, например, связанных с неэффективной научно-промышленной политикой государства или формированием неблагоприятной внешней среды, и способность к его воспроизводству [4].

Таблица 1

Классификация угроз экономической безопасности промышленного предприятия

№	Признаки	Угрозы
1	По месту возникновения	Внутренние, внешние
2	По степени опасности	Особенно опасные, опасные
3	По возможности осуществления	Реальные, потенциальные
4	По масштабу осуществления	Локальные, общесистемные
5	По длительности действия	Временные, постоянные
6	По направлению	Производственные, финансовые, технологические, социально-экономические
7	По отношению к угрозам	Объективные, субъективные
8	По характеру направления	Прямые, косвенные
9	По вероятности наступления	Явные, латентные
10	По природе возникновения	Политические, конкурентные и т.п.

Источник [5]

Проблема экономической безопасности определяется наличием внешних (экзогенных) и внутренних (эндогенных) угроз и рисков по отношению к промышленным предприятиям и как следствие ко всей экономике страны. К внешним угрозам можно отнести экономическую и политическую нестабильность, несовершенство законодательства, отсутствие достоверной информации и т.д. К внутренним факторам, порождающим угрозы, можно отнести ограниченные возможности по страхованию рисков, отсутствие четкого взаимодействия профессиональных участников рынка, институциональную незавершенность рыночных преобразований и т.д. Ученые выделяют следующие состояния экономической безопасности (ЭБ) промышленного предприятия (табл. 2).

Таблица 2

Состояния экономической безопасности промышленного предприятия

Состояния	Характеристика
Стабильное	Индикаторы ЭБ находятся в пределах пороговых значений, степень использования имеющегося потенциала близка установленным нормам и стандартам
Предкризисное	Несоответствие хотя бы одного из индикаторов ЭБ пороговому значению, другие приблизились к барьерным значениям. Не были утрачены технологические возможности улучшения условий и результатов производства путем принятия мер предупредительного характера
Кризисное	Несоответствие большинства основных индикаторов ЭБ пороговому значению, признаки необратимости спада производства и частичной утраты потенциала вследствие истощения ресурса технологического оборудования и площадей, сокращения персонала
Критическое	Нарушаются все барьеры, отделяющие стабильное и кризисное состояния развития производства, а частичная утрата производства становится неизбежной

Источник [5]

Выводы. Тема экономической безопасности промышленного предприятия актуальна для дальнейших исследований, особенно в современных условиях потенциальных угроз и рисков. Интересно раскрытие сущности, принципов и методов управления экономической безопасностью промышленного предприятия, на примере топливно-энергетического комплекса.

Литература

1. Экономическая безопасность России: Общий курс: Учебник / Под ред. В.К. Сенчагова. 2-е изд. М.: Дело, 2005. – 896 с.
2. Инновационные преобразования как императив устойчивого развития и экономической безопасности России / под ред. В.К. Сенчагова. – М.: «Анкил», 2013. – 688 с.
3. Огороков В.Р., Огороков Р.В. Энергетическая безопасность страны: сущность, индикаторы и механизмы ее обеспечения // Академия энергетики. – 2014. – № 6 (62). – С. 4–13
4. Бендиков М.А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 10. – С. 28–35.
5. Самочкин В.Н., Барахов В.И. Экономическая безопасность промышленных предприятий // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2014. – № 3–1. – С. 342–352.

УДК: 330.341.1

Кам'янська О.В.

к.е.н., доцент;

Любарець О.В.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В статті досліджено сутність інноваційного потенціалу підприємства. Проведено аналіз стану інноваційної діяльності в Україні. Виявлено найголовніші проблеми та наведено шляхи і напрямки підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства.

Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, інноваційний потенціал, ефективність.

In the article investigates the essence of innovative potential of enterprise. The analyzed innovation activity in Ukraine. Revealed major problems and ways of raising efficiency of the innovation potential of enterprise.

Keywords: innovation, innovation activity, innovative potential, efficiency.

Вступ. У сучасних умовах розвитку інноваційна діяльність набуває все більшого значення для діяльності підприємств. Завдяки постійному удосконаленню та впровадженню інновацій підприємства підвищують свою конкурентоспроможність на ринку. Тому для кожного підприємства важливим фактором успіху є ефективне використання свого інноваційного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем інноваційної теорії, зокрема визначення поняття «інноваційний потенціал» відображено у наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, І. Балабанова, Г. Гольдштейна, В. Громеки, С. Вовканича, М. Данько, М. Долішнього, В. Калишенко, Л. Колосова, О. Кузьміна, Л. Мартюшевої, А. Ніколаєва, Е. Пенроуз, М. Портера, А. Перлакі, А. Пригожина, А. Савченка, А. Савчука, В. Семиноженка, К. Фрімена, та інших. Однак досі немає єдності у поглядах сучасних авторів щодо тлумачення поняття «інноваційний потенціал».

Постановка завдання. Метою роботи є визначення сутності інноваційного потенціалу підприємства та визначення шляхів підвищення ефективності його використання.

Для досягнення мети у статті мають бути розв'язані наступні завдання:

- розкрити сутність інноваційного потенціалу;
- дослідити стан інноваційної діяльності в Україні;
- виявити головні проблеми ефективного використання інноваційного потенціалу підприємства;
- запропонувати напрями підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства.

Результати дослідження. Аналізуючи досвід економічно розвинутих країн можна стверджувати, що інноваційна діяльність підприємства набагато ефективніший засіб у конкурентній боротьбі, ніж традиційні засоби та методи. Тому ефективне функціонування будь-якої організації залежить від управління і планування інноваційної діяльності.

Стійкість економічного становища суб'єктів господарювання визначається темпами і масштабами здійснення інноваційної діяльності, що дозволяє своєчасно і швидко реагувати на умови конкурентної боротьби шляхом використання різноманітних нововведень, забезпечуючи більш якісне й повне задоволення потреб ринку. Тому важливого значення набуває стан рівня інноваційного потенціалу підприємств.

Термін «потенціал» походить від латинського слова «potentia» і означає «приховані можливості», які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю [2, с.5].

Сутність поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні поточних та майбутніх можливостей економічної системи трансформувати ресурси за допомогою властивих персоналу підприємницьких здатностей в економічні блага, максимально задовольняючи корпоративні та суспільні інтереси [1, с.9].

Інноваційний потенціал – це сукупність природних і трудових ресурсів, організаційних та інформаційних компонентів, матеріальних умов, що функціонують як єдине ціле в умовах впливу факторів зовнішнього середовища з метою вирішення завдань інноваційної діяльності. Інноваційний потенціал це здатність і готовність будь-якої організації здійснювати реалізацію інноваційного процесу. Він забезпечує гнучкість виробничо-господарської системи, її здатність реагувати на зовнішній вплив, адаптуватися відповідно до вимог ринку, змін законодавства тощо [4, с. 142–148].

Для розвитку інноваційного потенціалу на практиці необхідно знати і розуміти теоретичні аспекти інновацій та інноваційного потенціалу його сутність та напрями розвитку.

Інноваційний потенціал підприємства слід досліджувати за стадіями інноваційного процесу конкретного підприємства з погляду можливості задоволення суспільних і особистих потреб через створення нових зразків продукції, технології та ін. З урахуванням неоднорідності видових проявів інноваційного потенціалу необхідно пояснити, що специфіка досліджуваного поняття полягає в можливості як явної реалізації здатностей підприємства до впровадження нововведень, так і в прихованих можливостях, що в даний час не використовуються. Зазначені характеристики можуть мати як фактичний результат, так і запланований, або бажаний за тих чи інших макроекономічних та внутрішніх умов суб'єкта господарювання. За типологією інновацій, що будуть запроваджуватися або діють на сьогодні, інноваційний потенціал доцільно розглядати з позицій орієнтації на задоволення потреб конкретного працівника/споживача або на розвиток науково-технічного прогресу. За переважним змістом інноваційний потенціал може бути спрямований на розроблення і впровадження продуктивних, технологічних, управлінських, соціальних та інших типів інновацій, що необхідно враховувати протягом здійснення етапів і стадій створення нововведень [5, 6].

Серед основних проблем, які стримують інноваційну діяльність в Україні, можна виділити декілька:

- недосконала система нормативно-методологічного забезпечення та державної підтримки;
- відсутність системного підходу та єдиної науково-технологічної та інноваційної політики;
- недостатнє інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень;
- недостатнє фінансування з боку держави;
- еміграція кваліфікованих кадрів;
- погіршення матеріально-технічної бази наукових та дослідницьких центрів;
- не застосовується механізм трансферу технологій.

Впродовж останніх років кількість винахідників та раціоналізаторів в Україні скоротилася більш ніж у 20 разів, науковий потенціал знизився

більш ніж удвічі. На підприємствах, в установах, організаціях не проводяться передбачені державними стандартами патентні дослідження, не вивчаються суспільні та державні потреби цієї продукції, суспільний попит на товари і послуги.

Станом на 2013 рік питома вага підприємств, що впроваджували інновації дорівнювала 13,6 %. Порівняно за останні п'ять років кількість таких підприємств збільшилась на 2,9 %. Порівняно з країнами Європи ці значення є не високі, оскільки в Німеччині питома вага промислових підприємств, що займались впровадженням інновацій становила 62,6 %, в Польщі – 23 %, в Іспанії – 33,6 %, у Фінляндії – 51,4 %, у Великобританії – 38,1 %. Такі дані свідчать про недостатній рівень ефективності інноваційного потенціалу на підприємствах України [3].

Підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства не може відбуватися випадково, без цілеспрямованого впливу та управління цим процесом. Тому слід визнати, що є, щонайменше, два завдання, що стоять перед підприємством: оцінка цього потенціалу і його реалізація. Для оцінки потенціалу пропонується відповідна система показників, а для його реалізації необхідні: розробка системи модулів змін, що відображають дійсні зрушення в інноваційному потенціалі; поділ каталогу інноваційних проблем на блок перспективних і поточних завдань на підприємстві; розробка системи взаємодії персоналу при вирішенні поточних та інноваційних завдань; розробка системи інформації про управління впровадженням і його ефективності з позицій беззбитковості на різних стадіях життєвого циклу інновацій; формування системи цільових показників інноваційної діяльності.

Для оцінки інноваційного потенціалу компанії можуть бути використані наступні показники: науково-технічний потенціал (чисельність співробітників, що мають науковий ступінь, кількість раціональних пропозицій на одного співробітника, кількість патентів та ін.); показники комерціалізації (частка нової продукції в загальному обсязі виробленої продукції, кількість ліцензійних договорів та ін.); тривалість виконуваних робіт (тривалість впровадження інноваційних проектів, процес виготовлення нової продукції); характеристика інноваційності керуючої системи (форми стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві, участь у реалізації інноваційних проектів керівництва, рівень свободи, що надається учасникам інноваційної діяльності).

Тому, виходячи з виявлених проблем, можна визначити такі напрями підвищення інноваційного потенціалу підприємств в сучасних умовах:

- активізація науково-технічного розвитку шляхом накопичення об'єктів інтелектуальної власності, отримання нових ліцензій, патентів;
- активна співпраця з провідними галузевими та науково-дослідними інститутами, у тому числі зарубіжними;
- удосконалення кадрової політики з метою мотивації інноваційної активності персоналу, підвищення кваліфікації, зростання його професійних здібностей та навичок;

- стратегічна орієнтованість підприємства на інноваційний розвиток;
- формування автоматизованої бази накопичення, обробки і систематизації інформації для ефективного її використання;
- пріоритетне фінансування технічної бази інноваційної діяльності;
- орієнтація на створення максимально ефективної структури залучення капіталу при створенні інноваційних проектів;
- оптимізація використання природних та енергетичних ресурсів.

Висновки. Інноваційний потенціал підприємств в Україні є досить нестійкий. Спостерігаються тенденції скорочення науковців, на вкрай низькому рівні перебуває інноваційна активність підприємств, впровадження нових технологічних процесів і освоєння нових видів техніки є нестійким.

Безумовно, в Україні існує національна інноваційна система, але у більшості своїй, у контексті її організації та менеджменту, вона є породженням і продовженням специфічної радянської інноваційної системи. А тому не може системно вписуватися у глобальну інноваційну систему, яка створена розвинутими країнами, не може ефективно співпрацювати з нею і не може успішно конкурувати продуктами та послугами на зовнішніх ринках.

Щоб бути повноправними учасниками, а не свідками нової, так званої інтелектуальної технологічної революції нам потрібна не політика підживлення окремих господарських ділянок, а політика кардинального оновлення інноваційного середовища держави, яка здатна на базі фундаментальних наукових знань масово виробляти принципово нові продукти на малозатратних технологіях, з вищим рівнем виробництва.

Отже, визначення стану інноваційного потенціалу підприємства є підґрунтям ефективного вибору інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку виробництва. Запропоновані напрямки підвищення його рівня дозволять забезпечити досягнення високої конкурентоспроможності інноваційної продукції, досягти максимальних темпів оновлення інноваційних технологій та забезпечити високий технологічний рівень виробництва.

Література

1. Касьянова Н.В. Потенціал підприємства: формування та використання: підручник / Н.В. Касьянова, Д.В. Солоха, В.В. Морева, О.В. Белякова, О.Б. Балакай. – Донецьк: Вид-во Цифрова типографія, 2012. – 257с.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. – К.: Держкомстат України, 2013. – 290 с.
3. The Global Competitiveness Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-2013.pdf
4. Чабан В.Г. Інноваційний потенціал підприємства та його оцінка / Чабан В.Г. // Фінанси України. – 2006. – №5.
5. Богма О.С. Сутність інноваційного потенціалу / О.С. Богма // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2011. – №1. – С.12–15.
6. Фірсова С.М. Основні елементи інноваційного потенціалу / С.М. Фірсова, С.В. Чеботар // Економічний вісник. – 2011. – №3. – С.202–207.

УДК 621.31: 004.4

Карасва Н.В.
к.е.н., доцент;
Підберезна О.Ю.
студент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСОБИ АНАЛІЗУ ЕКОЛОГО–ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

У статті визначено актуальність впровадження інформаційних засобів для аналізу еколого–економічної діяльності підприємств енергетики. Наведено характеристика функціональних можливостей програмних засобів, застосування яких спрямовано на статистичну обробку даних, оцінювання екологічних та економічних параметрів ефективності діяльності підприємств, аналізу безпеки технічних систем.

Ключові слова: енергопідприємство, еколого–економічний аналіз, інформаційні засоби, програмний продукт

he article outlines the relevance of implementing information tools for the analysis of the environmental and economic activities of power. The characteristic features of software tools, the use of which is aimed at statistical processing of data, evaluation of environmental and financial parameters of economic activity, the safety analysis of technical systems.

Keywords: power plants, environmental and economic analysis, information information tools, software

Вступ. Оперативна, якісна і точна обробка великих масивів статистичної інформації необхідної для аналізу еколого–економічної діяльності підприємств енергетичної галузі може бути виконана лише з використанням сучасних засобів обчислювальної техніки. Своєчасне використання інформації приводить до зниження витрат, підвищенню якості й ефективності виробництва. Так наприклад, оцінка впровадження в США CALS–технологій дозволяє [1]: скоротити витрати на проектування – від 10 до 30%; скоротити час на впровадження нових виробів на ринок – від 25 до 75 %; скоротити витрати на підготовку технічної документації – до 40 %. Також, існує підвищений інтерес органів влади, менеджерів різних рівнів управління до географічних інформаційних систем та геоінформаційних технологій.

Загалом, комплексний облік і використання інформації дозволяє створити необхідну базу для аналізу, прогнозування й планування еколого–економічної діяльності енергопідприємства, підвищує обґрунтованість розробки стратегій, виявляє помилкові стратегії, дає можливість своєчасного коректування планів і бюджетів підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати наукових досліджень свідчать [2–6], що вибір інформаційних засобів аналізу даних діяльності суб'єктів господарювання та проведення необхідних розрахунків залежить від характеру прикладних задач, обсягу даних, які обробляються, наявного обладнання, та кваліфікації користувача.

Так, наприклад, у роботі [2] наведено аналіз програмних засобів аналізу фінансового стану підприємства. Компанії Isograph Inc та Relex Software Corporation розробляють інформаційні засоби для аналізу надійності роботи атомних станцій [3-4].

Серед сучасних програмних засобів вітчизняного виробництва потрібно відзначити інструментально–програмний комплекс (ІПК), розроблений в Українському центрі економіко–математичних досліджень «Тридента» під керівництвом В.В. Сегала групою вчених: О.В. Герасименко, Ю.Г. Глушановський, В.І. Кокуєва, А.Ф. Бакуменко, А.В. Лефтер, С.Б. Калініченко та ін. ІПК призначений для вирішення задач структурного і параметричного синтезу складних систем (довільної природи), які характеризуються множинним поданням вхідної інформації і вихідних даних і функціонують в умовах невизначеності і (або) конфлікту [5].

Слід відмітити, що вищезазначені програмні засоби мають вузькоспеціалізоване призначення для обробки різних видів даних.

Постановка завдання. Враховуючи специфіку та багатоаспектність прикладних задач аналізу еколого–економічної діяльності підприємств енергетики актуальним є дослідження характеристики функціональних можливостей застосування сучасних інформаційних засобів для представлення результатів даного аналізу.

Результати дослідження. На даний час існує безліч розроблених програмних засобів для здійснення різнопланового аналізу. Кожен із них має різну спеціалізацію та призначений для обробки складових процесу аналізу [5]:

- програмні пакети для статистичної обробки даних;
- програмні засоби для оцінки екологічних параметрів економічної діяльності;
- програмні продукти (ПП) для аналізу безпеки технічних систем;
- програмні пакети для оцінки фінансових параметрів підприємств;
- геоінформаційна обробка даних з використанням ГС–технологій.

Розглянемо функціональні можливості застосування їх для аналізу еколого–економічної діяльності енергопідприємства.

Програмні пакети для статистичної обробки даних. Наявність потужних, надійних і разом з тим простих в експлуатації програмних продуктів статистичного аналізу звільняє аналітика від рутинних операцій, розширює сферу застосування економетричних методів у процедурі проведення еколого–економічного аналізу, сприяє появі якісно нових можливостей моделювання даних.

Найвідомішими іноземними пакетами статистичної обробки даних є: BMDP, STATGRAPHICS, SAS, SPSS, E.Views, RATS, MikroTSP, Minitab, STADIA, SYSTAT, МЕЗОЗАВР, ЕВРІСТА та ін.

Базовими функціями даних програмних пакетів є:

- ділова графіка;
- параметричні тести (критерії Стюдента, Фішера, гістограма);
- непараметричні тести (хі–квадрат, знаків, серій, Вілкоксона, Колмогорова–Смірнова, кореляція Спірмана);
- категоріальний аналіз (кростабуляція, хі–квадрат оцінка, коефіцієнти узгодження);
- дисперсійний аналіз (одно–, дво–, багатофакторний);
- регресійний аналіз (проста регресія, множинна регресія, покрокова регресія, нелінійна регресія);
- аналіз часових рядів (згладжування, фільтрація, автокореляція, крос–кореляція, спектральний, ARIMA–моделі);
- багатовимірні методи (кореляція (коваріація), кластерний аналіз, факторний аналіз).

Також до складу програмних засобів статистичної обробки даних можна віднести вітчизняні ІПК, до яких входять ряд ПП (GRAND–96, ІДЕНТА, ПСИХЕЯ, HUSTLE, ДИЛЕМА, СПЕКТРУМ і VERSION), сумісність яких забезпечується єдиним стандартом надання вихідних і вхідних даних і єдиною технологією програмування.

Програмні засоби для оцінки екологічних параметрів економічної діяльності. Для повної оцінки діяльності енергопідприємства необхідним є проведення еколого–економічного аналізу. Сьогодні в Україні розроблено незначна кількість ПП, які дозволяють обробляти інформацію необхідну для еколого–економічного аналізу діяльності підприємства (табл. 1) [5].

Таблиця 1

ПП оцінювання екологічних параметрів діяльності енергопідприємства

Найменування ПП	Призначення
«EOL»	Програма розрахунку забруднення атмосфери
EOL + FON	Програма розрахунку забруднення на EOM + розрахунок фонових концентрацій
«PLENER»	Програма розрахунку забруднення атмосфери на EOM
«EOL +»	Програма розрахунку забруднення атмосфери на EOM
«EOL –2000»	Програма розрахунку забруднення атмосфери на EOM
«EOL (ГАЗ)–2000»	Програма розрахунку забруднення атмосфери на EOM
«Еколог – Газ»	Програма розрахунку забруднення атмосфери на EOM
«ТАНДЕМ»	Експертна система ПГО

Продовження таблиці 1

Найменування ПП	Призначення
«ЕКСПЕРТ»	Ведення банку даних ПГО
«ІНВЕНТАРИЗАЦІЯ»	Система для обробки даних інвентаризації джерел викидів
«NEORIST»	Розрахунки валових викидів забруднюючих речовин від неорганізованих джерел забруднення атмосфери
«ІНВЕНТЕР»	Система для обробки даних інвентаризації джерел викидів на ПК
«Атмосфера»	Розрахунки викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря, формування таблиць звіту інвентаризації
«Report 1.00»	Підготовка форми держстатзвітності №2–ТП(повітря)– квартална «Звіт про охорону атмосферного повітря»
ЕОЛ (ГАЗ) – 2000	Розрахунки забруднення атмосфери на ЕОМ в приземних і верхніх шарах атмосфери
ЕОЛ –2000	Розрахунки забруднення атмосфери на ЕОМ у приземних та верхніх шарах атмосфери
Електронні типові форми XML	Експорт (імпорт) електронних копій відповідних документів, з метою їх подальшої обробки та публікації
Інтернет додаток «ЕКОЗВІТ»	Підготовка в електронній формі документів для отримання дозволу на викиди та статистичної звітності
«NORMA6XML»	Підготовка в електронній формі документів, у яких обґрунтовуються обсяги викидів

Джерело: складено авторами на основі [5]

ПП для аналізу технічної безпеки систем енергетики. Серед різноманіття ПП для оцінки безпеки та надійності складних технічних систем значну частину становлять програми для аналізу безпеки АЕС [3,4,6] на основі наступних методів: FMEA (failure mode and effect analysis) – аналіз характеру і наслідків відмов; FTA (fault tree analysis) – аналіз дерева несправностей; HAZOP (HAZard and OPerability) – метод виявлення уразливості. Також існують ряд ПП для автоматизованого розрахунку безпеки та надійності складних технічних систем, характеристики основних з них наведено в табл. 2.

Таблиця 2

ПП для аналізу безпеки технічних систем

Назва програмного продукту	Характеристики
SAPHIRE 7.27	Розробка імовірнісних моделей ризиків для промислових об'єктів. Основана на коді IRRAS – «Інтегрована система аналізу надійності і ризику»
RiskSpectrum PSA Professional	Імовірнісний аналіз ризику і надійності методом дерев відмов і дерев подій
АРБИТР	Автоматизоване структурно–логічне моделювання і розрахунок надійності і безпеки систем.

Продовження таблиці 2

НОСТРАДАМУС	Прогнозування радіаційної обстановки при викидах Радіаційних матеріалів в аерозольній і газовій формі в атмосферу
СВЕЧА	Моделювання процесів руйнування активної зони на початковій стадії тяжкої аварії.
СОКРАТ	Моделювання фізичних процесів на всіх етапах розвитку аварійного процесу від початкової події до виходу розплаву за межі корпусу реактора з урахуванням конструктивних особливостей ВВЕР

Джерело: складено авторами на основі [5]

Програмні пакети для оцінки фінансових параметрів підприємства. На російському ринку найбільш поширено декілька ПП для оцінки фінансового стану підприємства: «COMFAR», «Project Expert», «Альг– Інвест», «ИНЭК–холдинг», «Тео–інвест», Energy Invest, «Інвестор–PL», Millenium, «АЛБТ–Фінанси», «АФСР», «Audit Expert» в основі яких лежать класичні підходи до фінансового аналізу [2]. Необхідно зазначити, що дані ПП – це відносно дорогі і не завжди доступні програмні продукти. Також, не зважаючи на їхню широку функціональність, враховуючи неповноту фінансової звітності сучасних вітчизняних підприємств вони не завжди зможуть дати об'єктивну оцінку фінансового стану енергопідприємства.

Також, обробка даних з використанням ГІС–технологій мають стати загальноприйнятими інструментом прийняття рішень суб'єктами господарської діяльності на різних рівнях ієрархії управління [5]. Для задач геоінформаційного аналізу, найбільш поширеними ГІС, є: ArcGis, GrassGIS, MapInfo, gvSIG тощо. Загалом, аналітичні можливості ГІС дозволяють вирішувати велику кількість просторових задач в аналізі ефективності еколого–економічної діяльності енергопідприємств. Це пояснюється тим фактом, що широкий спектр застосування форм візуалізації результатів аналізу, діагностики та моделювання просторових об'єктів, процесів та взаємозв'язків в результаті використання ГІС є важливим інформаційно–методичним засобом формування ефективних системних нетривіальних управлінських рішень.

Висновки. Аналіз характеристик сучасних інформаційних засобів свідчить про можливість їх застосування для оперативної, якісної обробки великих масивів інформації щодо результативності еколого–економічної діяльності підприємств енергетичної галузі, до яких відносяться зокрема: статистична обробка даних, оцінювання екологічних параметрів економічної діяльності, аналіз технічної безпеки діяльності енергопідприємств та оцінювання їх фінансового стану.

Подальшого наукового дослідження потребують концептуальні основи розробки вітчизняних програмних засобів для аналізу еколого–економічної діяльності підприємств енергетики з урахуванням їх специфіки.

Література

1. Шеховцева Л.С. Методология разработки стратегии развития окраинного региона страны в условиях ОЭЗ. / Л.С. Шеховцева // Межвуз. сб. науч. тр. / Калининград ун-т. // Под ред. проф. Ивченко В.В. – Калининград, 2000. С. 20–32.
2. Бізнес-Софт – Програмні продукти для фінансового аналізу підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.i2r.ru>.
3. Доповідь компанії Isograph Inc [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.isograph-software.com>.
4. Сторінка компанії Relex Software Corporation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.relex.com>.
5. Караєва Н.В. Методология геоінформаційного менеджменту економічно безпечним розвитком регіонів України / Н.В. Караєва, О.П. Кілянчук // Економічна безпека держави: стратегія, енергетика, інформаційні технології: монографія [Мунтян В.І., Прокопенко О.В., Петрушенко М.М. та ін.]; за наук. ред. д.т.н., проф. Лук'яненко С.О., к.е.н., доц. Караєвої Н.В. – К.: Видавництво ООО «Юрка Любченко», 2014. – С.373–382.
6. ИБРАЭ РАН – Программы для анализа безопасности АЭС [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.ibrae.ac.ru>.

УДК 658.330

Ковальчук О.В.

к.е.н., доцент;

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Коцко Т.А.

к.е.н., доцент;

Ченуша О.С.

аспірант

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

У статті розглянуто проблеми екологізації діяльності підприємств паливно-енергетичного комплексу в контексті забезпечення їх інноваційного розвитку, обґрунтовано можливі напрями екологізації з урахуванням особливостей інституційного середовища та стратегічних цілей державної політики соціально-економічних трансформацій.

Ключові слова: екологізація, екологізація діяльності підприємства, інноваційний розвиток, екологічний менеджмент, екологізація інноваційного розвитку, екологічні інновації, інтеграція підприємств

The article deals with the problems of ecologization of the fuel and energy complex in the context of the priorities of innovative development, possible directions

of ecologization with the peculiarities of the institutional environment and goals of strategic policy of socio-economic transformation are considered

Key words: ecologization, the ecologization of business, innovative development, environmental management, ecologization of innovative development, environmental innovation, enterprise integration.

Вступ. Формування передумов інноваційного розвитку підприємств паливно-енергетичного комплексу (ПЕК) має стратегічно важливе значення для забезпечення енергетичної безпеки країни та поступової трансформації її економічної системи. *Активізація інноваційних процесів дозволить підвищити не лише ефективність виробництва, але і забезпечити операційну гнучкість підприємств, уможливіючи тим самим трансформацію ПЕК відповідно до стратегічних пріоритетів розвитку економіки.* Вирішення вказаного завдання лежить у площині системних реформ, яких протягом багатьох років провести не вдалося. На жаль, інституційне середовище не сприяє активізації імпульсів для реалізації інноваційно орієнтованих управлінських рішень. Відсутність реальних ринків паливно-енергетичних ресурсів, незавершеність приватизаційних процесів та хронічна нестабільність макроекономічної ситуації залишаються суттєвими перешкодами на шляху зрушень у даній сфері.

Реформування ПЕК виявилось надзвичайно непростим завданням з огляду на його структуру, масштаби, технологічний рівень галузей, економічну та екологічну ефективність, тенденції інноваційних змін. В умовах критичної зношеності виробничих фондів, хронічного дефіциту інвестиційних ресурсів пріоритети інноваційної діяльності більшою мірою розглядалися в аспекті модернізації виробництва. Проблеми ж екологізації, яка інтегрує у собі цілий комплекс пріоритетів, відходили на другий план. Очевидно, що розглядати можливості реалізації технологічних інновацій у відриві від екологічних, управлінських та інших, немає сенсу. *Саме екологізація передбачає системну мобілізацію ресурсного потенціалу підприємств і зорієнтованість на реалізацію принципів сталого розвитку.* Разом з тим, створити стійкі передумови для ефективних трансформацій у ПЕК, через активізацію інноваційних процесів, без активної участі держави у сфері інституційних перетворень, неможливо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми трансформації ПЕК, механізми його інноваційного розвитку, а також засади екологізації діяльності промислових підприємств в підвищенні їх економічної ефективності, конкурентоспроможності висвітлюються у працях Н.В. Караєвої [2], В.М. Кислого [4], Л.Г. Мельника [6], І.В. Недіна [1], О.В. Прокопенка [9], В.О. Точиліна [8], С.В. Хлобистова [10], А.І. Шевцова [12] та ряду інших. Науковці обґрунтовують основні напрями інноваційного розвитку підприємств, механізми екологізації їх діяльності, методологічні аспекти оцінювання ефективності екологічних інновацій, принципи формування систем

екологічного менеджменту тощо. Перспективним напрямом досліджень залишається пошук механізмів екологізації з точки зору формування стійких передумов інноваційного розвитку паливних та енергетичних підприємств з урахуванням стратегічних орієнтацій економічної політики держави, специфіки процесів трансформації вітчизняної економіки в цілому.

Постановка завдання. Основна мета статті полягає в обґрунтуванні економічної доцільності та можливих напрямів забезпечення інноваційного розвитку підприємств ПЕК через екологізацію їх діяльності в умовах інституційної нерозвинутості ринків, структурних диспропорцій економічної системи.

Результати дослідження. Побудова вискоєфективної економічної системи потребує зорієнтованості різних напрямів економічної політики держави на забезпечення гармонійного поєднання процесів економічного розвитку з процесами його екологізації та соціалізації. Саме такий підхід відповідає принципам сталого розвитку, – базовій концепції розвитку людства у XXI столітті. На жаль, тривалі трансформації в економіці України свідчать про домінування екстенсивного, тобто антисталого розвитку. Такі тенденції пов'язані як з суперечливим характером економічної політики держави, так і з структурними особливостями вітчизняної економіки, – домінуванням сировинних, енерго– та природоємних галузей. Яскравим відображенням зазначених проблем є наявність потужного ПЕК, з розгалуженою системою галузей, масштаби та структура якого, утворюють базис індустріальної моделі економіки.

Як відомо, *саме енергетика та вуглевидобувна промисловість здійснюють найбільш негативний вплив на навколишнє середовище, – 30 і 10% відповідно* [12]. Подібна ситуація є результатом промислової політики держави періоду УРСР, протягом якого структура економіки формувалась без урахування екологічних можливостей територіальних утворень. В основу економічної моделі було покладено екстенсивні фактори, що нівелювало роль екологічних обмежень. Як результат, в Україні залишився потужний ПЕК з розгалуженою системою галузей, негнучкий, несприйнятливий до інновацій і призначений для обслуговування економічної моделі індустріального типу. Моральна та фізична зношеність виробничих фондів у ПЕК обумовлює низьку економічну та екологічну ефективність виробництва, послаблює надійність систем енергетики, що може мати непередбачувані соціально–економічні та екологічні наслідки. Так, виробничі фонди підприємств теплоенергетики відпрацювали свій ресурс, – 63,8 % енергоблоків знаходяться за межею фізичного зносу; 27,8 % – наближаються до межі зносу [12]. *Низька ефективність та гнучкість ПЕК сьогодні суттєво ускладнюють трансформацію усієї економіки відповідно до пріоритетів сталого розвитку.*

Орієнтація на принцип сталого розвитку має бути в основі як енергетичної, так і економічної політики держави в цілому. У сфері ПЕК закладені найбільші резерви для поступу економіки у цьому напрямі. З огляду на структурні особливості економічної системи України, значну взаємозалеж-

ність енерго–економічних чинників в процесах відтворення, – *розвиток підприємств ПЕК на основі реалізації системи технологічних, екологічних, організаційно–управлінських та інших інновацій, безпосередньо визначатиме конкурентоспроможний потенціал національної економіки.* Екологізація дозволить суттєво обмежити техногенний вплив на навколишнє природне середовище, а отже і еколого–економічні збитки [1,4]. Адже економіка України є надзвичайно енерго– та природоємною [4,5]. Енергоемність ВВП у 2 рази перевищує середньосвітові показники. При цьому, природоємність виробництва продукції перевищує аналогічні показники розвинених країн світу в середньому у 5 разів. Варто відзначити, що до *початку 90-х років щорічні втрати валового національного продукту України внаслідок забруднення навколишнього середовища становили приблизно 15–20%* [4]. При цьому, загальний економічний збиток навколишньому середовищу в результаті забруднення, в європейських країнах оцінюється в 3–5% ВВП, а витрати на його попередження і компенсацію всього в 0,5–2% [4].

Незважаючи на те, що енергетичний сектор економіки України функціонує на ринкових засадах, повноцінних інститутів ринку тут ще не сформовано. Дезінтегрованість процесів реформування енергетики та економіки суттєво мінімізує ефективність соціально–економічних трансформацій, унеможливає перехід до якісного економічного зростання. Відтак, стимули для активізації інноваційних процесів, тим більше їх екологізації, фактично відсутні. У пошуку рішень спрямованих на забезпечення інноваційного розвитку, підприємства вимушені орієнтуватися на власний ресурсний потенціал, адже зовнішні інвестиційні джерела обмежені. Саме тому мотивацією для екологізації діяльності підприємств ПЕК у більшій мірі є можливість формування потенційних конкурентних переваг, роль яких у перспективі лише зростатиме. Зазначені переваги пов'язані з підвищенням ефективності використання ресурсів, надійності функціонування, зменшенням витрат виробництва, екологічних платежів, підвищенням інвестиційної привабливості, покращенням ділової репутації, іміджу та зменшенням екологічних ризиків.

У науковій літературі поняття екологізації розглядається з точки зору різних ієрархічних ланок, – підприємства, міжгалузевого комплексу, економіки в цілому. Метою екологізації будь–якої з них, є досягнення оптимального балансу між екологічними та економічними цілями функціонування підприємства [7]. Найчастіше під екологізацією розуміють *процес впровадження різного роду методів, що дозволяють забезпечувати виробництво необхідної продукції у потрібній кількості та достатньої якості, але за умови підвищення ефективності використання природних ресурсів та зменшення антропогенного навантаження на навколишнє середовище* [3]. Поняття екологізації діяльності підприємства часто розглядається з точки зору зміни пріоритетів у його діяльності, орієнтації на зменшення антропогенного навантаження на навколишнє середовище, іноді навіть свідомо допускаючи збиток [3]. Таким чином, *екологізація передбачає реалізацію*

комплексу технологічних, організаційно-управлінських та інших рішень, які дозволяють формувати передумови інноваційного розвитку підприємства. Екологізація безпосередньо пов'язана з екологічними інноваціями, – впровадженням нових технологій, способів організації виробництва, що забезпечують еколого-економічну рівновагу між економічним розвитком та захистом навколишнього середовища.

У [5,9,13] розглядається поняття *екологізації інноваційної діяльності*, під яким розуміється процес послідовного створення, впровадження та поширення інновацій, які дають змогу задовольняти фізіологічні, економічні, соціальні та екологічні потреби, як існуючі, так і потенційні, без загрози вичерпання потенціалу інтегрального ресурсу та можливості забезпечення інтересів та потреб майбутніх поколінь. Тобто, екологізація інноваційної діяльності пов'язана не лише з впровадженням нових екологічно чистих та ресурсозберігаючих технологій, але й з дотриманням вимог екологічної безпеки на стадіях проектування, розробки, виробництва продукції, зберігання та утилізації відходів.

Важливо відзначити, що *екологізація характеризується колосальним мультиплікативним ефектом*, оскільки обумовлює інноваційну активність у інших галузях, в першу чергу суміжних, стимулює розвиток ринку *екологічної продукції та послуг*, що безпосередньо пов'язано з гармонізацією структурних складових економічної системи, її інноваційної зорієнтованості. Саме сфера ПЕК, формуючи основу вітчизняного промислового комплексу, є надзвичайно сприятливим середовищем для прояву подібного ефекту як в прямому, так і зворотному напрямках.

Несформованість ринкових відносин у енергетичному секторі суттєво ускладнює визначення напрямів екологізації діяльності підприємств, формування відповідної політики. Адже найважливіше питання порядку денного більшості паливних та енергетичних підприємств, – витрати виробництва, рівень рентабельності, режим експлуатації обладнання тощо. Екологізація ж, завжди пов'язана з пошуком інвестиційних ресурсів, які вкрай обмежені. Не аби яке значення має і низька операційна гнучкість, яка визначається маневреністю ресурсного потенціалу. Тому, *першим кроком у побудові механізму екологізації має бути формування екологічної політики підприємства, розроблення його екологічної стратегії належним чином узгодженої з стратегіями інших рівнів*. У [7] впровадження організаційно-економічного механізму екологізації підприємства передбачає реалізацію ряду завдань, ключовими з яких є проведення екологічного стратегічного аналізу зовнішнього середовища, розроблення інтегрованої еколого-економічної стратегії, еколого-економічна реструктуризація управління, виробничої діяльності, а також формування системи управління еколого-економічним розвитком підприємства.

Стратегічно важливим напрямом екологізації підприємств ПЕК є формування систем екологічного менеджменту на основі загальновідомих

у світовій практиці стандартів, – міжнародного стандарту ISO 14001, європейського стандарту EMAS. В силу комплексу причин, повноцінне впровадження зазначених стандартів в управлінську практику сьогодні ускладнене. Однак стандарти можуть бути орієнтиром для вироблення екологічної політики. Їх реальна реалізація в практичній площині потребує комплексної та глибокої реорганізації більшості підприємств, побудови ефективних систем управління, де підсистема екологічного управління являтиметься однією із складових. Звичайно ж інституційна невизначеність зовнішнього середовища цьому не сприяє.

Окрему увагу доцільно звернути на вивчення можливостей екологізації діяльності підприємств ПЕК, забезпечення їх інноваційного розвитку через формування різного роду інтегрованих утворень, – енергопаливних компаній [1]. Можна висловлювати різні застереження щодо вмотивованості реалізації інноваційно орієнтованих рішень в масштабах потужних інтегрованих структур, однак потенційні можливості для цього значно зростають. По-перше, інтеграція дозволяє підвищити фінансову стабільність її суб'єктів, а отже розширює можливості для реалізації інноваційних проектів. Крім того, стабілізація паливозабезпечення генеруючих потужностей вугільних теплових електростанцій, дозволяє суттєво зменшувати негативний вплив на навколишнє середовище, підвищувати ефективність використання виробничих фондів, обмежуючи екологічні ризики. У кожному конкретному випадку, переваги інтегрованих структур у ПЕК, визначатимуться складом суб'єктів, їх ресурсним потенціалом, а також принципами інтеграції. Сьогодні, інтеграція в ПЕК – це перш за все потенційно ефективний антикризовий інструмент, який не може дати повною мірою відповіді на завдання стратегічного характеру. Передумовою ж інноваційного розвитку підприємств є стратегічна визначеність, яка сьогодні обмежена особливостями інституційного середовища, ескалацією чинників макроекономічної та військово-політичної нестабільності.

Висновки. Таким чином, екологізація діяльності, – важлива передумова забезпечення інноваційного розвитку підприємств ПЕК, його гнучкості та конкурентоспроможності. Саме екологізація інтегрує у собі цілий комплекс напрямів політики розвитку підприємства, які дозволяють досягати максимальної синергії інновацій, забезпечувати формування реальних та потенційних конкурентних переваг. Екологізацію діяльності ПЕК слід розглядати в контексті завдань пов'язаних з трансформацією економічної системи на принципах сталого розвитку. Однак, системна реалізація екологічно орієнтованої політики підприємствами ПЕК на мотиваційній основі потребує формування відповідного інституційного середовища в країні.

Література

1. А.В. Артеменко, Н.В. Караева, Р.В. Корпан, Т.А. Коцко, И.В. Недин. Моделирование эколого-экономического состояния территории / Под ред. И.В. Недина. – К.: Знання України, 2006. – 215 с.

2. Інформаційне забезпечення вирішення еколого–енергетичних проблем сталого розвитку суспільства: монографія / [Карасва Н.В., Левченко Л.О., Письменна У.С. та ін.]; за аг. ред. Лукьяненко С.О., Карасвої Н.В. – К.: Тамподекс XXI, 2012. – Вип. 1. – 283 с.
3. Вахлакова В.В. Показники екологізації діяльності промислового підприємства / Економіка. Менеджмент. Підприємство. – №25(II). – 2013. – С. 48–56.
4. Кислий В.Н., Лапин Е.В., Трофименко Н.А. Экологизация управления предприятием: Монография. – Сумы: ВТД «Университетская книга», 2002. – 232 с.
5. Кузнецова Т.В. Оцінка впливу інновацій на рівень екологізації промислового виробництва регіону / Кузнецова Т.В., Сіпайло Л.Г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/uk/economy-413/environmental-economics-and-the-environment-413/20250-413-0322>
6. Мельник Л.Г. Екологічна економіка: Підручник. – 2-ге вид., випр. і доп. – Суми: ВДТ «Університетська книга», 2003. – 348 с.
7. Петрушенко М.М. Принципи моделювання організаційно–економічного механізму екологізації промислового підприємства / Петрушенко М.М., Бондар Т.В., Грищенко Т.Г. // Вісник СумДУ. Серія 72 «Економіка». – №1. – 2011. – С. 72–82.
8. Ринки реального сектора економіки України в інституціональному середовищі СOT: кон'юнктура та інтеграція / за ред. д-ра екон. наук проф. В.О. Точиліна; НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – К. – 2012. – 552 с.
9. Соціально–економічна мотивація екологізації інноваційної діяльності: [монографія] / О.В. Прокопенко. – Суми: Вид-во СумДУ, 2010. – 395 с.
10. Хлобистов Є.В. Методологічні засади розроблення критеріїв оцінки інноваційного розвитку з позицій екологічної безпеки та сталого розвитку / Хлобистов Є.В., Жарова Л.В., Кобзар О.М. // Механізм регулювання економіки. – 2007. – №4. – С. 220–225.
11. Хумарова Н.І. Домінанти екологізації інноваційного розвитку / Н.І. Хумарова // Економічні інновації. – Випуск 40. – 2010. – С. 377–390.
12. Шевцов А.І., Бараннік В.О., Земляний М.Г., Рязова Т.В. Основні питання політики розвитку електроенергетичної галузі України / Аналітична доповідь. Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень у м. Дніпропетровську. – 2011. – 90 с.
13. Школа В.Ю. Екологізація інноваційної діяльності у забезпеченні сталого розвитку / В.Ю. Школа // Механізм регулювання економіки. – 2008. – №4. – С. 150–158.

УДК 65.012.65

Копішинська К.О.
аспірант

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ В ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

У статті розглянуто сутність взаємодії підприємств в інноваційній діяльності. Проаналізовано різні форми співпраці підприємств під час створення інноваційної продукції. Запропоновано найбільш прийнятні форми кооперації для підприємств різних галузей машинобудування, що займаються виробництвом та реалізацією інноваційної продукції.

Ключові слова: взаємодія, інноваційна діяльність, підприємства машинобудування.

The article considers the essence of innovation activity interaction between enterprises. There were analyzed different forms of enterprises collaboration while creating innovative products. There were proposed the most appropriate forms of enterprises cooperation for various branches of engineering, dealing with the production and sale of innovative products.

Keywords: interaction, innovation, engineering enterprises.

Вступ. Нові умови господарювання, що створюються в Україні, наслідок її переходу до інноваційної моделі розвитку економіки, створюють підґрунтя для прискорення інтеграційних процесів серед промислових підприємств. Виробництво інноваційної продукції стає не лише достатньою, а необхідною умовою забезпечення стійкої конкурентної позиції на ринку. Світова практика свідчить, що, зазвичай, рівень розвитку машинобудування відображає рівень технологічного та інноваційного розвитку країни в цілому. Україна не є виключенням, адже за допомогою високого рівня розвитку деяких галузей вітчизняного машинобудування, зарекомендувала себе як країна з потужним науковим потенціалом. Задля збереження таких позицій, а також підвищення рівня інноваційної та інвестиційної привабливості, підприємствам машинобудування необхідно і далі продовжувати НДДКР, виробляти інноваційну продукцію. А щоб зменшити значні витрати часу та ресурсів, доцільно використовувати переваги взаємодії з іншими підприємствами під час створення та реалізації інновацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами інноваційного розвитку підприємств, а також різних форм кооперації в інноваційній діяльності займаються як закордонні, так і вітчизняні науковці, зокрема Г.В. Махова [1], М.О. Ткаченко [5]. Зарубіжні вчені, наприклад, С. Бауер та С. Хартман, вивчають посилення позицій інноваційних систем підприємств в контексті розвитку кооперації [4]. А.А. Бикова аналізує вплив факторів кооперації на показники результативності функціонування підприємств [3]. Проте, дослідження найбільш прийнятних форм кооперації для інноваційних підприємств машинобудування поки що не набуло широкого розповсюдження, хоча є актуальним для України.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження існуючих форм взаємодії між інноваційними підприємствами та надання практичних рекомендацій щодо їх запровадження для підприємств машинобудування.

Результати дослідження. Як вже зазначалося, створення та розвиток великих інтегрованих структур – одна з найголовніших тенденцій структурної трансформації національної економіки. Інтеграційні процеси сприяють освоєнню посиленню наукового потенціалу, залученню інвестиційних ресурсів, залученню зовнішніх знань, надають можливості виходів на нові ринки.

Серед форм взаємодії підприємств в інноваційній діяльності основними можна назвати стратегічні альянси, кластери інновацій та взаємодію підприємств у складі корпоративних утворень (корпоративна взаємодія) (рис.1).



Рис. 1 Основні форми взаємодії підприємств в інноваційній діяльності

Джерело: складено авторами на основі [1, 2]

Розглянемо форми взаємодії підприємств більш детально.

Так, до стратегічних альянсів підприємства вступають, якщо для реалізації встановлених цілей необхідні ресурси, якими володіють інші підприємства або ж коли об'єднуючи власні ресурси та ресурси інших підприємств вони можуть досягти таких цілей, досягнення яких самостійно неможливо або дуже ускладнено. Вони можуть утворюватись як підприємствами – конкурентами, так і підприємствами, відносини між якими носять неконкурентний характер (постачальники, клієнти, підприємства інших галузей) і набувати різних організаційних форм: від угод про координацію діяльності до створення спільних підприємств з різними частками капіталу партнерів [1].

Інноваційні кластери можуть розглядатися в якості одного з сучасних підходів до відкритих інновацій, оскільки припускають, що інновації ство-

рюються конкуруючими фірмами в кооперації з установами дослідного сектора – університетами, науковими центрами в умовах формування регіональної інноваційної системи. Конкуренція серед фірм всередині кластера дозволяє не тільки виключити слабких учасників, а й стимулює всіх до інновацій і кооперації. Також кластерна форма організації прийнятніша у порівнянні з іншими з точки зору ймовірності появи зовнішніх ефектів знань серед довколишніх фірм [3,4].

Що ж стосується корпоративної взаємодії, то підприємства, які співпрацюють під час проведення НДДКР або виробництва інноваційної продукції та належать до одного корпоративного утворення не є прямими конкурентами. Вони можуть працювати в одній галузі, але виробляти різнорідну продукцію. Така форма співпраці є вигідною, адже кожне з підприємств-партнерів має певні гарантії з боку материнської компанії, яка може приймати участь в інноваційних проектах як третя сторона (навіть неформальну). Взаємодія може відбуватись за різними сценаріями: від спільного проведення НДДКР, до використання ринків партнера в корпоративному утворенні для реалізації інноваційної продукції.

Форми інтеграції компаній, які склалися у світовій практиці, за характером корпоративних зв'язків умовно можна розділити на жорсткі та м'які. До жорстких організаційних форм інтеграції відносяться концерни, трести, промислові холдинги, конгломерати, картелі, синдикати, пули, фінансово-промислові групи; до м'яких – асоціації, консорціуми, стратегічні альянси [5].

Сектор машинобудування є одним з найбільш наукомістких у вітчизняній промисловості. Враховуючи високу вартість та значну тривалість науково-дослідних робіт, незначна кількість підприємств машинобудування займається розробкою та виробництвом інноваційної продукції. А в кризових умовах виживання підприємств залежить від їх конкурентоспроможності, тобто виробництва унікальної продукції, яка користуватиметься попитом незалежно від негативного впливу зовнішніх факторів на ринок. Тому взаємодія з іншими підприємствами в інноваційній сфері набуває неабиякої актуальності.

Вибір форми взаємодії залежить від галузі машинобудування, в якій працює підприємство. Наприклад, підприємствам вагонобудування, автомобілебудування, с/г машинобудування доцільно формувати стратегічні альянси, адже співпраця з постачальниками та клієнтами (а, подекуди, і конкурентами) може істотно здешевити кінцеву продукцію. Підприємствам електротехнічного машинобудування (до них можна віднести виробництво двигунів, насосів, турбін тощо) та літакобудування доцільно використовувати переваги інноваційних кластерів. Ці галузі потребують партнерів не лише серед виробників або постачальників, а й організацій, пов'язаних з їх діяльністю університетів, наукових установ, агентств зі стандартизації, торговельних об'єднань тощо. Що стосується корпоративної взаємодії, то вона є доречною для використання підприємствами машинобудування будь-якого профілю. Адже не рідно до складу корпо-

ративних утворень входять підприємства-постачальники, підприємства виробники, організації, що спеціалізуються на реалізації продукції, тобто забезпечують замкнений цикл виробництва інноваційної продукції. Також корпоративні структури можуть організовувати власні науково-дослідні або науково-технічні центри (НТЦ) та співпрацювати з регіональними науковими, освітніми організаціями, а також регіональними органами влади.

Висновки. У кризових умовах конкурентоспроможність підприємства може забезпечити виробництво інноваційної продукції, що є новою не лише для підприємства, а й для ринку. Враховуючи високу вартість такої продукції та постійне скорочення життєвого циклу інновацій, задля економії ресурсів (праці, часу та коштів) підприємствам машинобудування варто використовувати взаємодію з іншими підприємствами в інноваційній сфері.

Література

1. Махова Г.В. Стратегічні альянси підприємств як засіб реалізації інновацій [Електронний ресурс] / Г.В. Махова, М.І. Дяченко – Режим доступу: <http://economica.org.ua/2011/strategichni-alyansi-pidpriyemstv-yak-zasib-realizacii-innovacij/>
2. Варяниченко О.В. Формування інноваційних кластерів в Україні як інструмент розвитку та конкурентоздатності / О.В. Варяниченко // *Наук. вісн. НГУ.* – 2011. – № 3. – С. 118–121.
3. Быкова А.А. Практики «открытых инноваций» в России: эмпирическое исследование инновационного поведения предприятий Пермского края / А.А. Быкова, М.А. Молочик // *Электронный журнал «Корпоративные Финансы».* – 2009. – №3(11). – С. 77–93
4. Bauer S. Strengthening Innovation Systems in the Context of Development Cooperation [Електронний ресурс]: / S. Bauer, S. Hartmann. 2010. – Режим доступу: http://www2.gtz.de/wbf/4tDx9kw63gma/StrenghteningIS_2010.pdf
5. Ткаченко М.О. Методичний підхід до визначення впливу інноваційної активності на фінансово-економічний стан підприємства / М.О. Ткаченко // *Комунальне господарство міст.* – 2014. – випуск 115. – С. 98–104

УДК 69.059:332

Кравченко М.О.

к.е.н., доцент;

Калина О.М.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ АВТОНОМНИХ СИСТЕМ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ

У статті проаналізовано актуальні проблеми теплопостачання та енергозбереження, а також визначено перспективи їх вирішення шляхом впровадження енергозберігаючих інноваційних систем автономного

постачання теплової енергії. Розглянуто їх альтернативні види та модифікації, визначено особливості функціонування, переваги та недоліки кожного. Доведено, що такі системи є однією з реальних перспектив, що підвищують ефективність для споживачів тепла. Обґрунтована відносна економічна ефективність їх використання.

Ключові слова: технологічні інновації, енергозбереження, автономні системи теплопостачання, енергія сонця, енергія землі.

The article deals with the problem of heat and energy, and also the prospects for their solving by implementing of energy-saving innovation systems of autonomous heat energy supplying. Their alternative forms and modifications are considered. Operation features, advantages and disadvantages each of them are identified. We prove that such systems are one of the real prospects that increase efficiency for heat consumers. Relative economic efficiency of their using is proved.

Keywords: technological innovation, energy-saving, autonomous heating system, solar power, earth power.

Вступ. У сфері забезпечення населення та підприємств тепловою енергією в нашій країні склалася надзвичайно складна ситуація. Проблеми накопичувалися протягом багатьох років. Однак на сьогодні криза, що вплинула безпосередньо на системи міського комунального господарства і в першу чергу на підприємства, які виготовлять, розподіляють теплоенергію та надають послуги з експлуатації централізованих систем, значно їх посилила і актуалізувала необхідність термінового пошуку шляхів вирішення. Незадовільними є не лише вартість і система тарифікації послуг з опалення та гарячого водопостачання, що надаються окресленими підприємствами, а й їх якість. Про це свідчать і численні аварії систем за період з початку опалювального сезону, і випадки, коли опалення взагалі не підключалося з причини наявності боргів за природний газ з боку підприємств теплової комунальної енергетики.

Реформи у сфері теплопостачання, започатковані відповідними законодавчими і нормативним актами, передбачали розробку та затвердження місцевими органами влади схем теплопостачання міст, програм модернізації об'єктів систем теплопостачання, а також відповідних методичних рекомендацій. Але на даний момент такі проекти теплопостачання для багатьох міст ще взагалі не розроблено, а для багатьох регіонів вони розроблялися без урахування або за відсутності схем територіального розвитку та генеральних планів міст [1]. Це обумовлює необхідність пошуку перспектив використання альтернативних автономних інноваційних систем теплопостачання для споживачів теплової енергії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням інноваційної політики в сфері енергозабезпечення присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних дослідників, таких як Б. Буркинський, Б. Данилишин, Є. Добровец, В. Захарченко, І. Звягін, Ю. Казанов та інших. Проблеми енергоефектив-

ності сфери централізованого теплопостачання аналізуються в публікаціях А. Блашчука, І. Надеїна, А. Сигала, І. Черкашина, А. Шевцова та інших дослідників. Але проблема пошуку реальних перспектив і можливостей ефективного теплопостачання для споживачів залишається невирішеною, що обумовлює необхідність та формує відповідний сегмент для подальших досліджень.

Постановка завдання. Дана стаття присвячена розгляду причин, які зумовлюють надмірні витрати і зниження ефективності централізованого теплопостачання, а також опрацюванню перспектив використання технологічних інновацій для розвитку автономних систем, що дозволяють використовувати альтернативні джерела теплової енергії.

Результати дослідження. Однією з основних причин неефективної роботи підприємств комунальної сфери, зношеності й технологічної відсталості їх об'єктів є невідповідність тарифів реальним витратам на виробництво і постачання теплової енергії. Детальні розрахунки, на основі яких встановлюється економічно обґрунтований рівень тарифів, що міг би забезпечити задовільну роботу підприємств комунальної сфери кожного міста, проводяться Національною комісією, яка здійснює державне регулювання у сфері комунальних послуг. Рівень же реальних тарифів, за якими населення сплачує за послуги з теплопостачання, регулюється Урядом – тарифи для населення встановлені на рівні, який не перевищує 10% від середньостатистичних загальних витрат домогосподарств [2]. При цьому порушуються принципи соціальної справедливості, коли дотуються не тільки бідні, але й заможні споживачі, причому останні навіть у більшій мірі. Згідно з розрахунками комісії, існуючий на сьогодні тариф покриває лише 70% собівартості послуг, різниця ж відшкодовується з держбюджету [1].

Головною складовою витрат підприємств теплової комунальної енергетики (ТКЕ) є витрати на закупівлю природного газу. У середньому по Україні в структурі витрат підприємств ТКЕ вартість природного газу складає 65%, електроенергії – близько 10%, заробітна плата – до 25%, інші витрати – близько 10% [2]. Для потреб централізованого опалення окреслені підприємства закуповують газ по середньому тарифу 1 309 грн. за тисячу кубічних метрів, який є нижчим, ніж ціна імпортованого російського газу (близько 3 400 грн./тис. куб. м). Але навіть цей тариф не дозволяє підприємствам працювати рентабельно. Найнижчий рівень тарифу встановлено для побутових потреб населення і для потреб індивідуального опалення (від 725 грн./тис. куб. м), до того ж він є диференційованим залежно від обсягів споживання та інших умов. І, нарешті, найвищий ціновий коридор існує для комерційних споживачів – якщо вони не мають пільг, ціна газу для них досягає 4 700 грн./тис. куб. м і навіть вище.

Іншими факторами, вплив яких обумовлює неефективність теплопостачання, є надзвичайна інертність систем централізованого опалення, неможливість гнучко реагувати на зміну температури повітря за вікнами, колосальні втрати тепла при транспортуванні від виробника до споживача.

Ці та інші причини змушують домовласників і підприємців шукати альтернативні можливості опалення, в основному такі, які засновані на експлуатації відновлюваних джерел енергії і використанні інноваційних технологій. Відомо, що існує декілька різних способів передачі тепла від одного об'єкта до іншого, а саме:

- контактний – у цьому випадку тепло передається при безпосередньому контакті предметів, гарячий предмет передає тепло до холодного;
- конвективний – у цьому випадку тепло передається за допомогою проміжного теплоносія. Наприклад, традиційне радіаторне опалення, за допомогою якого нагрівається повітря, яке у свою чергу обігріває навколишні предмети;
- радіаційний – нагрівання відбувається за допомогою хвиль інфрачервоного спектра.

Найбільш перспективними для використання у інноваційних розробках в сфері технологій теплопостачання є останні два способи [3]. Проаналізуємо основні з таких технологій – ті, які засновані на використанні сонячних колекторів, теплових насосів та плівкових обігрівачів.

Сонячний колектор являє собою пристрій, до складу якого входить пластина і абсорбуючий елемент, що поглинає сонячну енергію, перетворює її на теплову і передає теплоносію. Абсорбуючий матеріал з одного боку покритий шаром спеціального прозорого матеріалу, а з іншої – тепловим ізолятором, для мінімізації тепловтрат. Головною сировиною у виготовленні абсорбера є мідь, оскільки вона характеризується найбільшою теплопровідністю [4]. Сонячний колектор може забезпечувати різні потреби, тобто мати різне функціональне призначення. Зокрема, він може використовуватися для гарячого водопостачання, посилення низькотемпературного опалення, нагріву басейну тощо.

Теплові насоси мають великий термін експлуатації, не завдають шкоди навколишньому середовищу і є повністю пожегобезпечними. Вони являють собою економічні, екологічно чисті та безшумні системи, за допомогою яких видобувається тепло з природних теплоносіїв – ґрунтових вод, підземних надр або повітря.

Геотермальні або, так звані, ґрунтові теплові насоси замкнутого типу засновані на використанні тепла землі, наземних або підземних ґрунтових вод і відповідно бувають різних типів [5]:

- горизонтальні ґрунтові теплові насоси: колектор розміщується на площині горизонтально нижче глибини промерзання ґрунту (зазвичай від 1,20 м і більше). Цей спосіб можливо застосовувати за умови наявності земельної площі під контур;
- вертикальні ґрунтові теплові насоси: колектор розміщується вертикально у свердловині глибиною до 200 м;
- водні або водяні теплові насоси: колектор розміщується у будь-якому найближчому водоїмі нижче глибини промерзання;
- насоси відкритого типу, в яких вода після віддачі тепла повертається назад у землю;

- повітряні теплові насоси, джерелом відбору тепла в яких є повітря навколишнього середовища.

Все частіше в якості альтернативи газовому опаленню застосовують плівкові електричні нагрівачі (ПЛЕН). Плівковий нагрівач, являє собою гнучку сендвіч-стрічку, що складається із двох або більше шарів лавсанової плівки. Конструктивно використовується два варіанти виконання плівкового нагрівача:

- між двома шарами лавсанової плівки знаходиться резистивний нагрівальний шар з тонкої металеві нитки високого опору;
- нагрівальним елементом є алюмінієва фольга, до якої приламіновано зовнішній шар лавсанової плівки.

Із усіх варіантів електричного опалювального обладнання окремо варто виділити електричні конвектори, що вже зараз лідирують за рівнем продажів на ринку електрообігрівачів. Перш за все, вони відрізняються простотою побудови пристрою та його застосування. Конвектор розміщують в нижній частині приміщення, практично біля самої підлоги, на висоті максимум 15 см від плінтуса. Згідно з законами фізики, саме внизу знаходиться холодне повітря, яке через забірні ґрати потрапляє в конвектор. Повітря, проходячи через гарячий радіатор, практично миттєво прогрівається. Піднімаючись вгору, воно мінає верхні жалюзі та покидає конвектор. Як наслідок, в приміщенні відбувається безперервний рух повітря – теплі маси повітря піднімаються вгору, охолоджуються, досягаючи стелі, і опускаються вниз, щоб знову пройти через конвектор. Виходить замкнутий цикл, для стабільності якого не вимагається вбудований вентилятор, завдяки чому досягається практично абсолютна безшумність роботи. Сучасні електричні конвектори мають електронний термостат, що дозволяє точно (до 0,1°C) дотримуватись заданої температури. Для повного контролю над домашнім мікрокліматом конструкція приладів дозволяє задіяти додаткові пристрої [6].

Висновки. Результати проведеного аналізу свідчать, що окреслені технології сьогодні є найперспективнішими для застосування в системах автономного опалення для населення та підприємств. Але не зважаючи на привабливість перспективи автономного забезпечення теплом на основі використання альтернативних джерел енергії, в Україні вона залишається не дуже розповсюдженою. Всі зазначені технології потребують суттєвих початкових капіталовкладень. І хоча їх застосування дозволяє в подальшому майже вдвічі зекономити на опаленні приміщень, цінова ефективність таких інноваційних технологій істотно нижче стандартних схем, адже їх термін окупності, за нашими попередніми оцінками, становить від 7 до 36 років. Крім того, на вибір альтернативного варіанта системи опалення впливає багато інших, не лише економічних, заснованих на співвідношенні витрат і вигід, факторів. Необхідно враховувати, що будь-яка система автономного опалення вимагає регламентного обслуговування, дотримання певних правил експлуатації тощо.

Водночас, необхідно враховувати, що вартість комунальних послуг продовжуватиме дорожчати – за прогнозами Світового банку, вартість опален-

ня в Україні в найближче десятиріччя зросте мінімум в 2–3 рази. Вартість використання альтернативних джерел енергії, навпаки, знижуватиметься внаслідок розвитку і здешевлення технологій. Отже цілком ймовірно і обґрунтовано виявляється те, що через 3–5 років використання таких автономних систем теплопостачання буде не лише гуманним, але й ефективним і доступним для широкого використання.

Література

1. Проблеми створення оптимальних систем теплозабезпечення міст України: Аналітична записка [Електронний ресурс] / Регіональний філіал НІСД у м. Дніпропетровську // Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України: офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1215/>.
2. Єрьоменко А. Комунальні тарифи. Що далі?: Інтерв'ю з головою Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері комунальних послуг, В. Саратовим [Електронний ресурс] / А. Єрьоменко, В. Саратов // Дзеркало тижня. Україна: інформаційний ресурс. – 2013. – №2. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/energy_market/komunalni-tarifi-scho-dali-rozmovi-z-chinovnikom-yakiy-znaye-vse-pro-tarifoutvorennnya.html.
3. Альтернативне опалення [Електронний ресурс] // ЕнергоРесурс: сайт. – Режим доступу: <http://energetyka.com.ua/energoberezhenie/201-alternativne-opalennya>.
4. Сонячні колектори [Електронний ресурс] // Енергозберігаючі системи: сайт. – Режим доступу: <http://energy-safe.com.ua/sonyachni-kolektori.html>.
5. Тепловий насос: надійна інвестиція у майбутнє [Електронний ресурс] // Інжинірингова компанія «Тепло Вам»: сайт. – Режим доступу: <http://teplovam.com/index.php/opalennya/5-teplovii-nasosy>.
6. Як правильно обрати та придбати конвектор? Практичні поради [Електронний ресурс] // Noirot. Новітній формат тепла: сайт. – Режим доступу: <http://www.noirot.net.ua/ua/yak-pravilno-obrati-ta-pridbati-konvektor/>

УДК 657.421.3:657.92

Лисенко А.В.

студент ФММ

Національній технічній університеті України «КПІ»

АКТУАЛЬНІСТЬ ПЕРЕОЦІНКИ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті актуалізовано проблему забезпечення належної оцінки нематеріальних активів на вітчизняних виробничих підприємствах. Проведено порівняльний аналіз оцінки нематеріальних активів на вітчизняних та зарубіжних підприємствах. Виявлено проблеми переоцінки нематеріальних активів на вітчизняних виробничих підприємствах. Доведено необхідність удосконалення законодавчої та методологічної бази щодо оцінки нематеріальних активів на виробничих підприємствах.

Ключові слова: нематеріальні активи, бухгалтерський облік, оцінка, переоцінка, підходи.

In the article authors actualize the problem of providing proper valuation of intangible assets in domestic manufacturing plants. A comparative analysis of the valuation of intangible assets in domestic and foreign enterprises has been held. Authors have discovered the problems of intangible assets' revaluation in domestic manufacturing plants. Necessity of improving the legal and methodological framework for the valuation of intangible assets in manufacturing plants has been proved.

Keywords: intangible assets, accounting, valuation, revaluation approaches.

Вступ. В умовах глобалізації питання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств виходить на перший план. Однією з основних складових конкурентоспроможності виступає рівень забезпеченості підприємства нематеріальними активами, про це свідчить зарубіжний досвід. Адже саме нематеріальні активи західних компаній формують значну частку їх балансової вартості. Вартість нематеріальних активів формує прибуток в майбутніх періодах. Тому проблема підвищення вартості капіталізації вітчизняних підприємств на ринку за рахунок переоцінки нематеріальних активів наразі стає актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття нематеріальних активів та інтелектуального капіталу як особливого явища в економіці почало формуватися досить давно в наукових дослідженнях зарубіжних вчених Дж.С. Милля та А. Сміта в середині XVIII сторіччя.

Теоретико-методичні аспекти оцінювання нематеріальних активів висвітлено у працях провідних вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, зокрема, А.П. Аксенова, С.О. Кондратова, О.В. Абрамової, Г.А. Бикової, О.Ф. Морозова, К. Свейбі, Д. Тобіна, А. Пуліка, П.М. Цибульова тощо.

Постановка завдання. Завданням дослідження є аналіз структури нематеріальних активів згідно чинного законодавства України та порівняння їх вартості в структурі балансу підприємства у вітчизняних та зарубіжних компаніях.

Результати дослідження. Поняття нематеріальних активів для України відносно нове. Але воно використовується не тільки в бухгалтерському обліку, а й в управлінні, оціночній діяльності і безпосередньо у повсякденному житті. Зміст цього поняття відрізняється в національних стандартах бухгалтерського обліку різних країн, а також в різних видах професійної діяльності. Згідно П(с)БО №2 «Баланс», у статті «Нематеріальні активи» відображають вартість об'єктів, що відносяться до складу нематеріальних активів згідно з П(с)БО №8. У цій статті наводиться окремо первісна та залишкова вартість, а також накопичена амортизація. В свою чергу, залишкова вартість – різниця між первісною вартістю та сумою накопиченої амортизації [2].

Положення (стандарт), що визначає методологічні засади формування нематеріальних активів в бухгалтерському обліку – П(с)БО №8.

Нематеріальні активи згідно П(с)БО №8, визначаються:

- права користування природними ресурсами;
- права користування майном ;
- праванакомерційніпозначення;
- права наоб'єктипромисловоївласності;
- авторське право та суміжні з ним права;
- незавершені капітальні інвестиції нематеріальні активи;
- інші нематеріальні активи.

Нематеріальний актив визначається таким, якщо існує ймовірність одержання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням, та його вартість може бути достовірно визначена [1].

Підприємства, маючи на балансі нематеріальні активи, підвищують свою конкурентоспроможність, кредитну стійкість та капіталізацію ринку. Тобто, вартість нематеріальних активів, записаних на балансі підприємства, може слугувати підвищенню балансової вартості підприємства та способом залучення додаткових кредитних/інвестиційних коштів.

Для подальшого розуміння ситуації, яка склалася на теренах України, пропонується розглянути та порівняти співвідношення вартості нематеріальних активів в загальній структурі балансу вітчизняних та зарубіжних підприємств різних галузей, тобто тих підприємств, що створюють та використовують нематеріальні активи у своїй діяльності як основну її частину. Порівняння структури балансу вітчизняних та зарубіжних підприємств стосовно вартості нематеріальних активів в загальній структурі балансу за 2013 рік представлено в табл.1.

З таблиці видно, що вартість нематеріальних активів вітчизняних підприємств в загальній структурі балансу є незначною на відміну від західних підприємств, окрім ДП «Антонов», співвідношення вартості нематеріальних активів та суми балансу якого дорівнює 14,43%. Вбачається це викликано в першу чергу тим, що нематеріальні активи просто не оцінені належним чином та не записані на балансі підприємства, тому необхідно провести переоцінку нематеріальних активів вітчизняних підприємств з метою збільшення вартості їх капіталізації на ринку.

Таблиця 1

Порівняння структури балансу вітчизняних та зарубіжних підприємств стосовно вартості нематеріальних активів в загальній структурі балансу за 2013 рік

Україна					
№ п/п	Підприємство	країна	Вартість НА в балансі	Сума балансу	Співвідношення
1.	ПАТ «Краснолуцький машинобудівний завод» [3]	Україна	11 тис. грн.	70867 тис. грн.	0,015%
2.	ДП «Антонов» [4]	Україна	921217 тис. грн.	6382166 тис. грн.	14,43 %

Продовження таблиці 1

3.	ПАТ «Азовмаш» [5]	Україна	51 тис. грн.	334508 тис. грн.	0,015%
4.	ПрАТ «Мотор Січ» [6]	Україна	1148 тис. грн.	13196110 тис. грн.	0,009
Практика ЄС та США					
1.	Airbus Group [7]	Франція	12500 млн. євро	90274 млн. євро	13,85%
2.	Boeing [8]	США	8095 млн. долл.	92663 млн. долл.	8,74%
3.	Volkswagen [9]	Німеччина	59243 млн. євро	324333 млн. євро	18,27%
4.	Janbacher [10]	Австрія	91958 млн. євро	656560 млн. євро	14%

Джерело: складено автором на основі [5–10].

Згідно П(с)БО №8, переоцінка нематеріальних активів не є обов'язковою для підприємства. Переоцінку нематеріальних активів підприємство може здійснювати лише тим групам, щодо яких існує активний ринок та за справедливою вартістю на дату балансу.

Активний ринок – ринок якому притаманні такі умови:

- однорідність предметів, що продаються та купуються на цьому ринку;
- на ринку у будь-який час можна знайти зацікавлених продавців і покупців;
- загальнодоступність інформації про ринкові ціни.

Щодо основних правил, то згідно П(с)БО №8 можна виділити наступні:

- у разі переоцінки окремого об'єкта нематеріальних активів всі інші активи, що належать до даної групи слід переоцінювати;
- якщо проведена переоцінка об'єктів групи нематеріальних активів, то надалі вони підлягають переоцінці з періодичністю, яка залежить від того наскільки його залишкова вартість відрізняється від його справедливої вартості [1].
- інформація про зміни первісної вартості та суми зносу нематеріальних активів, заноситься до відповідних реєстрів.

В силу складності та неоднозначності економічної категорії «нематеріальні активи» існує й безліч підходів до їх оцінки. Найпоширенішими серед них є витратний, доходний та порівняльний.

Аналізуючи витратний підхід можна зазначити, що він базується на прямій залежності між затратами, витраченими на розробку інтелектуальної власності та її економічною вартістю. Тобто заснований на тому, що вартість об'єкта інтелектуальної власності розраховують як суму вартості витрат на його створення, доведення до робочого стану та амортизацію. Даний підхід є вигідним для покупця, адже з його допомогою він може документально прослідкувати витрати на створення об'єкта інтелектуальної власності (ОІВ) та підтвердити виправданість його вартості. В той же час такий підхід може не влаштувати продавця, адже він отримує суму, рівну витратам на створення ОІВ, без додаткового прибутку. Досліджуючи порівняльний підхід (такий підхід ще називають ринковим підходом), зроблено висновок, що він використовує прийом порівняння продажів. За цим підходом, ОІВ порівнюється з аналогічним об'єктом за призначенням, якістю

та корисними властивостями, які присутні на даний момент на аналогічному ринку. Підхід можна вважати «справедливим», оскільки він дає ціну, за яку продавець готовий продати, а покупець готовий купити даний ОІВ, при цьому володіючи повною інформацією про цей об'єкт, а також ринкову вартість аналогічних об'єктів. Інакше кажучи, ціна встановлюється ринком та влаштовує обидві сторони купівлі–продажу.

Дохідний підхід ґрунтується на тому, що вартість прав на ОІВ розраховується як функція доходу, яку може приносити його використання у майбутньому.

Оцінка нематеріальних активів дійсно є важливою складовою ефективного функціонування господарюючого суб'єкта. Але варто пам'ятати, що незалежно від способу отримання нематеріальних активів їх надходження і введення в експлуатацію повинне бути оформлене відповідними документами, що описують даний ресурс як об'єкт власності, визначають порядок його використання, а також підтверджують майнові права підприємства на таке використання [11, с. 82].

Проблемам обліку нематеріальних активів на балансі підприємства приділено увагу науковцями. Так, професор Морозов О.Ф. ще в 2005 році зазначив такі:

- в час, коли підприємство виробляє і використовує нові технології, але нематеріальні активи просто грамотно не оформлені та не записані на баланс підприємства, а витрати на розробку в такому випадку просто переносяться на валові витрати;
- у підприємства існують власні або придбані об'єкти інтелектуальної власності, але в бухгалтерському обліку вони не відображені.

Також науковець виділив ситуацію коли все ж таки нематеріальні активи відображені в бухгалтерському обліку належним чином, тоді вони приносять вигоду підприємству, наприклад, у вигляді роялті або амортизаційних відрахувань [12].

Таким чином, можна стверджувати, що дієвим стимулом для переоцінки нематеріальних активів можуть стати зміни в законодавстві України, а саме, зробити обов'язковим періодичне проведення переоцінки нематеріальних активів вітчизняних підприємств.

Висновки. Проаналізувавши ситуацію, яка склалася на теренах України, можна сміливо зазначити про необхідність проведення переоцінки нематеріальних активів вітчизняних підприємств задля підвищення рівня конкурентоспроможності та стійкості в процесах глобалізації. Тому розвиток методологічної бази оцінки нематеріальних активів є вкрай необхідним і потребує подальших досліджень.

Література

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», затв. Наказом МФУ від 18.10.1999 № 242, з останніми змінами та доповненнями від 09.08.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс», затв. Наказом МФУ від 31.03.1999 № 87, з останніми змінами та доповненнями від 09.12.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0396-99>

3. Фінансова звітність ПАТ «Краснолуцький машинобудівний завод». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kmz.pat.ua/emittents/reports/year/2013/app_fin_bp

4. Фінансова звітність ДП «Антонов». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.antonov.com/about/information-of-the-issuer>

5. Фінансова звітність ПрАТ «Азовмаш». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.azovmash.com/ru/investors/1380720038>

6. Фінансова звітність ПрАТ «Мотор Січ». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.motorsich.ua/rus/investors/othetnost/reg_inform/

7. Financial report: Airbus. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///D:/загрузки/Airbus%20Group%209months%202014%20financial%20statements.pdf>

8. Financial report: Boeing. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.boeing.com/assets/pdf/companyoffices/financial/finreports/annual/2014/annual_report.pdf

9. Financial report: Volkswagen. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.volkswagenag.com/content/vwcorp/info_center/en/publications/2014/03/Y_2013_e_bin.html/binarystorageitem/file/GB+2013_e.pdf

10. Financial report: Janbacher. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ge.com/ar2013/pdf/GE_AR13.pdf

11. Банасько Т.М. Оцінка нематеріальних активів для потреб обліку [Електронний ресурс] / Т.М. Басько // Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 3(15) с. 76–83. Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1449/1/8.pdf>

12. Морозов О.Ф. Ціна думки – інтелектуальний капітал: монографія / О.Ф. Морозов. – Д.: Юго–Восток, 2005 – 352 с.

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Жигалкевич Ж.М.*

УДК 336:65.012

Малик І.П.

к.е.н., доцент;

Шкробот М.В.

ст. викладач, к.е.н.

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуті питання імплементації інформаційних засад у систему управління промисловим підприємством, зокрема розглянуто питання автоматизації процесів фінансового управління.

Ключові слова: інформаційні засади, система управління, фінансове забезпечення, промислові підприємства.

The article deals with the implementation of information principles in management system of industrial enterprises, in particular the question of financial management automation processes.

Keywords: information principles, management system, financial support, industrial enterprises.

Вступ. Проблема забезпечення стійкого розвитку економічної системи України в кризовий період стала актуальною і оголила потребу в її трансформації шляхом переходу до інноваційного типу розвитку. Роль промислових підприємств в системі економіки України є вагомим, що висуває до них жорсткі вимоги до якості фінансового управління в умовах загальної економічної кризи. Фінансове управління інтегрує воедино всі сфери діяльності підприємства за допомогою інформаційної системи, яка, на практиці, рідко виявляється повністю збалансованою, інформаційно забезпеченою системою фінансового управління на підприємстві, що обумовлює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження наукових здобутків щодо системи управління фінансовим забезпеченням показало розмаїття наукових підходів. Зокрема, І. Бланка, В. Биковського [1], Н. Давиденко, І. Ітигіної, Г.Кірейцева, О. Поддєрьогіна, Є. Рясних, Т. Черкасової та ін.

Праці названих науковців розкривають структуру системи забезпечення фінансового менеджменту, прийоми управління фінансовими ресурсами, методи фінансового управління підприємством та ін.

Аналіз та узагальнення публікацій з означеної проблематики дають підстави зробити висновок, що дотеперішні науково-методичні підходи до питання системи управління фінансовим забезпеченням промислових підприємств в площині імплементації інформаційних засад належним чином не розроблені як в науковому, так і в організаційно-практичному напрямі.

Постановка завдання. Основна мета статті полягає у дослідженні передумов імплементації інформаційних засад ефективної системи управління фінансовим забезпеченням промислових підприємств та обґрунтування можливості забезпечити взаємозв'язок всіх рівнів менеджменту в процесі її функціонування.

Результати дослідження. Інформаційна система дозволяє істотно скоротити всі види витрат діяльності підприємства, максимально оптимізувати управлінський процес. У зв'язку з новизною таких систем для багатьох підприємств, труднощами в адаптації до конкретних умов, низькою інформованістю щодо їх впровадження часто виникає ціла низка помилок, які істотно знижують потенціал інформаційних систем [2, с. 8].

Перш ніж прийняти рішення щодо впровадження інформаційної системи, необхідно приділити увагу таким питанням:

- обґрунтуванню необхідності впровадження інформаційної системи;
- визначенню стримуючих чинників впровадження системи та вибору стратегії щодо їх подолання;

- етапам впровадження інформаційної системи;
- оцінці результатів впровадження інформаційної системи.

Необхідність у впровадженні інформаційної системи може виявитися при вирішенні будь-якої проблеми – перебудові процесу діяльності підприємства, аналізі діяльності конкурентів тощо. Перш ніж розпочати впровадження інформаційної системи, необхідно провести часткову реорганізацію структури підприємства та технологій ведення бізнесу.

Результатом проведення цих змін є найбільш характерні чинники, які необхідно враховувати при впровадженні інформаційних систем [3, с. 8]:

- організаційні;
- технологічні;
- людські;
- інші

Процедуру впровадження інформаційної системи можна поділити на такі етапи.

Передпроектне обстеження, яке полягає у виявленні основних інформаційних потоків на підприємстві та формуванні бази основної нормативно-довідкової документації.

Побудова інформаційно-функціональної моделі діяльності підприємства, опис та оптимізація процесів, що піддаються автоматизації; здійснюється добре навченими співробітниками підприємства-замовника із залученням висококваліфікованих консультантів та з прив'язкою створеної моделі до стандартів бізнесу і до майбутньої системи.

Адаптація системи на підприємстві, у процесі якої проводиться налаштування системи відповідно до плану проекту впровадження і тестування окремих модулів та функцій.

Дослідна експлуатація системи – на цьому етапі зберігається подвійне введення даних у стару і нову системи.

Введення інформаційної системи в експлуатацію та її супровід.

Для оцінки результатів змін слід урахувати не лише прямі витрати, які вимірюють у процесі технічного аналізу інформаційної системи, але й непрямі, до яких можна віднести результат подальших інвестицій, заснованих на впровадженні нової системи, розробці нової ділової стратегії, більш вдалому позиціонуванню організації та ін.

Ще одне важливе завдання, яке постає перед керівництвом підприємства, – вибір інформаційної системи, вирішення якого найчастіше припадає на людей, які не є професіоналами в сфері інформаційних технологій управління. Існує досить багато методологій здійснення такого вибору [4, с. 19]. Основні характеристики інформаційних систем, які слід урахувати при формуванні такого рішення, представлені на рис. 1.

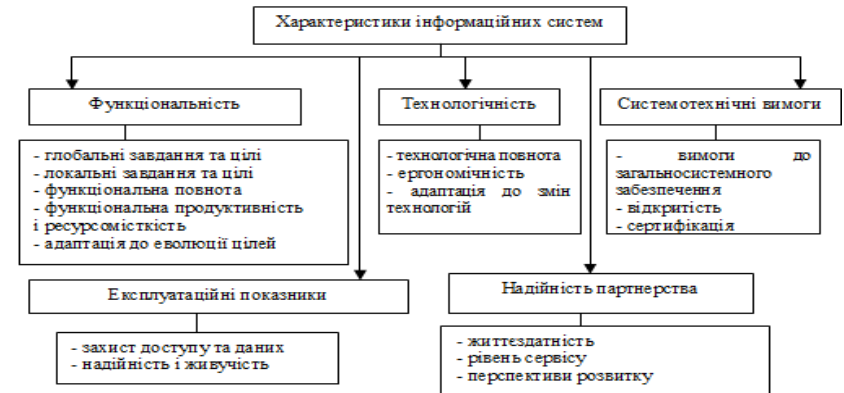


Рис.1. Основні характеристики інформаційних систем

Джерело: складено на основі [4, с. 19]

Проте впровадження інформаційних технологій на практиці пов'язано з великою кількістю проблем, що обумовлені застарілістю існуючої інформаційної системи на підприємстві, неформалізованістю і хаотичністю внутрішніх принципів управління підприємством, відсутністю на більшості підприємств науково обґрунтованого процесу планування, узгодженням мінливих стратегічних цілей підприємства з можливостями використання інформаційних технологій та іншими причинами. Тому, питанню підвищення ефективності впровадження інформаційних технологій на підприємствах має приділятися якомога більше уваги.

Найбільш характерними функціями системи фінансового управління, які повинні бути автоматизовані, є процедури збору, систематизації, зберігання, передачі (в тому числі по відношенню до територіально віддаленим підрозділам і філіям), аналітичної обробки та видачі різним категоріям користувачів необхідної інформації. З цієї точки зору позитивно зарекомендували себе рішення, засновані на єдиному сховищі даних, що забезпечує уніфіковані підходи до зберігання, передачі та обробки інформації, і OLAP-технологіях, що використовуються користувачами для побудови «гнучких» звітів та аналізу даних. Такий підхід, є найбільш ефективним за співвідношенням ціна-час-якість [5].

Представимо інформаційну систему фінансового управління побудовану на основі єдиного сховища даних у вигляді концептуальної схеми (рис. 2).

Автоматизація будь-яких процесів підприємства, як правило, потребує коштів і займає значний часовий інтервал, тому вимагає серйозної підготовки. Інформатизація системи фінансового управління потребує розробки методології процесу, його регламентації і, найголовніше, попередньої апробації для запобігання хворобливого повернення впровадження на кілька етапів назад в цілях коригування раніше затвердженої концепції.

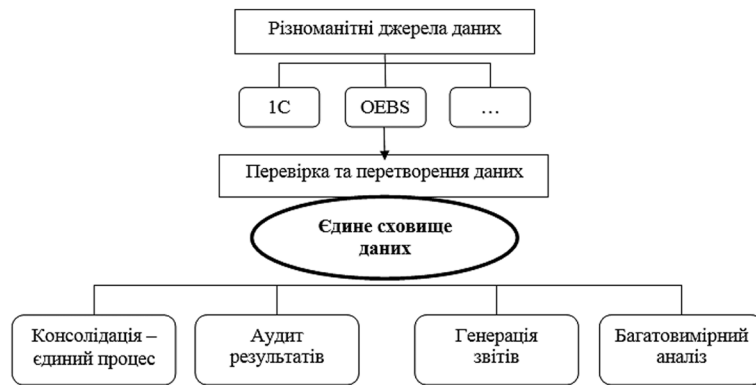


Рис. 2. Інформаційна система фінансового управління на основі єдиного сховища даних

Джерело: згруповано авторами

Більшість промислових підприємств знаходяться на етапі реструктуризації, структурні перетворення в них ще не завершені, мають місце зміни керівництва, що в свою чергу призводить до нестабільності. Така нестабільність ставить під загрозу впровадження автоматизованих систем, оскільки витрати на їх безперервне коригування і доопрацювання можуть перевищити базові витрати, а ефективність впровадження їх при цьому буде незначною.

Висновки. Імплементация інформаційних засад у систему управління промисловим підприємством надає можливість більш повно використовувати наявний потенціал для розвитку в умовах зовнішніх викликів та загроз динамічного середовища функціонування.

Враховуючи вищезазначене, варто відзначити, що при імплементации інформаційних засад системи управління фінансовим забезпеченням на промисловому підприємстві, досягаються наступні цілі:

- створення цілісної фінансово-економічної моделі підприємства, що дозволяє забезпечити прозорість фінансових потоків на інформаційних засадах;
- можливість оперативного контролю виконання планів і аналізу відхилень планів від їх реалізації, що є ефективною основою прийняття обґрунтованих і своєчасних управлінських рішень;
- персональне закріплення відповідальності і повноважень в рамках процесу за ключовими менеджерами підприємства.

Перспективи подальших досліджень у цьому науковому напрямі полягають в розробці стратегії розвитку інформаційної системи, що визнача-

ється цілями її функціонування, існуючими можливостями і обмеженнями з використанням архітектурного підходу, який дозволяє узгодити різні точки зору на систему відповідно до стратегії розвитку підприємства.

Література

1. Быковский В.В. Технология финансового менеджмента [Текст] / В.В. Быковский, Н.В. Мартынова, Л.В. Минько, В.Л. Пархоменко, Е.В. Быковская. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. – Ч.1. – 80 с.
2. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров / В.А. Грабауров. – М. : Финансы статистика, 2010. – 368 с.
3. Устинова Г. М. Информационные системы менеджмента: основные аналитические технологии в поддержке принятия решений / Г. М. Устинова. – СПб.: Диа-СофтЮП, 2011. – 368 с.
4. Бутова Р. К. Системы обработки экономической информации / Р.К. Бутова. – Х.: ХНЕУ, 2012. – 220 с.
5. Финансовый менеджмент в транзитивной экономике: вопросы теории и методологии: монография [Текст] / О.В. Игитина, С.С. Арутюнян, О.О. Андрюченко, В.Г. Барбанова. За заг. ред. В.Г. Барбановой. – Одеса: Поліграф, 2008. – 236 с.

УДК 330.341.1

Морозов О.Ф.

д.т.н., проф., Заслужений діяч науки і техніки України;

Абрамов Д.В.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ – ЯК ОДНА ІЗ РУШІЙНИХ СИЛ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті авторами розглянуто національні мережі трансферу технологій, їх проблеми, шляхи вирішення й питання інтеграції у міжнародні мережі трансферу технологій як одного з вагомих факторів, що визначають реалізацію інноваційної діяльності промислових підприємств України.

Ключові слова: трансфер технологій, мережа трансферу технологій, EEN.

The authors reviewed national technology transfer network, their problems, solutions and integration issues in international technology transfer network as one of the important factors of determining the realization of innovation activity of industrial enterprises of Ukraine.

Keywords: Technology Transfer, Technology Transfer Network, EEN.

Вступ. В умовах інвестиційного голоду підприємств України для реалізації інноваційної діяльності, актуалізується пошук нетрадиційних джерел

фінансування інноваційних проектів. Одним з ефективних інструментів є регіональні та міжнародні мережі трансферу технологій, де питання науково-технологічного маркетингу набуває надважливого значення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розбудовою системи трансферу технологій займалися ряд вітчизняних вчених Л. Федулова, І. Матюшенко, О. Чоботюк, В. Денисюк та ін. Не зважаючи на різноманітність поглядів щодо розбудови національної системи трансферу технологій, а також її інтеграції у міжнародний науково-технологічний простір, на нашу думку, недостатньо приділено уваги актуальності інтеграції у європейські мережі трансферу технологій, як одного з дієвих факторів активізації інноваційної діяльності інноваційної діяльності промислових підприємств України.

Постановка завдання. Метою дослідження є пошук дієвих шляхів залучення фінансування на реалізацію інноваційних проектів шляхом участі суб'єктів господарювання у Європейських мережах трансферу технологій. Це стало актуальним відповідно до підписаних Президентом України Угоди про Асоціацію з ЄС.

Результати дослідження. Відсутність рівномірності розподілу інноваційної інфраструктури у всіх регіонах України й наявності інституціонального централізованого управління комерційного трансферу технологій є підґрунтям для деградації національної системи трансферу технологій.

Наявність двох мереж з трансферу технологій NTTN й UTTN на вітчизняному ринку, котрі не інтегровані одна в одну, породжує, в першу чергу, хаотичність розміщення, просування та пошуку науково-технологічних й бізнес пропозицій.

Вітчизняні мережі з трансферу технологій на сьогоднішній день не є повноправними незалежними членами European Enterprise Network (далі EEN) – Європейської мережі підприємництва, що свідчить про відсутність безпосереднього виходу на закордонні аналогові платформи. Зокрема це можна представити за наступним рис. 1.

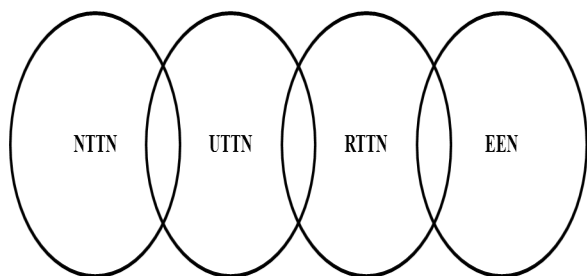


Рис. 1. Механізм входу вітчизняних платформ до EEN

Джерело: складено автором на основі [1]

Окрім того, на міжнародному ринку трансферу технологій перед вітчизняними суб'єктами господарювання постають наступні виклики:

Наявність досвіду патентного захисту результатів інноваційної діяльності за світовими стандартами.

Належне оформлення закордонних охоронних документів.

Низький обсяг реалізації високотехнологічної продукції на світовому ринку.

Перевага сировинної складової у складі експорту.

Незначний обсяг науково-технічного обміну.

Дефіцит технологічних брокерів та фахівців з питань організації трансферу технологій загалом.

Зазначені проблеми вимагають перегляду та зміни наявної моделі трансферу технологій, а саме необхідність у:

Забезпеченні створенні сприятливих умов для просування вітчизняних технологій на світовий ринок.

Стимулюванні експорту наукоємної продукції.

Сприянні пошуку зарубіжних контрагентів для вітчизняних підприємств з метою підвищення якісного та кількісного рівня наукоємної продукції у складі експорту.

Розробці системи та механізму експертизи імпортованих технологій з метою виявлення «небажаних», що негативно можуть впливати на соціально-економічний стан населення. В першу чергу, мова йде про заповнення прогалів у Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» № 143-V від 14.09.2006, що визначає умови державної експертизи технологій та обладнання лише для тих суб'єктів господарювання, котрі отримують субсидії й тих, що передані за рахунок державних коштів для їх використання в Україні [2, 3].

Механізм співпраці вітчизняних інноваційних промислових підприємств з учасниками та партнерами EEN з метою реалізації інноваційних проектів, можна зобразити схематично (рис. 2).

На нашу думку, першим логічним кроком на шляху до створення належних умов функціонування вітчизняних суб'єктів трансферу технологій є об'єднання наявних двох національних платформ з трансферу технологій в одну єдину, що забезпечуватиме спрощення процесу її інтеграції до EEN, як незалежного учасника мережі й матиме беззаперечні переваги:

Спрощення процедури обміну технологіями з європейськими партнерами.

Наявність додаткового джерела залучення інвестицій для комерціалізації науково-технічних розробок та пропозицій.

Наявність гнучкості до змін у потребах на технологічні й бізнес пропозиції на вітчизняному та європейському ринках [5].

Висновки. Таким чином, національна система трансферу ринку, котра представлена двома національними мережами потребують не тільки вза-

емної інтеграції але й досягнення першого етапу стратегічної мети з переходу бюджетоутворюючого сектору економіки України на новий п'ятий технологічний уклад – інтеграції до EEN та набуття повноправного членства.

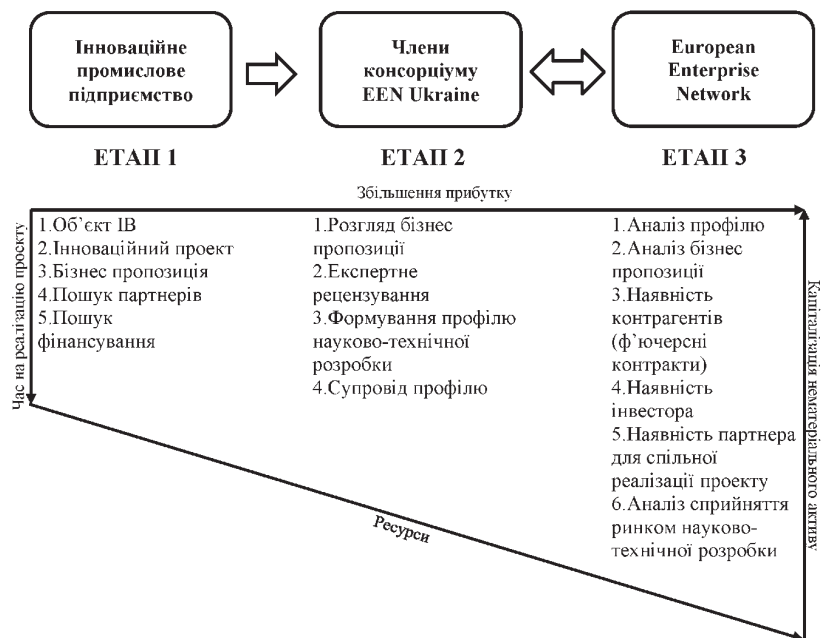


Рис. 2. Механізм та інструменти співпраці вітчизняних інноваційних промислових підприємств у EEN

Джерело: розроблено авторами на основі [4]

Така подія стане однією з визначальних у швидкості перебігу процесу перетворення нематеріальних активів у матеріальні блага вітчизняних інноваційних промислових підприємств, оскільки дана платформа локалізує фінансові ресурси, споживачів об'єктів інтелектуальної власності й партнерів для спільної реалізації інноваційних проектів.

Література

1. Федулова Л. І. Розбудова системи трансферу технологій – важлива умова впровадження кластерної моделі розвитку економіки України [Електронний ресурс] / Л.І. Федулова – Режим доступу до ресурсу: <http://www.pu.if.ua/depart/Finances/resource/file/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA/2011-21/%D0%A4%D0%B5%D0%B4%D1%83%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0.pdf>.

2. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» № 143-V від 14.09.2006 [Електронний ресурс] / Портал «Верховна Рада України». – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/143-16/page>.

3. Козаченко В. Я. Сучасний стан мереж трансферу технологій за кордоном та проблеми їх розвитку в Україні [Електронний ресурс] / В.Я. Козаченко, Н. Г. Георгіаді. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10011/1/26.pdf>.

4. Sector Groups [Електронний ресурс] / Портал «European Enterprise Network» – Режим доступу до ресурсу: <http://een.ec.europa.eu/about/sector-groups>

5. Morozov A.F. The problems and prospects of participation in the Network EEN Entrepreneurs of small and medium business in Ukraine. [Електронний ресурс] / STI Co-operation Network for Eastern Partnership Countries. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.inco-eap.net/en/418.php>.

УДК 339.1:658.81

Мусіна К.В.
студент ФММ;
Дергачова В.В.
д.е.н., професор

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено поняття випереджаючого розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства та визначено роль інноваційної складової при його забезпеченні. Проаналізовано еволюцію підходів до визначення категорії «інновації» у сфері ЗЕД та запропоновано схему впровадження інновацій у діяльність підприємства. Обґрунтовано необхідність та важливість інноваційної складової з огляду на сучасний стан розвитку підприємств-суб'єктів ЗЕД в Україні та за кордоном.

Ключові слова: випереджаючий розвиток, зовнішньоекономічна діяльність, інноваційна діяльність, інноваційні бізнес-моделі, управління інноваційною діяльністю, інноваційне підприємство.

The article analyzes the concept of an advanced development of the system of foreign economic activity (FEA) of the enterprise and the role of innovation component in its implementation. The evolution of approaches to the definition of “innovation” in FEA and the implementation model of innovations in activities of the company are characterized in the article. The necessity and importance of innovative component is justified, considering the current status of the subjects FEA of enterprises in Ukraine and abroad.

Key words: an advanced development, foreign economic activity, innovation, innovative business models, innovation management, innovative company.

Вступ. В останні десятиріччя у світі відбувся перехід від статичних і динамічних конкурентних переваг до інноваційних, досягнення яких перш за все пов'язане з переходом країн на інноваційний шлях з метою досягнення якісно нового рівня соціально-економічного розвитку. Динамічність середовища функціонування сучасних суб'єктів господарювання, загострення конкуренції на ринку та наслідки світової фінансової кризи змушують останніх вести пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг, зокрема, шляхом впровадження інновацій в систему управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД). Ці дії здійснюються з метою використання ключових компетенцій, а також отримання конкурентної переваги над суперниками в міжнародному вимірі. Це обумовлює актуальність дослідження готовності підприємств до запровадження інновацій, впливу інноваційної складової на вибір та зміну напрямку діяльності, а також типу розвитку підприємства, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми, пов'язані з визначенням ролі інновацій при забезпеченні розвитку підприємства-субекта ЗЕД, розробленням і впровадженням інноваційної складової досліджувалися вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами, а саме: Черемисова Т. [13, с.36-42], Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. [3, с.472], Кондратов О.М. [12, с.33-45], Телетов О.С. [6, с.176-184]. Однак питання доцільності інноваційної стратегічної спрямованості підприємств залишається об'єктом дискусій. Поглибленого дослідження потребують і теоретичні аспекти інновацій для ефективного розвитку ЗЕД з метою досягнення конкурентних переваг. Це значною мірою буде сприяти виробленню конкретних практичних рекомендацій з формування й ефективної імплементації інноваційної складової розвитку ЗЕД.

Постановка завдання. Метою статті є визначення понятійного апарату «інноваційна складова розвитку ЗЕД підприємства» та аналіз доцільності спрямованості переходу підприємства на інноваційну модель розвитку зовнішньоекономічної діяльності задля виходу на зовнішній ринок з підвищенням економічної ефективності.

Результати дослідження. На основі аналізу існуючих поглядів щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності [1; 2, с.74; 3, с.472; 4, с.952] нами запропоновано в якості бажаного випереджаючого розвитку розуміти такий, що передбачає постійне підвищення рівня потенціалу підприємства та пошук перспективних напрямків його реалізації на міжнародній арені, що призводить до кардинальної зміни самого підприємства, його концепції функціонування та місця серед інших суб'єктів господарювання, а також передбачає перехід на новий цикл розвитку.

На основі систематизації всіх розглянутих підходів до класифікації розвитку [5; 6, с.176-184; 7, с.315; 8, с.506] зовнішньоекономічної діяльності встановлено, що основними характеристиками випереджаючого розвитку є його радикальність, інноваційність та циклічність, які покладено в основу його складових елементів. Адже випереджаючий розвиток має на меті по-

шук нових перспективних шляхів реалізації потенціалу підприємства, що свідчить про прагнення до інновацій; докорінну зміну самого підприємства та його діяльності, безперервне удосконалення. Саме інноваційний розвиток є основною складовою випереджаючого розвитку ЗЕД. Інноваційність забезпечує безперервне вдосконалення існуючого стану, потенційне «зростання», перехід від одного рівня до значно вищого іншого, розширення існуючих кордонів у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Термін інновація розглядається як нова науково-організаційна комбінація виробничих факторів, мотивованих підприємницьким духом [9]. Найвідоміші глумачні словники «*Collins Cobuild English Language dictionary*» [11, с.1579] та «*Oxford University Press*» визначають інновацію як нову ідею чи метод, що впроваджено для виготовлення будь-чого, що ґрунтується на нових ідеях та технологіях [12, с.33-45].

Черемисова Т. під інновацією розуміє кінцевий результат створення та впровадження принципово нового чи модифікованого засобу (новшества), який задовольняє певні суспільні потреби і дає ряд ефектів (економічний, науково-технічний, соціальний, екологічний) [13, с.36-42].

Успішний розвиток ЗЕД неможливий без урахуванням інновацій, тому що на сьогодні п'ятий технологічний цикл суспільного розвитку, які у свій час заклав М. Кондратьєв, закінчується і світ знаходиться на порозі початку нового шостого циклу. Як свідчить аналіз літератури саме в такі періоди починають активно з'являтися і комерціалізуватися радикальні інновації, і саме в такі періоди перші місця рейтингу світових лідерів можуть кардинально змінитися. Тому лише активна розробка інновацій підприємствами-субектами ЗЕД, які випереджають розвиток, розширюють свої межі взаємодії, створюють нові правила гри на ринку, може забезпечити їх функціонування в новому шостому технологічному укладі. Інноваційна складова підприємства ЗЕД націлена на передбачення глобальних змін в економічній ситуації та пошуку масштабних рішень, спрямованих на зміцнення ринкових позицій і стабільний розвиток підприємства на зовнішніх ринках.

Варто зауважити, що існування значної кількості поглядів на інновації та досліджень інновацій у сфері ЗЕД еволюціонує. На початку двадцятого століття на створення інновацій у зовнішньоекономічній діяльності дивилися як на задачу окремих винахідників по створенню нового продукту та «виштовхування» його на ринок іншої країни чи як на лише технічну роботу, сьогодні інновації реалізуються головним чином на підприємствах, які володіють значним ресурсним потенціалом інноваційного розвитку у сфері ЗЕД. А саме: виробничим, технологічним, управлінським, фінансовим, інвестиційним, інституціональним, трудовим та соціальним одночасно, створюючи так звані «інноваційні бізнес-моделі».

Розглянемо схему формування інноваційної діяльності підприємства на рис. 1.



Рис. 1. Схема комплексної характеристики інноваційної діяльності
 Джерело: складено авторами на основі [14]

Модель може бути ефективно пристосована для підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, так як елементи передбачають врахування усіх чинників та видів діяльності, якими займається компанія.

В інноваційно-розвинених країнах світу інноваційна продукція становить понад 50% усієї виробленої і реалізованої продукції. Дослідження щодо інноваційного шляху розвитку України показують, що за останні роки рівень інноваційної активності підприємств-суб'єктів ЗЕД суттєво знижується. Так, у 2013 р. частка підприємств-суб'єктів зед, які впровадили інновації у своїй діяльності, становила близько 12 % підприємств від загальної кількості підприємств, які займаються ЗЕД, тоді як у 2003 р. – близько 1 %, а в 2000 р. питома вага підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, становила 18 %.

Для порівняння у США, Японії, Німеччині й Франції частка інноваційних підприємств в сфері зед становить 70–80% від їх загальної кількості у сфері ЗЕД [15]. Протягом 2008–2013 рр. відбулося збільшення питомої ваги підприємств, що впроваджували інновації, проте частка реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової продукції знизилася на 2,9%.

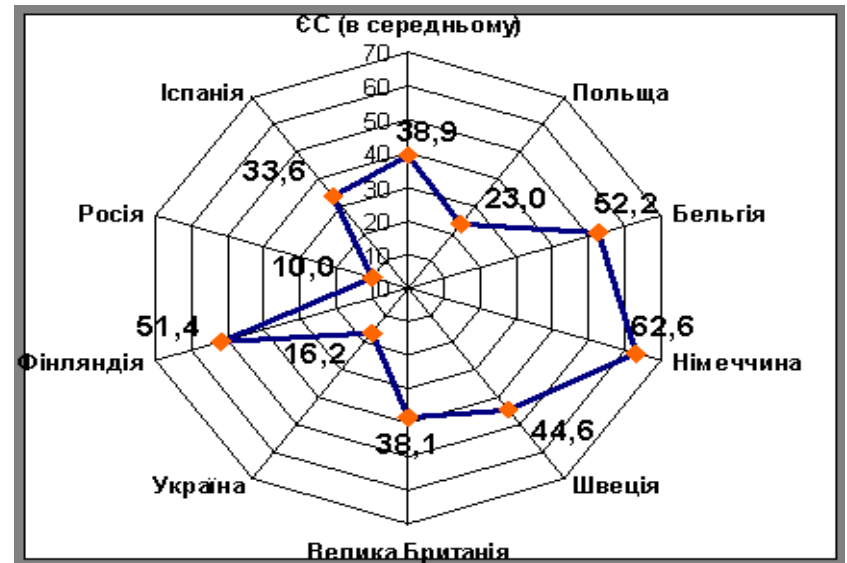


Рис. 2. Частка підприємств, що впроваджують інноваційну діяльність
 Джерело: складено авторами на основі [15]

Проаналізовано питому вагу підприємств, що впроваджують інновації в Україні та деяких країнах Європи. Як наслідок, вітчизняна продукція стає дедалі менш конкурентоспроможною, держава не забезпечує достатній рівень розвитку інноваційної діяльності. Недосконала політико-правова база та несприятливий інвестиційно-інноваційний клімат породжує тенденцію щодо скорочення кількості підприємств, що займалися впровадженням нововведень на промислових підприємствах протягом 2003–2013 рр. Зокрема, у 2013 р. промисловими підприємствами України було освоєно виробництво 2408 видів нової продукції, що у дев'ять разів менше показника 2003 р., коли було створено 22847 видів інноваційної продукції [15].

Кожне підприємство, як складова частина загальної економіки, має активізувати інноваційну діяльність. При цьому, зміна технічних та технологічних елементів виробництва спонукає до впровадження кардинально нової системи системи прийняття інноваційної складової.

Висновки. Визначено, що інноваційні перетворення є важливими для забезпечення ефективної діяльності підприємства на зовнішніх ринках, адже динамічність середовища функціонування сучасних суб'єктів господарювання, загострення конкуренції на ринку та наслідки світової фінансової кризи змушують останніх вести пошук додаткових шляхів отримання конкурентних переваг, зокрема, шляхом впровадження інновацій в

систему розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Інноваційна складова забезпечує формування випереджаючого розвитку ЗЕД та її потенціалу, оскільки їхня взаємодія виступає каталізатором прихованих можливостей зростання підприємства. Це обумовлює важливість та необхідність подальших досліджень, які будуть стосуватися спроможності підприємств до запровадження інновацій, оцінки достатності наявних у їх розпорядженні ресурсів та потенційних можливостей їх результативного використання.

Література

1. Рудьман Я. В. Эффективность управления предприятием [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://conference.be5.biz/r2013/4466.htm>
2. Стратегія національної безпеки України «Україна у світі, що змінюється» затверджена Указом Президента України № 389/2012 від 08.06.2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/project-Litvinenko-dcd38.pdf>; Економічна енциклопедія в 3 т. / [ред. С.В. Мочерний]. – К.: Вид центр «Академія». – 2002. – 959 с
3. Гапоненко А.А., Панкрухин А.П. Стратегическое управление [Текст] / А.А. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2004. – 472 с.
4. Кургинян С. Российско-украинские отношения – от ситуативной прагматики к полноценной стратегии. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kurginyan.ru/publ.shtml?cmd=art&theme=12&auth=&id=2316>
5. Телетов О. С. Інновації та розвиток людства: історія та сучасність [Текст] / О.С. Телетов // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – С. 176-184.
6. Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом [Текст]: монография / А.Э. Воронкова. – Луганск: ВГУ, 2000. – 315с
7. Горемыкин В.А., Богомолов О.А. Экономическая стратегия предприятия [Текст]: учебник / В.А. Горемыкин, О.А. Богомолов. – М. : «Филин», Рилант, 2001. – 506 с.
8. Як впровадити інновації на ринку / Говінарджан В. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/interview/int242.html>.
9. Collins Cobuild English Language dictionary / London. 1987 [Текст]. – Р. 1703.
10. Oxford University Press / Oxford, 1989 [Текст]. – Р. 1579.
11. Кондратов О.М. Інноваційна діяльність – необхідна складова прискореного розвитку промислового виробництва [Текст] / О.М. Кондратов. – К.: Науковий світ, 2002. – 33с.
12. Черемисова Т. Інноваційні процеси на промислових підприємствах [Текст] / Т.Черемисова // Банківська справа. – 2003. – № 1. – С. 42-46.
13. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
14. The Global Competitiveness Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012-13.pdf

УДК659.13/17

Найчук-Хрущ М.Б.

к.е.н., доцент;

Когут УІ.

к.е.н., доцент;

Петрук І.М.

студент групи УІД-11м

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ МЕТОДІВ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

В статті розглянуто найпоширеніші способи розміщення реклами в глобальній мережі Internet, проведено порівняльну характеристику і доцільність використання певних способів з погляду їхніх переваг, недоліків, вартісної компоненти, цільової спрямованості на прикладі найуспішніших американських компаній. Запропоновано механізми аналізу економічної ефективності використання різних видів рекламних засобів.

Ключові слова: Internet-реклама, контекстна реклама, банерна реклама, цільова аудиторія споживачів, пошукові запити, лінки.

In the article the most common ways to advertise in the Internet are showed. Also comparative analyzes of characteristics, costs, main components, task orientation are made by using examples of the most successful American companies. The mechanisms of cost-effectiveness analysis of the use of different types of advertising in media are offered.

Keywords: Internet-advertising, contextual advertising, banner advertising, target audience of consumers, searches, links.

Вступ. Розвиток глобальної мережі Інтернет посприяв розвитку і нових методів просування товарів та, відповідно, стимулювання їхнього збуту і рекламування. Зрештою, необхідними є дослідження самих механізмів Інтернет-реклами та їх ефективності, які за своєю суттю відрізняються від класичних методів оскільки функціонують у віртуальному швидкозмінному, динамічному просторі, доступ до якого є фактично вільним та неконтрольованим для багатьох суб'єктів. Питання сприйняття Інтернет-реклами та її ефективності у порівнянні із вартістю обумовлює необхідність глибшого вивчення даних аспектів просування продукту, що свідчить про актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням реклами як економічної категорії займалися такі відомі вчені та рекламисти світу: П. Друкер, Ф. Котлер, М. Портер, Г. О'Райлі, А. Кромптон, Д. О'Гілві. Запропоновані ними концепції знайшли своє відображення у працях вітчизняних вчених: Назайкі-

на А. Н., С. Бабенка, В. Андрійчука, В. Будкіна, І. Рожкова, Б. Губського та ін. Щодо дослідження Інтернет-реклами, то наукові праці за даною тематикою почали з'являтися приблизно 20 років тому. Так, різні аспекти розвитку Інтернет-реклами розглядалися в працях таких вчених: Р. Зефа, Б. Аронсона, Годин А. А., Годин А.М., Комаров В.М. Проте питанням безпосередньо інтернет реклами приділено досить мало уваги. Оцінюванню ефективності інтернет-реклами були присвячені праці І.І. Новаківського, Л.С. Любомудрова, переваги та недоліки інтернет-реклами розглядали Заєць О.П., Самойленко О.А та ін. Залишаються не до кінця дослідженими й питання щодо ефективності найновітніших методів рекламування продукту через інтернет, особливо на різних стадіях взаємодії інтернет-користувачів з рекламною інформацією.

Постановка завдання. Цілями та завданнями даної статті є дослідження та аналіз ефективності різних механізмів реклами в глобальній мережі Інтернет та формування певних рекомендацій щодо використання Інтернет-реклами.

Результати дослідження. Як відомо, Інтернет-реклама – це конвергенція брендингу, розповсюдження інформації і продаж – усе в одному місці [1]. Інтернет-рекламу також можна визначити, як оплачений учасниками ринку і каналами розповсюдження інформації захід з установленням засобами мережі Інтернет двосторонніх комунікацій – рекламоодержувача та рекламодавця [2]. Загалом, Інтернет-реклама – реклама, що розміщується в мережі Інтернет, переважно на добре зарекомендованих і популярних веб-сайтах; представлення товарів, послуг або підприємства в мережі Інтернет, адресована масовому клієнту і має характер переконання.

Інтернет реклама дозволяє вирішувати практично всі завдання, що стоять перед комерційним веб-сайтом, будь це Інтернет магазин, сервісні послуги або дистриб'ютори. Інтернет-реклама стає більш доступною для малого бізнесу. Ключовою відмінністю Інтернет-реклами від будь-якої іншої є можливість відстеження рекламних контактів. За рахунок можливості відслідковування реакції і дій користувача мережі Інтернет рекламодавець може швидко вносити зміни до чинної рекламної кампанії. Бажані дії користувача називаються конверсією.

Однією з основних сучасних технологій Інтернет-реклами є RTB-платформа (з англ. Real Time Bidding), що дозволяє влаштовувати аукціон рекламних оголошень в реальному часі. Люди звикають до того, що вони можуть, не встаючи із стільця і не виходячи з будинку, дізнатися про те, де, як і за яку ціну вони можуть купити певний товар або послугу. Але навіть якщо вони нічого не куплять, інформація про фірму запам'ятується [3].

Розглянемо пошукову рекламу, що допомогла корпорації Google стати найбагатшою рекламною кампанією за всю світову історію. Пошукова реклама розглядається як підвид контекстної реклами, що використовується в пошукових системах. Специфічною характеристикою такої реклами є те, що вибір рекламних повідомлень, що демонструються, визначається з врахуванням пошукового запиту користувача. Оплата пошукової реклами

може базуватися на різних принципах: за кількістю показів рекламного повідомлення, за кількістю кліків користувачів пошукової системи, за принципом аукціону ключових слів.

Цей вид інтернет-реклами належить до найефективніших, оскільки тематика рекламних повідомлень, що демонструються, максимально відповідає поточним інтересам користувача.

Проведемо аналіз ефективності окремих видів Інтернет-реклами (табл.1) для порівняння ключових характеристик кожної з них та визначення того виду, якому потрібно надати перевагу при прийнятті рішення щодо рекламування через Інтернет [4-7].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика ефективності окремих засобів Інтернет-реклами

Вид реклами	Аудиторія	Переваги	Недоліки
Медійна (банерна)	Попередньо якісно оцінена цільова аудиторія (з вивченням географії відвідувачів, часу проведеного ними на сайті)	Частота демонстрацій, наявність у банера гіперпосилання, можливості анімованого зображення і дзвінка з банера на мобільний телефон (WOW-call)	Набридливий характер, висока трудомісткість, негнучкий характер
Контекстна	Клієнти, що виявили зацікавленість з приводу певного конкретного виду товару чи послуги	Ненав'язливий характер, висока ефективність, чіткість в оплаті (за кількість переходів)	Дороговартісність
Web-сайт	Користувачі, що вже знайомі з діяльністю фірми та її продуктами на ринку	Структурованість та повнота інформації, можливість клієнта залишити відгук про роботу фірми та ознайомитися з думкою попередніх користувачів	Здебільшого звернення на сайт лише користувачів, що повідомлені про діяльність фірми та знають про наявність в неї офіційного сайту
Електронна пошта	Клієнти, які надали фірмі адреси своїх електронних скриньок	Адресність повідомлень, інформативність та офіційність звернень, складність в отриманні адреси електронної скриньки адресанта	Можливість ігнорування електронних листів, зменшення популярності електронної пошти на користь соціальних мереж

Джерело: складено авторами на основі [4-7]

Як свідчать дані таблиці, кожен з вищеперерахованих методів Інтернет-реклами має свої переваги та недоліки, ідеальної, універсальної реклами, яка би задовольняла всі вимоги маркетологів та виробників продукції чи власників компаній, не існує. При виборі того чи іншого методу вивчається структура ринку, здійснюється його сегментація, враховуються особливості кожного товару чи послуги, що продається через Інтернет. Проте, на даному етапі розвитку за-

собів просування через глобальну мережу, особливою популярністю користуються контекстна та банерна реклами як такі, що дозволяють привернути увагу великої кількості відвідувачів сайтів та користувачів пошукових систем.

Інтернет Асоціація України завершила 1-й етап дослідження ринку медійної Інтернет-реклами за підсумками 6 місяців 2014 року [7]. Предметом дослідження був обсяг грошових коштів, що направляється рекламодавцями на сегменти медійної Інтернет-реклами, орієнтованої на українську Інтернет-аудиторію. Ознайомлення з результатами дослідження дає можливість зробити висновок, що на банерну рекламу витрачається найбільша частка фінансових ресурсів 46,5%. Частка спонсорських коштів, що направляються на різні програми через інтернет становить найменшу частину 7,7%. Методика виміру ґрунтується на перехресному аналізі даних анкетування найбільших рекламних агентств, сайтів і сейлз-хаусів. Учасникам дослідження було запропоновано заповнити спеціальні анкети, в яких агентства на анонімній основі повинні вказати суми отриманих від рекламодавців коштів по конкретних сайтах, а сайти – представити долю у своїх оборотах групи агентств, що надали анкету.

Розглянемо комплексний метод оцінки ефективності Інтернет-реклами по Дейнекіну Т. В. В основі методу – ідентифікація програмним інструментом унікальних Інтернет-користувачів, охоплених рекламою, з наступною фіксацією всіх їхніх переміщень і дій на стадіях взаємодії з рекламною інформацією, що їм пропонується.

У маркетинговій літературі широко відома так називана модель AIDA, що має на увазі чотири стадії взаємодії споживача з рекламною інформацією: увага (attention); інтерес (interest); бажання (desire); дія (action). Відповідно до цієї моделі рекламне повідомлення повинне привернути увагу споживача, потім викликати інтерес, бажання його придбати й у підсумку сприяти покупці товару. У рекламному повідомленні всі ці чотири елементи повинні бути добре пророблені, інакше не буде належного ефекту.

Запропонований підхід до оцінки ефективності Інтернет-реклами не є єдиним, але цілком може бути використаний при визначенні ефективності впровадження концепції маркетингу на основі застосування web-технологій.

Розглянувши сутність, особливості і різноманітні види реклами в Інтернеті, не можна не згадати питання про етичні норми реклами. Передусім слід підняти питання про всім відомий спам. Розсилка індивідуальних листів – один із дуже ефективних, але разом з тим і трудомістким методом реклами в Інтернеті. Однією з його головних проблем є складна робота зі збору адрес користувачів, для яких пропозиція фірми може бути справді цікаво [8, 96].

Ставлення більшості користувачів мережі до примусового розсилання інформації вкрай негативне. Поза тим, що така реклама порушує мережеву етику і може викликати шквал негативної критики, вона має низьку ефективність, а часто просто завдає шкоди рекламодавцю. Давно встановлено,

що негативна реакція на рекламу легко може перейти так і безпосередньо на рекламований продукт [5, 53].

Висновки. Основна особливість організації реклами залежить від її дворівневої будови. Першою ланкою реклами в Інтернеті є зовнішня реклама як баннерів, текстових блоків так і інших носіїв, розміщених на популярних web-сторінках. Основне завдання зовнішньої реклами полягає у залученні користувачів на web-сайт компанії. Другим ланкою реклами з Інтернету є вже безпосередньо web-сайт, що містить основний обсяг рекламної інформації та послуг.

Звіти по рекламних кампаніях, що проводяться, дають можливість оцінити їх результативність за такими даними, як рейтинг кліків (процентне співвідношення показаних оголошень і зроблених по ним переходам на сайт), середня ціна переходу, середня позиція оголошення серед конкурентних оголошень, вартість рекламної кампанії. Причому, всі ці дані можна отримати за будь-який довільний період Інтернет-реклами. Всі перераховані дані дозволяють швидко і ефективно коректувати параметри рекламної кампанії, збільшуючи віддачу від неї до максимуму.

Ефективність Інтернет реклами прийнято визначати співвідношенням кількістю показів до кількості «кліків». Тут слід зазначити: самі рекламодавці кажуть, що це достатньо суперечливий показник – не завжди ті, хто «клікає», заходять на потрібний сайт. З іншого боку, навіть інформація на банері може досягати споживача і без того, що він «клікне» на банер.

Отже, можна говорити про високу ефективність реклами в мережі Інтернет, порівняно з рекламою на телебаченні, але при значно менших вкладеннях грошових коштів і вищим співвідношенням вкладених в рекламу грошей і отриманого від неї прибутку.

Література

1. Курасова М. Организация рекламных кампаний в системе Интернет / М.Курасова, В.Секерин // Маркетинг.-2007. – № 4. – С. 76–80.
2. Годин А. А. Интернет-реклама: Учеб. Пособие / А.А.Годин, А.М.Годин, В.М. Комаров – М: Дашкон и К. – 2009. – 168 с.
3. Вільна енциклопедія «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-реклама.
4. Борисов Б.Л. Технології реклами й PR: Навчальний посібник для Вузів –М.:ФАИР-ПРЕСС, 2001. –624с.
5. Джефкінс Ф. Реклама: практ. посіб. : Пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Т-во „Знання», КОО, 2008. – 456 с.
6. Інформаційне агентство УНІАН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/society/831939-rinok-medijnoji-internet-reklami-v-ukrajini-za-privroku-viris-na-37.html>.
7. Офіційна Інтернет-сторінка Інтернет Асоціації України (ІНАУ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inau.org.ua/ru.phtml>.
8. Білинська Є., Сучасні дослідження віртуальної комунікації: проблеми, гіпотези, результати / Є.Білинська, А.Жичкина – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 165 с.

Рухайло В.В.
студент ФММ;
Салоїд С.В.

старший викладач

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА ЙОГО РОЗВИТКОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розкрито зміст та сутність інноваційних методів управління персоналом в контексті його розвитку. Досліджено ефективність впровадження даних методів спираючись на досвід розвинених країн.

Ключові слова: управління персоналом, інновації, розвиток персоналу.

The content and nature of innovative human resource management in the context of its development were reviewed. The efficiency of the implementation of these methods was investigated based on the experience of developed countries.

Keywords: human resource management, innovation, staff development.

Вступ. Динамічний розвиток нових технологій, впровадження нових форм організації виробництва, виникнення нових сфер зайнятості, інформатизація суспільства змушують підприємства переглянути традиційні методи поведіння на ринку і взаємодію людей у процесі трудової діяльності. У країнах із перехідною економікою, до яких належить і Україна, ці зміни посилюються ще і значними соціально-економічними перетвореннями. Трудові ресурси важливі не менше, ніж виробничі споруди та обладнання, при тому, що знання співробітників подаються у вигляді безпосередньої продуктивної сили. Отже, розвиток підприємства неможливий без постійного розвитку професійних навичок робітників. У наш час все більше звертається увага на значущість інновацій, інноваційних соціальних технологій в управлінні трудовими колективами. Тому сучасні методи підвищення ефективності діяльності компанії вимагають від служби персоналу не тільки обліку кадрів, контролю за дотриманням трудового законодавства і документообігом, а в першу чергу – формування ефективно колективу. Досягнення цієї мети неможливе без впровадження інновацій у процесах, що пов'язані з управлінням персоналом. Складність та різноманітність проблем інноваційного управління персоналом і визначає актуальність даної статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем теорії і практики управління персоналом присвячені праці багатьох вітчизняних та закордонних учених. Значний внесок у розвиток теорії управління персоналом зробили зарубіжні вчені І. Беккер, П. Друкер, Т. Пітерс, С. Оддонел, Г. Кунц, М. Мескон, Ансофф, Ф. Хедоурі, Г. Саймон. Серед вітчизняних науковців

ці питання досліджували С. Бандура, О. Грішнова, Д. Богиня, А. Колода, Й. Завадський, А. Шегда, Г. Щекін, О. Віханський, В. Веснін, І. Петров, Л. Довгань, які в своїх наукових роботах розглядали теоретико-прикладні аспекти управління персоналом на підприємстві. Але дослідження питань сучасної практики управління та розвитку персоналу у даній сфері вимагає дедалі більшої уваги.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження сучасних інноваційних підходів щодо управління персоналом, його розвитком та оцінка ефективності таких підходів на зарубіжних підприємствах.

Результати дослідження. На сьогоднішній день існує безліч трактувань терміну «інновація». Здебільшого у це слово вкладають два поняття. Інновація – це, по-перше, нововведення, тобто новий чи удосконалений продукт, послуга, технологія, впроваджені на ринку, у виробничо-господарської діяльності, споживанні, суспільного життя. По-друге, це процес здійснення змін, впровадження нововведень. Інновація створюється в результаті досліджень і відкриттів, матеріалізує наукові та практичні рішення. Її основна властивість – новизна, яка оцінюється як за технічними параметрами, застосовності, так і з ринкових позицій по комерційній результативності [3].

Можна також виділити економічний та соціальний аспект інновацій. Економічне трактування поняття «інновація» має на увазі створення нового продукту, нової технології. При соціальному розгляді «інновацій» увага приділяється процесу нововведення в суспільство, в організацію, в колектив. Згідно з цим розумінням інновація є перетворенням знань у виробничі, економічні, соціальні технології. У даному випадку інновація – це комерціалізація знань, вилучення з них прибутку [1, с.62].

На нашу думку, здійснення соціальних інновацій на підприємстві безпосередньо пов'язано з нововведеннями у процесі управління персоналом. Впровадження інновацій, пов'язаними з персоналом вимагає від підприємства змін у підготовці кадрів, наймання спеціальних фахівців, інформаційного та фінансового забезпечення. Спираючись на багаторічний досвід зарубіжних компаній можна виділити кілька інноваційних методів підготовки та розвитку персоналу:

- Тренінги
- Коучинг
- Кейс стаді
- Самонавчання
- Електронне навчання
- Buddying
- Shadowing

Тренінг – це запланований процес модифікації (зміни) відношення, знання чи поведінкових навичок того, хто навчається, через набуття навчального досвіду з тим, щоб досягти ефективного виконання в одному виді діяльності або в певній галузі. Іншими словами, це мінімум інформації і максимум вправ на відпрацювання навичок. Застосовується для розвитку навичок невеликої групи осіб [6].

Коучинг – нова форма консультаційної підтримки, засіб сприяння, допомоги в пошуку вирішень або подолання будь-якої складної ситуації. Задача коуча – не дати знання або навички, а допомогти людині самостійно знайти їх і закріпити на практиці.

Кейс стаді – є інтерактивним методом навчання, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів. Гарвардська школа бізнесу подає таке визначення кейс-методу: «Метод навчання, за яким студенти та викладачі беруть участь у безпосередньому обговоренні практичних ситуацій та задач. Ці кейси, сформульовані виходячи з досвіду реальних людей, що працюють у заданій сфері, читаються, вивчаються та обговорюються присутніми. Вони є основою для проведення бесіди, дискусії в групі під керівництвом модератора.» Кейс – це події, які реально відбулися і які тренер описує для того, щоб спровокувати дискусію в навчальній аудиторії, підштовхнути присутніх до обговорення та аналізу ситуації, до прийняття рішень [5].

Самонавчання проходить в індивідуальному порядку, за умови стимулювання навчання з використанням різноманітних матеріалів: книг, документів, аудіо-, відео- і мультимедійних програм.

Електронне навчання – система електронного навчання, синонім таких термінів, як дистанційне навчання, навчання із застосуванням комп'ютерів, мережеве навчання, віртуальне навчання, навчання за допомогою інформаційних, електронних технологій [4]. Його ефективність виявляється в переданні знань великій кількості людей.

Buddying – це, насамперед, підтримка, допомога, певною мірою керівництво й захист однієї людини іншою для того, щоб були досягнуті її результати й мета. Цей метод заснований на наданні один одному об'єктивного й чесного зворотного зв'язку та підтримки у виконанні цілей і завдань (і особистих, і колективних) і в освоєнні нових навичок [2].

Shadowing – один із найбільш простих в реалізації і невитратних методів навчання й розвитку персоналу. Цей метод припускає, що до співробітника прикріплюють «тінь» (shadow – тінь (англ.)). Це може бути випускник вузу, який мріє працювати в цій компанії, або людина, яка проробила у компанії певний час і хоче поміняти відділ або зайняти цікаву йому посаду. Роботодавець робить його «тінною» на кілька днів, щоб подивитися, збережеться мотивація цієї людини чи ні. Як показують дослідження, проведені в США, після shadowing 50% людей відмовляються від своєї мрії [2]. Компанії ж дуже широко використовують цей метод, щоб скоротити витрати.

Для наочності приведемо статистичні дані ефективності даних методів на підприємствах Великобританії (табл. 1).

Висновки. Таким чином, можна сказати, що формування ефективного розвитку персоналу є важливим фактором успішної діяльності підприємства. Розвиток персоналу – це не тільки організація навчання та підвищення кваліфікації, але цілеспрямоване планування руху співробітників. Роз-

виток персоналу належить до одних з основних показників прогресивності суспільства та є вирішальним важелем науково-технічного процесу. Тому в країнах з розвинутою ринковою економікою все більше компаній ініціюють здійснення неперервного розвитку персоналу своїх підприємств. Планування й організація розвитку персоналу є важливими функціями управління персоналом, використання цього досвіду є важливою умовою забезпечення сталого економічного зростання.

Таблиця 1

Ефективність методів розвитку персоналу на підприємствах Великобританії

Методи розвитку персоналу	Скільки компаній його використовують	Кількість респондентів, які зазначили, що використання цього методу зросте у найближчий час
Тренінги	90%	26%
Коучинг	88%	74%
Кейс стаді	68%	39%
Самонавчання	60%	25%
Електронне навчання	54%	71%
Buddying	99%	52%
Shadowing	95%	62%

Література.

1. Юрасов И.А. Инновационные технологии управления // Управление персоналом. – 2006. – №20. – С. 59–63.
2. Закоmurная Е. „Тени” и „друзья”: методы обучения персонала, которых у нас пока нет. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.podborkadrov.ru/articles/detail.php?ID=14214&sphrase_id=25693
3. Вачугова Д.Д. Основи менеджменту 2-е вид., перераб. і доп. – М.: Вища школа. – 376 с., 2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : rua.pp.ua/pouyatie-vidyi-innovatsiy.html
4. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki/Електронне_навчання
5. Долгоруков А. Метод case-study как современная технология профессионально-ориентированного обучения. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.evokov.net/case/case.study.html>
6. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki/тренінг

Садекова А.И.
аспирант;
Гурова В.А
доцент, к.э.н.

Донецкий национальный университет Украины «ДонНУ», г. Винница

АНАЛИЗ АНТИКРИЗИСНЫХ PR–СТРАТЕГИЙ ВО ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЕ КОМПАНИИ

Любой конфликт или кризис – результат нарушения информационных связей. Когда причина кризиса находится внутри компании, существует ряд моделей антикризисного поведения. Общеизвестная классификация PR–стратегий, применимых в подобных ситуациях. В данной работе приведен анализ преимуществ и недостатков использования тех или иных стратегий.

Ключевые слова: кризис, PR–стратегия, внутренняя среда организации, антикризисное управление.

ny conflict or crisis is the result of violations of information links. When the cause of the crisis is inside the company, there are several models of anti-crisis behavior. There is well-known detailed classification of PR–strategies which is used in such situations. The analysis of the advantages and disadvantages of various strategies is represented in this paper.

Keywords: crisis, PR–strategy, internal environment, crisis management.

Вступление. Этап разработки антикризисной PR–стратегии очень важен для компании. Ведь кризис представляет собой опасную угрозу для репутации. По мнению экспертов, ее стоимость доходит до 85% от рыночной стоимости компании. Вывод напрашивается сам: следствием кризиса, затронувшего репутацию, являются, как правило, финансовые потери. Поэтому формирование репутации фирмы через СМИ, контроль публикаций – такая же повседневная неотложная деятельность, как тщательное ведение финансовой отчетности. По всему миру руководство организаций, фирм, корпораций осознает важность деятельности PR–отдела как инструмента борьбы с кризисными ситуациями, в том числе последствиями «черного PR». Однако, эффективность существующих антикризисных PR–стратегий не всегда достигает необходимого уровня. [2. с.35]. В связи с этим данная отрасль требует постоянного совершенствования и высокого процента «гибкости» во взаимоотношениях с объектами и явлениями внешней и внутренней среды.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучением данной проблематики занималось достаточно внушительное количество ученых. Среди них А.С. Ольшевский с работой «Антикризисный PR и консалтинг», А.С. Минзов – «Антикризисный PR и противодействие «черному» PR», Г.Г. По-

чепцов «Паблик рилейшенз для профессионалов», Е.М. Бортник «Управление связями с общественностью», Е.А. Абрамова «PR в кризисных ситуациях», Д.Г. Шапов «Технология антикризисного PR–менеджмента» и другие.

Постановка задачи. Проанализировать существующие модели антикризисных PR–стратегий во внутренней среде организации, определить их преимуществ и недостатки.

Результаты исследования. Любой конфликт или кризис – результат нарушения информационных связей. Их необходимо восстановить, а также наладить процессы информационного обмена с внешней и внутренней средой. Чтобы достичь этой цели, прежде всего, нужно проанализировать ситуацию и выделить основные источники проблем. Определить, исходят ли они из внешнего источника или основная причина – внутренние «изъяны» компании; возникли ли проблемы сами собой или появление «болезни» – результат злого умысла.

Далее в ход идет выбранная антикризисная PR–стратегия. В условиях, когда причина кризиса находится внутри компании, существует ряд моделей антикризисного поведения. Е.А. Абрамова приводит подробную классификацию PR–стратегий, применимых в подобных ситуациях. [1, с.4–6]. Безусловно, как и любое явление, они имеют свои преимущества и недостатки. Разберемся: в чем они заключаются.

Стратегия вживания в коллектив

Ситуация: нарушена структура взаимоотношений, нечетко распределены функции, плохо работают системы мотивации и контроля. Коллектив лихорадят конфликты. Директор неформально относится к работникам, сопереживает своим сотрудникам. Цель: постепенно и «мягко» расставить все на свои места, совершив ряд кадровых перестановок и уволив минимальное число сотрудников, не создавая паники или конфликтов. Выстроить гибкую систему мотивации персонала, наладить информационный обмен между подразделениями.

Инструменты: внешние консультанты «вживаются» в коллектив. Они проводят анализ движения информационных потоков, в том числе слухов, создавая и распространяя последние. Изучают настроения людей, выявляют неформальных лидеров и формируют позитивное отношение к происходящему, используя их влияние. Запускают процессы командообразования среди руководителей высшего звена.

Преимущества: стратегия способствует нейтрализации паники, созданию иерархических деловых отношений, атмосферы «работы на результат».

Недостатки: практически отсутствуют, кроме того, что привлечение внешних экспертов может потребовать значительных финансовых затрат.

Крейсерская стратегия

Ситуация и цели аналогичны предыдущим. Различие в особенностях руководителя. Эта стратегия обычно хорошо воспринимается «директорами–системщиками», которые создают для себя определенный распорядок

док и живут, неукоснительно следуя ему, ежедневно к определенному часу приезжая на фирму, ежедневно выслушивая доклады заместителей и т.п.

Инструменты: в течение года динамично и планомерно проводится реорганизация, организуется опрос общественного мнения с помощью «горячего» пейджера или ящика для предложений.

Преимущества: психологически подготавливает персонал к переменам, дает возможность низшим слоям организационной структуры беспрепятственно вносить свои предложения, мотивирует коллектив работать на благо компании.

Недостатки: отсутствие гибкости в приспособлении к быстроменяющимся условиям внешней среды, отсутствие быстроты реакции на посторонние явления.

Стратегия «Паровоз»

Ситуация: в структуре компании отсутствует звено. Например, нет отдела маркетинга или отдела распространения. Соответственно, компания дезориентирована относительно внешнего рынка или склад заговорен. Директор же привык работать по устаревшим правилам. Он понимает, что нужны изменения в структуре, однако к резким и быстрым переменам не склонен. Цель: восполнить пробел, создав новую, молодую команду, которая начнет осуществлять эту деятельность и будет двигать ситуацию изнутри.

Инструменты: проводится работа по подбору кадров, тренинги командообразования. Формируется будущее подразделение. Налаживается его взаимодействие со всеми структурами компании.

Преимущества: данная стратегия проводится в относительно краткие сроки, значительно упрощается работа HR-отдела.

Недостатки: возможны ошибки в выборе персонала, громкая PR-акция может привести в компанию так называемых «шпионов» (конкурентов, стремящихся узнать производственные секреты под маской сотрудника) или вызвать огромный спрос рабочей силы на предложенные должности.

Точечная стратегия

Ситуация: назревает конфликтная ситуация (например, при длительной задержке зарплаты). Необходимо оздоровить моральный климат. Цель: спланировать действия, которые поддержат уровень стабильности.

Инструменты: обращение к работающим людям. Публикация статей, подчеркивающих значение «маленьких» людей для жизни компании. Действия, оказывающие психологическое влияние на коллектив: «Компания ценит работников, о них заботятся и думают». Сделать подарки, премировать. Интересный выход нашла одна нефтяная компания для разрешения ситуации с буровиками. Молодые мужчины длительное время работают в отрыве от жизни, семьи, развлечений. В какой-то момент начались серьезные эмоциональные срывы и конфликты. Проблема была отчасти снята тем, что буровикам выдали качественную форму с символикой, улучшили бытовые условия и поставили телевизионные «тарелки». [4, с.315].

Преимущества: эффективное решение проблемы, сохранения здорового, спокойного трудового климата, улучшение условий труда.

Недостатки: «заглаживание» основной проблемы.

Стратегия прорыва

Ситуация: предприятие развивается стабильно, но медленнее, чем конкуренты. Не работают механизмы мотивации. Неадекватные стратегии продвижения товара на рынке. Цель: провести серьезную работу по планированию результата, прогнозированию событий, анализу внешнего рынка, созданию схемы продвижения.

Инструменты: активная работа с общественным мнением, разработка рекламной стратегии, организация участия на выставках, проведение презентаций, организация серии позитивных публикаций в СМИ.

Преимущества: рост прибыли, предоставление коллективу нового сильного мотива для усиленной работы.

Недостатки: риск провала, финансовые затраты для нового проекта.

Стратегия большого события

Ситуация: среднее звено работает недостаточно эффективно. Компания нуждается во вливании свежей крови. При этом ожидается большое событие: открытие нового филиала, запуск новой линии. Директор же готов решить одним махом несколько проблем. Цель: директор видит необходимость провести серьезные кадровые замены и при этом не хочет превратиться в глазах коллектива в «деспота». Людей надо заменить «чужими руками».

Инструмент: оценка персонала. Увольнение сотрудников, не соответствующих требованиям компании, набор новых кадров.

Преимущества: повышение мотивации к труду, «чистка» кадров проводится в сжатые сроки, минимизация негативных поведенческих ситуаций в коллективе по поводу увольнения.

Недостатки: передача ответственности директором в «чужие руки» может отрицательно повлиять на его авторитет в коллективе, профессиональные навыки приглашенных специалистов могут быть под вопросом в сфере деятельности, которую осуществляет данная компания.

НОС, или стратегия неортодоксальных решений

Ситуация: предприятие постепенно оказывается на грани банкротства. Новые проекты начинаются, но их реализация тянется так долго, что они теряют всякую актуальность. Люди отсиживаются на работе, прибыль падает, клиенты уходят. Директор – либо человек, который не видит выхода из ситуации и смирился, либо азартный игрок. Цель: реанимировать ситуацию. Реорганизовать предприятие. Создать соподчинение структур, мотивировать людей и отсеять тех, кто не способен эффективно работать.

Инструменты: данная стратегия предполагает постоянное нахождение и применение нетривиальных, нестандартных способов выхода из ситуации. Команда консультантов становится супервайзерами над всеми ключевыми позициями: начальник отдела маркетинга, начальник про-

изводства, начальник отдела продаж и т.д. Перед каждым работником ставят четкие цели и, соответственно, берут обязательство поднять ему зарплату, если задачи будут выполнены. Директор выдвигает невероятно тяжелые для решения задачи: освоить, например, 5–10% рынка за год. Всех несогласных сотрудников аккуратно останавливают просьбой предложить свои решения, изложив их предварительно на бумаге. При этом каждый месяц людей, которые не справляются с темпом, с работой, увольняют.

Преимущества: искоренение апатии персонала и остановка падения прибыли. «Оздоровление» состава коллектива.

Недостатки: чрезмерно «жесткий» характер работы; в некоторых случаях это приводит к негативным последствиям, усугубляя итак непростую ситуацию.

Стратегия кулака

Ситуация: компания буквально разваливается на глазах. В среде руководителей высшего звена сформировался антагонистический центр, который будет противодействовать любым попыткам действующего директора изменить ситуацию. Ситуация настолько серьезна, что требует радикальных мер. Цель: собрать небольшой коллектив единомышленников, понимающих всю сложность ситуации, и спасти фирму от гибели [1, с. 7].

Инструменты: серьезная работа по созданию юридической и экономической защиты, поскольку движения будут быстрыми, резкими и в компании может найтись много людей, которые попытаются этому противодействовать: отнять часть бизнеса или перетянуть часть единомышленников на свою сторону. Анализ взаимоотношений в команде топ-менеджеров. Проверка благонадежности сотрудников и увольнение оппозиционеров.

Преимущество: единственный способ спасти компанию в данной ситуации.

Недостатки: риск неудачи в процессе реорганизации, инициативного директора могут не поддержать его коллеги.

Выводы. PR-технологии – мощный инструмент влияния. Они необходимы не только для борьбы с внешними катализаторами кризиса, но и с внутренними его источниками. Существующие антикризисные PR-стратегии имеют свои преимущества и недостатки. Их применение во многом зависит от сферы деятельности организации, а также базируется на привлечении внешних экспертов. Такие нюансы имеют высокий процент эффективности, однако следует стремиться к созданию и реализации таких PR-стратегий, которые можно было бы осуществить с помощью своих внутренних ресурсов.

Литература

1. Абрамова Е.А. PR в кризисных ситуациях [Электронный ресурс] // Мастер-класс, интернет, бизнес, технологии. – Режим доступа: <http://zigman.ru/pr-v-krizisnyx-situaciyax/> – Название с экрана.

2. Бортник Е. М. Управление связями с общественностью [Текст] / Бортник Е.М., Коротков Э.М., Никитаева А.Ю., ред. проф. Э.М. Короткова. – М.: ИДФБ-ПРЕСС, 2002.–128 с.

3. Минзов А.С. Антикризисный PR и противодействие «черному» PR. [Текст] / Минзов А.С.; М-во образования и науки Рос. Федерации, Моск. энерг. ин-т (техн. ун-т), Ин-т безопасности бизнеса. – Спб.: Питер, 2003. –432 с.

4. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов [Текст] / 2-е изд., испр. – М.: Рефл – бук ; К.: Ваклер, 2003. – 624 с.

5. Щапов Д.Г. Технология антикризисного PR-менеджмента. [Электронный ресурс] // Бизнес-библиотека «BizEducation». – Режим доступа: http://www.bizeducation.ru/library/marketing/4p/promo/pr/pr_shapov.htm – Название с экрана.

УДК 658.152:337.716

Седлерук А.Ю.

студент ФММ;

Гук О.В.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В данной статье рассмотрена необходимость оценки и реализации инновационного потенциала промышленного предприятия.

Исследуются подходы к методам оценки инновационного потенциала промышленного предприятия. Определена последовательность оценки, необходимые элементы системы показателей оценки инновационного потенциала. В контексте решения проблемы определено, что эффективный мониторинг инновационной деятельности и качественное определение инновационного потенциала промышленного предприятия является ключевым фактором успеха деятельности организации.

Ключевые слова: инновационный потенциал, составляющие инновационного потенциала, методы оценки, показатели оценки, промышленное предприятие.

This article discusses the need for evaluating and implementing innovative potential of industrial enterprises. Studied approaches to assessment methods innovative potential of industrial enterprises. The sequence of evaluations required elements of the system of indicators to measure innovation potential in the context of solving problems determined that effective monitoring of innovation and quality determine the innovative potential of industrial enterprises is a key factor in the success of the organization.

Keywords: innovation potential, components of innovation potential, evaluation methods, assessment indicators, industrial enterprise.

Вступление. На данном этапе развития экономики одним из ключевых факторов успешной деятельности предприятия является его инновационное развитие. Среди показателей, которые демонстрируют восприимчивость предприятия к нововведениям, главным является его

инновационный потенциал. Это совокупность явных и скрытых возможностей предприятия обеспечить реализацию и получение инноваций посредством привлечения производственных, финансовых, научных, информационных, кадровых и технологических ресурсов, которые на основе накопленного опыта о результатах научно-технических работ, изобретений, проектно-конструкторских разработок, образцов новой техники и продукции стимулируют улучшение совокупного результата предприятия для завоевания конкурентоспособности как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Именно поэтому механизмом повышения инновационного потенциала предприятия становятся методы его оценки.

Анализ последних исследований и публикаций. Значительный вклад в исследование и решение вопросов инновационного потенциала предприятий сделали такие отечественные и зарубежные ученые, как: Лапин Е.В., Ильяшенко С.М., Завлин П. М., Верба В.А., Новикова И. В., Соловьев В.П., Федулова Л.И., Федоренко В. Г., Краснокутская Н. В., Фатхутдинов Р.А., Гринев А.В., Смирнова Г.А., Титова Н. Н., Мазур Е.П., Смирнов Я.В., Косолапов А.В., Гиренко-Коцуба А.А., Мартюшева Л. С., Калышенко В.А., Митякова А.И. Поскольку все попытки решения данного вопроса касались преимущественно инновационного потенциала предприятия, необходимо предложить научно обоснованную методику оценки инновационного потенциала именно для промышленных предприятий с целью разработки практических рекомендаций по его повышению.

Постановка задачи. Анализ методов оценки инновационного потенциала промышленного предприятия на основе существующих подходов, определение уровня инновационной активности предприятия с помощью общего показателя.

Результаты исследования. В процессе создания инноваций следует учитывать, то что изменения происходят особенно часто, поэтому уровень новизны чрезвычайно высок. С одной стороны, такой уровень ограничивает возможность получения достаточной информации, необходимой в процессе применения формальных (количественных) методов прогнозирования, а с другой – насущная потребность в анализе и прогнозировании качественных изменений делает названные методы совершенно непригодными. Особенно сложные проблемы возникают, когда необходимо дать перспективные оценки качественно новым процессам и явлениям, которые ранее не встречались в общественной жизни и о которых, естественно, отсутствует любая информация [1].

Именно поэтому важным является повышение инновационного потенциала предприятия, которое предполагает необходимость мониторинга инновационного потенциала и оценки его в процессе реализации [2].

Изучая инновационный потенциал следует проанализировать подход Митяковой А. И. Автор предлагает следующие составляющие инновационного потенциала: производственно-технологическую, научно-техническую,

финансово-экономическую, кадровую и организационно-управленческую. После определения всех показателей по каждой составляющей, определяется инновационный потенциал каждой с учетом рейтинга отдельного показателя. В свою очередь общий инновационный потенциал предприятия определяется суммой инновационных потенциалов всех его составляющих [6].

Оценку общей готовности промышленного предприятия к восприятию инноваций можно осуществлять с помощью ресурсов инновационного потенциала, которые определяются как средства, необходимые для создания нововведений и их реализации. В процессе взаимодействия всех составляющих инновационного потенциала возникают новые характеристики, указывающие на дополнительные возможности промышленного предприятия, с помощью которых формируется инновационный потенциал, и создаются зоны вероятного сопротивления инновационным изменениям.

Именно поэтому нужно использовать подход Митяковой А. И. который базируется на оценке инновационного потенциала, однако его составляющие должны быть такие: производственная, финансовая, информационная, кадровая, трансферно-технологическая и научная.

Таким образом, оценку инновационного потенциала промышленного предприятия целесообразно осуществлять в такой последовательности [3]:

- анализ структуры инновационного потенциала;
- выявление степени использования внутренних инновационных возможностей предприятия;
- оценка уровня инновационной активности предприятия.

Первый этап оценки инновационного потенциала – анализ его структуры, предусматривающий изучение состояния каждого его элемента на основе метода экспертных оценок [7].

Балльную оценку использования промышленным предприятием потенциала каждого из элементов инновационного потенциала предлагается осуществлять с использованием разработанной шкалы [4]:

- 0 баллов – потенциал параметра совсем не используется;
- 1 балл – уровень использования потенциала параметра – низкий;
- 2 балла – уровень использования потенциала параметра – средний;
- 3 балла – уровень использования потенциала параметра – высокий.

По результатам оценки составляющих элементов инновационного потенциала определяются инновационные возможности промышленного предприятия. Важно отметить, что чем выше уровень использования составляющих элементов инновационного потенциала, тем больше шансы у предприятия на выявление конкурентных преимуществ для осуществления эффективной инновационной деятельности.

Конечным этапом оценки инновационного потенциала является определение уровня инновационной активности предприятия с помощью общего показателя – коэффициента инновационной активности предприятия, его расчет иллюстрирует формула:

$$P_{ин.акт} = (P_i \times W_i) \quad (1)$$

где $P_{ин.акт}$ – уровень инновационной активности предприятия;

P_i – экспертная оценка использования i -го элемента инновационного потенциала, баллы;

W_i – коэффициент значимости i -го элемента инновационного потенциала.

Оценку уровня инновационной активности промышленного предприятия целесообразно осуществлять по следующей шкале: от 0 до 2,0 – очень низкий уровень; от 2,1 до 4,0 – низкий уровень; от 4,1 до 8,0 – средний уровень; от 8,1 до 11,55 – высокий уровень.

Оценку инновационного потенциала промышленного предприятия нужно проводить периодически, постоянно определяя позиции предприятия в направлении развития инновационного потенциала, анализируя все показатели, которые характеризуют определенную составляющую инновационного потенциала.

Кроме того, система показателей, которые используются для оценки инновационного потенциала промышленного предприятия, должна содержать такие важные элементы [5]:

- деятельность предприятия должна обеспечивать выполнение текущих и перспективных задач;
- показатели, используемые для анализа на различных предприятиях, должны сравниваться между собой;
- показатели оценки инновационного потенциала должны коррелироваться со всеми указанными элементами;
- должна быть соблюдена возможность согласованности с имеющейся на предприятии отчетностью;
- минимальные затраты на сбор и обработку информации должны осуществляться в соответствии с выбранной системы показателей.

Таким образом, результаты оценки состояния составляющих инновационного потенциала должны войти в разработанный комплекс, направленных на создание действенного механизма повышения инновационного потенциала предприятия.

Соблюдение указанной последовательности оценки инновационного потенциала предприятия позволит сформулировать наиболее полную характеристику инновационного потенциала и поможет выявить возможности для его повышения на предприятии [8].

Выводы. Вхождение Украины в группу государств, которые стоят на пути инновационного развития, требует привлечения финансовых и кадровых ресурсов, увеличения доли инновационной продукции промышленного производства, повышения инновационной активности предприятий.

Инновационный потенциал предприятия следует рассматривать как комплексную категорию, которая характеризуется частотой и эффективностью внедрения на предприятии инноваций. Исходя из этого, анализ

составляющих инновационного потенциала становится важными информационными ресурсами в процессе принятия управленческих решений.

Таким образом, предложенная методика базируется на использовании баллов для комплексной оценки инновационного потенциала промышленного предприятия с использованием интегрального показателя. В предложенную систему входят показатели, которые позволяют объективно измерять составляющие инновационного потенциала предприятия, осуществлять обратную связь и взаимодействие между общими и индивидуальными тенденциями инновационного развития. Комплексность и универсальность такой методики способствует научно-теоретической обоснованности принятия решений о перспективах инновационного развития предприятия.

Литература

1. Грабовецкий Б. С. Оцінка порівняльної важливості напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства на основі методу експертних оцінок Дельфі / Б.С. Грабовецкий, Т. М. Білявоз // Економіка розвитку. – 2010. – № 1 (53). – С. 44.
2. Гриньов А. В. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства / А. В. Гриньов // Проблеми науки. – 2013. – № 12. – С. 12–17.
3. Инновационный потенциал предприятий, его оценка и методы реализации / Г.А. Смирнова, М. Н. Титова, Е. П. Мазур и др. // Инновации. – 2011. – № 7 (44). – С. 49–51.
4. Поповенко Н. С. Оценка инновационного потенциала хозяйственной системы / Н. С. Поповенко, Э. Н. Забарная // Бизнес Информ. – 1998. – № 3. – С. 51–52.
5. Косолапов О. В. Инновационный потенциал в оценке конкурентоспособности предприятий [Электронный ресурс] / О. В. Косолапов, О. А. Гиренко-Коцуба // Урало-Сибирская научно-практическая конференция. – Режим доступа: <http://www.uralweb.ru>.
6. Мартюшева Л. С. Інноваційний потенціал підприємства як об'єкт економічного дослідження / Л. С. Мартюшева, В. О. Калишенко // Фінанси України. – 2012. – № 10. – С. 61–66.
7. Россоха В. В. Методика оцінювання потенціалу інновацій / В. В. Россоха // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 5 (47). – С. 68–75.
8. Митякова О. И. Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия / О. И. Митякова // Финансы и кредит. – 2012. – № 13 (151). – С. 69–74.

Сухоруков А.І.

д.е.н., професор;

*Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна», м. Київ*

Сухорукова О.А.

к.е.н., доцент;

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Розглянуто роль інноваційного менеджменту у забезпеченні синергетичного ефекту у виробничо-економічних системах в умовах динамічних змін у зовнішньому середовищі. Визначено характер утворення синергетичного ефекту в процесі поєднання потенціалу інновацій та можливостей підприємства. Подано модель оптимізації інноваційної програми підприємства, що має на меті отримання синергетичного ефекту від сумісного впровадження нововведень та враховує інтереси і ресурсні обмеження регіону, де розташоване підприємство.

Ключові слова: конкурентоспроможність, ефективність, синергетика, інновації, менеджмент.

The role of innovation management in creating synergies in production and economic systems in the conditions of dynamic changes in the environment is considered. The character of the formation of a synergistic effect when combined capacity of innovation and enterprise capabilities is defined. The model of optimization innovation program, which aims to achieve synergies from joint innovation and takes into account the interests and resource constraints of the region placement company is submitted.

Key words: competitiveness, efficiency, synergy, innovation and management.

Вступ. Стагнація інноваційної діяльності на більшості підприємств України свідчить про відсутність у них стратегій, адекватних динамічним змінам у зовнішньому середовищі. Реформування менеджменту на основі підвищення ролі його інноваційної компоненти лишається актуальною проблемою за умов слабкої конкурентоспроможності підприємств України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В рамках дослідження проблеми слід насамперед згадати праці Й. Шумпертера, Г. Хакена, М. Портера. Й. Шумпетер уявляв економічний розвиток як «окреме явище цілком відмінне від того, що можна спостерігати в економічному колообігу, чи в прагненні до рівноваги. Це спонтанні й дискретні зміни у шляхах перебігу

економічного життя, порушення рівноваги, які назавжди змінюють і замінюють попередній стан рівноваги» [1, с. 73–74].

Паралельно з розвитком інноваційної теорії отримала поштовх міждисциплінарна наука про синергетику [2]. Засновник цього напрямку Г. Хакен висловив припущення про необхідність застосування синергетичних підходів в економічній сфері, особливо під час так званих «фазових переходів». В окремих публікаціях зроблені спроби надати інтерпретацію «фазових переходів» в економіці і соціальній сфері [3–4], проте автори не ставили за мету надати конкретні рекомендації щодо застосування синергетичних підходів.

Фундаментальна робота М.Портера [5] присвячена обґрунтуванню стратегії виходу з кризи галузей, що знаходяться на завершальній стадії життєвого циклу, та шляхам підвищення конкурентоспроможності економіки шляхом кластеризації. Рекомендації М.Портера можуть бути використані на мікрорівні за умов формування ефективної системи менеджменту.

Методологічною основою запровадження системно-синергетичного підходу на підприємствах можуть також слугувати попередні праці авторів даної статті щодо вдосконалення управління інноваціями і синергетичного підходу до забезпечення економічної та інноваційної безпеки держави [6–9].

Дана стаття присвячується ролі інноваційного менеджменту на підприємствах у забезпеченні синергетичного ефекту в умовах динамічних змін у зовнішньому середовищі, а також визначенню природи синергетичного ефекту в процесі поєднання потенціалу інновацій та підприємства.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні моделі оптимізації інноваційної програми підприємства, яка орієнтована на отримання синергетичного ефекту від сумісного впровадження нововведень і враховує інтереси та ресурсні обмеження регіону, де розташоване підприємство.

Результати дослідження. Метою інноваційного менеджменту є забезпечення надійної конкурентоспроможності підприємства у перспективному періоді та підтримання готовності під час «фазових переходів» (радикальних змін) швидко адаптуватися до них, а в разі кризи – вийти з неї з найменшими втратами та новими можливостями. Саме цим відрізняється інноваційний менеджмент від інших видів менеджменту, які спрямовані, насамперед, на забезпечення рентабельності у поточному періоді.

Специфічна мета інноваційного менеджменту вимагає формування на підприємстві перспективного «портфелю ідей», постійної актуалізації цього портфелю та оптимізації інноваційної програми для умов конкретного підприємства, виходячи з його стратегічного профілю, галузевих особливостей, природних ресурсів, переваг і обмежень регіону, особливостей ринків збуту.

Синергетичний ефект утворюється в результаті взаємного підсилення впливу факторів, успадкування попередніх ефектів та переваг підприємства і регіону його розташування. Інновація має органічно вписатися в умови функціонування підприємства, що забезпечується відповідними функціями інноваційного менеджменту. Слід враховувати, що термін вичерпання

ефективності нововведень коливається в значних межах і залежить від типу нововведення та його потенціалу. Дуже часто необхідність оновлення виробництва виникає саме тоді, коли фінансові результати є високими і складається враження, що підприємство може надалі існувати у традиційному вигляді. Завдання інноваційного менеджера за таких умов полягає в тому, щоб переконати фінансових менеджерів і керівництво у необхідності змін.

Синергетичний ефект від сумісного впровадження різноманітних нововведень закладається в процесі розробки програми науково-технічного розвитку, після формування бізнес-планів нововведень, рекомендованих до впровадження технічним та іншими підрозділами. Для порівняння ефективності варіантів нововведень обираються еталони з числа найбільш прогресивних зразків нової техніки і технології (з урахуванням можливостей придбання техніки за кордоном, виробництва її за ліцензією або спільного виробництва). Витрати і результати різних років розрахункового періоду підлягають дисконтуванню, тобто приведенню до загального для всіх варіантів розрахункового року. У якості розрахункового року, як правило, обирається ранній для усіх варіантів календарний рік, який передує початку випуску чи використання у виробництві нової технології або техніки.

При плануванні інноваційної діяльності необхідно враховувати, що в ринкових умовах навіть результати основного виробництва важко передбачити, не говорячи вже про результати нововведень. Тому формування інноваційної програми вимагає нових підходів, що передбачають вибір оптимального варіанта інноваційної діяльності у взаємозв'язку з реальними можливостями й обмеженнями виробництва.

Варіантна розробка плану здійснюється з орієнтацією на найкращі техніко-економічні результати, що можуть бути отримані шляхом паралельного впровадження новин різного типу, що взаємодоповнюють одна одну і таким чином забезпечують синергетичний ефект. Для оптимізації плану доцільно застосовувати модель лінійного програмування, що має функцію цілі:

$$F = \sum_{i=1}^n f_i x_i \rightarrow \max \quad (1)$$

$$\text{при обмеженнях: } \sum_{i=1}^n \Delta S_i x_i \geq \Delta S : \sum_{i=1}^n \Delta P_i x_i \geq \Delta P : \sum_{i=1}^n \Delta q_i x_i \geq \Delta Q : \\ \sum_{i=1}^n \Delta m_i x_i \geq \Delta M : \sum_{i=1}^n z_i x_i \leq Z : V_{\min} \leq x_i \leq V_{\max}$$

де f_i – річний економічний ефект на одиницю обсягу впровадження i -го заходу;

X_i – приріст обсягу впровадження i -го заходу;

n – загальна кількість заходів, відібраних для плану;

ΔS_i – зниження собівартості на одиницю впровадження i -го заходу;

ΔS – завдання щодо сумарного зниження собівартості від впровадження НТД;

ΔP_i – приріст прибутку на одиницю обсягу впровадження i -го заходу;

ΔP – завдання щодо сумарного приросту прибутку від впровадження НТД;

ΔQ_i – умовне зменшення чисельності на одиницю обсягу впровадження i -го заходу;

ΔQ – заплановане відносне зменшення чисельності від впровадження НТД;

Δm_i – економія матеріальних ресурсів певного виду на одиницю впровадження i -го заходу (обмеження може бути розгорнуте по всіх найбільш дефіцитних для даного підприємства видах матеріальних ресурсів);

ΔM – завдання щодо економії відповідного ресурсу;

z_i – витрати на одиницю впровадження i -го заходу;

Z – ліміт фінансування плану нововведень;

V_{\min}, V_{\max} – мінімальний і максимальний обсяги впровадження НТД.

Після виявлення оптимальних обсягів впровадження науково-технічних досягнень може бути встановлена черговість запуску нововведень для отримання ланцюгового ефекту по всіх ланках виробничо-економічної системи.

Значення синергетичного підходу посилюється під час «фазових переходів» (радикальних змін), коли виникає нова сукупність ризиків і, водночас, нова комбінація можливостей. Швидке реагування на ці ризики вимагає пошуку шляхів об'єднання зусиль різних підрозділів підприємства.

В рамках синергетичного підходу слід звернути увагу на різноманітні форми кооперації з іншими підприємствами, оскільки кооперація є основним джерелом синергетичного ефекту. Такими формами кооперації виступають аутсорсинг, аутстафінг, толінг, франчайзинг і т. п. Наприклад, кооперація з іншими підприємствами щодо постачання комплектуючих дозволяє швидко розпочати виробництво кінцевої продукції і, водночас, будувати технологічну нитку у зворотний бік від складального цеху до первинного переділу, формуючи таким чином власне виробництво із замкненим циклом.

Висновки. Системно-синергетичний підхід до організації інноваційного менеджменту забезпечує наступні переваги:

- усвідомлення комплементарності всіх факторів розвитку;
- узгодження стратегічних і поточних пріоритетів розвитку;
- використання потенціалу складних систем шляхом раціонального розподілу праці, розподілу ризиків, кооперації елементів систем;
- погодження фінансових та інноваційних критеріїв розвитку;
- відбір та успадкування раціональних елементів минулого досвіду;
- накопичення потенціалу для переведенням системи у новий стан;
- завчасна підготовка до радикальних змін (фазових переходів);
- можливість налагодження державно-приватного партнерства;
- участь у кластерах з метою використання регіональних переваг;

- використання можливостей самоорганізації системи;
- забезпечення експоненціального зростання за рахунок інновацій;
- використання можливостей диверсифікація видів діяльності;
- запуск ланцюгового ефекту новацій по всьому виробничому циклу.

Подальші дослідження з проблем синергетичного ефекту інноваційного менеджменту мають бути спрямовані на розробку інтегральної оцінки сумісного впливу факторів; на вивчення коефіцієнтів еластичності впливу кожного з факторів та співвідношень між факторами; на розробку методів прогнозування життєвого циклу підприємств та оцінки тривалості окремих стадій цього циклу за допомогою синергетичних підходів.

Література

1. Йозеф А. Шумпетер. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. В. Старка. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 242 с.
2. Хакен Г. Синергетика. – М.: Мир, 1980. – 406 с.
3. Люлёв А.В. Интерпретация фазовых переходов в экономических системах // Механизм регулирования экономики. – 2007. – №3. – С. 179–184.
4. Бойко–Бойчук Л. Синергетика як методологічний підхід у дослідженнях соціальних наук [Текст] / Л. Бойко–Бойчук // Людина і політика. – 2003. – № 5. – С. 56–63.
5. Портер М. Конкуренція.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – С. 135–157.
6. Сухоруков А.І. Управління інноваціями / Сухоруков А.І., Недашківський М.М., Данилов О.Д., Сухорукова О.А. – К.: «Видавничий дім Комп'ютерпрес». – 2003. – 206 с.
7. Сухоруков А.І. Національна економічна безпека (навчальний посібник) / Сухоруков А.І., Мошєнський С.З., Петрук О.М. – Житомир: ПП «Рута», 2010. – 384 с.
8. Сухоруков А.І. Синергетичні аспекти забезпечення економічної безпеки держави // Вісник ТНЕУ. – 2009. – №2. – С.23–36.
9. Сухоруков А.І. Синергетичний механізм формування системи економічної безпеки держави / А.Сухоруков, Д. Остапчук // Економічний часопис – XXI. – 2014. – №1–2. – С.19–22.

УДК 338.45:621

Ткаченко К.Г.
студент ФММ;
Мохоцько Г.А.
к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПОБУДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті запропонована система управління інноваційною діяльністю на машинобудівних підприємствах України. Проаналізовано стан ма-

шинобудування в Україні. Виявлено проблеми введення інновацій у діяльність машинобудівного підприємства. Розглянуті основні вимоги до системи управління інноваційним розвитком машинобудівних підприємства та функції управління інноваційною діяльністю на підприємствах.

Ключові слова: інноваційна діяльність, процес управління інноваціями, інноваційний розвиток

The article presents the system of innovation management in engineering enterprises of Ukraine. The state of engineering in Ukraine. The problems introducing innovations in engineering enterprise activity. The basic requirements for the system of innovative development of enterprise engineering and functions of innovation management in enterprises.

Keywords: innovation, process innovation management, innovative development

Вступ. Сучасний стан багатьох галузей народного господарства України притаманні такі риси, як технологічна відсталість, високий рівень зносу основних засобів, низькі показники продуктивності праці і наукоємності.

Для подолання такого стану економіки необхідна модернізація системи управління інноваціями, розробка комплексу ефективних управлінських рішень з ціллю підвищення конкурентоспроможності галузі. Саме вдосконалення системи управління інноваційними процесами та її елементами в галузі дозволяють підвищити рівень інноваційної активності підприємств галузі. Машинобудівна галузь не є виключенням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На думку І. Шумпетера [6], під інноваціями розуміється введення нового продукту або якісне вдосконалення колишнього, впровадження нового методу виробництва, відкриття нового ринку, придбання нового джерела сировини, здійснення нової організації виробництва. Е. А. Уткін [1] вважає, що під інновацією зазвичай мається на увазі об'єкт, впроваджений у виробництво; М. Іванов [3] та ін. вважають, що інновація – це комерційне освоєння нової ідеї.

Висвітлення проблеми управління інноваційною діяльністю розкриваються в роботах та публікаціях як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Волкова О.І., Гречан А.П., Денисенка М.П., А.П. Гречан [1] та інших, а також закордонних дослідників В.В.Стадник, Й.А. Йохна [4] та інші.

Основний акцент на рівні підприємства ставиться на формування інноваційної стратегії та знаходження механізмів інноваційного розвитку підприємства. Але велика кількість дослідників концентрує свою увагу на дослідженні інновацій на підприємстві, намагаються розкрити їх суть, зміст та виділити позитивні сторони їх впровадження.

Постановка завдання. Головною метою статті є розробка системи управління інноваційним розвитком машинобудівного підприємства через вирішення таких завдань:

**Проблеми введення інновацій діяльності
машинобудівного підприємства**

Тип проблеми	Характеристики проблеми
Відсутність окремих елементів інноваційного процесу	Розрив між інвестиційною програмою і планом НДДКР Створення великої кількості незатребуваних інновацій Завершення процесу на етапі НДДКР (без впровадження) Впровадження застарілих або нових, але неефективних рішень
Відсутність мотивації до підвищення ефективності	Прагнення керівництва до збереження статус-кво Створення інновацій «для галочки» «Освоєння» бюджету НДДКР «Виведення» винаходів за межі підприємства
Відсутність організаційної підтримки	За інновації відповідають усі і ніхто Працівник не знає способів впровадження своїх пропозицій «Генератори ідей» не знають про запити на інновації Ідеї потрапляють «у довгий ящик», ніхто їх не доводить до впровадження
Низька підприємницька культура і проблема захисту ІВ	Придушення ініціативи співробітника колегами і начальством Взаємна недовіра роботодавця і працівника Нерозуміння основних ролей в процесі комерціалізації ІВ Прагнення «взяти», а не «купити»

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Розглянемо основні вимоги до системи управління інноваційним розвитком машинобудівних підприємств [3]:

- несуперечливість стратегії розвитку держави;
- гнучкість і адаптація до мінливих умов зовнішньої та внутрішньої середовища функціонування машинобудівних підприємств;
- можливість формування механізму управління, здатного в повному обсязі використовувати інноваційний потенціал машинобудівних підприємств;
- Система управління інноваційним процесом на машинобудівних підприємствах базується на таких складових [3]:
 - стратегічного планування, формування запитів на інновації та їх впровадження (менеджер, відповідальний за інноваційний процес);
 - пошук / генерація ідей (центр розробок);
 - відсів та доопрацювання ідей (аналітичний центр);
 - впровадження інновацій (центр управління проектами).

У відповідності з вищеперерахованими проблемами введення інновацій на підприємствах машинобудівної галузі, пропонується схема дій, котра дає змогу раціонально використовувати і планувати всю необхідну діяльність відповідно до системи управління інноваціями (рис. 1).

Дана схема дозволяє мати уявлення про алгоритм процесів запуску інновацій на підприємстві, відслідковувати виконання завдань на кожному з етапів, контролювати дотримання затверджених правил та вимог, а також підрахувати можливі ризики щодо проявів збоїв в структурі процесу чи впливу непередбачених факторів із зовні.

- дослідити впровадження та створення інноваційного продукту в діяльності машинобудівних підприємств;

- виявити проблеми введення інновацій діяльності машинобудівного підприємства;

- розробити систему управління інноваціями на машинобудівного підприємства.

Результати дослідження. Машинобудування є провідною галуззю усієї промисловості, тобто її серцевиною. Воно постачає народному господарству верстати, транспортні засоби (судна, тепловози, електровози, вагони, автомобілі, літаки тощо), сільськогосподарські машини, екскаватори, генератори для електростанцій, технологічне обладнання для заводів, фабрик і тим самим сприяє розвитку всіх галузей народного господарства та впровадженню досягнень науково-технічного прогресу.

Машинобудівельна галузь сьогодні не являється конкурентоспроможною на світовому ринку в силу її технологічного відставання від промислового розвитку країн. В міжнародному машинобудуванні лідирують такі країни, як Японія, США, Германия, Швейцарія та Великобританія [3].

Ряд складнощів у господарюючих суб'єктах в Україні на сучасному етапі багато в чому пояснюється досить низьким рівнем інноваційного розвитку промислових підприємств, відповідністю більш ефективної функціонуючої системи управління інноваційним розвитком підприємств.

Загальна характеристика інноваційної системи, це головна роль підприємства в інноваційному процесі, оскільки підприємства здійснюють практичне застосування інноваційних розробок. Тому, необхідно удосконалити концепцію інноваційного розвитку виробництва, сформувавши її сутність та основні завдання [4].

У практиці управління інноваційною діяльністю підприємства неминуче стикаються з низкою труднощів наведених в табл.1.

Для того, щоб знизити або прибрати вплив перерахованих вище факторів на інноваційний процес, необхідно створити ефективну систему управління інноваціями на машинобудівних підприємстві, що повинна містити в собі комплекс потрібних фінансово-економічних та господарських функцій, дій та процесу управління для підтримання необхідної структури інноваційних проектів.

На меті системи управління інноваціями на підприємстві повинно бути побудова такої низки інноваційних проектів, при якій підприємство отримає максимальний економічний ефект від розробки та їх впровадження [5].

Система управління інноваціями повинна бути ефективною, що передбачає оперативність і надійність, якість прийнятих рішень, мінімізацію пов'язаних з цим затрат часу, економію загальних витрат на утримання апарату управління і т. д. Ефективність функціонування системи управління можна підвищити за допомогою більш надійних зв'язків, своєчасності та повноти інформації.

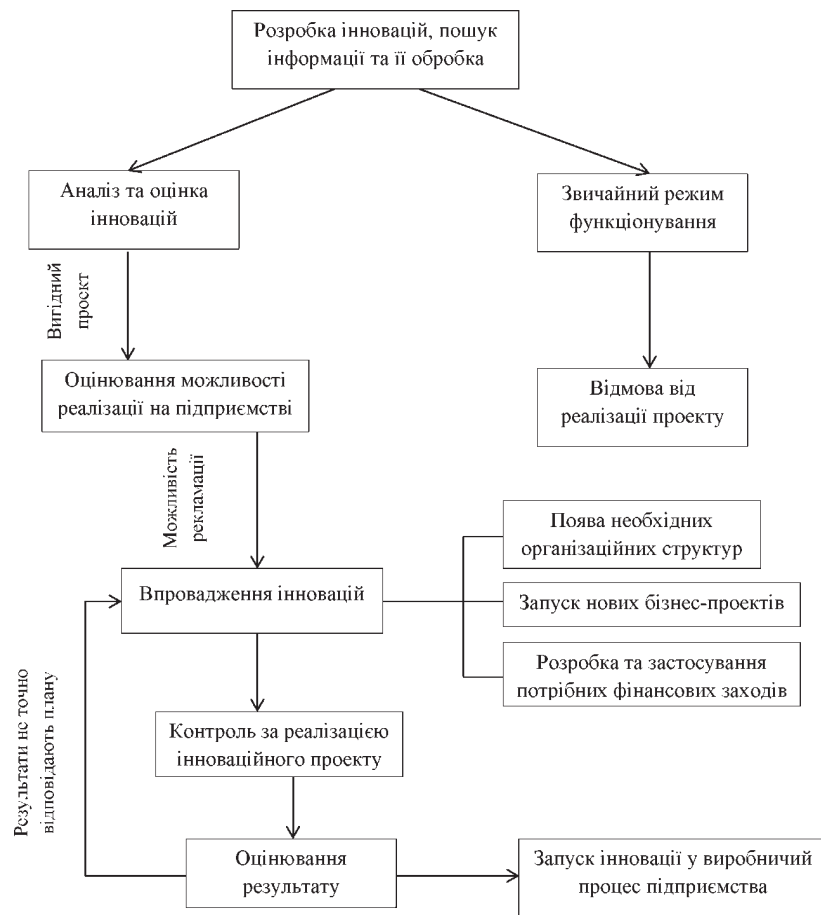


Рис. 2. Схема управління інноваціями на машинобудівному підприємстві
 Джерело: розроблено авторами на основі [4,7]

Для реалізації мети, поставленої перед керівництвом, підприємство повинно забезпечувати вирішення цілого ряду функцій:

- аналіз зовнішнього середовища й прогнозування його розвитку;
- аналіз внутрішнього середовища підприємства;
- вибір напрямку інноваційного розвитку підприємства;
- виокремлення цільової ділянки ринку (сегмент або „ніша”), яка необхідна для реалізації вже існуючих варіантів інноваційного розвитку;

- дослідження та оцінка ризиків не лише на етапі інноваційного розвитку, а й усього процесу загалом. При необхідності відкоригувати етапи роботи за результатами аналізу;
- відбір пріоритетних напрямків діяльності. Ґрунтуючись на основі існуючих варіантів інноваційного розвитку можливостей на ринку, можна сформулювати систему поточних та довгострокових цілей, визначити завдання по пріоритету, вирішення котрих призводить до досягнення поставлених цілей;
- створення організаційної структури управління інноваціями;
- розмежування виробничо-збутової й фінансової діяльності відповідно до обраних пріоритетних напрямків. Створюють перспективні й поточні плани, розраховують бюджет проєктів (обсяг інвестицій) та визначають джерела їх фінансування, розробляють оптимальну інвестиційну структуру;
- аналіз заходів, направлених на реалізацію потенціалу інноваційного розвитку;
- розробка рішень щодо своєчасних змін пріоритетів та пошуків альтернативних напрямів інноваційної діяльності [5].

Висновки. На сьогоднішній день стан інноваційної діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств України відстає у розвитку порівняно з підприємствами країн з розвинутою ринковою економікою, тому необхідно впроваджувати системи управління інноваціями на підприємстві, які дадуть можливість забезпечити ефективну роботу всього підприємства та досягти високих результатів.

Проведене дослідження показало, що система управління інноваціями має складну структуру та багато рівнів, на кожному з яких постійно відбувається взаємообмін інформацією й певними напрацюваннями та подальше направлення на наступний рівень, де будуть використані вже раніше напрацьовані результати. Також, було розглянуто основні проблеми з якими стикаються підприємства при введенні інновацій та основні вимоги до формування системи управління інноваційною діяльністю на машинобудівних підприємства.

Використання запропонованої схеми побудови системи управління дозволить сформулювати новий алгоритм співпраці серед різних елементів системи управління, що дасть змогу отримати ефект синергії, а також сформулювати більш ефективнішу, адаптивну та раціональну процедуру дій для забезпечення безперебійного функціонування всіх систем та підрозділів між собою.

Література

1. Волков О.І. Економіка та організація інноваційної діяльності: Підручник (третє видання) / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречак. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 662 с.
2. Іванов М., Колупасва С., Кочетков Г. Управління наукою та нововведеннями. / М.І. Іванов, С. В. Колупасва, Г. А. Кочетков – К.: Центр учбової літератури, 1990 – 218 с.
3. Машинобудування та металообробка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tspu.edu.ua.
4. Стадник В.В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: Підручник / В.В.Стадник, Й.А. Йохна. – К.: Хмельницький: ХНУ, 2011. – 332с.

5. Уткін Е. А. Управління компанією / Е. А. Уткін – К.: Центр учбової літератури, 1997. – 184 с.
6. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982.– 401 с.
7. Lviv Polytechnic National University Institutional Repository [Електронний ре-сурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>

УДК 330.342

Тринадцятко Б.І.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ІННОВАЦІЙНА ПОВЕДІНКА ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

В статті проаналізовано поняття інноваційної поведінки, розглянуто тип інноваційної поведінки залежно від позиції компанії на стадії життєвого циклу інноваційного ринку, запропоновано розглядати тип інноваційної поведінки на етапі зародження.

Ключові слова: інноваційна поведінка, інноваційна діяльність, форми інноваційної поведінки.

The article analyzes the concept of innovation behavior, consider the type of innovation behavior depending on the position of the stage of the life cycle of innovation market, proposed to consider the type of innovation behavior at its inception.

Keywords: innovative behavior, innovation, form of innovation behavior.

Вступ. Циклічний характер економічних відносин зумовлює виокремлення певних видів інноваційної поведінки підприємств в залежності від умов діяльності. В інноваційній діяльності тип інноваційної поведінки підприємства залежить від умов ринку, які в свою чергу залежать від стадії життєвого циклу інноваційного ринку. Виокремлення особливостей діяльності підприємства в залежності від даних умов є важливим аспектом управління зазначеними процесами.

Аналіз основних досліджень і публікацій. В сучасній економічній літературі інноваційній діяльності відносять велику роль серед факторів, що стимулюють економічне зростання. Питанням інноваційної діяльності, інноваційної поведінки, інноваційної стратегії приділяли багато уваги вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема: І. Шумпетер, Б. Фрімен, Ф. Діксон, Г. Менш, Н. Д. Кондратьєв, А. Ф. Бондаренко, А. Г. Алімов та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення поняття інноваційної поведінки підприємства, аналіз типів інноваційної поведінки підприємств в залежності від стадії життєвого циклу інноваційного ринку.

Результати дослідження. Згідно А. Н. Леонтьєвим поведінка – це реакція суб'єкта на предметний зміст навколишнього середовища, що безпосередньо породжує сам процес взаємовідносин суб'єкта з реальністю [1]. О. В. Кобак визначив інноваційну поведінку як особливий тип індивідуальної або колективної поведінки, пов'язаний з систематичним оволодінням суб'єктами нових способів діяльності в різноманітних сферах життєдіяльності, створенні нових матеріальних або нематеріальних об'єктів [2].

Отже, інноваційну поведінку підприємства можна визначити як комплекс дій спрямованих на створення нових об'єктів життєдіяльності суспільства. Або як цілеспрямоване здійснення інноваційної діяльності підприємством.

Розглядаючи класифікацію підприємств за типом інноваційної поведінки варто звернути увагу класифікацію за такими типами: віоленти, пацієнти, експлеренти та комутанти [3]. Також аналогічна класифікація запропонована швейцарським економістом Х. Фрізевінкелем [3], котрий запропонував проводити аналогію інноваційної поведінки компаній з поведінкою в світі тварин: віоленти – «леви», пацієнти – «лисиці», експлеренти – «ластівки», комутанти – «миші».

Вагомим доробком є сформована матриця «Витрати – споживча цінність» за допомогою якої визначають тип інноваційної поведінки підприємства.



Рис. 1. Матриця «Витрати – споживча цінність» визначення типу інноваційної поведінки підприємства

Джерело: складено авторами на основі [3]

Розглянемо більш детально кожен з типів інноваційної поведінки відповідно до вищевказаної класифікації.

Далі більш детально по кожному із типів інноваційної поведінки. «Леви» – це тип підприємства віолента з силовою інноваційною стратегією, для таких підприємств характерний високий рівень капіталу та значні витрати на НДДКР. З рис. 1 видно, при такому типі поведінки при помірних витратах підприємство виробляє споживчу цінність на середньому рівні, але з широким асортиментом і товарами, які задовольняють масові потреби [4].

«Лиси» (пацієнти) – підприємства з помірними витратами на НДДКР, в основному спрямованими на поліпшення вже існуючого інноваційного продукту або інколи самі створюють нововведення. Такі фірми працюють на вузький сегмент ринку та задовольняють масові але нестандартні потреби [4].

Інноваційний тип поведінки «Ластівки» – експлеренти, підприємства які працюють над створенням нових або радикальному перетворенні сегментів ринку. Характерний експериментальний профіль виробництва, та задоволення інноваційних потреб [4].

«Миші» – підприємства цілком орієнтовані на малий та середній бізнес. Такі компанії діють на етапі спаду циклу випуску продукції, політика НДДКР як правило відсутня. Основна задача науково-технічного відділу полягає в правильному освоєнні виробів, що випускається віолентами [5].

Кожному із розглянутих типів інноваційної поведінки притаманне своє місце на відповідному етапі життєвого циклу інноваційного ринку. Так Левам та Лисам відповідає стадія зрілості: максимальний прибуток, низький ступінь ринкового ризику. Ластівки – етап зростання та Миші, які працюють на стадії спадання циклу інноваційного ринку [6].

Аналізуючи характеристику кожного з типів, слід зазначити про необхідність виокремлення типу поведінки на стадії зародження, адже, стадія зародження в інноваційній діяльності, як правило, характерна високими витратами та рівнем ризиковості. На стадії зародження за своєю поведінкою характерні саме стартап компанії, які в свою чергу характеризуються тим, що інвестиції на дослідження, створення, розробку інноваційної продукції здійснюються на тривалий час без повернення коштів, а капіталізація підприємства відбувається через 7–10 р.

Стартап компанія – це новостворене підприємство, що основана на інноваціях або інноваційних технологіях, ще не вийшла на ринок або тільки на нього виходить [7]. Основними характеристиками стартап компаній є відсутність власних ресурсів за наявності інноваційної ідеї. Такі компанії залучають інвестиції ззовні та реалізують інноваційну бізнес ідею. Розрізняють декілька стадій розвитку стартап компаній: посівну, стадію запуску, стадію зростання та стадію розширення [7].

Розглядаючи «стартап» як форму інноваційної поведінки варто відзначити, що Леви та Лиси для утримання своєї позиції на ринку скуповують та інвестують в стартап компанії, таку тенденцію можна пояснити тим, що створення інноваційного продукту є досить ризиковою діяльністю. Тому, великі компанії створюють інфраструктуру для створення та розвитку

стартап компаній для подальшого їх поглинання з метою заволодіння вже перевіреною на ранніх стадіях життєвого циклу інноваційного ринку.

Розглянемо наглядно життєвий цикл інноваційного ринку за стадіями та відповідною поведінкою підприємств.

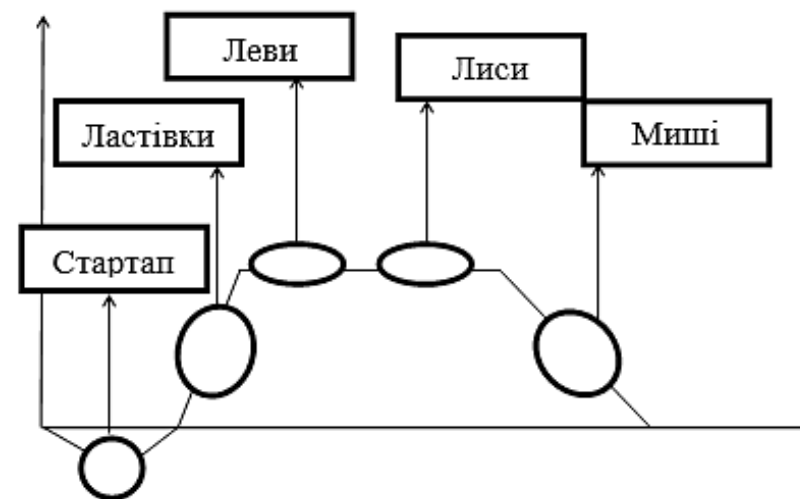


Рис. 2 Інноваційна поведінка в залежності від стадії життєвого циклу інноваційного ринку

Джерело: сформовано автором з урахуванням [6]

З рис. 1 видно, що саме стартап компанії дають початок інноваційному продукту компанії які ще не працюють на ринку. Таким чином, можна стверджувати, що інноваційна поведінка новостворених компаній починається саме з поведінки «стартапа». Фірми «стартапи» – новостворені підприємства під конкретну інноваційну ідею з метою її комерціалізації на ринку, характеризуються високим рівнем витрат на НДДКР й доведення «ідеї» до ринкового вигляду загалом, а також відсутність прибутку.

Висновки. Таким чином, варто враховувати «стартапи» як інноваційну поведінку підприємства на стадії зародження. Також варто зазначити, що поведінка «стартапів» не є довгостроковою, як в інших типах інноваційної поведінки. Визначена нами інноваційна поведінка потребує додаткових досліджень особливостей розвитку та діяльності підприємств «стартапів» як початкового етапу інноваційної поведінки підприємств.

Література

1. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Поведение. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www/psy/msu.ru/science/public/leontev>
2. О. В. Шелохова, Е. Н. Коньшева. К проблеме сущности понятия «инновационное поведение». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site1238/html/media67905/101_Selexova.pdf
3. Фатхутдинов Р. А. инновационный менеджмент: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 6-е изд. / Р. А. Фатхутдинов. – Питер: СПб, 2012 – 448 с.
4. А. С. Головачев, М.А. Головачева. формирование конкурентных стратегий развития предприятий. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://media.miu.by/files/store/items/eiup/26/eiu_26_2011_10.pdf
5. Д. Д. Узун, Ю. А. Узун. Дослідження особливостей комунікативних стратегій інноваційних організацій/ Економіка та управління підприємством машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, 2010, №2 (10) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/EUPMG/2010/EUPMG210/Uzun.pdf>
6. А.О. Касьянова. Огляд стадій життєвого циклу кризи на підприємстві у вітчизняній та зарубіжній літературі. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sworld.com.ua/simpoz4/19.pdf>
7. Котлер Ф. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования. / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, Д. Янг; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 194 с.

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Бояринова К.О.*

УДК 330.340.1.

Філіпська Д.Є.

викладач

Харківський інститут фінансів УДУФТ, м. Харків

РОЛЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В ПЕРІОД ІННОВАТИЗАЦІЇ

Проаналізовані різні підходи щодо визначення категорії «людський капітал» та визначено вирішальну роль людського капіталу у період інноватизації.

Ключові слова: інновація, людський капітал, управління, інвестиції

Analyzed various approaches to defining the category of «human capital» and identified the crucial role of human capital in the period of innovation.

Keywords: innovation, human capital management, investment

Вступ. Протягом останніх десятиліть інновації у всіх аспектах діяльності стали невід'ємною частиною життя практично кожної компанії у всьому світі. Справа в тому, що глобалізація, посилення конкуренції на міжнародних і національних ринках, зміни в державному регулюванні змушують підприємство постійно шукати шляхи підвищення ефективності своєї роботи. Для реалізації цього завдання підприємства все частіше стали

впроваджувати програми інноваційних перетворень. Незважаючи на те, що кінець ХХ ст. з усією очевидністю показав справжню роль працівників не тільки в реалізації інновацій, але в розбудові конкурентоспроможного підприємства, більшість підприємств, навіть дуже великих, як і раніше не проводять всебічної оцінки ефективності управління людським капіталом.

Актуалізує необхідність дослідження факт зростання ролі людського капіталу в сучасній економіці, що базується на знаннях та інноваціях. Джерелом конкурентних переваг підприємств стають не стільки їх матеріальні ресурси, скільки елементи людського капіталу. Тому людський капітал стає головним об'єктом аналізу та управління. У зв'язку з цим інвестиції у формування та використання людського капіталу розглядаються як визначальна умова економічного зростання підприємства, головна рушійна сила підвищення їх ефективності та конкурентоспроможності. Враховуючи сказане, вивчення інновацій в системі управління людським капіталом, виявлення особливостей системи управління людського капіталу, які зумовлюють необхідність постійного впровадження інновацій, розробку рішень, спрямованих на підвищення ефективності реалізації нових аспектів діяльності працівників на підприємстві, являють великий науковий та практичний інтерес і є вкрай актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Історично, обґрунтування теорії людського капіталу бере свій початок з робіт Г. Беккера, І. Бен-Пората, М. Блауг, С. Боулс, У. Боуена, Б. Вейсброда, Дж. Мінцера, Л. Туроу, Т. Шульца та ін. Незважаючи на довгу історію розвитку теорії людського капіталу, в зарубіжній літературі так і не було сформовано єдиного підходу до визначення цього поняття та методів його оцінки. Тим не менше, більшість як зарубіжних, так і вітчизняних робіт аналізують інвестиції в людський капітал або на індивідуальному рівні (як рішення окремої людини), або на макrorівні (як елемент державної соціальної політики). Лише в останні роки стали з'являтися окремі дослідження, в яких людський капітал працівників розглядається на рівні підприємства, як елемент інтелектуального капіталу підприємства (Д. Андріссен, Е. Брукінг, М. Мелоун, Р. Петті, Л. Едвінссон та ін). Актуальність та відсутність у вітчизняній економічній літературі досліджень, які розкривають дану проблему, визначили вибір теми і її цілей.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження та систематизація теоретичних аспектів існуючого вітчизняного та зарубіжного досвіду з питань людського капіталу в період інноватизації з метою підвищення ефективності діяльності підприємства. Одними з актуальніших завдань є теоретичне обґрунтування сутності людського капіталу, визначення людського капіталу – як рушійної сили формування та реалізації потенціалу та впровадження інновацій.

Результати дослідження. Фінансова криза, що вибухнула залучила ще більше уваги до даної проблеми. Темпи зростання основних економік світу істотно скоротилися, і Україна опинилася в складній ситуації виклику.

Наша економіка не володіє тим запасом міцності, що є у лідерів сучасного світу. Крім того існують межі зростання національної економіки, подолання яких можливе виключно на основі інноваційного шляху розвитку. Слово «інновація» означає комплексний процес створення, розповсюдження та використання нововведення, яке сприяє розвитку та підвищенню ефективності роботи підприємств, а також задоволенню певних потреб [1, с. 14]. Інноваційний процес є обов'язковим та основною умовою забезпечення конкурентоспроможності виробництва і продукції, завоювання та утримання позицій на ринках, підвищення продуктивності, а в підсумку і ефективності як підприємства, так і економіки в цілому. Найважливішим показником, що характеризує інноваційну активність підприємства, є частка коштів від обороту, що спрямовується на фінансування НДДКР. Передові світові компанії витрачають на НДДКР 7–12 % своєї виручки. На жаль, Україні поки пишатися нічим: її частка у світовому ринку наукомісткої продукції складає близько 0,1%, який оцінюється в 2,5–3,0 трлн. дол. США, а частка інноваційної продукції – менше 5% від загального обсягу промислової продукції [2, с. 11]. Такий стан справ пояснюється не лише складнощами залучення фінансування і нестачею власних коштів, а в першу чергу тим, що наші підприємства ще не до кінця усвідомили принципову важливість інновацій як запоруки існування компанії в майбутньому.

М. Портер вважає, що інновації – це можливість здобуття конкурентних переваг. Інновації виявляються в новому дизайні продукту, у новому процесі виробництва, у новому підході до маркетингу, у новій методиці підвищення кваліфікації працівників [3, с. 37]. Так, вчений К. Фрімен називає інновацію технічною, дизайнерською, виробничою, управлінською діяльністю, виготовленням нових товарів, першим комерційним використанням нових процесів або обладнання [4, с.348]. З визначення стає зрозумілим, що головними чинниками створення ефективної інноваційної економіки є системний підхід в процесі її реалізації і домінуюча роль людського капіталу.

Так, Р. Беккер визначає людський капітал як «наявний у кожного запас знань, здібностей і мотивацій» [5, с.11]. Відомий теоретик людського капіталу Т. Шульц вкладає в поняття «людський капітал» наступне: «Людський капітал є форма капіталу, тому що є джерелом будують заробітків. Він людський, тому що є складовою частиною людини» [6,с.577]. Аналізуючи наукові праці Т. Шульца та Г. Беккера ми погоджуємось, що до структури людського капіталу належить велика ланка складових: капітал–здоров'я, капітал–праці, соціальний капітал, інтелектуальний капітал тощо. Л. Туро вважає, що людський капітал являє собою здатність виробляти предмети і послуги [7, с.15]. Дж. Кендрік розуміє під людським капіталом знання людини, загальні і спеціальні, його здатності до продуктивної праці [8,с.31]. Так, вчені Л. Р. Сімкіна і М. М. Критський присвячують свої дослідження аналізу людського капіталу та проблем формування інноваційної економіки, розглядаючи людський капітал як спосіб організації економічної жит-

тєдіяльності, властива постіндустріальному суспільству [9, с.7]. Певний інтерес представляє монографія Б. В. Салихова, де інтелект розглядається як моральна цінність і обґрунтовується закономірний характер інтелектуалізації сучасної економіки [10, с. 22]. Свій внесок у дослідження особливостей інтелектуального капіталу вніс економіст Т. Стюарт, що претендує на виявлення прихованих резервів творчих працівників компанії; як залучити сталості споживачів і як керувати цими життєво важливими «активами», які нерідко ігнорують. Автор показує, як користуються своїм інтелектуальним капіталом для розвитку виробництва всесвітньо відомі компанії «General Electric», «Hewlett – Packard» і «Merck and Co» [11, с.12].

На нашу думку, людський капітал складається з набутих знань, навичок, мотивацій та енергії, якими наділена людина і які можуть використовуватися протягом певного часу з метою виробництва товарів та послуг. Зауважимо, що представники теорії людського капіталу розглядають досліджувану категорію у вузькому і широкому ракурсі: У першому випадку, людський капітал як інвестиції в освіту, в другому – людський капітал формується через інвестиції (довгострокові вкладення капіталу) у людини. Найбільш важливим на нашу думку є поняття людського капіталу на рівні фірми (мікро–рівень), який можна розділити на загальний (переміщуваний) і специфічний (непереміщуваний). Загальний людський капітал включає теоретичні та інші універсальні знання, які мають широку область застосування та здобуваються в школах, вузах та інших освітніх установах. Специфічний людський капітал пов'язаний з конкретним підприємством: знання фірми, її організаційної структури та схеми управління, специфічних технологій, особливостей робочого місця, клієнтів підприємства.

Значні інвестиції в людський капітал у формі навчання та розвитку співробітників здійснюють приватні підприємства. Навчання може проходити на підприємстві на робочому місці; на підприємстві, але поза робочим місцем; за межами підприємства. Найбільше поширення одержала типологія розподілу навчання на внутрішнє та навчання, здійснюване зовнішніми підприємствами. Цей розподіл на нашу думку принциповий, тому що в першому випадку засобу вкладаються у власне підприємство, а в другому – у чуже. Для того щоб підприємство працювало, не знижуючи досягнутого рівня, на нашу думку, воно повинне стати підприємством, що навчається. Підприємство, що самонавчається, сприяє навчанню всіх своїх співробітників, безупинно трансформує всі процеси, що відбуваються в ній. Перехід підприємства в якість що навчається вимагає делегування співробітникам повноважень та відповідальності; залучення їх у процес управління та рішення проблем; навчання персоналу, що відповідає вимогам конкурентного середовища, що змінюється; формування культури безперервного навчання [12, с.65]. Саме відповідність стратегії підприємства та управління людським капіталом дозволяє компанії одержати та розвинути ті людські ресурси, які здатні швидше навчатися й ефективніше застосовувати свої знання [13, с.200].

У самому загальному виді модель інвестицій у людський капітал повинна враховувати вплив як зовнішніх, так і внутрішніх факторів. На нашу думку, ми пропонуємо відносно закриту, вірніше – усічену модель, де в якості що детермінують розглядаються внутрішні фактори (крім їхньої спільної дії), а вплив зовнішніх вважається умовно постійним. Тобто, вплив стратегії ведення бізнесу, особистісних характеристик керівника (вік, освіта, стать та досвід роботи) та економічного стану підприємств на навчання й розвиток персоналу. Відзначимо, що ми не виключаємо вплив й інших факторів, які можуть впливати на інвестиції в людський капітал співробітників підприємств, проте, проведений аналіз закордонної літератури дозволяє прийти до висновку, що вплив зазначених вище детермінант (з огляду на специфіку підприємств торгівлі) проявляє себе найбільше істотно. Дослідження одно-значно свідчить, що детермінуючою є стратегія підприємства, під якою вибудовуються елементи управління людським капіталом [12, с.66]. Ще в 1980 р. Майкл Портер висловив думку, що більшість лідерів бізнесу користуються досить обмеженим набором конкурентних стратегій: «продавай дешевше, ніж інші», «зроби продукт відмінним від інших», «сконцентруйся на якості певного продукту» [3, с.45]

Труднощі, з якими стикаються власники та керівники підприємств, у першу чергу, пов'язані з недооцінкою факторів активізації людського капіталу для підвищення конкурентоздатності підприємств. Важливо підкреслити й елементарний недолік досвіду в розробці та реалізації програм розвитку персоналу підприємств. В існуючих умовах на перше місце виходить проблема забезпечення виживання підприємств, що припускає наявність чітко функціонуючої системи оперативного й стратегічного управління (як на державному рівні, так і на рівні конкретного підприємства). Крім того, ініціативи в області підвищення кваліфікації повинні обов'язково інтегруватися з іншими мірами, які впливають на продуктивність і конкурентоздатність підприємств.

Висновки. Таким чином, узагальнивши існуючі визначення, на нашу думку, людський капітал можна трактувати наступним чином: це основний фактор розвитку інноваційної економіки, що включає сукупність природних здібностей, знань, професійних навичок, здоров'я, інноваційної культури, мотиваційного чинника та можливості їх практичного застосування. Здатність управляти таким видом активів є однієї із ключових компетенцією компанії в економіці знань. Іншими словами, трансформувалися і вимоги сучасного підприємництва, які, з одного боку, вивели на перший план не просто робочу силу, але головне її якість – інтелект, а з іншого – піднесли значимість знання та інформації, перетворивши їх в головні стратегічні ресурси сучасної економічної діяльності. Перспективою подальшого дослідження в цьому напрямку є обґрунтування заходів щодо вдосконалення заходів управління людським капіталом підприємства в інноваційній економіці.

Література

1. Ключник А.В. Організаційно-економічне забезпечення залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор економіки Миколаївської області [Текст] / А.В. Ключник, М.Д. Бабенко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2008. – вип. 1. – С. 31–37.
2. Патон Б. Інноваційний розвиток економіки України [Текст] / Б. Патон // Вісник НАН України. – 2001. – № 2. – с. 11–16.
3. Porter M. Konkurentnaja strategija: metodika analiza otraslej i konkurentov [Текст] // М. Porter. – М.: Al'pina Biznes Buks, 2005. – 454 s.
4. Freeman C. The Economics of Industrial Innovation [Текст] // C.Freeman, L.Soete, London, 1982. – 470 p
5. Беккер Г. Человеческий капитал / Г. Беккер. – М.: Изд-во МГУ, 1997. – С. 11
6. Schultz T. Capital Formation by Education [Текст] // Theodore Schultz // Journal of Political Economy. – 1960. – № 6. – P. 571–583.
7. Thurow L. Investment in Human Capital [Текст] // L. Thurow. – Belmont, 1970.
8. Кендрик Дж. Совекупный капитал США и его формирование / Дж. Кендрик – М., 1978. – С. 31, 45.
9. Людський капітал і проблеми формування інноваційної економіки: [Текст] // монографія / Л.Р. Симкіна [та ін]; під ред. К. Р. Сімкіної, М. М. Крицького. СПб.: Спбгіеу, 2007 р. 227 с.
10. Салихов Б. В. Интеллектуальный капитал организации: сущность, структура та основні управління [Текст] // Б. В. Салихов– М.: видавництво ІТК Дашков і К, 2009 р., 156 с
11. Стюарт Т. А. Интеллектуальный капитал. Нове джерело багатства організацій [Текст] // Т. А. Стюарт. – Перек. з англ. – М.: Покоління, 2007 с. 368
12. Кривошей В.В. Трудовий капітал ресторанного господарства: теорія та методологія управління: [Текст] // монографія / В.В. Кривошей. – Х.: ФОРТ, 2011. – 255 с.
13. Hamel G., Prahalad C.K. Competing for the Future: Breakthrough Strategies for Seizing Control of Your Industry and Creating Markets of Tomorrow [Текст] // С.К. Prahalad, G Hamel / Boston: Harvard Business School Press. 1994, p.197220.

УДК 332.834.6

Хомик Н.П.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

АКТУАЛЬНІСТЬ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ

Розкрито особливості управління розвитком підприємства на засадах процесного підходу на основі впровадження нових стандартів якості, проаналізовано елементи системи управління розвитком підприємства та обґрунтовано шляхи підвищення розвитку підприємства використовуючи впровадження нових стандартів якості.

Ключові слова: процесний підхід, системи управління якістю, стандарт якості.

This article reveals main features of management development on the basis of the process approach based on the implementation of new quality standards, the elements of management system development are analyzed and the ways of management improvement of quality development are justified.

Keywords: protsesny pidhid, the system upravlinnya yakistyu standard of Quality.

Вступ. Сьогодні в умовах ринкової невизначеності та підвищеної конкуренції діяльність підприємств змінюється. Функціонування підприємства в умовах ринку передбачає пошук і розробку кожним з них власного шляху розвитку, тобто формування інноваційної моделі розвитку використовуючи процесний підхід. Важливим стає необхідність впровадження нових стандартів якості задля підтримки економічного розвитку підприємства, конкурентоспроможності, а також виходу на зовнішні ринки. Тому виникає потреба у аналізі основних проблем та підходів до удосконалення управління розвитком підприємства на засадах процесного підходу на основі впровадження нових стандартів якості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні й економіко-організаційні аспекти системи управління процесним підходом розглядали в роботах провідні вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти: М. Хаммер, Д. Чампі, Ф. Тейлор, Г. Форд, А. Файоль, Л. Гюлік, Л. Урвік, Дж. Муні, К. Адамський, А. Рейлі, Ч. Барнардат, Г. Монастирський, В. Стадник та інші.

Незважаючи на значну кількість фахових праць єдиного визначення управління розвитком підприємства на засадах процесного підходу на основі впровадження нових стандартів якості досі не існує. Тому вбачається необхідним дослідження поданої проблеми.

Постановка завдання. Метою дослідження є розкриття особливостей розвитку підприємства на засадах процесного підходу на основі впровадження нових стандартів якості, аналіз елементів та визначення взаємозв'язків підсистем системи управління розвитком підприємства.

Результати дослідження. Будь-яка діяльність може розглядатися як процес і тому вона може бути поліпшена. Усі види діяльності та відповідні їм управлінські та технологічні процеси на підприємстві взаємопов'язані, таким чином, діяльність підприємства являє собою мережу взаємопов'язаних процесів.

Нині для більшості українських підприємств характерна функціонально-ієрархічна модель управління, яка має ряд суттєвих недоліків, практично неможливих для усунення в рамках великих організацій. Основна проблема – неефективний обмін інформацією між функціональними підрозділами, так як інформація, що необхідна для прийняття рішення, спочатку направляється знизу вгору до керівника, а потім спускається вниз по ланцюжку безпосередньою виконавцю, тим самим, долаючи безліч різних перешкод. Подібна система управління не здатна швидко реагувати на постійні зміни в зовнішньому середовищі і породжує численні помилки в передачі даних і контролі рішень.

Для відтворення всіх процесів вище керівництво має визначити їх призначення, поставити перед відповідальними за кожний процес мету і затвердити планові значення показників результативності та ефективності цих процесів. Відповідальні за процеси, у свою чергу, приймають управлінські рішення на підставі інформації, що надійшла і встановлених планів.

З часом впровадження та широкого використання інформаційних технологій в управління призвело до того, що топ-менеджмент делегував значну частину своїх повноважень на середні рівні управління. Адже менеджери на своїх робочих місцях можуть отримувати і аналізувати будь-яку інформацію необхідну для прийняття рішень. Для вирішення завдань сучасного бізнесу щодо вдосконалення продукції та завоювання споживчих переваг був розроблений новий підхід до управління, а саме процесний. Ключовим у розумінні процесного підходу є перехід від вертикальної побудови організаційної структури до горизонтальної.

Вміння організації швидко адаптуватися до постійно змінюваних умов довкілля, є дуже важливим фактором. Отже, здатність організації змінюватися є однією з найважливіших характеристик системи управління компанією [5].

Незважаючи на різноманіття підходів, слід виділити одне розуміння процесного підходу, що ґрунтується на комплексному, системному розгляді діяльності організації як сукупності процесів, розробці системи управління процесами з використанням принципів ISO серії 9000:2000 як найбільш оптимальне.

Мережа процесів організації – такий підхід управління організацією умовно можна називати «повним» або, що більш точно його характеризує, системним підходом до виділення процесів підприємства, як цього вимагає ISO 9001:2000.

Стандарти міжнародної організації зі стандартизації ISO є найбільш відомими і поширеними у світі. Стандарти ISO 9000 універсальні, їх можна застосовувати в якості моделей систем якості незалежно від галузі, в якій функціонує компанія. Такий підхід, очевидно, має свої переваги і недоліки. Основною перевагою моделей ISO серії 9000 є їх популярність, поширеність, визнання на світовому рівні, велика кількість експертів і аудиторів і невисока вартість послуг з сертифікації. Універсальність же моделей ISO серії 9000 містить у собі певні недоліки: вони є досить високорівневими і не містять конкретних методологічних розробок. Процесний підхід же є базою побудови Системи Менеджменту Якості на підприємстві [1].

Процесний підхід, поряд із загальною ідеологією, включає в себе не тільки опис бізнесу як мережі взаємопов'язаних процесів, але й постійний контроль, управління і вдосконалення процесів. Таким чином, застосування процесного підходу вимагає опису, оптимізації та автоматизації бізнес-процесів. Тут, у свою чергу, постає питання про програмне забезпечення управління бізнес-процесами. Крім того, існує спеціальне програмне рішення, яке підтримує процесну модель, допомагає підприємствам у

процедурі впровадження Стандартів ISO 9000 та отримання сертифікату, а також адаптує вже реалізовані процеси до нової редакції Стандарту ISO 9000: 2000 – Провідник Менеджменту Якості (Quality Management Scout, QM–Scout). В кожній стадії QM–проекту QM–Scout пропонує зразки документів типу технологічних карт і виробничих інструкцій, робота з якими скоротить загальний час, необхідний для виконання проекту, і гарантує якість результатів.

Необхідність створення на підприємстві повноцінної системи управління якістю (Quality Management System, QM–система) визначається вимогами ринку, а в деяких випадках і вимог державних органів. З іншого боку, QM–система є важливою складовою частиною системи управління підприємством, що впливає на якість продукції або послуги і конкурентоспроможність. Для російських підприємств сертифікація по ISO 9000 – це ще і пропуск на міжнародний ринок, а також дієвий засіб для ефективного покращення роботи всього підприємства.

Впровадження ефективної QM–системи дає підприємству такі переваги:

- 1) розширення ринків збуту;
- 2) наочність управління процесами;
- 3) зниження витрат і скорочення термінів освоєння нових видів продукції, завдяки чіткій організації структури і процесів;
- 4) зростання колективізму;
- 5) підвищення гнучкості перебудови процесів при змінних вимогах і очікуваннях замовника;
- 6) зниження ризику відповідальності за продукцію.

У міру вдосконалення технологій, появи нових матеріалів, методів обробки, підвищення вимог до якості і надійності виробів виникає необхідність у перегляді стандартів. В ISO існує правило: всі стандарти повинні переглядатися не рідше одного разу на п'ять років. Нині ISO належать 9300 різних стандартів, опис яких займає 170700 сторінок тексту англійською мовою [3]. Така велика кількість стандартів пояснюється тим, що стандарти ISO серії 9000 створювалися як незалежні від специфіки промисловості, але при практичному застосуванні знадобилася розробка рекомендацій, уточнюючих застосування базових стандартів в таких областях, як сервіс, програмні продукти, а також у специфічній діяльності, пов'язаній з перспективним керуванням, безперервним поліпшенням, перевітками, підготовкою та навчанням персоналу тощо. Ці стандарти містять мінімальні вимоги, яким повинна відповідати організація робіт по забезпеченню гарантії якості незалежно від того, яку саме продукцію випускає підприємство або які послуги воно надає. У стандартах відсутній опис методів, за допомогою яких викладені вимоги і рекомендації можуть бути реалізовані. Розробники стандартів покладаються на ініціативу і творчість конкретних виконавців, які у своїх специфічних умовах застосовують вимоги і рекомендації стандартів. Якщо система управління якістю, в рамках якої реалізуються процеси управління на

даному підприємстві, відповідає вимогам зазначених стандартів, то сьогодні це сприймається як переконливий доказ здатності підприємства забезпечити випуск продукції або надання послуг необхідної якості. Для отримання сертифікату необхідно створити на підприємстві систему управління якістю та виконати ряд умов, у тому числі, пройти аудиторську перевірку організації, яка видаватиме сертифікат. Після отримання сертифіката такі перевірки проводитимуться регулярно для підтвердження сертифікації.

Згідно практики міжнародної та національної стандартизації стандарти ISO 9000 вводяться в практику національної стандартизації методом «зміни обкладинки», тобто міжнародний стандарт перекладається і отримує нове найменування в національній системі стандартизації.

Відмінність системи загального управління від інтегрованої полягає в тому, що остання не охоплює всі існуючі напрями управління організацією, а обмежується стандартизованими на сьогодні сферами управління. До них можна віднести міжнародні стандарти ISO серії 9001 на системи управління якістю та ISO серії 14001 на системи екологічного управління, стандарти OHSAS (Occupational Health and Safety Assessment Series) на системи управління промисловою безпекою та охороною праці серії 18001, а також стандарт SA 8000 (Social Accountability) на системи соціального та етичного управління. Ці стандарти встановлюють конкретні вимоги до систем управління у відповідних галузях, що є основою для створення єдиних вимог до системи управління організацією.

Якість процесів залежить від багатьох факторів. Наприклад, якість процесу виробництва забезпечується якістю обладнання, технологій, рівнем кваліфікації персоналу. Якість процесу управління залежить від знань і досвіду керівництва, якості застосовуваних методів управління. Якість системи забезпечується раціональною організаційною структурою, гідним розподілом відповідальності, механізмами взаємодії, мотивацією [7].

Згідно з принципом відображення вимоги до якості результату діяльності підприємства перекладаються на вимоги до якості процесів і якості організаційно–управлінської системи. Впливати на якість кінцевого результату можливо шляхом впливу на формуючі його процеси.

Отже, варто зазначити, що система управління якістю – це не лише чітко викладені у документах правила та регламенти, а цілеспрямована діяльність усього персоналу підприємства, це засіб управління, ведення виробництва та бізнесу.

Висновки. Постійне вдосконалення – це життєва філософія будь–якої організації, якщо вона хоче вижити і успішно функціонувати в середній, а особливо в довгостроковій перспективі.

Процесний підхід акцентує увагу підприємства на досягненні поставлених цілей, аналізі ключових показників ефективності, а також на ресурсах, витрачених на досягнення цих цілей. Теорія процесного підходу не є новою для керівників українських компаній. З поданої проблеми є достатня кількість

фахової літератури. Але з розвитком науково-технічного прогресу проблема удосконалення процесного підходу не спрощується, а, навпаки, стає складнішою. Тому має бути комплексний, системний підхід, реалізація якого можлива лише в межах розвитку підприємства на засадах процесного підходу.

Таким чином, на підприємстві якість технологічних процесів виробництва (життєвого циклу послуги), якість процесів управління і якість організаційно-управлінської системи, а також високу кваліфікацію персоналу. При цьому управління якістю кінцевої послуги має виконуватися шляхом управління якістю всієї системи.

Література

1. Лохман І.В. Проблеми і перспективи транспортування нафти і газу. – Івано-Франківськ. – 2012.
2. Орлов І.О., Клюнь А.М., Прищепо І.О., Довгошея О.А., Шевченко А.О. Сертифікація системи енергетичного менеджменту на відповідність вимогам міжнародного стандарту iso 50001:2011 головний напрямок удосконалення системи енергозбереження ПАТ «Укртрансгаз». – К., 2011.
3. Інформаційний портал «Менеджмент якості» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://quality.eup.ru>
4. ISO 9001: 2000. Системи управління якістю. Вимоги.
5. ISO 9004: 2000. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності.
6. ДСТУ ISO 9001–2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. Чинний від 10.01.2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: liga.kiev.ua.
7. ДСТУ ISO 9001–2001. Системи управління якістю. Вимоги. Чинний від 10.01.2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: liga.kiev.ua.

Науковий керівник: *к. е. н., доцент Жигалкевич Ж. М.*

УДК 338.28

Чорній В.В.

асистент;

Мельник В.О.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

У статті досліджено сучасний стан інноваційної діяльності та інноваційної активності промислових підприємств України, проаналізовано основні джерела їх фінансування. Визначено проблеми, які гальмують впровадження інновацій та розглянуто чинники, які стимулюють інноваційну діяльність. Запропоновано основні шляхи вирішення даних проблем.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційна активність, інновації, інноваційна політика, інноваційні процеси, інноваційний розвиток, інноваційна інфраструктура.

The article explores the current state of innovations and innovative activity of industrial enterprises of Ukraine and explores the main sources of their funding. The problems that hinder implementation of innovations are identified. In the article also discovered factors that encourage innovation activity. Proposed the basic ways to solve these problems.

Keywords: innovative activity, innovative activeness, innovations, innovation policy, innovative processes, innovative development, innovation infrastructure.

Вступ. Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг [1].

Впровадження інновацій у промислове виробництво на сучасному етапі стає все більш важливим у зв'язку зі стрімкою глобалізацією світового господарства та інтеграцією України в систему міжнародного поділу праці. Розвиток світогосподарських зв'язків вимагає підвищення конкурентоспроможності української продукції, як на зовнішніх, так і на внутрішніх ринках [2, с. 1027]. Сучасна українська економіка потребує негайної модернізації промисловості та розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну увагу вирішенню даних проблем у своїх працях приділяли такі науковці, як М.В. Ніколайчук [3], Л.М. Ганущак–Сфіменко [4], О. Мірошніченко [5], А.П. Дука [6], О.Є. Кузьмін [7]. У своїх працях ці вчені акцентують увагу на тому, що інноваційні процеси на промислових підприємствах є основним шляхом підвищення конкурентоспроможності, а також інструментом розвитку промисловості країни в цілому. Проте, дана проблематика потребує подальшого розвитку, зокрема, дослідження особливостей впровадження інновацій на промислових підприємствах України.

Постановка завдання. Проаналізувати сучасний стан та перспективи подальшого інноваційного розвитку промислових підприємств України, а також визначити організаційно-економічні складові, котрі стимулюють їх інноваційну привабливість.

Результати дослідження. Промислове виробництво в Україні формує 26% ВВП [8] і забезпечує роботою більш ніж 1/5 частину населення України. На розвиток промислових підприємств безпосередньо впливає впровадження інноваційних розробок. Інноваційний розвиток надає підприємству можливість отримати значні прибутки, які в процесі розподілу є джерелом формування ВВП та бюджетів усіх рівнів. Важкий фінансовий стан промислових підприємств унеможливує оновлення основних виробничих фондів, які зношені майже наполовину [9, с. 228]. В останні роки через фінансово-економічну кризу особливої деградації зазнали саме інвестиційна діяльність та інноваційні процеси на промислових підприємствах [10, с. 94].

Таблиця 1

Інноваційна активність підприємств

	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями	Загальна сума витрат
	%	млн.грн.
2007	14,2	10850,9
2008	13,0	11994,2
2009	12,8	7949,9
2010	13,8	8045,5
2011	16,2	14333,9
2012	17,4	11480,6
2013	16,8	9562,6

Джерело: розроблено авторами на основі [8]

Проаналізувавши дану таблицю, спостерігаємо незначний спад питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями та значне скорочення загальної кількості витрат на інновації. Загальна сума витрат на інновації у 2013 році значно нижча, ніж за 2007 рік. Незважаючи на те, що держава може здійснювати ефективну інноваційну політику задля покращення становища промислових підприємств (створення інноваційної інфраструктури, законодавчої бази, технополісів та технопарків тощо), проте лише зусиль самої держави для цього може бути недостатньо. Значним стимулом для інноваційного розвитку підприємств також слугують приватні інвестиції. Тому зусилля держави повинні бути максимально зосередженими на створенні привабливого інвестиційного клімату, створенні в Україні зручних умов для ведення бізнесу, що в свою чергу призведе до широкого залучення іноземних інвесторів.

Промислові підприємства України мають наступні джерела фінансування інноваційної діяльності (табл. 2).

Таблиця 2

Джерела фінансування інноваційної діяльності

	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
млн.грн.					
2007	10850,9	7999,6	144,8	321,8	2384,7
2008	11994,2	7264,0	336,9	115,4	4277,9
2009	7949,9	5169,4	127,0	1512,9	1140,6
2010	8045,5	4775,2	87,0	2411,4	771,9
2011	14333,9	7585,6	149,2	56,9	6542,2
2012	11480,6	7335,9	224,3	994,8	2925,6
2013	9562,6	6973,4	24,7	1253,2	1311,3

Джерело: розроблено авторами на основі [8]

Впровадження інновацій на промислових підприємствах являє собою проведення інноваційної діяльності. У свою чергу інноваційна діяльність передбачає організацію циклу «наукові дослідження – розробка експериментальних зразків – масове виробництво – збут». Вона є частиною НТП і інноваційної та інвестиційної політики держави і здійснюється, в основному, на рівні господарюючих суб'єктів [2, с.1027].

Існуючу проблему дефіциту фінансових надходжень у розвиток інноваційної діяльності промислових підприємств можна пояснити шляхом аналізу складових, які формують організаційно-економічний механізм їхньої інноваційної привабливості. Складові інноваційної привабливості підприємства поділяються на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх чинників, що стимулюють інноваційну діяльність належать:

- законодавча база, яка може сприяти розвитку підприємства шляхом зниження податкового тиску, удосконалення процедури інвестиційних проектів;
- доступне довгострокове банківське кредитування;
- розвиненість спеціалізованої інноваційної інфраструктури, тобто наявність системи технополісів, технопарків та інших інноваційних структур, які являють собою форму державної підтримки інноваційних процесів;
- можливість комерціалізації науково-технічних розробок та винаходів відповідно до умов ринкової кон'юнктури;
- законодавчо визначений механізм розподілу результатів інтелектуальної праці між винахідником, юридичною особою, в якій він працює, та державою.

Аналізуючи зовнішні чинники стимулювання інноваційної діяльності, варто зазначити, що лише державна інноваційна політика має стати рушійною силою підйому вітчизняних промислових підприємств та підвищення якості їх продукції до загальносвітових стандартів з метою створення стабільної конкурентоспроможної економіки.

До внутрішніх чинників інноваційної привабливості промислових підприємств належать: майновий стан, ліквідність, фінансова стійкість, ділова активність, рентабельність, ринкова активність [10, с.95].

В Україні інноваційна інфраструктура є недостатньо розвинутою, оскільки вона не охоплює всіх ланок інноваційного процесу. Для забезпечення сталого інноваційного розвитку держава повинна діяти за двома основними напрямками: надавати достатній обсяг коштів з державного бюджету та створити ефективну систему податкових пільг. На сьогоднішній день ринкові процеси мають здійснюватися переважно через інноваційні технологічні зміни, тому що нагромаджений капітал не знайде позитивної економічної мотивації в старій технологічній структурі і мусить втілитися у науково-технічні інновації, у новітні виробництва, створити нові галузі, які здатні змінити структуру ринкової економіки. Одним з найважливіших показників, що характеризують інноваційну сферу країни, є частка інноваційно активних підприємств, тобто питома вага підприємств, що активно проводять інноваційну діяльність (табл. 1) [11, с.61].

Аналізуючи наведені статистичні дані, стає зрозуміло, що головним джерелом фінансування для промислових підприємств є їх власні кошти. Надходження коштів з державного бюджету є дуже малим та нестійким, при чому простежується тенденція до його суттєвого скорочення. Кошти від іноземних інвесторів надходять нестабільно та в недостатньому обсязі, тобто відчувається дефіцит інвестиційних надходжень. Наведені показники свідчать про недостатність фінансової підтримки розвитку інновацій з боку держави та вказують на негативну тенденцію гальмування інноваційних процесів в Україні, що зменшує її економічний потенціал та збільшує конкурентні переваги інших країн [11, с.63].

Виходячи з цього, можна відмітити, що підвищення інноваційної активності та інноваційної діяльності промислових підприємств залежить від провадження ефективної інноваційної політики в державі, покращення інвестиційного клімату, створення законодавчої бази, яка сприяла б розвитку бізнесу та захищала інтелектуальну та приватну власність, а також від надання довгострокових банківських кредитів та податкових пільг промисловим підприємствам.

Висновки. Інноваційна політика держави є важливою рушійною силою впровадження інновацій на промислових підприємствах. Дана політика безпосередньо впливає на інноваційну активність та інноваційну діяльність підприємств. В Україні спостерігається відсутність необхідної інноваційної інфраструктури, нестача державного фінансування та значний брак іноземних інвестицій, тобто державна інноваційна політика є неефективною. Основними шляхами підвищення її ефективності є такі заходи, як: покращення законодавчої бази, довгострокове банківське кредитування, створення інноваційної інфраструктури та надання пільг для її розвитку, а також залучення інвесторів шляхом покращення інвестиційного клімату та умов ведення бізнесу в державі. Запропоновані заходи стимулюватимуть промислові підприємства до широкого впровадження інновацій та забезпечать стабільний розвиток економіки України в цілому.

Література

1. Офіційний веб-портал Верховної Ради України. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 №40-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Купавых Е.В. Государственное стимулирование инновационной деятельности предприятий / Е.В. Купавых // Донбасс–2020: наука и техника – производству. – 2002. – №10. – С. 1027–1032 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zavantag.com/tw_files/17268/d-17267716/7z-docs/216.pdf
3. Ніколайчук М.В. Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку промислових підприємств / М.В. Ніколайчук, І. Ю. Спіфанова // Вісник хмельницького національного університету. – 2010. – №6. – С. 16–19 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_6_3/016-019.pdf
4. Єрмошенко М.М., Ганущак–Єфіменко Л.М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств: Монографія. – К.: Національна академія управління, 2010. – 236 с.

5. Мірошниченко О. Інноваційна активність промислових підприємств України: стан і тенденції / О. Мірошниченко // ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2013. – №10 (151). – С. 73–78 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/articles/2013/151/020.pdf>

6. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: Навч. посібник. – К.: Каравела, 2008. – 432 с.

7. Кузьмін О.Є. Діагностика потенціалу підприємства / Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – №1. – С. 155–166.

8. Офіційний сайт Державної служби статистики України – Наукова та науково-технічна діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html

9. Сидорчук І.П. Оцінка сучасного стану інноваційного розвитку промислових підприємств України / І.П. Сидорчук // Наукові записки Національного університету «Острозька академія» серія «Економіка» – 2013. – №23 – С. 228–232 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecj.oa.edu.ua/articles/2013/n23/44.pdf>

10. Приказка С.І. Організаційно-економічні складові стимулювання інноваційної привабливості промислових підприємств в сучасних умовах / С.І. Приказка // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №1 (139). – С. 93–97 – ISSN 1993–6788

11. Гаврилова О.А. Сучасний стан та проблеми розвитку інноваційної активності промислових підприємств України / О.А. Гаврилова, М.В. Фріцберг, В.І. Черденченко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. – №2. – С. 60–65 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/060.pdf>

УДК 338.27

Чупріна М.О.

ст. викладач, к.е.н.;

Шеховцова І.А.

ст. викладач

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЗАХИСТУ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Для управління ефективністю роботи підприємства все частіше використовується новітні системи, які пов'язують стратегію розвитку підприємства з набором відповідних індикаторів, розроблених індивідуально для кожного рівня управління. Збалансована Система Показників забезпечує інтеграцію фінансових та не фінансових чинників з урахуванням причинно-слідчих зв'язків між результуючими показниками та факторами, під впливом яких вони формуються. Це дозволяє здійснювати деталізований моніторинг діяльності підприємства в стратегічному ракурсі, збільшувати оперативність та ефективність управлінських рішень, контролювати найбільш важливі фінансові та не фінансові показники діяльності, які є цільовими для підприємства, і ступінь досягнень яких визначає рух згідно стратегії.

Ключові слова: безпека інформації, управління, ефективність, інтегральні показники.

For the management of work of enterprise efficiency is all more often used the newest systems that bind strategy of development of enterprise to the set of the corresponding indicators worked out individually for every level of management. The balanced System of Indexes provides integration of financial and not financial factors taking into account causally-inquisitional connections between resulting indexes and factors underact of that they are formed.

It allows to carry out the gone into detail monitoring of activity of enterprise in the strategic foreshortening, to increase an operation ability and efficiency of administrative decisions, control financial and not financial performance indicators that are having a special purpose for an enterprise, and the degree of achievements of that determines motion in obedience to strategy are most essential.

Keywords: information security, governance, efficiency, integral indicators.

Вступ. Система управління підприємством функціонує на інформаційній базі і відповідає про стан об'єктів відповідно до поставленої мети. Управління здійснюється шляхом управлінських дій з урахуванням зворотного зв'язку і зовнішнього середовища, ринкової ситуації та відповідних органів управління. Призначення керуючої системи – формування таких дій на керувану систему, які спонукають прийняти її потрібний стан. На кожній зі стадій управління використовується конкретна вхідна інформація й одночасно формується результатна вихідна інформація, що є вхідною на інших стадіях управління.

Стадії управління повторюються, утворюючи замкнутий контур. Широкий доступ користувачів до інформації на всіх стадіях управління можливий завдяки сучасним інформаційним технологіям і системам, які забезпечують прямий і зворотний обмін інформацією.

Нині для управління ефективністю роботи підприємства все частіше використовується збалансована система показників BSC (Balanced Scorecard), що пов'язує стратегію розвитку компанії з набором відповідних індикаторів, розроблених індивідуально для кожного рівня управління.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз існуючих проблем ефективності та захисту інформації на підприємствах.

Результати дослідження. Збалансована система показників (ЗСП) розглядається як механізм послідовного доведення до персоналу стратегічних цілей підприємства, контроль їх досягнення завдяки ключовим показникам ефективності (КПБ). КПБ є, по суті, вимірниками досяжності цілей, а також характеристиками ефективності бізнес-процесів і роботи кожного окремого співробітника. У цьому контексті ЗСП є інструментом не тільки стратегічного, але й оперативного управління.

Перевага ЗСП полягає в тому, що підприємство, яке запроваджує цю систему, одержує в результаті систему координат дій відповідно до стратегії

на будь-яких рівнях управління. Всі ресурси, а також співробітники компанії, завдяки системі мотивації, тісно пов'язаною з КПБ, орієнтовані стратегією компанії і спрямовані на її досягнення у повсякденній роботі.

Для визначення кількісних характеристик індикаторів можна використовувати ключові показники ефективності KPI (Key Performance Indicator), які враховують складові фінансів, маркетингу, навчання і зростання, внутрішніх бізнес-процесів. Системи BSC побудовані за принципом обробки результатів транзакцій, зафіксованих у системах управління ресурсами підприємства, що визначаються відносинами з постачальниками і клієнтами [1, с. 96].

Ці системи обробляють інтегральні показники стану об'єктів за певні звітні періоди. Для реалізації системи оцінок ефективності на рівні управління промисловим виробництвом може слугувати концепція управління ефективністю виробництва у режимі реального часу – RtPM (Real-time Performance Management), що представлена консалтинговою компанією ARC. Ця концепція пояснює, як забезпечити керівників і технічних фахівців достовірною та якісною інформацією для прийняття своєчасних і адекватних управлінських рішень у сфері виробництва.

Термін «безпека» використовується в розумінні мінімізації вразливості активів і ресурсів. Актив – це те, що має якийсь значення (вартість), вразливість – це певна слабкість, яка може бути використана, щоб порушити систему або інформацію, що є в системі. **Безпека ІС** розглядається як захищеність системи від випадкового або навмисного втручання в нормальний процес її функціонування, від спроб розкрадання інформації, модифікації або руйнування її компонент. Загроза безпеці інформації це потенційне порушення системи, це подія або дія, яка може призвести до спотворення, несанкціонованого використання або руйнування інформаційних ресурсів системи, а також програмних і апаратних засобів. Загрози класифікуються на випадкові і навмисні, які можуть бути активні і пасивні [2, с.107].

Захисту вимагають інформація і дані, комунікаційні послуги і послуги з обробки та передачі даних, обладнання і засоби.

Методи і засоби забезпечення безпеки інформації:

- а) фізичне – перешкода доступу до інформації (апаратури, відвідувачів);
- б) управління доступом інформації – ідентифікація користувача; авторизація (перевірка повноважень); реєстрація звернення до захищених ресурсів; реагування системи при спробах несанкціонованих дій;
- в) механізм шифрування;
- г) регламентація, тобто створення таких умов автоматизації, обробки, зберігання і передачі інформації, при яких захист виконується найбільшою мірою;
- д) примушення – метод захисту, при якому користувач і персонал ІС вимушені дотримуватися правил обробки і передачі інформації під загрозою відповідальності;
- е) морально-етичні засоби захисту інформації, що включають норми поведінки, які складаються в компанії у процесі розвитку ІС.

В ІС використовують різні технології обробки інформації на таких рівнях: [3, с.87]

На стратегічному рівні:

Стратегія дії та планування;

Планування бізнес-процесів;

Інтегроване автоматизоване виробництво;

Гнучкі виробничі системи;

Довгострокові плани.

На тактичному рівні:

Управління устаткуванням ;

Планування матеріальних ресурсів (MRP) ;

Планування ресурсів підприємства (ERP) ;

Планування ресурсів, синхронізоване зі споживачем (CSRPT) ;

Управління проектами (PM) ;

Вибір постачальників ;

Управління якістю (QM) ;

Автоматизоване виробництво (CAD/CAM/CAE) ;

Короткострокові прогнози ;

На оперативному рівні:

Управління запасами і матеріалами ;

Аналіз вартості ;

Контроль якості ;

Короткострокове планування робіт.

Зазначимо, що внутрішніми інтерфейсами є проектування та інжиніринг/реінжиніринг, маркетинг, фінанси, управління персоналом, а зовнішніми інтерфейсами вважаємо виробничі стандарти, стандарти часу, контролю якості, програми безпеки, покупців та постачальників.

Організаційна структура підприємства регламентує схему інформаційних потоків системи управління і відповідні рівні прийняття рішень [4, с.97].

В ІС на рівні підприємства функціонує сукупність усіх застосувань для всіх структурних підрозділів. Тут підтримуються традиційні функціональні сфери підприємства.

Інтегроване автоматизоване виробництво (ІАВ) – це концепція реалізації інтеграції різних ІС на підприємстві. ІАВ забезпечує: об'єднання виробничих технологій; автоматизацію виробничих бізнес-процесів; виробниче планування й управління ресурсами, інтеграцію та координацію всіх аспектів проектування, конструювання, планування, виробництва. Постійний реінжиніринг бізнес-процесів, який потребує реструктуризації функціональних зв'язків та ієрархічних взаємодій може бути забезпечений таким інтегрованим автоматизованим виробництвом. Інтеграція бізнес-процесів між департаментами, партнерами підприємства вимагає від платформ ІС інтеоперабельності, відкритості, масштабованості.

На рис. 1 представлено схему виробничого циклу в інтегрованому автоматизованому виробництві.

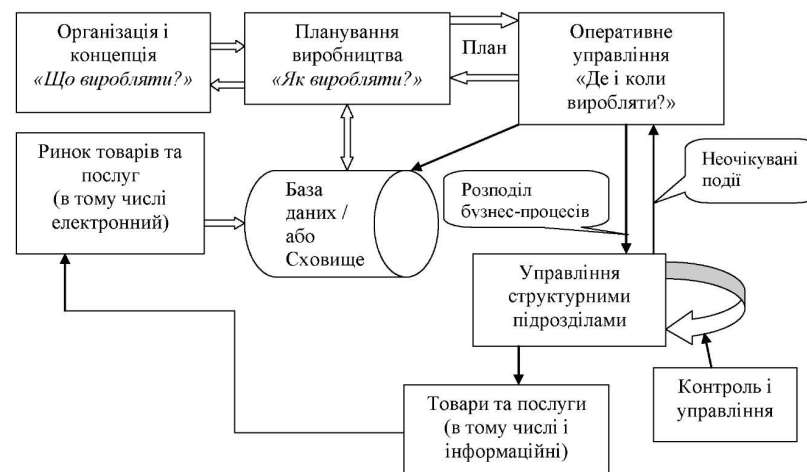


Рис. 1 Схема виробничого циклу в інтегрованому автоматизованому виробництві

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

Висновки. Таким чином, збалансована система показників забезпечує інтеграцію фінансових та не фінансових чинників з урахуванням причинно-слідчих зв'язків між резульгуючими показниками та факторами, під впливом яких вони формуються. Це дозволяє здійснювати деталізований моніторинг діяльності підприємства в стратегічному ракурсі, збільшувати оперативність та ефективність управлінських рішень, контролювати найбільш важливі фінансові та не фінансові показники діяльності, які є цільовими для підприємства, і ступінь досягнень яких визначає рух згідно стратегії. Значення показників відображають як ефективність діяльності в цілому, так і бізнес-процесів, що розглядаються окремо, структурних підрозділів і кадрових ресурсів. Як результат, збалансована система показників представляє собою не тільки систему виміру ефективності діяльності компанії в стратегічному ракурсі, але і повнофункціональну систему управління підприємством.

Отже, традиційні концепції оцінки ефективності діяльності компанії засновані на вимірах та моніторингу виключно фінансових показників, які несуть в собі інформацію про минулі події і не відображають можливостей довгострокових інвестицій та стану відношень зі споживачами. ЗСП підтримує виміри фінансових показників, передбачає управління не фінансовими показниками, які відображають рух компанії до створення її майбутньої вартості через інвестиції в персонал, оптимізацію бізнес-процесів і технології, взаємовідносини з клієнтами та постачальниками. Такий більш

широкий погляд на управління забезпечує об'єктивну картину стану підприємства, аналіз можливостей внутрішнього та зовнішнього розвитку, а також конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Література

1. Лізунов П. П., Івлева Н. П., Васильєва Г.А. Інформаційні системи в менеджменті: навч. посіб./ П. П. Лізунов, Н. П. Івлева, Г. А. Васильєва. – К.: КНУБА, 2010. – 128 с.
2. Молдовян А.А., Молдовян Н.А., Рад Б.Я. Криптографія./ А.А. Молдовян, Н.А.Молдовян, Б.Я. Рад. – СПб.: Видавництво «Лань», 2001. – 224с.
3. Клоков И.В. Эффективное делопроизводство на ПК. / И.В. Клоков. – СПб.: Питер, 2006. – 240 с.
4. Довгань Л.С. Праця керівника, або практичний менеджмент. навч. посібник. / Л.С. Довгань.– К.: «ЕксОб», 2002. – 384 с.
5. Інформаційні системи і технології на підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/27158-problemi-zahistunformats-na-pdprimstvah.html>

УДК 330.341

Шкурат В.О.
студент ФММ;
Гук О.В.
к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

У статті представлено дефініції поняття «інноваційний розвиток підприємства». Визначено головні проблеми інноваційного розвитку підприємств. Встановлено, що інноваційний розвиток підприємств має призвести до економічного зростання держави.

Ключові слова: процес інноваційного розвитку, розвиток інноваційних підприємств, інновації на підприємствах.

The article presents the definition of the concept of «innovation development of enterprises». Key problems of innovation development of enterprises. Established that the development of innovative enterprises should result in economic growth of the country.

Keywords: processes of innovation development, development of innovative enterprises, innovations in enterprises.

Вступ. У сучасній діяльності кожного українського підприємства постає питання інноваційного розвитку. Результатом використання підприємствами саме такого типу розвитку є висока конкурентоздатність та ста-

лий розвиток. Проте за останні роки спостерігається негативна тенденція: призупинення та зменшення кількості інноваційних процесів. Різниця між реальним станом інноваційних процесів зумовлює необхідність розроблення методів та заходів удосконалення інноваційної діяльності в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових праць з окресленої проблематики показав, що велика кількість вчених приділяє значну увагу питанням забезпечення інноваційного розвитку підприємства, серед яких можна виділити: В. Геєця, В. Гриньову, Н. Краснокутську, І. Макаренку, Ю. Шипуліну, І. Федулову. Вагомий вклад у дослідження питань впровадження інноваційних проектів зробили такі науковці: С. Бушуєв, І. Каленюк, Ю. Погорелов, Г. Тарасюк. У своїх наукових працях вони окреслили питання інноваційного розвитку діяльності підприємств.

Незважаючи на значний доробок, залишаються актуальними питання управління інноваційним розвитком підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є визначення поняття «інноваційний розвиток підприємства» та окреслення проблем інноваційного розвитку підприємств.

Результати дослідження. Економіка України переживає несприятливі часи. Тому для вітчизняних підприємств важливим питанням постає виживання та подальший розвиток. Перед організаціями стоїть завдання інноваційного розвитку, що у свою чергу зумовить економічний розвиток держави. Остання, у свою чергу, має приймати певні заходи – створити умови для впровадження ефективної стратегії інноваційного розвитку, що призведе до розробки та впровадження нових технологій на підприємствах.

Інноваційний розвиток насамперед здійснюється за рахунок вкладення коштів у наукоємні галузі та високі технології. Розвиток цих галузей та технологій залежить від таких показників: ВВП, обсяг виробництва, організаційно-виробничий потенціал тощо. Тому головну роль в інноваційному розвитку підприємства займає держава [2].

Інноваційний розвиток підприємства тісно пов'язаний з поняттям інновації. Уперше поняття «інновація» було визначено І. Шумпетером, що означало «впровадження наукового відкриття у новому продукті». У нашому розумінні інновації – це наукові засоби, що втілюються у нововведеннях [4].

Існує значна кількість наукових праць дослідників, які розглядали поняття інноваційного розвитку підприємства. Проаналізуємо деякі визначення вчених СНД у таблиці 1.

Підприємства часто зіштовхуються з проблемами, які не дозволяють їм вільно розвиватися. Зокрема можна виділити такі основні проблеми.

1) Невідповідність сучасного законодавства, що регулює ведення інноваційної діяльності на підприємствах, реальним потребам та вимогам цих підприємств. Результатом є суперечки між суб'єктами інноваційного розвитку: державою, підприємствами та науковцями. Закони розроблюються, але не втілюються в реальне життя. Початковим етапом у вдосконаленні

цього питання є перегляд нормативно-правової бази та законів, що регулюють фінансування інноваційної діяльності [3].

Таблиця 1

Визначення поняття «інноваційний розвиток підприємства»

Автор	Визначення
Бармашов К.С.	Невід’ємна частина його основної діяльності, оскільки сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому [1].
Борисова І.С.	Створення на фондовому ринку привабливості з точки зору дохідності інвестиційного ризику, тобто підвищення вартості бізнесу шляхом управління інноваціями [2].
Ілляшенко С.М.	Процес господарювання, що спирається на безупинний пошук і використання нових способів і сфері реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища в рамках обраної місії та прийнятної мотивації діяльності і пов’язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту [3].
Касс М.С.	Закономірно і послідовно здійснюваний процес конкретних заходів щодо проведення наукових досліджень і розробок, створення нововведень і освоєнню їх у виробництві з метою отримання нової або поліпшеної продукції, нової або вдосконаленої технології виробництва [4].
Підкамінний І.М.	Шлях, який базується на поглибленні поєднання цілей підприємства, його підсистем, цілей кожної особистості, яка працює в колективі, вдосконаленні її діяльності, бізнес-процесів для досягнення загальних стратегічних цілей [5].

2) Нестача коштів для фінансування науково-технічної та інноваційної діяльності підприємств є однією з найважливіших проблем інноваційного розвитку. Висока вартість впровадження нових технологій, процесів не дозволяє підприємствам вільно розвиватися та освоювати нововведення. Державне фінансування зменшується з кожним роком, тому власники повинні самі вкладати кошти та втілювати нові технології. Більшість організацій не мають власних коштів на фінансування інноваційних проектів, а зовнішнє залучення коштів відбувається рідко, адже інноваційна діяльність дуже ризикова і кредитор не завжди може бути впевнений у ефективності реалізації інноваційного проекту. Тому для підприємств питання інноваційного розвитку відходить на другий план, а метою діяльності стає завдання отримати хоча б нульовий прибуток [5].

3) Через знос або відсутність обладнання українські підприємства не мають змогу проводити та впроваджувати наукові розробки. Технології багатьох промислових підприємств характеризуються високими витратами ресурсів

та енергоємністю, що пришвидшує знос виробничого апарату. Тому складається ситуація, за якої неефективним є вкладання коштів у наукові розробки.

4) Невизначеність зі стратегією інноваційного розвитку держави. У державі відсутні цілі здійснення інноваційної діяльності, не чітко сформульовані пріоритетні галузі інноваційного розвитку. Велика увага в країні приділяється менш важливим сферам економіки [1].

5) Суспільство опирається змінам, тобто інноваційним процесам. Більшість людей спочатку не сприймають щось нове і навіть бояться відійти від того, до чого звикали роками. Найбільше цей страх постає перед суспільством у перехідні періоди, тоді інновації сприймаються як загроза існуючому. Інвестору, який вкладає кошти в певну технологію теж властивий опір інноваціям. Поява нової ефективнішої технології може стати загрозою для існуючої. В цей момент інвестори намагаються якнайдовше затримати стару технологію для того, щоб їх попередні вкладення окупилися [3].

6) Для управління інноваційною діяльністю необхідні кваліфіковані кадри. Кадрова обмеженість спостерігається на всіх рівнях управління не тільки деяких підприємств, а й держави в цілому.

7) Складність проведення маркетингових досліджень інноваційних продуктів. Попит на інноваційну продукцію дуже важко оцінити навіть на короткостроковий період. Все це є результатом нестабільного економічного становища країни.

8) На підприємствах часто не дооцінюються людські ресурси. З досвіду зарубіжних країн відомо про використання систем та програм розвитку інтелектуального людського потенціалу, але ця практика не використовується в Україні.

До менш важливих проблем можна віднести: неефективність організаційних структур підприємств, що займаються науковою, дослідницькою, технічною та інноваційною діяльністю; наука та бізнес дедалі більше відокремлюються: наукові дослідження не втілюються в корпоративних структурах, таким чином наукові інститути та організації залишаються позбавленими джерел фінансування; кількість спеціалістів в інноваційній сфері незначна [4].

Висновки. Отримані результати дослідження дозволили уточнити сутність «інноваційного розвитку підприємства». Джерелом інноваційного розвитку підприємства є інновації, що створюють умови для подальшого розвитку підприємства та здобуття конкурентних переваг шляхом впровадження в діяльність організації нових ідей, підходів, процесів, технологій або створення якісно нового продукту.

Установлено, що основними проблемами для інноваційного розвитку підприємств України є недостатність фінансування інноваційної діяльності, застаріле та зношене обладнання для розробки та впровадження нововведень, відсутність стратегії інноваційного розвитку держави, суспільний опір інноваціям в умовах нестабільного економічного становища держави.

Література

1. Бармашов К.С. Инновационное развитие промышленного предприятия – основа повышения эффективности его деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vfmgiu.ru
2. Борисова И.С. Основы инновационного развития предприятий / И.С. Борисова // Известия ПГПУ им. В.Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 225–229.
3. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : навч. посібник для студ. вузів / С.М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 278 с.
4. Касс М.Е. Формирование стратегии инновационного развития предприятия на основе управления нематериальными активами [Текст]: монография / М.Е. Касс; Нижегород. гос. архитектур.–строит. ун–т – Н.Новгород: ННГАСУ, 2011. – 159 с.
5. Підкамінний І.М. Системні фактори впливу на інноваційний розвиток підприємства [Електронний ресурс] / І.М. Підкамінний, В.С. Ціпурида // Ефективна економіка. – 2011. – № 3. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=480>.

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

УДК 339.137.2

Артеменко Л.П.
к.е.н., доцент;
Агаєва А.Н.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ»

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

В статье проанализировано современное состояние и тенденции развития молокоперерабатывающей отрасли Украины. Рассмотрены проблемы функционирования молоко продуктовых предприятий на внутреннем и внешних рынках, также раскрываются проблемы обеспечения конкурентоспособности молочной продукции. В соответствии с этим разработан ряд рекомендаций по повышению уровня конкурентоспособности украинских молокопродуктов на внешних рынках, укрепление рыночных позиций и увеличение доли на мировом рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность, молокоперерабатывающая отрасль, экспортные возможности, внешний рынок, молоко продуктовые предприятия.

The article analyzes the current state and development trends of the dairy industry in Ukraine. The problems of the functioning of the milk product companies in the domestic and foreign markets, also reveals problems of competitiveness of dairy products. Accordingly, a number of recommendations to improve the competitiveness of Ukrainian dairy products in foreign markets, strengthening market position and increase its share of the global market.

Keywords: competitiveness, dairy industry, export opportunities, foreign market, dairy production enterprises.

Вступлення. В умовах усиленних інтеграційних процесів, необхідно підвищення рівня конкурентоспособності виробництва і продукції, нарощування експортного потенціала і покращення результативних показателів діяльності суб'єктів агропромислового виробництва

[1]. Молокоперерабатывающая отрасль традиционно является одной из важнейших сфер агропромышленного производства, степень развития, которой играет важную роль, как для продовольственной безопасности Украины, так и для её экономики. Таким образом, исследование конкурентоспособности молокоперерабатывающей отрасли Украины приобретает большую актуальность для развития национальной экономики страны.

Конкурентоспособность предприятия исследовалась многими учеными, начиная с работ А. Смита, Д. Рикардо, Дж. С. Милля, К. Маркса, Дж. Кейнса, Й. Шумпетера, и заканчивая трудами их последователей отечественных и зарубежных ученых А.Е. Воронкова, М. Портер, В. Стивенсон, Р.А. атхутдинов.

Постановка задачи. Цель научной статьи – разработка мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности молокоперерабатывающей отрасли Украины на внешних рынках.

Теоретико-методологическую основу работы составляют труды ведущих зарубежных и отечественных ученых. При проведении данного исследования были использованы следующие методы: обобщение, сравнения, системного подхода, анализа и синтеза, инструменты пакета Microsoft Office.

Результаты исследования. Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия бороться за рынок (увеличивать, уменьшать, либо сохранять занимаемую долю рынка в зависимости от стратегии предприятия) [1]. Это достигается на основе внедрения инновационной техники и технологии (дающей экологические, социальные и экономические эффекты), максимально эффективного использования резервов предприятия, достижения высокого уровня инвестиционной привлекательности, что в совокупности обеспечивает выпуск конкурентоспособной продукции. Производство молока и молочных продуктов имеет свои специфические хозяйственные и организационные особенности: короткий срок хранения продукции в сыром виде; наличие широкого ассортимента продуктов переработки; потребность в кооперации и интеграции, обусловленная особенностями переработки молока [2].

Факторы, которые влияют на формирование рынка молока и молочной продукции, можно разделить на две группы:

1) факторы внутренней среды: количество поголовья коров, среднесуточный удой молока, технологии, персонал, производственная и организационная структура предприятия, технологии, учет и регулирование производственных процессов, уровень квалификации персонала, качество менеджмента, оборудование, развитость сбытовой (дилерской) сети [4];

2) факторы внешней среды: политика государства (фискальная, кредитно-денежная, аграрная, внешнеэкономическая и др.); состояние экономики; развитие конкуренции.

Сегодня рынок молока и молокопродуктов Украины характеризуется значительным сокращением поголовья коров в хозяйствах всех катего-

рий, уменьшением объемов производства молока, ростом цен на продукцию, уменьшением уровня платежеспособного спроса и, соответственно, количества потребления молокопродуктов.

Вызывает сильную обеспокоенность активное вырезание скота (сравнение поголовья по первому месяцу 2014 и 2015 гг. говорит само за себя: 2431,5 тыс. голов и 2275,8 соответственно) [2].

Внутренний рынок молокопродуктов представлен большим количеством компаний, которые ведут конкурентную борьбу за лидерские позиции. Анализируя современную рыночную ситуацию можно отметить, что высокий уровень конкуренции наблюдается в таких сферах как ценовая стратегия, маркетинг, работа с клиентами и дизайн продукции.

Согласно статистическим данным, 75% общего производства молочной продукции připадает на долю 20 крупнейших компаний [3]. Анализ производства молочной продукции по его отдельным видам свидетельствует о значительном сокращении объемов производства в 2014 г. по сравнению с аналогичными показателями в 2013 г. [2]. Рост наблюдается только по категории «молоко обработанное жидкое» и составляет 8,6%.

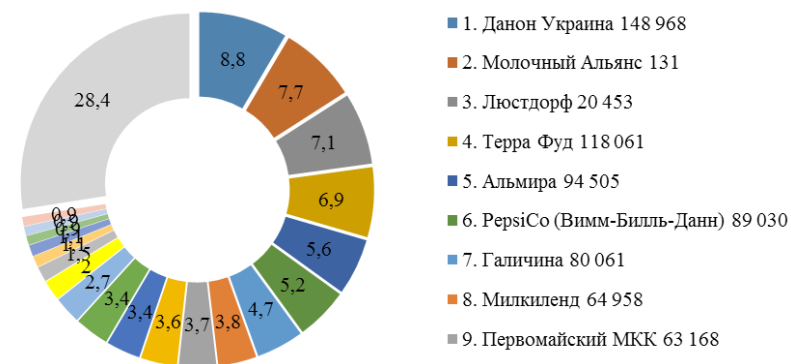


Рис. 1. Топ 20 украинских производителей молочной продукции 2014 г.

Источник: [3]

Наибольший спад наблюдается в производстве жирных сыров -23%. [3] По этим данным можно сделать вывод, что в течение указанного периода экспорт сыров из Украины уменьшился (на 26%) до 59 тыс. т., в основном, за счет РФ. [3] Но, в связи с повышением цены стоимость экспортируемого сыра снизилась лишь на 15%.

Следует отметить, что в 2013 г. по сравнению с предыдущим 2012 г., стоимость экспортируемого сыра, при уменьшении его количества на 13%, не

только не снизилась, но и выросла на 1% – до 362,3 млн. долл. США. Общая стоимость экспортируемых молочных продуктов выросла на 4 % и составила в 2013 г. 515 млн. дол. [3].

Таблица 1

Производство молочной продукции в 2010-2014 гг., тыс. т

Виды молочной продукции	Года				
	2010	2011	2012	2013	2014
Молоко обработанное жидкое	801	770	822,3	871,2	946
Молоко сливочное	84,8	75	92,3	97,8	92,8
Спреды и смеси жировые	80,8	72	79,7	81,4	53,1
Сыр свежий	92,9	85	87,2	88,1	82,8
Сыры жирные	249	228	224	215	164
Кисломолочные продукты	534	492	497	472	432

Источник: [3]

Для развития украинской молокоперерабатывающей отрасли необходимо разрабатывать надежную законодательную базу, применять лучший производственный и управленческий мировой опыт. Украинская молочная продукция имеет перспективы не только на европейских, но и на мировых рынках. Кроме активной работы по сертификации по европейским стандартам, нужно активно работать и с другими регионами мира. Дипломатическими усилиями согласовывать требования и сертификаты для открытия новых рынков.

Таблица 2

Объем экспорта молочных продуктов в 2012 и 2013 гг., тыс. т

Код	Наименование товара/года	2012	2013	Темп прироста, %
401	Молоко и сливки, не сгущенные	16,3	7,6	47%
402	Молоко и сливки, сгущенные	33,2	30,3	91%
403	Масленка, ферментированные или сквашенные молоко и сливки	4,6	3,3	71%
404	Молочная сыворотка	19,0	34,4	181%
405	Масло сливочное	1,2	3,9	331%
406	Сыры	79,3	59,0	74%

Источник: [3]

Критическим для украинской молокоперерабатывающей отрасли является преимущественное производство молока личными крестьянскими хозяйствами (ЛКХ). [2] Это обуславливает низкое качество молока, также молочное скотоводство в ЛКХ характеризуется низкой производительностью труда, несоблюдением санитарно-гигиенических условий при

содержании коров и тому подобное. Подобную ситуацию со структурой производителей молока имели Польша и Франция. С целью наращивания поголовья коров эти страны осуществляли стимулирования мелких товаропроизводителей путем доплат за каждую голову прироста. Сейчас минимальный размер ферм в Польше не менее 15 голов, во Франции – не менее 40 голов. [2]

Решить проблему повышения качества украинской молокоперерабатывающей отрасли и обеспечить наращивание объемов производства молока можно путем внедрения организационно-экономических стимулов: в сфере производства: активизация развития и наращивания объемов производства молочного сырья; технико-технологическое перевооружение аграрных предприятий на основе использования новейших биотехнологий, снижения электропотребления, повышения качества молочного сырья и повышения уровня конкурентоспособности на внутреннем рынке; в социальной сфере: повышение мотивации персонала, сохранение трудовых ресурсов и наращивание интеллектуального потенциала кадров, как сырьевой, так и промышленной сферы переработки молока; в институциональной сфере: совершенствование государственной политики защиты конкуренции на рынке молочного сырья и молочных продуктов, государственное стимулирование экспорта молочной продукции, внедрение и использование мировых стандартов, активное стимулирование наращивания поголовья коров, развитие инфраструктуры хранения, транспортировки и логистики движения молочного сырья и молокопродуктов.

Выводы. Обобщение результатов научного исследования позволило определить основные перспективы направления для повышения конкурентоспособности молокоперерабатывающей отрасли Украины: совершенствования стандартов качества молочного сырья и молочных продуктов с учетом требования мировых тенденций; постоянное обновление ассортиментного ряда продукции; применение рыночных стратегий продвижения товара на рынок; интенсификация использования объектов интеллектуальной стоимости и рост стоимости рыночного бренда молокоперерабатывающих предприятий; повышения уровня конкурентоспособности украинских молокопродуктов на внешних рынках, укрепление рыночных позиций и увеличение доли на мировом рынке.

Молокоперерабатывающей отрасли Украины необходимо решать многие задачи, основные из которых связаны с необходимостью: дальнейшего укрепления собственного производства продукции на основе динамичного развития аграрного комплекса в целях снабжения населения молочными продуктами, промышленности – сырьем в объемах, необходимых для экономического роста, увеличение экспорта при сокращении до рационального уровня импорта продовольственных товаров; оптимизация объемов производства и переработки молока; увеличение конкурентоспособности

продукции, что позволит значительно расширить экспортные возможности предприятий, повысит доверие к ним на международном рынке.

Научная новизна состоит в усовершенствовании комплексных исследований приоритетных направлений и перспектив дальнейшего эффективного функционирования молокоперерабатывающей отрасли Украины и выхода украинских производителей молокопродуктов на мировой рынок; определение основных перспективных направлений для повышения конкурентоспособности молокоперерабатывающих предприятий.

Литература

1. Ефименко А.Ф. Современные тенденции и развитие рынка молока и молочной продукции [Текст]: монография / А.Ф. Ефименко; «Техника и технология пищевых производств». – 2011. – №1.
2. Национальный агропортал Украины [Электронный ресурс]: – Режим доступа: Latifundist.com.
3. Статистическая информация [Электронный ресурс] / Государственный комитет статистики Украины. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия: учеб.пособие / Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с. – [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://window.edu.ru/>.
5. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов [Текст] / Е.М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс. – 2005. – 454 с.
6. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Эксмо. – 2005. – 544 с.
7. Пострелова А. В. Оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]: А. В. Пострелова, М. С. Маркин // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 398-402. – /Режим доступа: <http://www.moluch.ru/>

УДК 339.9

Барановська М.А.

студент ФММ;

Шеховцова І.А.

старший викладач

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗЕД В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В статті досліджені теоретичні аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства зовнішньоекономічної діяльності. Розкрито сутність основних факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємств зовнішньоекономічної діяльності. Наведено пропозиції щодо вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних виробників.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, конкурентоспроможність, інтелектуальні ресурси, інновації.

The article examined the theoretical aspects of improving the competitiveness of Foreign Trade. It is discovered the essence of the main factors affecting the competitiveness of Foreign Trade. It is offered proposals to improve the foreign trade of domestic producers.

Keywords: foreign trade, competitiveness, globalization, intellectual resources and innovations.

Вступ. Можливість країни зайняти належне місце в глобальній економіці залежить від можливостей її підприємств утримати гідне положення на світових ринках. Підвищення конкурентоспроможності підприємств зовнішньоекономічної діяльності, усіх учасників ринкових відносин – це суттєвий фактор підвищення ефективності господарської діяльності як на рівні окремих підприємницьких структур, так і в масштабах усієї країни. Ефективна зовнішньоекономічна діяльність сприяє відтворенню експортного потенціалу країни, підвищенню конкурентоспроможності українських товарів на світових ринках, формуванню раціональної структури експорту й імпорту, залученню іноземних інвестицій на взаємовигідних умовах, забезпеченню економічної безпеки України. При цьому необхідно враховувати тенденції світового розвитку й відповідно з ними проводити політику, спрямовану не тільки на зниження витрат на виробництво й реалізацію продукції, але також потрібно комплексно підвищувати ефективність і внутрішніх, і зовнішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники в сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби мають прагнути не просто стабільності діяльності та отримання прибутку, а динамічного стану за якого вони весь час якісно змінюються шляхом сприяння благоприємним змінам, або протидіяння негативним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних проблем конкурентоспроможності підприємств у ринкових умовах господарювання присвячені праці М. Портера, І. Ансоффа, А. Курно, Ф. Еджуорт, Дж. Робінсона, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Котлера, Д. Кемпбела, Дж. Стоунхауса, Б. Х'юстона, С.І. Савчука, Г.Л. Азоева, А.Ю. Юданова та ін. Визначенню ефективності зовнішньоекономічної діяльності приділяли увагу такі вітчизняні вчені, як А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко, О.І. Кириченко, Г.О. Філатова і зарубіжні, зокрема, російські науковці – І.О. Муравйова, Л.С. Стровський, В.В. Бокова, О.В. Буреніна, С.М. Попова, Ю.О. Огородніков та ін. Але в даних роботах не конкретизовано впливу залучених ресурсів на успішність функціонування зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Постановка завдання. Аналіз чинників, які сьогодні здійснюють основний вплив на ефективність будь-якого вітчизняного підприємства ЗЕД; розгляд проблем та умов покращення зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Результати дослідження. Забезпечення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку в XXI ст. набуло особливої значимості, оскільки глобалізація є визначальною рисою розвитку світової економіки, і все більше посилюється залежність економік країн від зовнішнього ринку. У наш час, вітчизняні та зарубіжні варіанти вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності слабо відображають зміни у світовій економіці, пов'язані із загостренням міжнародного суперництва, що ведеться в різних формах, різними методами й на різних рівнях економіки. Нові умови розширення конкуренції та обмеженості матеріально-фінансових ресурсів викликають необхідність якісних проривів у конкурентоспроможності й випередженні конкурентів.

Конкурентоспроможність фірм на міжнародному ринку залежить від багатьох чинників: економічних, інституційних, політичних, культурних, людських і освітніх. Ці фактори можна поділити на внутрішні й зовнішні. Згідно теорії конкуренції М. Портера, успіх у міжнародній конкуренції визначають не стільки власне фактори виробництва, скільки те, де й наскільки продуктивно вони застосовуються.

Тому серед внутрішніх факторів найважливішу роль відіграють такі фактори:

1. НІОКР: якість наукових досліджень, що проводяться; можливість інновацій у виробничому процесі; можливість розробки нових товарів; міра оволодіння існуючими технологіями.

2. Виробництво: низька собівартість продукції (досягнення економії на масштабах виробництва і т.д.); якість продукції (зниження кількості дефектів, зменшення потреб в ремонті); ефективне використання виробничих потужностей; вигідне розташування підприємства; доступ до кваліфікованої робочої сили; висока продуктивність праці.

3. Маркетинг: широка мережа оптових дистриб'юторів; високий рівень доступу (присутність в точках роздрібної торгівлі); наявність точок роздрібної торгівлі, що належать компанії; низькі витрати по реалізації; швидкість доставки; передпродажний і післяпродажний сервіс; широкий асортимент продукції.

4. Персонал: талановитість, цілеспрямованість та компетентність, бажання навчатися новому, приємні в спілкуванні, доброзичливі службовці.

5. Організація: рівень інформаційних систем; рівень якості управління компанією, тобто рівень підготовки менеджерів, уміння правильно вести ділові операції в умовах постійних змін на ринку і ноу-хау в області менеджменту.

6. Інше: сприятливий імідж; загальні низькі витрати; доступ на фінансові ринки; наявність патентів [2, с.55].

Групу зовнішніх факторів складають: макроекономічна стабільність і передбачуваність економічної політики; рівень новини економіки, тобто участь країни в міжнародних торгівлі та інвестуванні; ступінь відповідності державної політики вимогам конкуренції; ефективність функціонуван-

ня ринків капіталу й якість фінансових послуг; рівень розвитку новітньої інфраструктури в країні; розвиток науково-технологічного потенціалу та інше. Усі ці показники використовуються тільки як відносні. Таким чином, конкурентоспроможність фірм на світових ринках визначається не тільки їх конкурентною перевагою, але й усім комплексом факторів на всіх рівнях, що визначають переваги товарів країни на світовому ринку. Однак, визначення конкурентоспроможності на принципах тільки «позицій і переваг» є неприпустимим. У теорії конкурентних переваг М. Портера приділяється недостатньо уваги мікроекономіці підприємств, де створюються й конкурентні переваги, і можливості впливу на економіку галузей і країн [5, с.112].

Більшість науковців розглядають конкурентоспроможність через призму конкурентоспроможності продукції, і дуже мало дослідників включають у визначення конкурентоспроможності складову інтелектуальних ресурсів [2, с.25-27].

Такі автори, як Л. Едвінссон і М. Мелоун [7, с.135] в структурі інтелектуального капіталу виділяють: 1) людський капітал; 2) структурний капітал; 3) клієнтський капітал; 4) партнерський капітал.

Людський капітал – це сукупність індивідуальних можливостей і здібностей, знань і умінь, компетенцій і навичок, досвіду і кваліфікації отриманих в процесі утворення і практичної діяльності людей, що працюють у компанії [3].

Конкурентоспроможність підприємства представляє собою здатність ведення ефективної господарської діяльності в умовах зовнішнього середовища, яке змінюється, шляхом раціонального використання наявних ресурсів, серед яких одним із найпріоритетніших виступає робоча сила. На думку російських дослідників, «ключовим ресурсом підприємства є робоча сила. Від людей, від їх інтелекту, здібностей, кваліфікації, досвіду роботи та мотивації до праці залежить ефективність використання всіх видів ресурсів підприємства (матеріальних, організаційних, фінансових, інформаційних та ін.)» [4, с.25-27].

Як підкреслює М. Портер, «в економіці, що глобалізує, вагомими конкурентними перевагами все більш і більш визначаються місцевими елементами – знання, відносини, мотивація – чого не можуть отримати віддалені конкуренти» [6, с.242].

Структурний або організаційний капітал має відношення до організації в цілому. Включає в себе системи управління, технології, патенти, ліцензії, торгові марки, бази даних, електронні мережі й інші «організаційні можливості» відповідно до вимог ринку. Ще одним цінним капіталом виступає інформація, вагомість якої в формуванні конкурентоспроможності потенціалу підприємства збільшується в умовах конкурентного тиску, адже підприємство вже недостатньо виробляти продукцію, щоб задовольняти вимоги споживачів. Особливо уваги у такому разі потребує упорядкування інформації стосовно оцінки конкурентного ринку та розвиток комунікаційної діяльності. З Інтернетом пов'язана доступність знань та залучення до куль-

турних цінностей. У найбільшій мірі інформаційну економіку уособлюють інновації і знання. Інформаційна система оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства у все більшій мірі залежить від здатності менеджерів контролювати інформацію, маніпулювати нею, націлювати персонал на найбільш ефективне використання інформаційного потенціалу.

Відмінна риса нової економіки визначається створенням і використанням інформації та економіки знань, втілених у нематеріальних ресурсах, що мають бути перетворені в нематеріальні активи підприємства для здобуття конкурентних переваг в період інтенсивного інформаційно-технологічного розвитку суспільства [3, с.102].

Партнерський (клієнтський) капітал організації – це система стійких зв'язків і відносин з клієнтами та споживачами, що забезпечує можливість продуктивного спілкування і взаємодії з персоналом організації.

Споживчий капітал часто розуміється як «капітал відносин». Ділова репутація організації як частина споживчого капіталу складається з етичних і поведінкових норм і соціальної відповідальності. Одним із найбільш важливих аргументів на користь необхідності впровадження соціальної відповідальності у практику діяльності підприємства є те, що соціальна відповідальність традиційно визначається як активний чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства та, водночас, як ефективна стратегія зростання добробуту населення та досягнення збалансованого розвитку.

Якщо організація користується довірою, вона може продавати продукти за вищими цінами, збільшувати обсяги продажів, користуватися високою лояльністю клієнтів і співробітників, залучати для працевлаштування кращих фахівців. Символами ділової репутації часто виступають товарні знаки і бренди. Маркетингова стратегія – також частина споживчого капіталу організації: вибір цільових ринків, створення відмітних переваг, стимулювання лояльності споживачів, бази даних клієнтів та їх аналіз, call-центри для споживачів та ін. [1, с.151].

Необхідність підприємства пристосовуватися до нових умов конкуренції через підвищення конкурентоспроможності формує у менеджменту риси багатофункціональності, інтегрованого застосування психології бізнесу, маркетингу, стратегічного та фінансового менеджменту, технологічного та інноваційного менеджменту, управління персоналом.

Висновки. Оскільки динамічне економічне зростання країни дедалі більше залежить від сукупності “неречових” факторів (інтелектуальних, інформаційних, організаційних, управлінських), то ефективне управління працею, професійна підготовка, безперервний і сталий розвиток економічно активного населення, мотивація праці, гідна людини якість життя розглядаються як головна умова забезпечення цього зростання.

Особливого значення в період поширення інформаційно-телекомунікаційних технологій набуває нагромадження і ефективне використання інтелектуального капіталу. На думку американських менеджерів, інтелекту-

альний капітал має становити не менше 40% від усього людського капіталу підприємства, організації.

Тільки за таких умов останні можуть бути перспективними і конкурентоспроможними на ринку. Саме тому, узагальнюючи вищевикладене у статті, ми акцентуємо увагу на тому що, для підвищення конкурентоспроможності підприємства зовнішньоекономічної діяльності треба приділяти увагу ефективнішому використанню наявних ресурсів (серед яких пріоритетним є інтелектуальні), їх постійному інноваційному розвитку та комплексному вивченню інформації на ринку щодо можливості підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Визначення і оцінка факторів, які формують інтелектуальний потенціал організації [Електронний ресурс] / Е. А. Арсирій, В. Я. Погорецька, К. Е. Рябчук, А.А. Сасно. – Режим доступу до журн. http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Prom/2010_2/Arsiryi.pdf.
2. Красностанова Н. Е. Стратегічний аналіз і оцінка конкурентоспроможності промислового виробництва / Н. Е. Красностанова, П. С. Маковеев // Фінансова консультація. – 2001. – № 21 – 22. – С. 55-59.
3. Нові горизонти HR-менеджмента в економіці знань [Електронний ресурс] / А.А. Денисова]. – Режим доступу: <http://www.b-seminar.ru/article/show/185.htm>.
4. Підвищення конкурентоспроможності підприємства на основі удосконалення якості робочої сили [Електронний ресурс] / Е. А. Волкова, Е. В. Каліннікова. – Ульяновськ : УлГТУ. – 2010. – С. 229. – Режим доступу до журн. <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2010/Volkova.pdf>
5. Портер М. Конкуренція / М. Портер; пер. з англ. – М.: Видавництво Вільямс, 2001. – 495 с.
6. Портер М. Міжнародна конкуренція / М. Портер; пер. з англ. – М.: Міжнародні відносини, 1993. – 896 с.
7. Edvinsson L. Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. S. Malone. – New York: HarperCollins, 1997. – 225 p.

УДК 338.23

Біличенко І.Б.

аспірант

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ЗНИЖЕННЯ ЕНЕРГОЄМНОСТІ ВВП ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В даній науковій статті досліджено проблему високої енергоємності вітчизняного ВВП, визначено фактори, що впливають на зміну показника енергоефективності економіки та запропоновано шляхи підвищення енергоефективності вітчизняного виробництва.

Ключові слова: енергоемність ВВП, енергоефективність економіки, енергоресурси, стратегія, фактори.

In this research article it was defined the problem of high power consumption of domestic GDP, it was considered the factors influencing to the change of economic energy efficiency indicator and it was proposed the ways of the energy efficiency improving of domestic production.

Keywords: GDP energy, energy efficiency, energy strategy, factors.

Вступ. Показник енергоемності ВВП України, як фундаментальна характеристика національної економіки, є одним із найвищих серед країн Європи. Висока енергоемність вітчизняного ВВП визначається в свою чергу високою енергоемністю продукції, що виробляється в країні. Пошук шляхів зниження енергоемності виробництва продукції є пріоритетним завданням для вчених, що в кінцевому результаті дасть змогу вирішити навіть таку глобальну проблему для країни, як її енергозалежність, та підвищити енергобезпеку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню проблеми енергоемності ВВП, пошуку шляхів підвищення енергоефективності виробництва та економіки в цілому присвячено багато робіт вітчизняних науковців, серед яких: І. Діак [5], Б. Коробко, О. Пендзин [6], В. Самборський [4], А. Шидловський [2], Т. Яснюк [7] та інші.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження причин наявного високого рівня показника енергоемності ВВП, визначення факторів, що впливають на зміну показника енергоефективності економіки, надання рекомендацій щодо пошуку шляхів підвищення енергоефективності вітчизняного виробництва.

Результати дослідження. Згідно Енергетичної стратегії України на період до 2030 року, енергоемністю ВВП є питомі затрати первинної енергії на одиницю ВВП [1]. Крім того, професор НАН України А. Шидловський, зазначає, що енергоемність (теплоємність) ВВП – це затрати природних енергоресурсів на виробництво одиниці продукції, який вимірюється в грамах умовного палива на долар США. Вчений також зазначає, що чим нижчим є показник енергоемності, тим вищим є показник енергоефективності [2].

Основними причинами високої енергоемності ВВП, а, отже, й низької енергоефективності економіки України є:

- недосконала структура промислового виробництва, домінування енергоемних виробництв зі значною питомою вагою застарілих енерговитратних технологій;
- зношеність основних фондів промислових підприємств та житлово-комунального господарства;
- високі втрати енергоресурсів;
- низький рівень впровадження енергоефективних технологій та використання альтернативних джерел енергії, а також недостатні заходи зі стимулювання енергоефективності;

- надмірне регулювання ринку, що заважає нормальній роботі енергетичного ринку.

- недосконалість нормативно-правової та законодавчої бази щодо стимулювання впровадження інноваційних енергозберігаючих технологій [3].

Критична ситуація з високою енергоемністю ВВП об'єктивно обмежує конкурентоспроможність національного виробництва та обтяжує національну економіку, тим більше в умовах значної зовнішньої енергетичної залежності країни. Енергоемність ВВП України у 2,6 рази перевищує середній рівень аналогічного показника країн світу [1].

Згідно з Енергетичною стратегією України до 2030 року, енергоемність ВВП має знизитися до 0,41 кг у.п./дол. США (Рис. 1).

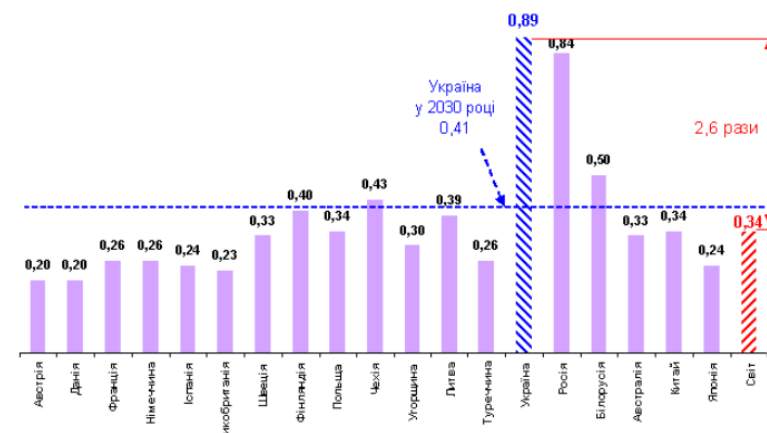


Рис. 1 Енергоемність ВВП країн світу, кг у. п./дол. США

Джерело: складено автором на основі [1]

Тобто за поданими прогнозами повинна зрости енергоефективність як регіональної, так і галузевої структури економіки. Науковці виділяють декілька груп факторів прямого і опосередкованого впливу, дія яких відображається на енергоемності виробленої продукції, зокрема: політико-економічні, технічні, структурні, фактори управління, фактори соціально-культурної сфери [4].

Політико-економічні фактори передбачають зацікавленість основних політико-економічних сил, суб'єктів господарювання, населення, органів державної влади в енергоефективності. Основними інструментами впливу є пільги та дотації, що надаються підприємствам-споживачам електроенергії. Такі заходи мають надаватися підприємствам для стимулювання зниження рівня використання енергоресурсів. На даний момент ситуація

є зворотною. Знижки надаються здебільшого підприємствам, які для свого функціонування потребують багато ресурсу. Це підприємства металургійної та хімічної промисловості.

Технічні фактори – це представлення певного рівня забезпеченості вітчизняних підприємств сучасною технікою, спроможною виробляти продукцію з меншими енергозатратами. Технічне забезпечення може відбуватися за такими основними напрямками, як:

- впровадження нових енергозберігаючих технологій та обладнання;
- удосконалення існуючих технологій і обладнання;
- скорочення витрат енергоносіїв [5].

Одним із прикладів ефективного впровадження нової технології є зміна технології мартенівської виплавки сталі в металургії на технологію конверторної виплавки в результаті чого витрата палива на виплавку 1 т конверторної сталі складе 5,7 кг у.п. проти 106,6 кг у.п., що витрачаються при використанні мартенівської технології [5].

Вплив структурних факторів забезпечується самою структурою економіки та паливно-енергетичного балансу. На їх формування впливають основні соціально-економічні пріоритети розвитку – на сьогодні такими найбільш енергоємними галузями промисловості є хімічна та металургійна [6].

Фактори управління показують вплив державних органів на енергоефективність економіки, тобто мається на увазі прозорість систем надання дотацій підприємствам вугільної промисловості і доступність інформації про розподіл бюджетних коштів на субсидії та дотації.

Не останню роль відіграє і світогляд суспільства, який формує фактори соціально-культурної сфери – це сталі моделі поведінки людей, їх погляди на ідеї економії енергії тощо. Варто зазначити, що, на відміну від європейської практики, при збільшенні доходу населення спостерігається і збільшення споживання енергоресурсів.

Ще одним важливим напрямом підвищення енергетичної ефективності є використання вторинних енергоресурсів. Наприклад, за рахунок впровадження технології когенерації накомпресорних станціях ГТС можна щорічно виробляти близько 15-16 млрд. кВт-год електроенергії та приблизно 12,5 млн. ГДж енергії. Важливим також є те, що зазначені обсяги енергії виробляються без витрат органічного палива [7].

Крім усього зазначеного необхідно встановити оптимальний рівень потенціалу енергозбереження в регіонах, що повинно відбуватися на основі прийнятого прогнозу їх перспективного соціально-економічного розвитку, регіонального паливно-енергетичного балансу, досягнень науково-технічного прогресу в економіці та соціальній сфері регіону.

Висновки. Досягнення оптимального рівня енергоємності ВВП, зокрема, виробництва вітчизняної продукції є запорукою ефективного функціонування національної економіки та країни в цілому. Забезпечення зниження рівня енергоємності є можливим через розробку широкого спектру

заходів – починаючи від технічного оновлення виробництва та закінчуючи прийняттям управлінських рішень на рівні уряду з подальшою системністю їх впровадження. Подальшими напрямками досліджень з цього питання може бути оптимізація паливно-енергетичного балансу країни, розробка заходів для скорочення енерговитрат залежно від групи факторів, а також дослідження вирішення проблеми рівня енергоефективності на прикладі розвинених країн світу.

Література

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2030 року від 24.07.2013 №1071-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1071-2013-%D1%80>.
2. Шидловський А. Енергоемність валового внутрішнього продукту / А. Шидловський, М. Кулик // Вісник НАН України. – 1999. – №4.
3. Енергоефективність в Україні та країнах ЄС / Офіційний веб-сайт ТОВ «Нафтогазбудінформатика» [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу: <http://www.ngbi.com.ua/enef.htm>
4. Самборський В.О. Фактори впливу на стан енергоефективності національної економіки / В.О. Самборський // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2009. – № 1.
5. Дияк І. Енергосбережение: сегодняшние реалии. / И.Дияк // Дзеркало тижня. – 2008. – №21 (700).
6. Пендзин О. Аналіз сучасного стану паливно-енергетичного комплексу України / О. Пендзин // Євроатлантикінформ. – 2006. – № 2.
7. Яснюк Т. Стан і перспективи регіонального розвитку паливно-енергетичного комплексу України / Т. Яснюк // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2011. – № 2.

УДК 338.984

Бодак М.С.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

АНАЛІЗ ІТ-РИНКУ БРАЗИЛІЇ: ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ

За рівнем конкурентоспроможності галузі інформаційних технологій на світовому ринку, Бразилія сьогодні входить до числа 50 країн-лідерів, вважаючись одним з перспективних ринків даного виду технологій. Основними конкурентними перевагами Бразилії на даному ринку є значна кількість науково-дослідного персоналу в галузі, хороший рівень розвитку освітньої системи, розвиток мережі технопаркових структур і розширення діяльності національних галузевих об'єднань, що сприяють як розвитку внутрішнього ринку, так і підтримки експорту.

Ключові слова: ринок інформаційних технологій, IT-сектор, інноваційний розвиток, інформатизація, інтелектуалізація, IT-стратегія.

On the level of IT competitiveness on the global market, Brazil is among the first 50 leading countries, and considered as one of the most promising markets of this type of technology. The key competitive advantages of Brazil on the market in question are a substantial number of research personnel in the industry and a good level of development of the educational system in this area, developing a network of techno-park structures and the expansion of national industry associations that promote both the development of the domestic market and export support.

Keywords: information technology market, IT sector, innovative development, informatization, intellectualization, IT Strategy.

Вступ. Практика і досвід багатьох країн показують, що в сучасних умовах світового розвитку соціального та економічного успіху досягають лише ті країни, які мають спеціально розроблені державні програми побудови інформаційного суспільства, інформатизації та залучення інвестицій та інноваційних високих технологій в економіку країни [1].

Бразилії вдалося зробити унікальний у світовій історії «лівий розвиток»: в результаті демократичної модернізації, інвестиції в людину обернулися ще більш активним ростом ВВП, дозволивши створити самодостатню, диверсифіковану економіку і потужний внутрішній ринок.

Це та практика, якій потрібно слідувати при побудові стратегій нашої країни. Тому, вивчення міжнародного досвіду є важливим етапом для становлення стійкого фундаменту при виборі орієнтирів розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми становлення та розвитку IT-індустрії, а також впровадження електронного інформаційного продукту в бізнес, досліджувалися закордонними та вітчизняними вченими Л.С. Винариком, А.Н. Щедриним, Н.Ф. Васильєвим, Ф. Котлером, А.М. Березою, І.Т. Балабановим.

Постановка завдання. Метою дослідження є детальний аналіз IT-ринку Бразилії для виявлення нових сучасних можливостей розвитку в умовах глобалізації електронних технологій та оптимізації діяльності в розвитку інформаційного суспільства.

Результати дослідження. Що світ знав про Бразилію 20 років тому? Країна футболу, запальних танців та карнавалів. Сьогодні Бразилія позиціонується як глобальний бренд, глобальна держава: 200-мільйонне населення, п'яте місце в світі за територією, сьоме – за масштабами економіки, один з провідних виробників майже всіх стратегічних і життєво важливих товарів і послуг – від продуктів харчування і мінералів до енергії, автомобілів і літаків. Приголомшливий успіх бразильців вже не вперше викликає захоплення всього світу, а сама країна перетворилася в лабораторію глобалізації із соціальною свідомістю.

Вирішення всіх питань в сьогоднішній Бразилії йде в тісному зв'язку з програмами інноваційного розвитку країни, вдосконалення її високотех-

нологічної платформи. Іншими словами, першочергова увага приділяється забезпеченню економіки всім арсеналом новітніх досягнень прогресу і кваліфікованими фахівцями світового рівня. На ці цілі держава не скупиться. Так, витрати на освіту, а це в основному бюджетні кошти, планується підняти з нинішніх 5,1% ВВП до 10% в 2020 році. Історія інноваційного сходження Бразилії заслуговує особливої уваги. Країна однією з перших звернула увагу на інфокомунікації. За часів правління військового режиму (1964-1985 рр.), який оголосив курс на «Велику Бразилію», наука і технології були у фокусі підвищеної уваги. IT-сектор ріс на основі навченого персоналу, високих витрат на НДДКР, щодо великої телекомунікаційної інфраструктури, створеної наприкінці 1970-х років, а також значних державних інвестицій.

IT-індустрія приносить країні сьогодні 10% ВВП (рис. 1).

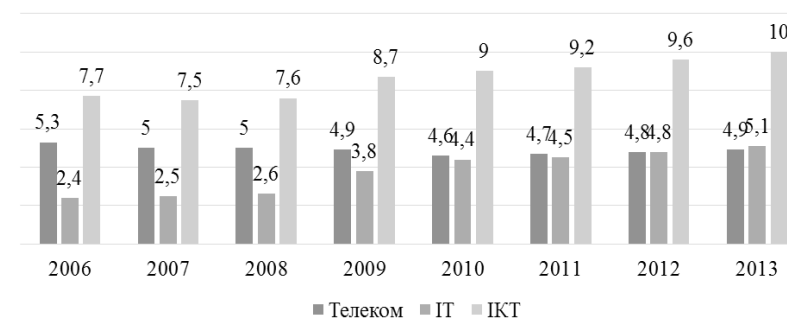


Рис. 1. Доля ІКТ-індустрії в ВВП Бразилії, 2006–2013 рр., %

Джерело: складено автором на основі [2]

За масштабами, це четвертий ринок планети, а в сегментах IT та телекому – відповідно, сьомий і четвертий. До 2022 року – 200-річчя проголошення незалежності – уряд обіцяє країні, принаймні «бронзу» на цифровому рингу планети. А в найбільш «іміджевій» ніші – експорті софту, де у Бразилії успіхи менш помітні, – планується десятикратне зростання (рис 2).

IT-індустрія Бразилії ніколи не могла покаржитися на відсутність уваги з боку влади, проте тільки в 2012 році галузь вперше офіційно була включена в систему господарсько-стратегічних пріоритетів. У 2013 році цей ринок оцінювався в 132 \$ млрд. Середньорічні темпи його приросту за останні 13 років склали 12%, а сегменти послуг, апаратного забезпечення та ПЗ – відповідно, 21,6%, 17,3% і 7% (рис. 3).

Найбільші національні гравці – Itautec (системна інтеграція, виробництво ПК і ПЗ), Tivit (аутсорсинг IT-інфраструктури та бізнес-процесів, системна інтеграція), BRQ (провайдер IT-рішень і аутсорсингових послуг, спеціалізується на CRM, BI і ERP), системний інтегратор BSI Technologia, TOTVS (53,1% сегмента ERP) та ін. [3].

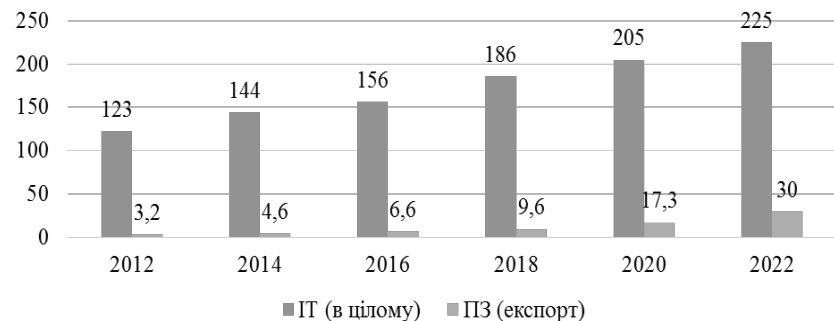


Рис. 2. Перспективи розвитку ІТ-ринку Бразилії до 2022 року, \$ млрд.

Джерело: складено автором на основі [2]

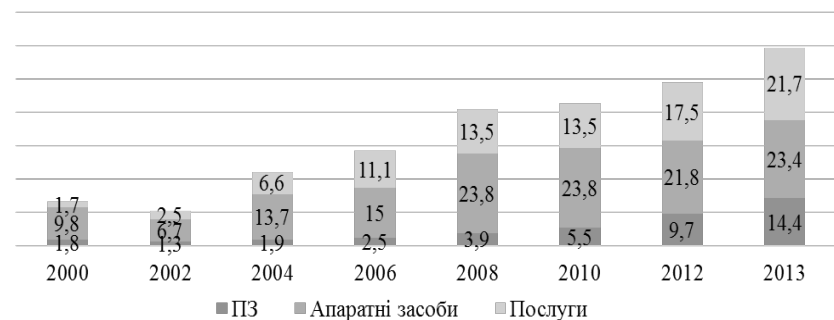


Рис. 3. Динаміка розвитку ІТ-ринку Бразилії (2000-2013 рр.), \$ млрд.

Джерело: складено автором на основі [2]

Діапазон зростання витрат на ІТ-апгрейд (у % від річної виручки) за 2001-2013 рр. склав: у банківській сфері від 8 до 15%, в сфері послуг – від 6,8 до 12%, в медіа – від 4,6 до 7,9%, у промисловості – від 3,0 до 5,3%, в торгівлі – від 2,0 до 6,0%.

Найбільший споживач софту в Бразилії сьогодні – телекомунікації. Другий за списком – фінансовий сектор (у 2012 році здійснено 80 млрд. банківських операцій). Дуже високий рівень інформатизації в держсекторі: у 2013 році подано 34 млн. податкових декларацій онлайн; електронні вибори 2010 року з використанням ПЗ Software auditing і біометричних машин дозволили отримати результати голосування вже через три години після його завершення; використовуються електронні системи звітності в поліції, а також електронні заяви громадян і т. д. Торгівля купує 8% загального обсягу виробництва ПЗ-сектора. Найдинамічніший її сегмент, електронна

комерція, за минулі 13 років показав рекордне зростання – 4532% за обсягом продажів і 3643% за числом користувачів. У 2013 році в скарбничку держави галузь додала 14,4 \$ млрд. [3].

Серед найважливіших напрямків стратегії розвитку ІТ-ринку слід зазначити, перш за все, «інтелектуалізацію» національного базового виробництва в контексті національної самодостатності та інформаційної захищеності. Сьогодні ринок ІТ замкнений на внутрішнє споживання. У той же час імпортна залежність ІТ-індустрії постійно зростає. Особливо вразливий сегмент – обладнання, включаючи комп'ютерну техніку та комплектуючі: зростання імпорту у цьому сегменті з 2005 до 2013 рр. зріс з 49 до 77%. Кількість працівників ІТ-сфери, за даними за 2013 рік, досягла 1,3 млн.

Незважаючи на хороший ріст, індустрія гостро потребує професійних кадрів. Тому, керівництво країни послідовно готує інформаційне поле, запускаючи ряд програм стратегічного значення, жорстко контролюючи їх виконання. Найбільш багатообіцяючі проекти на сьогодні – це TI Maior (глобальні ІТ), PNBL (план розвитку широкопasmового доступу), Національна програма доступу до технічної освіти та зайнятості (Pronates), «Університетська освіта для всіх» (ProUni), Національний технічний план (NTI) і «Наука без кордонів» (Science Without Borders) [4].

Так, TI Maior – флагман інноваційного розвитку ІТ – стартував в 2012 році як один із стратегічних фрагментів Національного плану прискореного розвитку пріоритетних галузей економіки (PAC 2). Його місія – стимулювати розвиток вітчизняного ПЗ у сфері оборони, кібербезпеки, освіти, охорони здоров'я, в нафтогазовому секторі, енергетиці, авіакосмічній галузі, сільському господарстві, фінансах, телекомунікаціях, великих проектах міжнародного значення. До 2020 року планується збільшити: обсяг виробництва ПЗ в два рази (до 150-200 \$ млрд.), експорту – в 10 разів (до 20 \$ млрд.), частку сектора ІТ у ВВП – до 6%, число зайнятих – в два рази (до 2,1 млн. осіб). Підтримка плану –250 \$ млн, фінансування – через держзамовлення на відкритих конкурсах [5].

Проект StartUp Brasil передбачає протягом 2013-2016 рр. побудувати близько 200 наукових інкубаторів: 100 в Бразилії і стільки ж за її межами. Зокрема, вже відкрито фінансування центру з 100 бразильських компаній у Силіконовій долині, кожній з яких виділяється по 100 \$ тис. Загальна сума фінансування проекту декларована в розмірі 78 \$ млн.

Національний план розвитку широкопasmового доступу до Інтернету (PNBL) прийнятий в 2010 році. Його перший етап вже виконано. Сьогодні країна входить до п'ятірки найбільших інтернет-ринків. Більше 40% населення користується Мережею, з них 66 млн. – мобільною версією ІТД і близько 30 млн. – фіксованою. Проект обійшовся в 7-8 \$ млрд. Фінансували його в рівних частках Бразильський державний банк (BNDES) і національні забудовники під керівництвом компанії Telebraz.

Також на стадії затвердження урядом знаходиться ІТ-стратегія Бразилії до 2022 року, запропонована асоціацією BRASSCOM. У ній окреслено осно-

вні орієнтири розвитку, «вузькі місця» і механізми їх подолання. Протягом 10 років планується запустити 12 програм (з них три пріоритетні), які, на думку розробників, принесуть безпосередньо в сфері ІТ 1,5 млн. робочих місць і ще 3 млн. в суміжних галузях, долучать більше 85% малих і середніх підприємств до високих технологій, забезпечать ІТ-інструментарієм більше 70% початкових і середніх шкіл, медичних установ. Гасло стратегії: «Робити більше і краще з меншими затратами» [5].

Ще один важливий проект – програма ProUni, орієнтована на надання стипендій (на конкурсній основі) молодим людям з бідних верств для навчання в престижних федеральних і приватних університетах. Тільки в першому семестрі 2013 року ними скористалися більше 200 тис. осіб, а всього з 2005 року – понад 1 млн. учнів. Всі відомості про конкурси носять абсолютно відкритий характер і завжди доступні на сайті Міносвіти.

Висновки. Досягнення ІТ-індустрії, які донедавна були поза радарів громадськості, виходять на перший план, розширюючи палітру свого впливу на економіку і суспільство. Оберігаючи свій ринок, бразильці гостинні до іноземців і активні на інноваційному полі.

Бразилія зуміла методом спроб і помилок визначити власний шлях розвитку – шлях ринкової економіки при серйозній соціальній відповідальності держави. Цей курс став відповіддю на виклики часу і прекрасно вписався в багатогранну національну колористику.

Література

1. Наливайченко К. В. Оптимізація діяльності компаній щодо створення електронного інформаційного продукту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/Marina/Desktop/Vkhnau_ekon_2014_4_42.pdf
2. Обзор: Рынок ИТ: итоги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: 2012http://www.cnews.ru/reviews/new/gynok_it_itogi_2012/articles/braziliya_gosproekty_razognali_itrynok/
3. Виктор Безенар Обзор бизнес среды Бразилии, Бразилия для украинского ИТ бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.slideshare.net/viktor_bezhenar/ss-39385996
4. FÓRUM E-COMMERCE BRASIL 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ecommercebrasil.com.br/eventos/forum-e-commerce-brasil-2013/
5. Экспертный центр электронного государства. Бразильский опыт поддержки национальных разработчиков программного обеспечения [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://d-russia.ru/brazilskij-opyt-podderzhki-nacionalnyh-razrabotchikov-programmnogo-obespecheniya.html

Науковий керівник: доцент, к.е.н. Пічугіна М.А.

УДК 338.45.01

Бойко О.В.
студент ФММ;
Манаєнко І.М.
ст. викладач, к.е.н.

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

У статті досліджено сутність поняття науково-технічний потенціал підприємства, визначено його складові та місце в структурі економічного потенціалу. Проаналізовано стан інноваційної діяльності промислових підприємств України та джерела її фінансування. Запропоновано заходи підвищення інноваційної активності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: науково-технічний потенціал, інновації, підприємство, зовнішньоекономічна діяльність.

This article explores the essence of scientific and technical potential of the enterprise, determines its constituents and position in the structure of economic potential. Analyzed the state of innovation industrial enterprises of Ukraine and sources of funding. Proposed measures increasing innovation activity of foreign economic activity.

Keywords: scientific and technical potential, innovation, enterprise, foreign economic activity.

Вступ. Науково-технічний потенціал виступає як передумова формування міжнародних науково-технічних зв'язків між суб'єктами міжнародного господарства, тому його розвиток є важливим аспектом здійснення ефективної зовнішньоекономічної діяльності промисловими підприємствами. Головною метою реалізації науково-технічного потенціалу є створення умов для підвищення продуктивності праці та конкурентоспроможності товаровиробників шляхом технологічної модернізації національної економіки, підвищення рівня їх інноваційної активності, виробництва наукомісткої продукції, застосування передових технологій для стабільного економічного зростання. В умовах трансформації економіки України та динамічних змін зовнішнього середовища, промислові підприємства переживають період кризи, зменшення продуктивності праці та конкурентоспроможності свідчить про недостатнє використання ними науково-технічного потенціалу. Це зумовлює необхідність дослідження сутності зазначеної категорії зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Вагомий внесок у вивчення даної теми зробили такі вчені як: Ансофф І. [2], Жалія Я. [8], Касьянова Л. [5], Коваль Л. [3], Краснокутська Н., Онишко С., Старостенко Г. та ін. Проте нині зростає роль науково-технічного потенціалу у діяльності підприємств, і розвитку зовнішньоекономічної діяльності загалом, тому зазначене питання не втрачає своєї актуальності і потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою даної статті є детермінація місця та значення науково-технічного потенціалу в загальній системі економічного потенціалу підприємства, визначення його складових, аналіз тенденцій розвитку науково-технічного потенціалу зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств України.

Результати дослідження. Термін «потенціал» у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова «potentia», що означає «приховані можливості», тобто у широкому розумінні – це можливості, наявні сили, запаси, засоби, джерела та ін. [1, с. 60]. Вказуючи на значення потенціалу на рівні підприємства, американський учений І. Ансофф зазначав, що він полягає у «вході» фінансових, сировинних і людських ресурсах, інформації та «виході» виробленої продукції і послуг [2, с. 142].

Економічний потенціал – це складна, динамічна, інтегрована та взаємопов'язана сукупність усіх наявних ресурсів і можливостей підприємства, включаючи перспективи їх збільшення, що використовуються для досягнення тактичних і стратегічних цілей та забезпечення його сталого розвитку [3, 4]. Структура економічного потенціалу підприємства – це спосіб організації його елементів, що розкриває будову, елементний склад, принцип формування та розвитку. Економічний потенціал включає об'єктивні та суб'єктивні складові (рис. 1). Об'єктивні – пов'язані з матеріально-речовинною формою потенціалу, вони споживаються і відтворюються в процесі функціонування, суб'єктивні – становлять передумову раціонального споживання об'єктивних складових [5].

Аналізуючи рис. 1, варто зазначити, що науково-технічний потенціал є важливим елементом економічного потенціалу підприємства, адже він створює передумови для ефективного використання інноваційного, фінансового, відтворюючого та виробничого потенціалів. Поняття науково-технічного потенціалу розглядається на макро- та макрорівнях. У широкому розумінні – це сукупність матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, які спрямовуються у сферу науково-технічної діяльності і здатні забезпечити ефективне використання суспільної праці [6]. На мікрорівні він є узагальнюючою характеристикою рівня наукового забезпечення виробництва [5].

Досліджувана категорія економічного потенціалу базується на розвитку науки і техніки, розширенні масштабів наукових досліджень та використанні їх результатів у практичній діяльності підприємств. Невід'ємними складовими науково-технічного потенціалу є інноваційний та науковий

потенціал. Інноваційний потенціал виступає продуктом реалізації науково-технічного потенціалу, а науковий – сукупністю ресурсів і можливостей сфери науки за наявних форм організації та управління ефективно вирішувати виробничі завдання [6]. До складових науково-технічного потенціалу відносять: матеріально-технічну базу, кадри наукової системи, інформаційну систему, організаційно-управлінську підсистему, науково-технічний прогрес, технічний і організаційний розвиток [7].

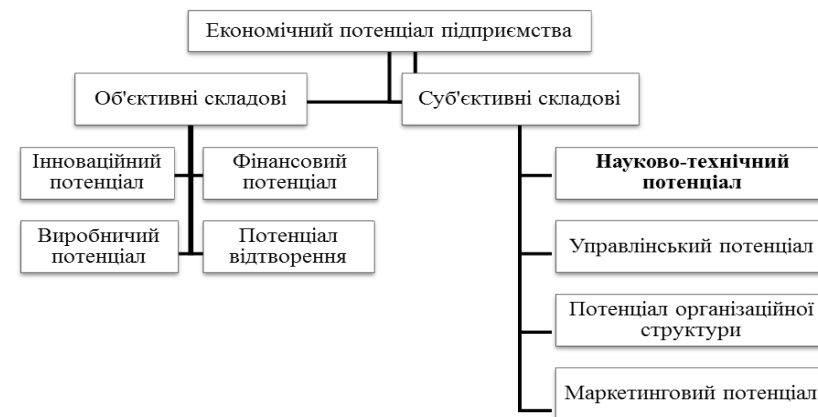


Рис. 1. Структура економічного потенціалу підприємства

Джерело: складено автором на основі [5]

Розвиток науково-технічного потенціалу є важливим аспектом здійснення ефективної зовнішньоекономічної діяльності промисловими підприємствами. Адже він формує механізм міжнародних науково-технічних зв'язків між суб'єктами міжнародного господарства, що у свою чергу забезпечує науково-технічний та технологічний обмін між країнами-партнерами.

За даними дослідження джерел фінансування промислових підприємств України [8], основну статтю витрат у 2013 р. становлять власні кошти 72,9 %, за період 2009-2013 рр. цей показник зріс на 8% (на 1804 млн. грн.); фінансування іноземних інвесторів становить 13,1 %, даний показник зменшився на 6 % у порівнянні з базовим періодом (на 259,7 млн. грн.); найменшу частину витрат становить державне фінансування – 0,3% (24,7 млн. грн.), за досліджуваний період його обсяги скоротилися на 102,3 млн. грн.

Проведені дослідження свідчать [9], що саме активна державна підтримка у сфері стимулювання розвитку науково-технічного потенціалу є основним чинником, який забезпечує ефективну зовнішньоекономічну діяльність провідних країн світу, зокрема, частка витрат на інноваційні

розробки в таких країнах як: Фінляндія, США, Франція, Німеччина, Великобританія, Швеція та Японія перевищує 3% від ВВП, в Україні цей показник у 2013 р. становив 0,77%. Слід зазначити, що скорочення розмірів державного фінансування науково-технічного сектору економіки є одним з чинників сповільненого інноваційного розвитку країни, тенденції впровадження інновацій на підприємствах України наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Впровадження інновацій на промислових підприємствах України

Рік	Питома вага підприємств, що впроваджують інновації, %	Впроваджено нових технологічних процесів	Питома вага обсягу виконуваних наукових і науково-технічних робіт у ВВП, %	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2009	10,7	1893	0,95	4,8
2010	11,5	2043	0,9	3,8
2011	12,8	2510	0,79	3,8
2012	13,6	2188	0,8	3,3
2013	13,6	1276	0,81	3,3

Складено авторами за джерелом: [8]

Кількість промислових підприємств, що впроваджують інновації (табл. 1), має тенденцію до зростання на 2,9 % у 2013 р. в порівнянні з 2009 р. та становить 13,6%. Проте даний показник менше в 3-4 рази, ніж у інноваційно розвинутих країнах (Німеччина, США, Японія, Великобританія та ін.). Наслідком того, що в Україні формувалася і закріплювалася модель економіки, яка побудована переважно на низькотехнологічних галузях і укладах, стало поглиблення у промисловому комплексі тенденції домінування виробництва з низькою наукоємністю. Так, у 2013 р. частка інноваційної продукції у реалізованій промисловій продукції становила 3,3 % (у 2009 р. – 4,8%), тоді як в країнах Євросоюзу вона складає 60%, Японії – 67 %, а в США – 78 %. Частка експорту інноваційної продукції в реалізованій інноваційній продукції промислових підприємств України у 2012 році становила – 36,9 % (у 2005 р. – 50 %), з них в країні СНД – 24,7%.

Таким чином, на сьогодні Україна продовжує розвиватися без суттєвого використання свого науково-технічного потенціалу, інноваційна продукція створюється шляхом використання науково-технічних надбань попередніх років. Це гальмує ефективну зовнішньоекономічну діяльність промислових підприємств та зменшує їхню конкурентоздатність на світовому ринку.

Підвищення інноваційної активності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності сприятиме розробка й впровадження цільової державної програми, в якій визначено джерела фінансової підтримки наукових-технічних досліджень на державному рівні, та їх використання підприємствами. Для реалізації зазначеної програми необхідно вжити таких заходів: модернізува-

ти нормативно-правову базу з питань регулювання інноваційної діяльності; провести пільгове оподаткування підприємств, які впроваджують інновації, що стимулює інноваційну та винахідницьку діяльність; підвищити державне фінансування науково-дослідної сфери до рівня, передбаченого Законом України «Про наукову та науково-технічну діяльність в Україні» (не менше, ніж 1,7% ВВП); створити сприятливе інвестиційне та інноваційне середовище для впровадження новітніх технологій у пріоритетних для України галузях; підвищення якості міжнародного трансферу технологій у промисловість.

Зазначенні заходи дадуть змогу активізувати інноваційну діяльність промислових підприємств, що сприятиме реалізації їхнього науково-технічного потенціалу у сфері зовнішньоекономічної діяльності, який проявляється у:

- підвищенні конкурентоспроможності продукції (на основі використання новітніх технологій);
- активізації діяльності підприємств на нових ринках збуту промислової продукції;
- збільшенні надходжень від реалізації продукції, що свідчить про поліпшення фінансових результатів діяльності промислових підприємств;
- повному використанні виробничих потужностей та технологічної бази промислового комплексу держави, що дозволить оптимізувати виробничі процеси та прискорити технологічне оновлення промисловості.

Висновки. Динамічні зміни світової економіки прискорюють розвиток міжнародних науково-технічних відносин суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, важливим аспектом яких є науково-технічний потенціал, адже саме він формує механізм міжнародних науково-технічних зв'язків, що забезпечує науково-технічний та технологічний обмін між країнами-партнерами. Продуктом зовнішньоекономічної діяльності у науково-технічній сфері є інновації. Основним чинником, що гальмує науково-технічний потенціал розвитку зовнішньоекономічної діяльності національних підприємств є недостатнє державне фінансування даної сфери економіки (у 2013р. 0,3% від загальних витрат або 0,77% від ВВП країни, у розвинених країнах цей показник становить 3% ВВП). Частка інноваційної продукції в реалізованій промисловій продукції у 2013р. становила 3,3 % (ЄС – 60%, Японія – 67 %, США – 78 %), а частка експорту інноваційної продукції в реалізованій інноваційній продукції промислових підприємств України становила – 36,9 %.

Слід зазначити, що активізації науково-технічного потенціалу вітчизняних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності сприятиме впровадження програми державної підтримки інноваційної діяльності, яка буде спрямована на збільшення резервів фінансування даного сектору економіки та створенні сприятливого інвестиційного середовища.

Перспективами подальших наукових досліджень може бути розробка стратегії підвищення науково-технічного потенціалу одного із промислових підприємств України з метою успішного функціонування на ринках ЄС.

Література

1. Смоляр Л. Г. Управління інноваціями / Смоляр Л. Г. – К.: НТУУ «КПІ», 2014. – 96 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / Игорь Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Коваль Л. В. Економічний потенціал підприємства: сутність та структура [Електронний ресурс] / Л. В. Коваль // Електронний архів Науково-технічної бібліотеки Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – Режим доступу до ресурсу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11340/1/11.pdf>.
4. Зайцева Л. О. Аналіз ефективності використання економічного потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / Л. О. Зайцева // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2098>.
5. Потенціал підприємства: формування та використання / [Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морева та ін.] – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с. – (2).
6. Національна економіка / А. Ф. Мельник, А. Ю. Власна, Т. Л. Жилок, Т. М. Попович. – К.: Знання, 2011. – 463 с.
7. Старостенко Г. Г. Національна економіка / Г. Г. Старостенко, С. В. Онишко, Т. Г. Поснова. – К.: Ліра-К, 2011. – 432 с.
8. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
9. Інноваційний розвиток промисловості як складова структурної трансформації економіки України [Електронний ресурс] / [О. В. Собкевич, А. І. Сухорук, А. В. Шевченко та ін.] // Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: http://www.niss.gov.ua/public/File/2013_table/1029_dok.pdf.

УДК 339.9

Бондар В.Ю.
студент ФММ

Національного технічного університету України «КПІ», м. Київ

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНИМИ РИЗИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

В роботі розглянуто процес управління валютними ризиками на підприємстві, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність, сучасні підходи щодо страхування ризиків мінливості валютних курсів, які можуть і повинні використовуватися підприємствами при виході на зовнішній ринок.

Ключові слова: хеджування, валютний ризик, форвардний і ф'ючерсний ринки, валюта.

This paper deals with the management of currency risks the company that carries out foreign economic activity, current approaches to risk insurance variability

of exchange rates, which can and should be used by enterprises while entering the foreign market.

Key words: hedge currency risk, forward and futures markets currency.

Вступ. Вихід на зовнішні ринки як в якості продавця, так і в якості покупця товарів та послуг, зумовлює необхідність проведення розрахунків у іноземній валюті та появу у підприємства вільних валютних коштів. В силу нестабільності зовнішнього середовища діяльності підприємства, а саме постійних коливань валютних курсів, менеджери повинні розуміти погрозу виникнення валютного ризику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Темі страхування валютних ризиків присвячено значну частину праць як вітчизняних, так і закордонних науковців. Серед них Б. Койлі, А. В. Лукашев, Ю.-Д. Люю, Т. Райе, К. Редхед, К. Т. Свешнікова, Дж. Сінкі, В. А. Сичов, С. Хьюс, А. С. Шапкін.

Слід відмітити, що в зарубіжних країнах даному питанню присвячено значно більше наукових праць, які розглядають не лише методи страхування валютних ризиків, але й аспекти їх первинної ідентифікації та мінімізації при роботі підприємства.

Постановка завдання. Метою даної роботи є визначення сучасних підходів щодо управління ризиками на вітчизняних підприємствах та на цій основі вдосконалення існуючої системи управління валютними ризиками на підприємствах України, як однієї із передумов досягнення успіху при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

Результати дослідження. На сьогоднішній день підприємства ведуть активну зовнішньоекономічну діяльність. Активна торгова діяльність закордоном призводить до значної частки валюти в обігу підприємств, що на даний момент несе в собі значні ризики для підприємств, які здійснюють як імпорту, так і експорту діяльність. Комерційні операції в системі міжнародної торгівлі відчувають вплив коливань валютного обміну пропорційно їх загальному обсягу в угоді. Чим більшою є амплітуда міжвалютних обмінів щодо сукупності угод, тим більше бізнес підлягає впливу коливань валютного курсу. Такий підхід до оцінки комерційних операцій набув поширення лише останнім часом. Типовою поведінкою менеджера при здійсненні зовнішньоекономічної операції, пов'язаної з валютними розрахунками, є вибір найбільш ефективного методу страхування валютних угод від валютних ризиків, що призвело до тенденцій відволікання уваги від оцінки комерційної діяльності та оцінки впливу на ефективність випуску одиниці продукції з урахуванням впливу валютного впливу.

Якщо згадати про те, що валютні загрози зростають пропорційно сукупності угод, то найбільша увага менеджменту підприємства має бути націлена на продукти, що знаходяться під впливом ризику зміни обмінного курсу.

В практиці своєї діяльності підприємства України застосовують такі способи платежу:

1. Авансовий платіж
2. Акредитивний платіж
3. Інкассо
4. Готівковий платіж
5. Платіж у кредит
6. Комбінований (поєднує три попередні)

Найчастіше вітчизняні підприємства здійснюють свої розрахунки використовуючи авансовий платіж, що передбачає виплату покупцем продавцю погодженої в контракті суми в рахунок платежу до передачі його в розпорядження або до початку виконання замовлення [1].

Девальвація української валюти пішла підприємствам-експортерам на користь, оскільки вони отримали виручки більше, ніж могли отримати за рівня курсу гривні на початку року.

При детальному аналізі не складно помітити, що більшість українських підприємств проводить не зовсім коректну політику захисту своїх фінансів від впливу валютного ризику при роботі підприємства закордоном. За сучасних соціально-політичних умов в країні обмінний курс гривні до долара змінюється досить часто. Для уникнення подібної ситуації керівництво підприємств повинно завчасно подбати про формування та ефективне функціонування механізму страхування ризиків валютних втрат.

Розглянемо тепер можливі варіанти дій менеджерів підприємств при виникненні загрози валютного ризику. Найдешевшим і найпростішим методом для вітчизняних підприємств є використання контрактних, тобто внутрішніх, методів страхування ризиків. Їх суть полягає в передбаченні можливості коливання курсу певної валюти та хеджування втрат під час укладання договору з іноземним партнером [3].

Одним із видів таких інструментів є валютне застереження. Валютне застереження – це умова в міжнародному контракті, що обумовлює перегляд суми платежу пропорційно зміни курсу валюти застереження з метою страхування валютного ризику експортера [2].

При роботі українських підприємств закордоном механізм використання валютних застережень при складанні контрактів використовується дуже слабо. Найчастіше в деяких контрактах відбувається лише фіксація валюти ціни, як правил о це долар США, а наступна можливість перерахунку ціни контракту в залежності від зміни курсу взагалі не передбачається.

Аналіз динаміки курсів долара і євро свідчить, що більш стабільною валютою за розглянутий 2013-2014 рр. є євро. Підрахунки показують, що максимальне відхилення курсу євро від середнього його значення за цей період становить лише 29,1%, а долара – 44,9%. Звідси можна зробити висновок про те, що укладання контрактів, де валютою ціни виступає долар, є не зовсім виправданим.

Найпростішим способом уникнення валютного ризику є використання в якості форми розрахунку попередньої оплати (авансового платежу) за до-

помогою такого фінансового інструменту як банківський переказ по системі SWIFT. Необхідно зазначити, що така форма розрахунків вигідна підприємству при експорті, а при імпорті може призвести до негативних наслідків.

Існують серйозні обмеження, що перешкоджають повному й успішному функціонуванню форвардних і ф'ючерсних ринків у країнах з економікою, що розвивається, зокрема у таких, як Україна. Це обумовлено наявністю неофіційних («чорних») ринків для кредитів і іноземної валюти, а також обмеженням конвертації національної валюти.

Неофіційні операції на ринку є реакцією економічних агентів на сформовану економічну ситуацію. Незважаючи на те, що державні органи в багатьох країнах, що розвиваються, намагалися перевести ці неофіційні операції на легальну основу правовими шляхами, їхня помітна присутність і істотний ріст продемонстрували безрезультатність цих дій. Існування паралельних ринків може перешкоджати ефективній роботі ринкової системи в цілому.

Поява паралельних ринків іноземної валюти в країні з нерозвиненими фінансовими ринками є реакцією на існуючу ситуацію на кредитних ринках і незадоволений підвищений попит через обмеження на торгівлю валютою по офіційному і, навіть, ринковому курсу. Внаслідок цього обмінні курси валют і процентні ставки на паралельних ринках завищені. Якщо уряд прийме обумовлений ринком курс (який повинен бути при вільно плаваючому режимі обміну), значить воно відкрито визнано ринкову процентну ставку, визначену на неофіційних ринках кредиту.

Обов'язковою умовою функціонування ринків ф'ючерсних і форвардних контрактів є конвертація. Показником конвертації валюти служить стан статей руху капіталу: відкриті і закриті. За інформацією Міжнародного валютного фонду, переважна більшість країн, що розвиваються, накладають істотні правові обмеження на рух капіталу з метою підтримки платіжного балансу і монетарного контролю. Така ситуація не сприяє створенню ефективно працюючого ринку ф'ючерсних контрактів. При жорстко контрольованих статтях руху капіталу цей ринок схильний до спекулятивного тиску і маніпуляцій подібно тому, як тиск ринку і високих тарифів позначаються на проведенні угод.

Для організації ф'ючерсного ринку на Україні необхідно є поява додаткових організацій, таких, як біржа, асоціації клірингу і спеціалізований телекомунікаційний центр. Оскільки біржі по торгівлі ф'ючерсами працюють як неприбуткові приватні організації, додатково буде потрібно спеціальне законодавство і створення агентства по контролю за цим ринком.

Незважаючи на те, що витрати на ці міри, безумовно, окупляться, країні, що знаходиться в перехідному періоді, буде, можливо, нелегко добрати спосіб для створення умов, у яких можуть ефективно працювати форвардний і ф'ючерсний ринки. У цій складній економічній ситуації в багатьох країнах колишнього СРСР, включаючи Україну, підвищена нестабільність валютного курсу перетворює міжнародну торгівлю скоріше в спекуляцію, чим у нормальну ділову угоду.

У зв'язку з цим необхідність хеджування обмінного ризику явна і незаперечна. Такий механізм буде сприяти міжнародній торгівлі і створить здорове торгове середовище, у якому економічні агенти за умови прийняття ризику будуть розраховувати на розумний, а не спекулятивний прибуток.

У той час як український уряд рухається по шляху приватизації й ослаблення цінового контролю, подібні спекулятивні прибутки створюють додаткову інфляцію, що не сприяє стабільності економіки.

Незважаючи на подібність ф'ючерсних і форвардних ринків валют, інституціональні й організаційні розходження роблять їхню роботу взаємодоповнюючою, але не конкуруючою.

В Україні фундаментом ринку для проведення операцій хеджування повинно послужити відкриття форвардного валютного ринку. Фінансові ринки України інституціонально й організаційно недостатньо розвинуті, тому існуюча фінансова система більше задовольняє вимогам форвардних валютних ринків, чим ф'ючерсних. Як тільки в Україні буде заснований форвардний валютний ринок, з'являться передумови для створення ф'ючерсного ринку.

Висновки. Проведене дослідження показало, що можливості вітчизняних підприємств щодо управління валютними ризиками обмежуються лише використанням контрактних методів хеджування. Це можна пояснити тим, що ринок фінансових деривативів на Україні знаходиться у стадії свого розвитку, а саме, на даному етапі проходить лише формування відповідної законодавчої бази.

Стосовно підприємств, які досить активно ведуть експортно-імпорту діяльність, а розрахунки по зовнішньоторгівельним угодам веде в іноземній валюті, для них питання зменшення впливу валютних ризиків на господарську діяльність є досить актуальним.

І на теперішній час менеджерам вітчизняних підприємств потрібно бути теоретично обізнаними у можливості використання всього спектру інструментів управління валютними ризиками, щоб при необхідності адекватно відреагувати погрози виникнення втрат.

Література

1. Демчук Т.П. Аналіз ризиків при здійсненні підприємствами валютних операцій / Т.П. Демчук // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси» – 2009. – № 6 (24). – Ч. 2. –
2. Brown G. W. How Firms Should Hedge / Gregory W. Brown, Klaus Bjerre Toft // Review of Financial Studies – vol. 15(4). – Oxford: University Press for Society for Financial Studies, 2002. – P. 1283-1324.
3. Shoup Gary. Currency Risk Management: A Handbook for Financial Managers, Brokers, and Their Consultants / Gary Shoup, Amacom. American Management Association 1601 New York, 2012. – 639 p.

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дунська А.Р.

УДК 330.101. 542

Гавриш О.А.
д.т.н., професор;
Черняк Г.М.
аспірант

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО ЄС

В статті виокремлено сучасні підходи до трактування сутності поняття «енергетична безпека підприємства» у доктрині міжнародного права. Виявлено існуючі проблеми у забезпеченні енергетичної безпеки, які пов'язані із специфікою електроенергії. Виокремлено індикатори енергетичної безпеки підприємства: енергоємність економіки; рівень тіншового споживання паливо-енергетичних ресурсів; рівень інвестування підприємств паливно-енергетичного комплексу; рівень оновлення основних засобів підприємств та інші. Запропоновано власний підхід та структурні елементи визначення економічної безпеки.

Ключові слова: енергетична безпека, підприємство, проблеми, євроінтеграція.

The article singles out new approaches to the interpretation of the essence of the concept of «energy security company» in the theory of international law. Revealed the existing problems in ensuring energy security related to the specific electricity. Author determined indicators of energy security company: energy intensity; gray level consumption of fuel and energy resources; level of investment of the fuel and energy complex; level of fixed assets and other businesses. A proper approach and structural elements of the definition of economic security.

Keywords: energy security, enterprise problems, European integration.

Вступ. Розвиток енергетики є одним з вирішальних чинників, який впливає на економіку держави та рівень життя населення. Важливою проблемою, поставленою перед Європейським Союзом (далі – ЄС), а, отже, і Україною як країною, що прагне в ньому членства, є питання забезпечення енергетичної безпеки. Стабільне функціонування суспільства значною мірою залежить від надійності та ефективності інфраструктури постачання електроенергії, що є пріоритетним завданням для економіки. Електроенергетика України забезпечена достатніми потужностями для генерації енергії та розгалуженою мережею постачання, проте проблемні аспекти, викликані недосконалістю державного управління і регулювання, диспропорціями цін на ринку електроенергії, непрозорістю відносин у енергетичній сфері, призводять до її кризового стану, що виявляється сьогодні

у технологічній відсталості та зношеності основних фондів, що негативно впливає на ефективність роботи галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичній розробці питань, пов'язаних з дослідженням економічної безпеки підприємства, багато уваги приділяли О. В. Ареф'єва, Г. А. Андрощук, М. М. Єрмошенко, Т. С. Клебанова, Г. Б. Козаченко, А. В. Крисін, Т. Б. Кузенко, В. І. Мунтіян, Є. А. Олейніков, В. С. Пономаренко, В. Л. Тамбовцев, М. Я. Швець, С. М. Шкарлет. Разом з тим, практично відсутній єдиний підхід до розуміння категорії «енергетична безпека підприємства», остаточно не виокремлено структурні складові даного поняття.

Постановка завдання. Основна мета дослідження – на основі аналізу зарубіжного та вітчизняного досвіду виокремити проблемні аспекти забезпечення енергетичної безпеки сучасних підприємств.

Результати дослідження. У доктрині міжнародного права особливістю є одночасне використання двох термінів в контексті енергетичної безпеки – «*energy security*» і «*security of energy supply*» [1, с. 157] Термін «*energy security*» означає дії, спрямовані на забезпечення фізичного захисту об'єктів енергетики та інфраструктури, у першу чергу від терористичних актів, що власне і передбачає вузьке тлумачення [2, с.62–63]. Проте найбільш поширеним у ЄС є використання терміна «*security of energy supply*», який перекладається як «стійкість енергопостачання», відзначається, що «надійність поставок в енергетиці має бути націлена на забезпечення.. безперервного фізичного надходження енергоносіїв на ринок за цінами, доступними для всіх споживачів (як приватного сектора, так і промисловості)..» [3, с.9].

Під енергетичною безпекою необхідно розуміти стан забезпечення економіки та населення джерелами енергії, який характеризується надійними, технічно безпечними та екологічно прийнятними умовами надходження паливно-енергетичних ресурсів [4, с.110].

Енергетична безпека включає наступні індикатори: енергоємність економіки; рівень тінювого споживання паливно-енергетичних ресурсів; рівень інвестування підприємств паливно-енергетичного комплексу; рівень оновлення основних засобів підприємств паливно-енергетичного комплексу; частка домінуючого паливного ресурсу у споживанні ПЕР; частка імпорту газу з однієї країни у загальному обсязі його імпорту; частка імпорту нафти з однієї країни у загальному обсязі його імпорту; частка власних джерел у балансі ПЕР.

Енергоємність валового внутрішнього продукту – узагальнюючий макроекономічний показник, що характеризує рівень витрат паливно-енергетичних ресурсів на одиницю виробленого валового внутрішнього продукту та є однією з фундаментальних характеристик для економіки кожної країни [5, с.147]. Енергоємність ВВП визначається як відношення загальних обсягів споживання паливно-енергетичних ресурсів виробничою та невиробничою сферами до ВВП країни за певний період. За даними статистичного огляду світової енергетики енергоємність світового ВВП та ВВП України у (кг нафтового еквіваленту/\$) складає у 2010 р. 0,19 та 0,39

відповідно [6, с.148]. За іншими розрахунками енергоємність ВВП України (кг умовного палива) зменшується та у 2013 р. складає 0,613. У той же час у цей показник у (кг н. е./\$) у різних країнах складає (на кінець 2010 р.): Польщі – 0,13; Німеччині – 0,108; США – 0,155; Франції – 0,117; Китаї – 0,23; Японії – 0,116.

Таблиця 1

Енергоємність ВВП в Україні та країнах світу в перерахунку на умовне паливо в показниках нафтового еквіваленту (н.е.) та обсяги виробництва ВВП на одну особу населення

Регіон, країна	Енергоємність ВВП (кг н.е./дол. США)	ВВП на 1 особу населення, тис. дол. США
Світ в цілому	0,31	-
Європейський Союз	0,27	-
Японія	0,20	29,96
Франція	0,24	27,74
Німеччина	0,25	26,18
США	0,34	31,75
Польща	0,47	4,10
Російська Федерація	0,90	1,94
Україна	0,98	0,83

Джерело: складено автором на основі [7]

Провівши аналіз та порівнявши статистичні дані енергоємності ВВП України з даними країн світу, ЄС, США та Російської Федерації, можна зробити висновок, що енергоємність ВВП України є надвисокою. Необхідно відзначити, що в світовому вимірі найбільшу енергоємність економік, як правило, мають сировинні країни, що володіють значними запасами енергетичних ресурсів, а найменшу розвинуті країни, що є імпортерами палива. Висока енергоємність ВВП викликана екстенсивним розвитком економіки України в минулому, і як наслідок технологічної відсталості та нераціональної галузевої структури національної економіки.

Особливості електроенергії як енергоносія зумовлюють **специфіку забезпечення енергетичної безпеки**, функціонування ОЕС України та ринку електроенергетики в цілому:

По-перше, процеси виробництва і споживання електроенергії є одночасними і безперервними. Ринок електроенергії нормально функціонуватиме винятково за умови, що постійно забезпечується баланс виробництва і споживання. Змінне навантаження призводить до необхідності опе-

ративних заходів балансування, яке можливе при різних режимах роботи енергетичних потужностей: **базових**, які характеризуються постійною потужністю, та **маневрових**, які змінюють обсяг виробництва електроенергії. Маневрові потужності розподіляються на пікові (витримують максимальне навантаження) та напівпікові (здатні до помірних змін протягом доби).

По-друге, фізично не можливо створити запаси електроенергії, що призводить до необхідності забезпечення резервів палива, потужностей та пропускної здатності електромереж. Величина резервів підлягає нормуванню, а витрати на їх підтримання відображаються у вартості електроенергії. Потрете, виникає складність у прогнозуванні споживання та виробництва електроенергії внаслідок коливань попиту залежно від низки чинників (часу доби, днів тижня, сезону). По-четверте, жорсткий зв'язок електроенергії та мережі передачі, що спричиняє втрати електроенергії під час її транспортування (довжина ліній зумовлює кількість втрат; припустимими вважаються втрати на рівні 4-5%, максимально можливими – 10% обсягу електроенергії). Зростання втрат електроенергії залежно від відстані зумовлює необхідність створення регіональних енергосистем, які є частиною ОЕС України. Проте мережеві обмеження є однією з головних перешкод при необхідності інтеграції регіональних ринків електроенергії.

Транспортування та розподіл електроенергії здійснюється магістральними мережами протяжністю близько 23 тис. км та розподільними (локальними) мережами (понад 890 тис. км повітряних і кабельних ліній). Магістральні електромережі перебувають в оперативному та технологічному управлінні ДП НЕК «Укренерго». Розподільні (локальні) мережі належать енергопостачальним (розподільним) компаніям різних форм власності, яких на цей час налічується 29 (25 «обленерго», компанії Київенерго, ТОВ «Луганське енергетичне об'єднання (ЛЕО)», ТОВ «Сервіс-Інвест» і ДП «РЕМ»). Ці компанії забезпечують транспортування і продаж електроенергії споживачам. Обладнання електромереж характеризується високим рівнем зношеності, що зумовлює значні витрати електроенергії на її транспортування [8, с.4-16].

По-п'яте, застарілість обладнання призводить до неефективності роботи електростанцій (63,8% енергоблоків знаходяться за межею фізичного зносу; 27,8% наближаються до неї, а решта, 8,3 %, – до межі розрахункового ресурсу). Найбільш критичною є ситуація у галузі теплової енергетики, оскільки основна частина ТЕС і ТЕЦ вводилася в експлуатацію в період до 1970 року. Залишковий робочий ресурс енергоблоків ТЕС становить 5-15 років, а деяких – лише 3-5 років [9]. По-шосте, генеруючі підприємства забезпечені власними паливними ресурсами приблизно на 60%. Близько 40% ресурсів імпортується переважно з Росії (природний газ та ядерне паливо). ТЕС і ТЕЦ України використовують вугілля неналежної якості, що викликає значний рівень шкідливих викидів у довкілля, який перевищує нормативи ЄС від 5 до 30 разів.

Висновки. Проблемними місцями у розвитку енергетики України є, насамперед, висока енергоемність ВВП країни, що є характерним для країн з

перехідною економікою, нераціональна структура споживання паливно-енергетичних ресурсів в залежності від регіонів, стала тенденція до зменшення видобутку власних ресурсів, що спричиняє підвищення енергетичної залежності країни. З огляду на зазначені проблеми пріоритетним напрямком подальших досліджень з проблематики електроенергетики є забезпечення енергетичної безпеки держави і окремих підприємств, що займаються як генерацією електроенергії, так і її передачею кінцевому споживачу.

Література

1. Energy Law in Europe / ed. by M. Roggenkamp, A. Ronne, C. Redgwell, I. Del Guayo. – Oxford : Oxford University Press, 2001. – 235 p.
2. Селиверстов С. С. Энергетическая безопасность Европейского союза (международно-правовые аспекты). – М. : Финансовый контроль, 2007. – 208 с.
3. Green Paper. Towards a European Strategy for the security of energy supply. – Luxembourg : Office for Official Publications of the European Communities. – 2001. – 15 p.
4. М. Ю. Харазішвілі. Прогнозування індикаторів, порогових значень та рівня економічної безпеки України у середньостроковій перспективі; аналіт. доп./ Ю.М. Харазішвілі, Є.В. Дронь. – К.: НІСД, 2014. – 117 с.
5. Герасимчук І. С. Методика аналізу енергоефективності паливно-енергетичного комплексу України / І. С. Герасимчук, М. М. Мітрохович. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/natural/Nt/2009_1/Stati/5.pdf
6. BP Statistical Review of World Energy June 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bp.com/assets/bp_snternet/globalbp/globalbp
7. Аналітична записка «Використання енергозберігаючих технологій в країнах ЄС: досвід для України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/262/>
8. Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Розумкова / Національна безпека і оборона. – №6 (135). – 2012. – С.4-16.
9. Аналіз регуляторного впливу до проекту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про електроенергетику» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mpe.kmu.gov.ua/fuel/doccatalog/document?id=157299>.

УДК 339.564

Гарбовська Н.І.

студентка ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

У даній статті розглянуто сутність категорії «експортний потенціал», визначено особливості формування експортного потенціалу, його основні складі та фактори, проаналізовано стан підприємств у контексті

міжнародної інтеграції, запропоновано методи стимулювання експортної діяльності українських підприємств.

Ключові слова: експорт, експортна діяльність, експортний потенціал, міжнародна інтеграція.

This article deals with the essence of the category of «export potential» peculiarities of formation of export potential, its main components and factors analysis of state enterprises in the context of international integration, the methods of stimulating the export of Ukrainian enterprises.

Keywords: export, export activities, export potential, international integration.

Вступ. Проблема розширення експортних можливостей та розвитку експортного потенціалу промислових підприємств є складною і різновекторною. Її вирішення вимагає системного підходу до вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства і здійснення комплексу організаційно-економічних, управлінських і техніко-технологічних заходів, що сприятимуть посиленню конкурентних переваг підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках. Останнім часом дане питання стає все більш актуальним і набуває все більшого розголосу, адже викликане поширенням процесів міжнародної інтеграції, що охопили майже всі країни світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні та практичні аспекти аналізу, формування та використання експортного потенціалу розглядалися в працях провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, а саме Андріанова В.Д., Сейфуллаєвої М.Е., Бахрамова Ю.М., Діденко Н.І., Зав'ялова Н.І., Савицького П.І., Шагалова Г.А., Мазаракі А.А., Кириченко О.О., Крушницької Г.Б., Ломаченко Т.І., Маштабея В.Я., Кутідзе Л.С., Афанасьєва К.М. та інших [1,2,3,4,5].

Постановка завдання. Метою даної роботи є визначення напрямів формування експортного потенціалу, а також джерел оновлення експортного потенціалу підприємства та пошук важелів для стимулювання його розвитку, адже саме від рівня експортного потенціалу в більшій мірі залежить якість присутності вітчизняного підприємства на зовнішньому ринку.

Результати дослідження. Експортний потенціал – це здатність національної економіки виробляти конкурентоспроможні товари та реалізувати їх на міжнародних ринках за умови постійного зростання ефективності використання природних ресурсів, розвитку науково-технічного потенціалу, валютної і фінансово-кредитної систем, а також сервісно-збутової інфраструктури, підтримки експорту, без нанесення збитків економіці й при забезпеченні економічної безпеки країни в цілому. Хоча це визначення не можна вважати досконалим, адже важко підтримувати постійне зростання ефективності розвитку. В сучасних умовах в темпах розвитку економік всіх країн відбувається чергування зростання та спадів (криз), проте це не означає, що під час тимчасового дисбалансу експортний потенціал взагалі відсутній [1].

Основні умови, що визначають ефективність використання експортного потенціалу [2]:

- самостійність власників ресурсів, що складають основу потенціалу у прийнятті господарських рішень;
- наявність маркетингового аналізу економічного середовища;
- наявність системи планування, що включає стратегічне та тактичне прогнозування, операційне планування та регулювання процесів використання потенціалу.

Розвиток експортного потенціалу вимагає дотримання низки взаємопов'язаних між собою принципів, а саме [3]:

- забезпечення інноваційності продукції, її відповідності чинним стандартам якості;
- забезпечення захищеності прав інтелектуальної власності на продукцію підприємства-експортера;
- необхідність проведення перманентного моніторингу зміни запитів споживачів;
- побудова мережі сервісного і гарантійного обслуговування покупців;
- постійність і адекватність позиціонування продукції на ринку;
- передбачення шляхів захисту підприємства від зміни ринкової кон'юнктури;
- забезпечення економічної ефективності та інвестиційної привабливості підприємства-експортера.

Зовнішня торгівля на сьогодні є найбільш розвинутою ланкою міжнародних економічних відносин. Здебільшого сучасна економіка різних країн сформувалася за допомогою налагодження і розвитку саме зовнішньоторговельних відносин.

Розвиток зовнішньої торгівлі України відзначився рядом проблем, серед яких, у першу чергу, нераціональна структура вітчизняного експорту, в якому домінують сировина та продукція з низьким рівнем переробки. Також ключові проблеми розвитку зовнішньої торгівлі України пов'язані з диверсифікацією її геополітичних або регіональних пріоритетів, з оптимізацією структури експорту й імпорту [4].

Аналіз товарної структури експортно-імпортних зв'язків засвідчує, що в товарній структурі українського експорту в регіон ЄС все більше місце займають мінеральні продукти, недорогочінні метали та вироби з них, продукція агропромислового комплексу, текстиль та текстильні вироби. Порівняння товарної структури зовнішньої торгівлі України і країн ЄС вказує на вузькість асортименту, який відображає структуру обміну ЄС з країнами, що розвиваються. Товарна структура експорту України є вкрай несприятливою. Вона свідчить про нездатність держави подолати структурні диспропорції економіки, сформованої в рамках колишнього СРСР. Аналіз співвідношення між експортом та імпортом продукції показує, що майже по всіх товарних позиціях переважає імпорту товарів, що відбивається негативно на економіці країни [2].

Сьогодні в нашій державі існують перспективи розвитку зовнішньої торгівлі, на підставі того, що пріоритетами насамперед мають бути активний розвиток експорту, а саме збільшення експортних послуг та розвиток транскордонного співробітництва. На зменшення дефіциту зовнішньої торгівлі країни вплине зміна структури експортно-імпортних товарних потоків і відповідно покращення зовнішньоторговельної політики.

Пріоритетними напрямками розвитку мають бути підтримка співробітництва з розвиненими країнами, просування конкурентноспроможних товарів на зарубіжні ринки, залучення іноземних інвестицій, підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Держава має долати проблеми, які виникають та існують у сфері розвитку зовнішньої торгівлі. Україні важливо зайняти своє гідне місце в інтеграційних об'єднаннях, а особливо в ЄС. Приєднання України до зони вільної торгівлі з ЄС буде сприяти економічній ефективності, проте може посилити загрози продовольчій безпеці. Зменшенню дефіциту зовнішньої торгівлі України будуть сприяти насамперед оптимізація структури експортно-імпортних товарних потоків, а також удосконалення зовнішньоторговельної політики та розвиток імпортозаміщення [1].

Актуальним залишається на сьогодні питання підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Створення зони вільної торгівлі (ЗВТ) належить до стратегічних цілей двостороннього торговельно-економічного співробітництва між Україною та ЄС на середньострокову перспективу. Існуючі негативні тенденції в зовнішній торгівлі України з країнами ЄС, зокрема перевищення обсягів імпорту над обсягами експорту та сировинна орієнтація експорту, створюють низку загроз продовольчій безпеці держави. Україна не готова до відкриття свого внутрішнього ринку товарів і послуг для компаній країн ЄС негайно після підписання відповідної угоди.

Створення зони вільної торгівлі Україна – ЄС надасть європейській економіці такі переваги [5]:

- збільшення загальних обсягів імпорту з країн ЄС в Україну і, як наслідок, зростання позитивного сальдо торговельного балансу для країн ЄС;
- використання наукового потенціалу України з високим рівнем підготовки як інструмент підвищення ефективності інформаційно-інноваційної політики. Зміцнюючи інноваційну здатність європейської промислової системи і сприяючи утворенню нових підприємств, заснованих на інноваційних можливостях, науково-дослідна діяльність розглядається як основа подолання суперечностей соціально-економічного розвитку, зокрема підвищення рівня життя населення;
- розвиток сфери послуг у зв'язку із залученням до співпраці одного з історичних культурних центрів, що сприятиме збагаченню туристичної бази для європейських мешканців, розширенню транспортної інфраструктури, меж кредитного та страхового ринків, а також покращенню фінансового середовища європейських країн;

- створення єдиного авіаційного та космічного простору уможливить посилення ефективності системи нагляду за безпекою;

- суттєві позитивні зрушення у структурі споживчого ринку як ЄС, так і України, за рахунок розширення асортименту товарів і послуг. Водночас, створення ЗВТ сприятиме значному зменшенню нетарифних обмежень у торгівлі товарами; полегшенню доступу до потужних і дешевих енергетичних ресурсів; створенню умов для заохочення інвестицій та ефективного розподілу капіталу; контролю за фінансовими махінаціями та зниженню корупованості української економіки, що знижуватиме ризик появи кризових явищ.

Важливою позитивною рисою угоди про зону вільної торгівлі з ЄС є те, що Україна отримає технічну та фінансову допомогу для реалізації реформ, скорочуючи пов'язані з цим витрати національного бюджету. Також, наголос робиться на тому, що існує ризик, неефективного використання наданих коштів. В даному випадку багато що залежить від поліпшення якості державного управління в Україні. Усунення тарифних бар'єрів у ЗВТ призведе до збільшення українського ВВП приблизно на 0,3 %, при цьому в десятирічній перспективі зростання може скласти близько 0,5 % [5].

На нашу думку, статистичні дані свідчать про позитивне сальдо товарообігу з країнами ЄС, а, отже, про користь від співпраці з ЄС. Співробітництво України з ЄС сприятиме наближенню нашої держави до високих європейських стандартів, підвищенню рівня життя та добробуту населення. Європейська інтеграція для України є шляхом покращення та модернізації економіки, залучення іноземних інвестицій і новітніх технологій, підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товаровиробника, вільний рух в середині інтеграційного об'єднання кваліфікованої робочої сили, товарів, послуг, факторів виробництва, а також це все передбачає вихід на єдиний спільний ринок.

Висновки. Успіх у реалізації експортного потенціалу може бути досягнутий лише при орієнтації галузевих комплексів і підприємств на випуск тих видів конкурентоспроможної продукції, що зможуть знайти своє "ніші" на зовнішніх ринках. Україна повинна зайняти своє гідне місце в інтеграційних об'єднаннях, особливо в рамках ЄС. Таким чином, приєднання України до зони вільної торгівлі з ЄС, з одного боку, сприятиме економічній ефективності, з іншого боку, може посилити загрози продовольчій безпеці, що стосуватиметься вітчизняного сільськогосподарського комплексу, тому що потрібно розробити ефективну політику інтеграції.

Література

1. Лакруїк А. Б. Проблеми та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України / А. Б. Лакруїк. 23.11.2013. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ekonomistoff.ru/problemi-ta-perspektivi-rozvitku-zovnishnoyi-torgivli-ukraini/>
2. Мисик Г. І. Проблеми ефективної зовнішньоекономічної діяльності України / Г. І. Мисик, Л. М. Римарева. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/10_NPE_2011/Economics/2_83625.doc.htm

3. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. для вищих навч. закл. / О. Кириченко [та ін]. – 2 вид., доп. – К. : Видавничий дім «Фінансист», 2004. – 634 с.

4. Мохната К. А. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України: / К. А. Мохната // Матеріали Всеукраїнської студент. інтернет-конференції, 05 травня 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/56-578-1>

5. Підчоса О. В. Аналіз ефектів від вступу України до зони вільної торгівлі з ЄС та до Митного Союзу з Росією, Білоруссю та Казахстаном / О. В. Підчоса. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://library.univ.kiev.ua/ukr/host/viking/db/ftp/univ/apmv/apmv_2013_114_01.pdf#page=149

Науковий керівник: к.е.н., доцент Дунська А.Р.

УДК 338.22

Голюк В.Я.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ВАШИНГТОНСЬКИЙ КОНСЕНСУС ЯК МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ

Стаття присвячена дослідженню основних принципів Вашингтонського консенсусу як моделі економічного розвитку та результатів його імплементації у різних державах. Особливу увагу приділено дослідженню терміну «Вашингтонський консенсус», як з позиції його автора, так і використання даного терміну іншими науковцями. Певна увага приділена результатам реалізації економічних реформ у рамках цієї моделі.

Ключові слова: консенсус, економічний розвиток, економічні реформи.

The goal of the paper is to research basic principles of the Washington Consensus as a model of economic development and the results of its implementation in different countries. Special attention was paid to analyse the term "Washington Consensus" both from its author's point of view and of other scientists. A certain piece of attention was paid to analyse the results of economic reforms in the frame of this model.

Keywords: consensus, economic development, economic reforms.

Вступ. Сучасний етап розвитку України потребує реалізації комплексних реформ у багатьох сферах її національного господарства. У зв'язку з цим постає необхідність пошуку та розробки принципів її подальшого економічного розвитку. Актуальним у даному аспекті є урахування досвіду економічних реформ інших країн. Квінтесенцією принципів формування пакетів економічних реформ різними державами є так звані «консенсуси»,

що містять комплексне бачення ділових та наукових кіл щодо принципів економічного розвитку економіки держави. Нині сформувався кілька пакетів рекомендацій розвитку економіки, що отримали назви «консенсусів». Це, зокрема, Вашингтонський, Пекінський та Мумбайський консенсуси. У 1990-х роках найбільш впливовим вважався Вашингтонський консенсус, хоча він і піддавався гострій критиці. Після фінансової кризи 2008-2009 років широкого розповсюдження набула точка зору про його безперспективність. Як альтернатива йому були запропоновані Пекінський та Мумбайський консенсуси, засновані на досвіді економічного розвитку Китаю та Індії [1]. Напрями економічних реформ, що реалізуються в Україні останнім часом, а також походження рекомендацій, згідно з якими проходить їх імплементація, свідчить про необхідність приділити увагу дослідженню саме Вашингтонського консенсусу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи проблематику формування та реалізації Вашингтонського консенсусу, слід, перш за все, відмітити внесок автора терміну «Вашингтонський консенсус» Дж. Вільямсона. В Україні аналіз цієї проблематики перебуває серед наукових інтересів В. Геєця, Б. Губського, Ю. Збітнева, М. Сенченка, Ю. Пахомова та ін. Західна спільнота науковців представлена Дж. Вільямсоном, Дж. Гелбрейтом, П. Кругманом, Дж. Стігліцем.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз основних принципів Вашингтонського консенсусу та досвіду їх імплементації у процесі реформування економічних систем країн світу.

Результати дослідження. Вашингтонський консенсус (ВК) був сформований англійським економістом Джоном Уільямсоном у 1989 році як звід правил економічної політики для країн Латинської Америки. Документ мав на меті ознаменувати відхід цих країн від моделі економічного розвитку 1960-1970-х років і прийняття ними принципів економічної політики, загальних для більшості розвинутих держав. Мова йшла про принципи, які, на думку Уільямсона, відображали загальну позицію адміністрації США, головних міжнародних організацій – МВФ і Світового банку, а також провідних американських аналітичних центрів, штаб-квартири яких знаходилися у Вашингтоні [2, с.15]. Принципи ВК широко використовувалися у процесі реформування не тільки Латиноамериканських країн, а й економік багатьох країн Азії, Африки та Європи. Нині у ході обговорення напрямів реформування української економіки дедалі частіше згадується польський досвід економічних реформ, що отримав назву «шокова терапія». На думку О.Ананьїна [2, с.16], ця програма прискорених ринкових реформ і стала результатом імплементації принципів Вашингтонського консенсусу.

Як стверджує сам Джон Вільямсон [3], термін «Вашингтонський консенсус» часто використовується науковцями у значенні, відмінному від задумки автора, як синонім до того, що називають «неолібералізмом» у Латинській Америці, чи того, що Джордж Сорос (1998) назвав «ринковим фундамента-

лізмом». Аналізуючи розвиток та використання терміну «Вашингтонський консенсус», а також його бачення автором даного терміну О.Ананьїн узагальнює [2, с.18], що у свідченнях Дж.Вільямсона існує щонайменше три версії ВК, лише дві з яких (перші у наступному списку) він вважає правомірними:

Звід правил економічної політики, поданий у його власних публікаціях, перш за все у його доповіді 1989 року (йдеться про 10 принципів, проаналізованих нижче);

Сама економічна політика, яку Вашингтон практично реалізує у відносинах зі світом;

Неоліберальний (неоконсервативний) маніфест, що узагальнює принципи економічної політики американських і британських неоконсерваторів часів Р.Рейгана і М.Тетчер.

У численних публікаціях [3,4] Дж.Вільямсон вказує на спільні та відмінні риси його бачення консенсусу та економічної політики Вашингтону і виступає проти трактування цього терміну у значенні, відмінному від позиції його автора. Основні положення Вашингтонського консенсусу полягають у наступному [4]:

Фіскальна дисципліна. Дана складова Вашингтонського Консенсусу, згідно з баченням Дж. Вільямсона, передбачає певний спектр поглядів на те, чи передбачає фіскальна дисципліна збалансований бюджет у обов'язковому порядку.

Пріоритетність окремих напрямів **бюджетних витрат.** Коли йдеться про зменшення бюджетного дефіциту, постає вибір між збільшенням доходів та зниженням витрат. Серед пріоритетних напрямів бюджетного фінансування Дж.Вільямсон називає освіту, охорону здоров'я та інвестиції у інфраструктуру. А субсидії, згідно з ВК, слід розглядати як головного претендента на скорочення фінансування.

Податкова реформа. Збільшення податків є альтернативою зниженню бюджетних витрат. Незважаючи на суттєві розбіжності у поглядах Вашингтонських посадовців на необхідність та прийнятність підвищення рівня оподаткування, має місце широкий консенсус щодо найбільш бажаного методу підвищення у тому випадку, якщо буде прийнято рішення про таку потребу. Основний принцип полягає у тому, що податкова база повинна бути широкою, а граничні податкові ставки – помірними.

Відсоткові ставки. Дж.Вільямсон розглядає два основних принципи щодо рівня відсоткових ставок, що користуються суттєвою підтримкою у Вашингтоні. Один з них полягає у тому, що відсоткові ставки повинні визначатися на ринкових засадах. Інший принцип полягає у тому, що реальні відсоткові ставки повинні бути позитивними, щоб запобігти втечі капіталу та збільшити заощадження. Досліджуючи досвід кризових умов у країнах Латинської Америки 80-х років, Дж.Вільямсон наголошує на потребі дослідження сегментації кредитного ринку і вибору пріоритетних секторів спрямування дешевих кредитів, оскільки, за певних умов, тут містяться передумови для розквіту корупції.

Валютний курс, як і відсоткові ставки, також може визначатися на ринкових засадах, або ж рішення про його адекватність повинно прийматися з огляду на його відповідність цілям макроекономічного розвитку. У ВК перевалює точка зору щодо того, що досягнення «конкурентного» валютного курсу є більш важливим, ніж те яким способом він формується. Дж.Вільямсон наголошує на важливості досягнення як стабільності валютного курсу, так і його рівня. Конкурентний валютний курс є першим суттєвим елементом «зовнішньо-орієнтованої» економічної політики, де подолання напруженості балансу платежів забезпечується переважно шляхом зростання експорту, а не імпортозаміщенням. Слід зазначити, що у аспекті валютного курсу підхід автора терміну ВК відрізняється від позиції інститутів-провідників ВК. На його думку, Бреттон-Вудські інститути схилиються до біполярної доктрини, у відповідності до якої країна повинна або надати валютному курсу вільне плавання, або твердо його зафіксувати інституційними заходами [2, с.17].

Торгівельна політика передбачає зовнішню орієнтованість та лібералізацію імпорту.

Прямі іноземні інвестиції. Хоча лібералізація іноземних потоків капіталу не розглядається у рамках ВК як напрям високого ступеню пріоритетності, обмеження прямих іноземних інвестицій вважається недоцільним. Дж. Вільямсон вказує, що Вашингтон засуджує економічний націоналізм якщо він реалізується іншими країнами (окрім США). Тут його позиція відрізняється від політики «Бреттон-Вудських інститутів», які з середини 1990-х років почали наполягати на лібералізації потоків капіталів, у той час як версія актора терміну ВК обмежувала лібералізацію потоків капіталів прямими іноземними інвестиціями [2, с.18].

Приватизація, згідно з ВК, може допомогти полегшити тиск на державний бюджет як у короткостроковій перспективі шляхом надходжень коштів від продажу підприємств, так і у довгостроковій перспективі, оскільки у випадку приватизації необхідні інвестиції вже не будуть фінансуватися з державного бюджету.

Дерегуляція вважається ще одним шляхом сприяння розвитку конкуренції. Вважаючись такою, що мала позитивний вплив на розвиток конкуренції у США, очікується, що вона може принести вигоди такого ж порядку і у інших країнах.

Принципи **захисту прав власності** у США є настільки врегульованими, зазначає Дж.Вільямсон, що їх фундаментальне значення для розвитку капіталістичної системи часто не отримує належної уваги, у той час як є важливим елементом економічного розвитку держави.

Спочатку доля ВК складалася вдало. Більшість країн Латинської Америки використавши рекомендації консенсусу отримали хороші результати: знизилася інфляція, покращився стан державних фінансів, суттєво збільшилося надходження іноземних інвестицій. Однак Мексиканська криза 1994 року, критика Східноєвропейської «шокової терапії» вказала

на необхідність перегляду дієвості принципів консенсусу. Низка криз, що розпочалася у Азії (1997 р.) і завершилася у Аргентині (2001-2002 рр.) змусила науковців шукати йому альтернативу [2, с.19-20]. У квітні 2009 року на зустрічі «двадцятки» Британський прем'єр-міністр Гордон Браун оголосив про кінець Вашингтонського консенсусу [2, с.15].

Критика Вашингтонського консенсусу у різних країнах та різних колах фокусувалася на різних його аспектах. У країнах з економікою, що була орієнтована переважно на сільськогосподарський сектор, частіше за все критиці піддавалося скорочення субсидій. У країнах зі значними природними ресурсами критика спрямовувалася, переважно, на приватизацію видобувної та переробної промисловості [1]. Використання принципів ВК в Росії супроводжувалося корумпованою приватизацією. В Україні критики ВК вказують на суттєве зростання імпорту [5].

Низка економістів критикують діяльність інститутів – провідників принципів Вашингтонського консенсусу за лібералізацію торгівлі, що нав'язується країнам-реципієнтам фінансової допомоги у той час як самі Сполучені Штати дотримуються політики протекціонізму.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок у даному напрямку. Принципи Вашингтонського консенсусу широко використовувалися у процесі реалізації економічних реформ багатьма країнами світу, однак їх результати були досить неоднозначними. Нині світова економічна думка схиляється до заперечення його ефективності, однак його окремі елементи все ж знаходять своє втілення при реформуванні економічних систем окремих держав.

Тому подальші напрями роботи вбачаються у дослідженні ефективності нинішніх реформ та пошуку альтернативних моделей економічного розвитку.

Література

1. Абрамов М.Д. Об экономике, «консенсусах» и здравом смысле // echo.msk.ru/blog/abramovmd/1387652-echo
2. Ананьин О., Хайткулов Р., Шестаков Д. Вашингтонский консенсус: пейзаж после битвы // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – №12. – С.15-27.
3. Williamson J. What Should the World Bank Think about the Washington Consensus? // <http://www.iie.com/publications/papers/paper.cfm?researchid=351>
4. Williamson J. What Washington Means by Policy Reform // <http://www.iie.com/publications/papers/paper.cfm?researchid=486>
5. Петренко А. «Вашингтонский консенсус». Приватизация и свободная торговля // http://blogs.pravda.com.ua/authors/petrenko/4b587b0bb40c3/view_print/

УДК 339.98

Дергачова В.В.
д.е.н., професор;
Кравченко О.І.
студент

Інститут міжнародних відносин
Київського національного університету ім. Тараса Шевченка, м. Київ

ЕКОНОМІЧНА КРИЗА В КОНТЕКСТІ ДЕЗІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ З РОСІЙСЬКОЮ ФЕДЕРАЦІЄЮ

В статті проведено дослідження стану та тенденцій динаміки макроекономічного середовища в Україні в умовах її різкої економічної дезінтеграції з Російською Федерацією, до якої наша країна виявилася неготовою. Визначається характер економічної кризи, що сформувалась в першу чергу внаслідок окресленої дезінтеграції, а також висловлюються прогнози щодо її подолання.

Ключові слова: криза, економічна інтеграція, економічна залежність.

The article is studied the dynamics and trends of the macroeconomics environment in Ukraine in the terms of its trenchant disintegration with Russian Federation, to which our country is unprepared. The nature of the economic crisis that has been established primarily as a result of disintegration is determined. The forecasts concerning its overcoming are expressed.

Keywords: crisis, economic integration, economic dependence.

Вступ. Нині економіка України перебуває в стані глибокої кризи. Кризові явища носять всебічний, резонансний і, ймовірно, тривалий характер [1, 3-6]. Не намагаючись уточнити причинно-наслідковий зв'язок економічної кризи з геополітичними та соціальними явищами, треба зазначити, що однією з основних її причин стала різка дезінтеграція України з Російською Федерацією, до якої наша країна виявилася неготовою [1].

Отже особливої актуальності набуває дослідження кризових явищ в економіці, об'єктивна оцінка їх динаміки та тенденцій, що є обов'язковою передумовою розробки методології антикризового менеджменту на всіх рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці кризових явищ, їх впливу на економіку та антикризового управління присвячені праці багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема С. Блека, П. Лагадека, Ф. Найта, Г. Снайдера, Ф. Фармера; Г. Афанас'єва, В. Василенка, В. Воронкова, Г. Клейнера, В. Князева, Е. Короткова, А. Мельника, В. Цветкова та багатьох інших.

Однак всі дослідження потребують ретельного опрацювання та уточнення з урахуванням сучасних економічних реалій.

Постановка завдання. Метою даної статті є спроба об'єктивної оцінки стану макроекономічного середовища в Україні в умовах різкої економічної дезінтеграції з Російською Федерацією, з'ясування характеру сформованої економічної кризи та перспектив її подолання.

Результати дослідження. Події останнього року вкрай негативно вплинули на економіку України: обсяг ВВП знизився майже на 15%, національна валюта знецінилася більше, ніж в 2,5 рази по відношенню до долара США, інфляція склала 35%. Національний банк України в п'ятий раз протягом року підвищив облікову ставку – вже до 30%. Рівень безробіття сягнув 9%, а споживчі витрати зменшилися майже на 25% [3, 4].

Основна причина такого безпрецедентного спаду полягає в тому, що Україна є надзвичайно залежною від торгівлі із зовнішнім світом, в першу чергу – від імпорту енергоресурсів з Російської Федерації. Відмова України від інтеграційних зв'язків з нею (на умовах, продиктованих Росією) спровокувала двостороннє запровадження заходів протекціонізму, жорсткого економічного тиску, політики імпортозаміщення тощо. Не зважаючи на подальше посилення конфлікту, зокрема, анексію Росією Криму і проведення бойових дій за участю двох країн на сході нашої країни, Україна та Росія залишаються економічно взаємопов'язаними [5].

Безумовно, війна на Донбасі, який є основним промислово-енергетичним центром країни і має тісні промислові зв'язки з Російською Федерацією, посилила економічну кризу. Частка цього регіону у загальному обсязі реалізації виробленої продукції складала 28%, він забезпечував 95% внутрішніх потреб у вугіллі та забезпечував непропорційно велику частку експорту. У зв'язку з втратою Україною доступу до більшості своїх вугільних ресурсів протягом останнього року гостро постала проблема дефіциту електроенергії, розмір якого оцінюється на рівні 10%.

Це змусило країну почати імпортувати електроенергію знову ж таки з Росії – наприкінці грудня 2014 року українська енергетична компанія «Укрінтеренерго» підписала контракт, за яким планується придбати до 1500 мВт електроенергії протягом року (Україна в даний час споживає близько 26000 мВт електроенергії щорічно). Більш того, російські компанії контролюють близько 30% регіональних розподільних електромережних компаній України, в тому числі силових дистриб'юторів в Одеській та Київській областях.

Українська влада вже визнала одним з головних пріоритетів зменшення енергетичної залежності і відхід від споживання природного газу, що надходить з Росії. Зараз Україна купує реверсний газ, який надходить зі Словаччини, Польщі та Угорщини. Нещодавно український прем'єр-міністр А.Яценюк оголосив, що його уряд буде запозичувати 1 млрд. дол. для розробки власних родовищ природного газу та нафти.

Але не зважаючи на це, Україна продовжує виплачувати 700 млн. дол. на місяць за імпорт газу з Росії. Термін дії діючої тимчасової угоди між НАК «Нафтогаз України» і російським ВАТ «Газпром» спливає наприкінці берез-

ня 2015 року. І уряд змушений буде підписати, принаймні, ще одну тимчасову угоду з ВАТ «Газпром» до літнього періоду, коли Україна почне заповнювати власні сховища в рамках підготовки до зими [5]. З цього слідує, що, енергетичний сектор України лишається тісно залежним – Росія досі відіграє та продовжуватиме відігравати в ньому важливу роль.

Як наслідок тісної торгівельно-промислової інтеграції, Україна та Росія мали також потужні фінансові зв'язки. До початку кризи офіційна частка Росії в обсязі прямих іноземних інвестицій в Україну складала майже 6,9%, хоча реальна цифра є значно вищою. Формально, в 2013 році в Україну надійшло 33,4% прямих іноземних інвестицій з Кіпру, але фактично, велика частина цих грошей являє собою російські інвестиції, що надійшли через кіпрські банки та корпорації. У 2014 році, з початком кризи, частки російського та кіпрського прямого іноземного інвестування в Україну знизилися, але не радикально – до 5,9% і 29,9% відповідно. Дуже відчутним для економіки стало також різке скорочення обсягу операцій російських корпорацій в Україні (наприклад, «Роснафти» та «Лукойлу»).

Через різке скорочення інвестицій в Україну, Національний банк був вимушений витратити мільярди доларів у відчайдушній спробі підтримати курс гривні. Обсяг валютних резервів впав до найнижчого рівня за останні десять років, але зусилля НБУ виявилися марними – лише з початку року гривня знецінилася на 14% і більшість експертів вважають, що тенденція ще продовжуватиметься. В наслідку знецінення національної валюти страждають всі сфери економіки, оскільки відбувається надзвичайне подорожчання імпорту за умови неможливості кредитування. Навіть сільське господарство, на яке покладалися і від якого очікували росту, страждає – за оцінками, в наступному році виробництво пшениці зменшиться на 12% [3, 5, 6].

Такі ж тісні зв'язки склалися з Російською Федерацією в банківському секторі. П'ятим за величиною банком України за загальною сумою активів є ПАО «Промінвестбанк» – філія російської державної корпорації «Зовнішекономбанк». АТ «Сбербанк Росії», а також дочірні до нього ПАТ «Альфа-Банк» і ПАТ «ВТБ Банк» займають, відповідно, 8-е, 9-е і 10-е місця в рейтингу найбільших банків України. Разом ці російські дочірні підприємства в Україні володіють активами на суму понад 6 млрд. дол. Оскільки російська держава є власником ДК «Зовнішекономбанк» і мажоритарним акціонером АТ «Сбербанк Росії» і ПАТ «ВТБ Банк», виявляється, що вона опосередковано контролює значну частину банківського сектору України. До цього ж рік тому Росією було надано Україні 3 млрд. євро (близько 4,1 млрд. дол.) у борг під державні облігації. Кошти було надано за умови, що у разі перевищення коефіцієнтом співвідношення національного боргу до ВВП рівня 60%, Росія може вимагати їх дострокового погашення. Це в свою чергу може викликати автоматичний дефолт за іншими міжнародними облігаціями України. Офіційні дані стануть відомими в березні й, як очікується, уряд намагатиметься відобразити заборгованість на рівні меншому 60%, щоб не надати можливості Росії викликати дефолт.

Хоча за даними Міжнародного валютного фонду, співвідношення боргу до ВВП до кінця року досягне рівня 70% (розрахунок включає в себе в тому числі дані по сепаратистським регіонам). Власний банківський сектор Російської Федерації також зазнав труднощів протягом останнього року. І деякі банки, у тому числі окреслений ПАТ «ВТБ Банк», навіть претендують на державну допомогу, тим самим мотивуючи російський уряд уникнути використання своїх банків для дестабілізації банківського сектору України [5].

Тим не менш, сильна присутність Росії в банківському секторі України дійсно дає російському уряду ще одну можливість впливати як на фінансові ринки України, так і чинити політичний тиск.

Очевидно, що вихід економіки з кризи та подальший її розвиток є можливими лише за умови, що приватні інвестори знову будуть готові вкладати в неї кошти. Інфраструктура, особливо в понівеченій війною східній частині країни, та енергетичний сектор України потребують величезних інвестицій.

Модернізація з метою забезпечення енергетичної ефективності хоча б на середньому європейському рівні, дозволила б уникнути імпорту газу з Росії. Вкрай необхідними є також інвестиції у власний видобуток газу. Україна має великі резерви, але обсяг його виробництва впав на дві третини порівняно з 1970-ми роками. І в той же час президент ініціював дворазове збільшення податків для вітчизняних газових компаній, що вкрай негативно вплинуло на перспективи надходження інвестицій у ці сферу.

На сьогодні українська влада зробила все можливе задля відмови від російського приватного капіталу, але, разом з тим, Україна залишається непривабливою і для західних інвесторів. Очікувані кредити МВФ не спроможні допомогти в цьому напрямку, оскільки вони забезпечують лише короткострокове фінансування.

Інші потенційні «помічники», в тому числі США та ЄС, також не дуже прагнуть надавати допомогу. Якщо вітчизняний уряд та його західні союзники не почнуть зосереджуватися на прийнятті всіх можливих заходів задля розвитку економіки, перспектива безладну і дефолту в країні є неминучою.

Висновки. На основі вищевикладеного можна зробити висновок, що сучасна криза є дуже неоднозначною за причинами та наслідками. На перший погляд, здається, криза зменшила економічні та фінансові зв'язки України з Росією. Насправді ж Росія, як і раніше, грає важливу роль у банківській та енергетичній сферах країни. Крім того, зберігається більшість торгових і промислових зв'язків.

Також стає зрозумілим, що криза має системний і структурний характер. Системність кризи полягає в тому, що в економічній системі відбувається руйнація зв'язків, зникають загальні властивості і характер поведінки складових елементів, руйнуються інституціональні основи, тобто втрачається цілісність системи. За таких умов спостерігається різке ослаблення стійкості елементів системи (аж до банкрутства й припинення діяльності) переважною більшістю економічних організацій макро-, мезо- та макрорівня.

Прослідковується втрата загальних соціальних цінностей і загально-визнаних економічних оцінок, цінних та валютних еталонів, викривлення пропорцій реальних й віртуальних цінностей; підсилюється панічне сприйняття реальності суб'єктами економіки; знижується взаємна довіра учасників ринку, у тому числі до державних органів влади [7, 8].

Структурність виявляється в тому, що виникає невідповідність між застарілими механізмами існуючої економічної політики, практики та новими зміненими умовами господарської діяльності [8].

Однак така криза може мати конструктивні наслідки. Їх обов'язковою передумовою є системно-структурне оновлення системи, відновлення в ній зруйнованих кризою сполучних елементів, налагодження нових зв'язків, пошук та використання тих можливостей, які відкриваються завдяки кризі. На це, а також на розробку відповідної методології управління, повинні бути зорієнтовані зусилля вітчизняних економістів та менеджерів.

Література

1. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання: аналітична доповідь [Текст] / Я.А. Жаліло, К.А. Кононенко, В.М. Яблонський [та ін.]; за заг. ред. Я.А. Жаліла. – К.: НІСД, 2014. – 132 с.
2. Запорожець О.Ю. Кризові репутаційні стратегії держав у міжнародних відносинах (на прикладі України та Російської Федерації): Автореф. дис. канд. політ. наук: 23.00.04 // О.Ю. Запорожець; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2005. – 20 с.
3. Ukraine Economic Forecasts: 2014-2050 Outlook [Electronic resource] // Trading economics. – Mode of access: <http://www.tradingeconomics.com/ukraine/forecast>.
4. Ukraine's Economy: Worse to Come [Electronic resource] // The Economist [Digital edition]. – 2014. – November, 15th. – Mode of access: <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21632633-swooning-economy-desperate-need-investment-worse-come>.
5. Ukraine's Economy Needs Russia [Electronic resource] // Stratfor: Global Intelligence. – 2015. – February, 18th. – Mode of access: <https://www.stratfor.com/sample/analysis/ukraines-economy-needs-russia>.
6. Ukraine's Economy: On the Edge [Electronic resource] // The Economist [Digital edition]. – 2015. – January, 15th. – Mode of access: <http://www.economist.com/news/europe/21639565-without-lot-more-western-help-ukraine-faces-default-edge>.
7. Клейнер Г.Б. Системный кризис, системный анализ, системный менеджмент. Сб. Стратегическое планирование и развитие предприятий [Электронный ресурс]. / Г.Б. Клейнер // Пленарные доклады Десятого всероссийского симпозиума. М.: ЦЭМИ РАН, 2010. – Адрес доступа: <http://kleiner.ru/arpab/siskriz.html>.
8. Бондарев Н.С. Кризисные явления в АПК: системность или структурность [Электронный ресурс] / Н.С. Бондарев // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2014. – № 4 (60). – Т.1. – Адрес доступа: <http://oaji.net/articles/2015/561-1422285495.pdf>.

Дунська А.Р.
к.е.н., доцент;
Локота А.Г.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ»

МІЖНАРОДНИЙ ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКА ПЕРСПЕКТИВА

В статті розглянуті основні тенденції розвитку міжнародного трансферу технологій на сучасному етапі. Проаналізовані основні моделі міжнародного трансферу технологій. Надані практичні рекомендації щодо вдосконалення моделі участі України в міжнародному трансфері технологій на основі аналізу зарубіжного досвіду.

Ключові слова: трансфер технологій, новітні технології, інноваційний розвиток, технологічний пакет.

The article describes the main trends of the international transfer of technology today. Analyzed the basic models of international technology transfer. The practical recommendations for improving the model of Ukraine's participation in international technology transfer based on an analysis of foreign experience.

Keywords: technology transfer, new technologies, innovative development, technology package.

Вступ. Розвиток сучасних процесів глобалізації посилює міжнародну конкуренцію на основі науково-технічних досягнень та інновацій. Якість застосовуваних технологій є ключовою конкурентною перевагою країни і визначає її позицію в міжнародних рейтингах конкурентоспроможності. Практика показує, що окремі країни досягли вражаючих економічних успіхів завдяки саме трансферу технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти та визначення поняття «трансфер технологій» можна знайти у роботах таких зарубіжних та українських вчених як В. Стадник, Л. Федулова, А. Шпак, В. Соловйов, Ю. Бажал, О. Андросова, І. Балабанов, М. Катешова, О. аліхова, С. Золотарьов, Я. Берман, Г. Блаір, Д. Вейгер, Я. Лафурже, Э. Ловелл, Р. Міллер. Незважаючи на те, що проблемою створення та ефективного функціонування моделі трансферу технологій в Україні цікавляться все більше авторів, поки що питання про шляхи вдосконалення існуючої системи трансферу та пропозиції щодо її реорганізації до кінця не висвітлено.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі основних тенденцій розвитку міжнародного трансферу технологій, виявлення найбільш

ефективних моделей міжнародного трансферу технологій з метою запозичення Україною успішного зарубіжного досвіду.

Результати дослідження. У сучасних умовах розвинені країни і країни, що розвиваються беруть активну участь у міжнародному трансфері технологій. На відміну від країн з перехідною економікою вони займають лідируючі позиції на світовому ринку не тільки за обсягами споживання іноземних результатів науково-технічної діяльності, а й за розмірами експортних технологічних надходжень, які становлять значну частку в структурі платіжного балансу країн. У зв'язку з цим для країн з перехідною економікою особливої актуальності набуває необхідність активного включення в процес міжнародного трансферу технологій.

До основних тенденцій розвитку міжнародного трансферу технологій слід віднести наступні:

- поступовий перехід від найпростіших форм трансферу технологій до комплексних «технологічних пакетів», до складу якого можуть входити передовий досвід і знання, носіями яких виступають висококваліфіковані фахівці, об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ), продукція і послуги різної наукоємності;
- використання різними країнами світу для підтримки власного рівня міжнародної конкурентоспроможності іноземних об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ);
- поступовий перерозподіл світових потоків високотехнологічного експорту на користь країн, що розвиваються;
- зростання в світовому масштабі вартісного обсягу операцій, не пов'язаних з участю в капіталі країн що розвиваються, і країн з перехідною економікою.

Ще однією особливістю сучасного ринку технологій є те, що негативне зовнішньоторговельне сальдо в торгівлі ОІВ не свідчить про низький рівень технологічного розвитку країн. Наприклад, країни Європейського союзу в 2012 році мали негативне сальдо за цим показником, але протягом останніх років вони займають провідні позиції в світовому рейтингу експортерів та імпортерів ОІВ.

Моделі міжнародного трансферу технологій, які використовуються розвиненими країнами можна поділити на два типи: північноамериканську та японську модель. Для північноамериканської моделі характерний трансфер максимального технологічного пакета з використанням принципів ринкового і внутрішньофірмового ціноутворення з метою отримання максимального прибутку; для японської – трансфер мінімального технологічного пакета із застосуванням наступальної та індивідуальної конкурентної стратегій на ринку, із застосуванням переважно ринкового ціноутворення з метою збільшення обсягів експорту [1, с. 118].

Найважливіші мотиви компаній до залучення в систему міжнародного трансферу реалізується в їх технологічних стратегіях. У світовій економіці сформувалися спочатку американська, а потім японська технологічна

стратегія, досвід яких запозичується фірмами різних країн. Причому для таких країн, як Україна, які вступають на шлях технологічного оновлення, саме японська технологічна стратегія представляє найбільший інтерес.

Японська технологічна стратегія спрямована на збільшення обсягів експорту і характеризується як експортноорієнтована. Японія з середини ХХ ст. виступала активним споживачем ОІВ, насамперед, північноамериканських компаній. Як бачимо, реалізація концепції «наздоганяючого розвитку» в Японії через 30 років дала позитивні результати. Однак це відбулося не внаслідок простого копіювання та імпортозаміщення закордонних ОІВ, а шляхом купівлі ліцензій, їх адаптації та поступового вдосконалення. Орієнтація на розвиток високотехнологічних галузей, що мають експортний потенціал і високу додану вартість, залучення іноземних фахівців для вирішення різного роду технологічних завдань, поєднання японських і зарубіжних результатів науково-технічної діяльності, а також високий рівень розвитку власної технологічної бази та освіченості населення сприяли економічному процвітання країни.

Згідно японської стратегії трансфер запатентованих унікальних ОІВ в вузькоспеціалізовані галузі здійснюється в розвинені країни, а в країни, що розвиваються здійснюється трансфер стандартизованих ОІВ в традиційні галузі. Трансфер стандартизованих, морально застарілих ОІВ, відбувався переважно в країни Південно-Східної Азії, які мають з Японією найменший технологічний розрив, за допомогою створення спільних підприємств.

Японський досвід підтверджує, що продуктивність праці компаній з іноземним капіталом у кілька разів перевищує ефективність місцевих виробників. Вони активніше проводять НДДКР і досягають більш високого зростання заробітної плати та продуктивності праці, що обумовлено використанням зарубіжних технологій [2, с. 8].

Аналізуючи сучасний стан та роль України в міжнародному трансфері технологій важливо враховувати зарубіжний досвід розвинених країн, які займають вагомі позиції на ринку технологій. Переважання в Україні стандартизованих технологічних пакетів при виборі суб'єкта-реципієнта вітчизняним компаніям слід здійснювати трансфер технологічних пакетів з урахуванням японської моделі. Доцільно орієнтуватися на країни, що мають невеликий технологічний розрив з відносно однаковим або більш низьким рівнем соціально-економічного розвитку. Це дозволить збільшити прибуткову фазу життєвого циклу вітчизняних технологічних пакетів, величину експорту українських ОІВ, товарів і послуг різної наукоємності, а також стимулювати обмін науково-технічною інформацією, знаннями та досвідом.

Залучення технологічних пакетів по японській моделі трансферу створює реальну загрозу збільшення припливу в країну стандартизованих технологій, в результаті чого необхідна переорієнтація імпорту технологічних пакетів для модернізації національної економіки за рахунок розширення числа національних суб'єктів, що беруть участь у міжнародному промисловому виробництві [3, с. 175].

Таким чином, вдосконалення технологічної стратегії України з одного боку буде сприяти експорту результатів науково-технічної діяльності, а з іншого проведенню модернізації національної економіки, що відображається в зростанні таких стратегічно важливих показників економічного розвитку країни як продуктивності праці, обсяг і наукоємність ВВП та ін.

Реалізація такої технологічної стратегії потребує відповідного державного забезпечення організації системи трансферу технологій. Значна кількість країн що розвиваються зверталися до аналізу науково-технічного комплексу Ізраїлю, а саме до системи «головних вчених» міністерств країни, а також системи технологічного трансферу на базі ізраїльських університетів.

Таблиця 1

Витрати на НДДКР у 2013 році

Країни	Державні інвестиції (%)	Інвестиції приватного сектору (%)
Європа	35,4	49,9
США	36,6	62,5
Японія	18,7	73,4
Ізраїль	41,9	36,6

Джерело: складено авторами на основі [3]

З табл. 1 бачимо, що серед найбільш економічно розвинених країн державна частка у фінансуванні НДДКР у Ізраїля найзначніша. У подібній ситуації завжди існує побоювання неефективного розподілу фінансових ресурсів. Але Ізраїль справляється з цією проблемою цілком успішно. Багато в чому це відбувається завдяки налагодженому функціонуванню системи головних вчених ізраїльських міністерств і роботі Ізраїльського наукового фонду, який за мету має створення зв'язку між фундаментальними та прикладними дослідженнями. Головні вчені працюють в так званій «сірій зоні» стратегічних досліджень, а саме в тих областях, які ще не стали загально-визнаним трендом, але мають для цього потенціал.

Завдання головного вченого виявити найбільш перспективні проекти, що вимагає великого професіоналізму і в майбутньому може принести значний дохід. За словами головного вченого міністерства науки кожен вкладений в ізраїльську «сіру зону» долар приносить приблизно від 15 до 30 дол. США, що свідчить, безумовно, про високу ефективність роботи головних вчених Ізраїлю.

Одним з складових успіху ізраїльської моделі інноваційної економіки є система комерціалізації наукових досягнень. У цій області у Ізраїлю накопичений великий і багато в чому унікальний досвід, особливо у сфері

комерціалізації розробок, зроблених на базі вузів. Суть процесу комерціалізації ноу-хау, створених в ізраїльських вузах, полягає в наступному: вузом створюється спеціальна компанія, куди розробник надає інформацію про ноу-хау; фахівці компанії проводять оцінку як наукової спроможності, так і комерційного потенціалу майбутнього продукту; потім вони ліцензують розробку; розробляють бізнес-модель і схему просування продукту; створюється комерційна структура куди компанія вкладає свою інтелектуальну власність, а бізнес партнер – інвестиції і часто команду керуючих; створений новий бізнес виходить на ринок і в разі успіху продукції компанія платить роялті творцям. Схема, безумовно, може дещо змінюватись, але її можна вважати універсальною для комерціалізації інновацій ізраїльських вузів. Відмінною особливістю створених у вузах компаній технологічного трансферу є те, що вони складаються як з учених, так і фахівців у різних аспектах бізнесу (фінанси, маркетинг, юридичні аспекти, стратегічне планування) [4, с. 125].

Така система дозволяє вирішити кілька важливих проблем. З одного боку розробникам не треба думати про те, як знайти гроші і що взагалі робити з винаходом, до того ж сама можливість отримання значного доходу від створеної технології сприяє інтенсифікації досліджень. З іншого – інвестори економлять на тимчасових і фінансових витратах, пов'язаних з пошуком проектів. Таким чином, одночасно стимулюються і дослідницька робота, і підприємницька активність на ринку високих технологій Ізраїлю [5, с. 201].

Створення подібної системи в Україні дозволить досягти необхідного для постійного розвитку інноваційної економіки адекватного співвідношення між фундаментальними і прикладними дослідженнями, що створює ефективну модель побудови державного сектора в загальній системі науково-технічного розвитку країни.

Висновки. Практичні рекомендації щодо вдосконалення моделі участі України в міжнародному трансфері технологій на основі аналізу зарубіжного досвіду включають:

- створення пільгових умов оподаткування для суб'єктів, зацікавлених у міжнародному трансфері технологічних пакетів (зменшення величини оподаткованої бази компаній, що реалізують передові технологічні напрямки в країні, на суму витрат на НДДКР);
- державне замовлення на виробництво інноваційної продукції;
- реалізація державних програм з формування коопераційних зв'язків і взаємодії висококваліфікованих фахівців у галузі міжнародного трансферу технологій з країнами з низьким технологічним відривом за японською моделлю;
- просування експорту українських технологічних пакетів шляхом удосконалення технологічних стратегій національних компаній;
- розробка системи заходів державної підтримки міжнародного трансферу технологічних пакетів для створення зв'язку між фундаментальними та прикладними дослідженнями;

• активізацію комерціалізації досліджень в вузах за ізраїльською схемою. На сьогоднішній день для України важливо використовувати приклад розвинених країн в розбудові ефективної системи міжнародного трансферу технологій. Адже є розуміння, що міжнародний трансфер технологій є одним з напрямків модернізації та виходу української економіки на інноваційний шлях розвитку.

Література

1. Голиченко О. Модели развития, основанного на диффузии технологий / Голиченко О. // Вопросы экономики. – 2012. – № 4. – С. 117–132.
2. Ляшенко О.М. Комерціалізація та трансфер технологій: категорії та методи інноваційної діяльності / Ляшенко О. М. // Інноваційна економіка. – 2010. – № 5. – С. 8–13.
3. Омеляненко В.А. Аналіз динаміки потенціалу інноваційної системи при міжнародному трансфері високих технологій / Омеляненко В.А. // Формування сучасних механізмів розвитку інноваційної сфери економіки : монографія [кол. авт.] ; за наук. ред. І. Ю. Швець. – Сімферополь : ДІАЙПІ, 2013. – С. 175–185.
4. Андросова О.Ф. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності : монографія / О. Ф. Андросова, А. В. Череп. – К.: Кондор, 2013. – 356 с.
5. Білоус-Сергеева С. А. Комерціалізація інтелектуального продукту через трансфер технологій / С. А. Білоус-Сергеева // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – 2010. – С. 200–202.

УДК 339.9:330.34

Зінченко Д.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ АЛЬТЕРНАТИВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто поняття стратегії та стратегічного розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Проаналізовано основні завдання стратегічного управління ЗЕД. Досліджено перешкоди на шляху формування та впровадження стратегії. Обґрунтовано необхідність формування організаційного забезпечення стратегічного управління та наведено основні організаційно-управлінські фактори забезпечення стратегічного розвитку ЗЕД підприємства.

Ключові слова: стратегія ЗЕД, стратегічний розвиток, організаційне забезпечення.

The article reviews the concept of strategy and strategic development of foreign economic activity. Was justified the basic objectives of strategic trade management.

Investigated barriers to development and implementation of the strategy. Were defined the necessity of formation of organizational support and strategic management are major organizational and managerial factors FEA software strategic development of the company.

Keywords: FEA strategy, strategic development, organizational support.

Вступ. На сьогоднішній день перед багатьма промисловими підприємствами України стоїть завдання імплементації в міжнародний економічний простір. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства є головним інструментом реалізації даного завдання. Одним із основних елементів ЗЕД є визначення її стратегії, оскільки від правильності її постановки та реалізації безпосередньо залежить ефективність експортно-імпорتنих операцій, що і зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблематики формування та реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності здійснили Баула О.В. [2], Кісь О.П. [1], Кириченко О.А., Косенко С.В. [5], Ковтун О.Е., Коломієць І.Ф., Соколовська В.М., Стефаненко М.М., Чайкова О.І. [4] та ін.

Не дивлячись на значну кількість праць, присвячених дослідженню даного питання, не достатня увага було приділена організаційно-управлінським аспектам забезпечення стратегічного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Постановка завдання. Мета даного дослідження полягає у визначенні організаційно-управлінських альтернатив в забезпеченні розвитку ЗЕД підприємства.

Результати дослідження. Сучасне мінливе зовнішнє середовище змушує підприємства постійно пристосовуватися до нових умов функціонування. Надзвичайно сильно піддаються такому впливу організації, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Розробка стратегії розвитку підприємства з урахуванням впливу зовнішніх факторів та міжнародного середовища є основою його успішного функціонування в майбутньому.

Будь-яка організація долає значні труднощі у процесі пристосування до зміни зовнішнього середовища. Пристосування до нових умов діяльності неможливо в межах застарілих організаційних рішень, без визначення напрямів необхідних перетворень організаційних форм і систем та без впровадження інноваційних організаційних заходів. Необхідно враховувати, що організаційні перетворення не повинні перешкоджати стратегічному розвитку підприємства, а навпаки забезпечувати стабільність діяльності в нових умовах.

Відсутність оптимальної розробленої стратегії управління ЗЕД підприємства, пристосованої до можливих змін зовнішнього середовища, призводить до того, що управлінські рішення підприємства мають різноспрямований суперечливий характер. Це стає причиною неефективності ЗЕД та знижує економічну доцільність діяльності підприємства загалом.

Баула О.В. визначає стратегію ЗЕД як комплекс управлінських рішень, які звужують всю множину можливих зовнішньоекономічних дій підприємства до сукупності найбільш ефективних з точки зору довгострокових цілей сформульованих у загальній стратегії [4].

Розробка стратегії ЗЕД це дуже складний управлінський процес. Вона повинна здійснюватися на основі цілей, визначених різними параметрами підприємства та задач, вирішення яких буде забезпечено прийняттям управлінських рішень на різних етапах формування і реалізації стратегії.

Відповідно до поставленої мети повинні бути сформовані основні задачі стратегічного управління ЗЕД підприємства за різними напрямками його розвитку:

Формування організаційного забезпечення системи стратегічного управління ЗЕД.

Забезпечення оптимального використання матеріальних, трудових, фінансових та інвестиційних ресурсів.

Забезпечення мінімізації виробничих, комерційних, фінансових, інвестиційних ризиків на підприємстві в довгостроковій перспективі.

Дослідження та вдосконалення стану системи стратегічного управління ЗЕД і тенденцій показників ефективності діяльності підприємства.

Забезпечення фінансової стійкості підприємства, високої оборотності активів і капіталу в довгостроковій перспективі, максимізація величини прибутку та рентабельності ЗЕД.

До факторів, що безпосередньо впливають на формування стратегії ЗЕД можна віднести: нестабільність курсу валют, інфляцію, умови одержання кредиту та ставка відсотку, попит, платоспроможність контрагентів, рівень цін, доступність новітніх технологій, рівень досконалості законодавства та ін.

Безсумнівно існує багато перешкод на шляху розробки та реалізації стратегій в зовнішньоекономічній діяльності, до основних слід віднести [1]:

- особливості постачання, якими є вартість та витрати часу, що значною мірою визначають терміни виготовлення різних видів продукції;
- виробничий потенціал, що забезпечує виготовлення продукції (як експортної, так і призначеної для реалізації на внутрішньому ринку), з визначеними технічними параметрами та дотриманням конкретного обсягу випуску в певні терміни;
- наявність відповідних людських ресурсів, що стосується в першу чергу питання наявності фахівців, здатних здійснювати виробництво продукції на експорт, яка, в основному, відрізняється від типових моделей виробленої продукції;
- інформаційна база як чинник формування стратегії підприємства може відігравати значну роль за умов своєчасного збору інформації про всі можливості та загрози, які може очікувати підприємство при виході на зовнішній ринок. При зборі та аналізі інформації про зовнішнє середовище підприємства, супутньої діяльності на зарубіжному ринку, основну

увагу слід приділити економічним, конкурентним, технологічним, соціальним, а також політичним факторам.

- фінансові можливості, щодо формування бюджету, з необхідними статтями витрат для реалізації стратегії, що являє собою затверджений перелік процедур розподілу ресурсів, охарактеризованих у кількісній формі, для досягнення цілей є також представлення у вартісному вираженні, тобто, для реалізації стратегії необхідним є визначення обсягів фінансових ресурсів, які окремо будуть направлені на роботу на зовнішньому ринку.

Враховуючи різноманітність факторів, що впливають на стратегію ЗЕД, її не можна розглядати відокремлено: вона нерозривно пов'язана з ресурсною, товарною, конкурентною та всіма іншими стратегіями підприємства.

Для реального досягнення цілей стратегічного управління ЗЕД підприємства, в процесі формування ефективної системи стратегічного управління, необхідно враховувати, що реалізація поставлених задач по всіх напрямках повинна здійснюватись в їхньому взаємозв'язку й взаємозалежності.

Для організаційної підтримки стратегічних змін в зовнішньоекономічній діяльності, система стратегічного управління повинна мати відповідну систему забезпечення [5].

Організаційне забезпечення стратегічного управління являє собою сукупність структурних та динамічних організаційних взаємовідносин всередині та за межами організації, що включає сукупність конкретних субординаційних та координаційних, лінійних та функціональних, а також інших організаційних зв'язків, систем підпорядкування, звітності, контролю тощо, методів організаційного аналізу, організаційного проектування, правових норм, втілених у внутрішні нормативні документи, за допомогою яких ринковоорієнтоване підприємство використовує (або ні) ті можливості, що надає йому середовище, сприяє (або ні) досягненню цілей розвитку за допомогою виконання обраних стратегій [3].

Організаційне забезпечення стратегічного управління дає змогу створювати та удосконалювати існуючі та забезпечувати ефективне функціонування окремих елементів організаційної системи, а також організаційного механізму управління суб'єктом господарювання або їх сукупності в цілому у відповідності до обраних стратегій таким чином, щоб ці організаційні елементи системи виступали як елементи стратегічного розвитку.

В процесі впровадження організаційного забезпечення стратегічного управління необхідно розуміти, що цілі традиційних організаційних систем суттєво відрізняються від систем стратегічно-орієнтованих. Їх особливість полягає в обов'язковому співпадінні з стратегічними цілями підприємства, та на відміну від різноспрямованих цілей організації, вони мають бути взаємопов'язані та мати управлінське визначення.

Головним завданням організаційного забезпечення стратегічного управління є формування стратегічного організаційного потенціалу, спро-

можного забезпечити високий рівень керованості та ефективності здійснення процесу стратегічного розвитку.

Організаційне забезпечення стратегічного розвитку ЗЕД підприємства – це багаторівнева система перетворень, спрямованих на виконання довгострокових завдань і цілей підприємства в сфері ЗЕД, що передбачають зміну організаційної структури управління, формування нових вертикальних та горизонтальних зв'язків на підприємстві, методів роботи та організаційної культури.

Найважливішими аспектами організаційно-управлінського забезпечення стратегічного розвитку ЗЕД є системний підхід до управління ЗЕД, планування, комплексна система контролю та злагоджена діяльність всіх підрозділів, що задіяні в реалізації стратегії.

Висновки. Отже, у статті було досліджено особливості формування стратегії ЗЕД підприємства, і зокрема проблему організаційного забезпечення стратегічного розвитку зовнішньоторговельних підприємств. Проведене дослідження дає змогу стверджувати, що правильно розроблена і обґрунтована стратегія ЗЕД відіграє надзвичайно важливу роль у подальшому розвитку підприємства. Формування організаційно-управлінського забезпечення стратегічного управління є необхідною умовою успішного забезпечення високої ефективності діяльності підприємства в довгостроковій перспективі.

Література

1. Косенко С.В. Теоретичні положення стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємств: визначення та класифікація / С.В. Косенко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблема теорії та практики, 2011. – № 3(15). – С.117-127
2. Чайкова О.І. Методичний інструментарій щодо формування та реалізації стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О.І. Чайкова // Вісник Слов'янського університету: – Харків, 2012. – Том XV. №2. – С.42-48
3. Бистров А.Г. Особливості та зміст організаційно-управлінських інновацій / А.Г. Бистров // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2011. – № 2(38). – С. 49-53.
4. Баула О.В. Особливості формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасному глобалізаційному просторі / О.В.Баула, А.В.Сачук // Матеріали за ІХ-а міжнародна научна практична конференція «Настоящи изследования и развитие – 2013». — Том 7. Икономики: София, «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2013. –С.64 -68.
5. Кісь О.П. Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / О.П. Кісь; Харк. нац. екон. ун-т. – Х., 2005. – 21 с.

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Дунська А.Р.*

Корепанова А.В.

аспірант;

Гурова В.О.

к.е.н, доцент

Донецький національний університет, м. Вінниця

РЕФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

У даній статті розглянуто проблему податкового регулювання в процесі здійснення антикризової політики України, проаналізовано основні показники функціонування податкової системи держави, обґрунтовано необхідність реформування та удосконалення фіскальної політики держави як один з найбільш релевантних важелів здійснення антикризової політики держави.

Ключові слова: податкова система, державний дефіцит, держаний борг, антикризова політика.

In this article the problem of tax regulations in the implementation of anti-crisis policy of Ukraine were considered, the main indicators of functioning of the tax system of state are analyzed, the need of reform and improvement of fiscal policy as one of the most relevant levers implementation of anti-crisis policy was reasonable.

Key words: tax system, the government deficit, debt of state, anti-crisis policy.

Вступ. На даному етапі розвитку економіки України проблема антикризового управління державою постає досить гостро, оскільки економічні процеси знаходяться у стагнаційному стані, що негативно впливає на динаміку розвитку основних напрямів економіки країни. Одним з головних важелів антикризової політики держави є її податкова система та політика, що проводиться в рамках певного інституційного напрямку, яка має забезпечувати повноцінність наповнення бюджету та відповідних витрат, що пояснює раціональність функціонування загальнодержавного апарату управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом проблемою антикризового управління державою займаються вчені, що здійснюють свою діяльність у різних аспектах дослідження даного питання. Проблемою дослідження загальних підходів до антикризового управління фінансовою системою займаються співавтори Є. В. Татаренко і О. А. Лактіонової [7, с. 43-45]. Інвестиційними механізмами післякризової адаптації національної економіки України займається Л. А. Сиволап [6, с. 316-319]. Дслідження проблеми загального механізму управління функціональними циклами в умовах глобального кластерного співробітництва займається С. І. Гриценко [1, с. 99-103]. Про інструменти податкового регулювання в забезпеченні економічного розвитку країни йдеться у праці І. В. Зленко [4, с. 86-88].

Постановка завдання. Аналіз та обґрунтування необхідності реформування податкової системи як один з релевантних напрямів здійснення антикризової політики держави.

Результати дослідження. На даному етапі розвитку економіки України проблема антикризового управління державою постає досить гостро, оскільки економічні процеси знаходяться у стагнаційному стані, що негативно впливає на динаміку розвитку основних напрямів економіки країни. Промислові підприємства країни складають значну частку загального обсягу ВВП, тому їхня ефективна діяльність є запорукою раціонального функціонування економіки в цілому. Так, індекси промислової продукції в Україні у 2011-2014 рр. представлені на рис. 1.

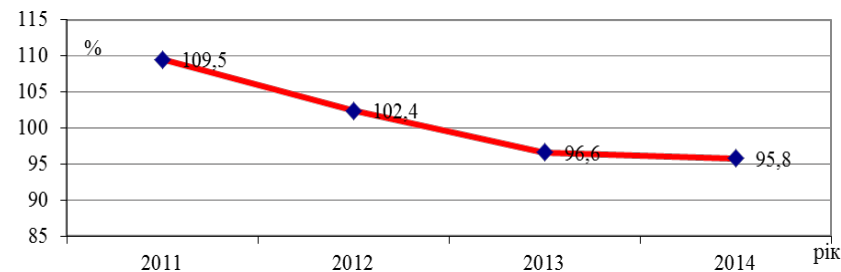


Рис. 1. Динаміка промислових підприємств в Україні у 2011-2014 рр.

Джерело: складено авторами на основі [2]

Як видно на рис. 1, динаміка має тенденцію зниження показника промислової продукції за 4 роки. Так, відбулося його зменшення на 12,5%, що свідчить про складання кризової ситуації на підприємствах промислового виробництва.

Антикризова економічна політика держави - це комплекс заходів організаційно-правового, інституціонального, економічного характеру впливу, спрямованих на регулювання коливань економічної активності у суспільстві в періоди передкризового стану, стабілізацію та згладжування негативного впливу кризи, зменшення її руйнівних наслідків, а також вжиття превентивних заходів у періоди економічного зростання з метою запобігання перегріву економіки [3].

Одним з найбільш релевантних напрямів антикризової політики є *податкова (фіскальна) політика* держави. Застосовуючи податкові механізми реалізації державою антикризової політики, необхідно враховувати подвійний соціально-економічний зміст податків. З одного боку, податки забезпечують наповнення бюджету. З іншого боку, активне податкове поповнення бюджету зменшує кошти економічних суб'єктів, внаслідок чого скорочується їх спроможність до розширеного відтворення індивідуального капіталу й таким чином - звужується межі суспільного відтворення, що проявляється у скороченні обсягів валового внутрішнього продукту країни. Основні дані податкової системи України наведені у табл. 1.

Доходи та видатки бюджету України, млн.грн.

	2005	2007	2010	2011	2012	2013	2014
Доходи:							
Податкові надходження	103 466	171 838	246 441	334 692	360 567	353 986	338 309
Неподаткові надходження	26 224	37 982	61 854	60 004	80 923	84 981	96 224
Інше	4 340	10 119	6 096	3 858	4 035	3 840	11 322
Сума доходів	134 030	219 939	314 391	398 554	445 525	442 789	495 856
Видатки:							
Поточні видатки	123 427	187 352	347 210	374 907	451 709	476 464	550 398
Капітальні видатки	18 111	38 683	30 664	41 947	40 745	29 380	42 429
Сума видатків	141 537	226 036	377 873	416 854	492 455	505 844	594 410
Дефіцит:							
Запозичення з урахуванням погашення	675	5 316	96 711	36 273	44 745	80 480	181 240
Надходження від приватизації	20 759	2 459	1 093	11 480	6 764	1 480	17 000
Надходження від фінансових операцій	-13 669	-103	-32 968	-24 696	-723	-18 369	-94 385
Сума дефіциту	7 735	7 671	64 836	23 058	50 786	63 590	103 855
Борг:							
Державний зовнішній борг	43 956	53 488	181 813	195 806	208 919	223 016	485 816
Державний внутрішній борг	19 188	17 806	141 662	161 467	190 299	256 960	461 004
Гарантований державою зовнішній борг	15 000	16 449	94 932	103 607	16 211	77 009	125 881
Гарантований державою внутрішній борг	1	1 001	13 828	12 241	100 081	27 129	27 863
Сума боргу:	78 146	88 745	432 235	473 122	515 511	584 114	1 100 564

Джерело: складено авторами на основі [8]

Державний бюджет країн складається, головним чином, з податкових надходжень. У провідних країнах світу податкові надходження іноді становлять понад 90 % державного бюджету. Щодо України, то в 2014 році податкові надходження у зведеному бюджеті становили 84 %. Отже, саме податки є головним важелем здійснення антикризової політики держави [5].

З табл.1 слідує, що динаміка доходів держави у період з 2005 до 2014 рр.має позитивну тенденцію, що свідчить про достатній обсяг надходжень та, в цілому, характеризує фінансову політику як задовільну. Однак, динаміка видатків також має тенденцію до збільшення. То ж, для визначення ефективності податкової системи у шкалі «доходи-видатки» визначимо їхній показник як різницю між доходами та витратами (табл. 2).

Таблиця 2

Оцінка ефективності «доходів-видатків» податкової системи України

	Доходи, млн.грн.	Видатки, млн.грн.	Різниця, млн.грн.
2005 рік	134 030	141 537	-7 507
2007 рік	219 939	226 036	-6 097
2010 рік	314 391	377 873	-63 482
2011 рік	398 554	416 854	-18 300
2012 рік	445 525	492 455	-46 930
2013 рік	442 789	505 844	-63 055
2014 рік	495 856	594 410	-98 554

Джерело: складено автором на основі [5]

Тобто, сума видатків перевищує суму доходів державного бюджету, що свідчить про необхідність оптимізації та реформування податкової політики держави. Проаналізуємо динаміку дефіциту бюджету за допомогою рис. 2.

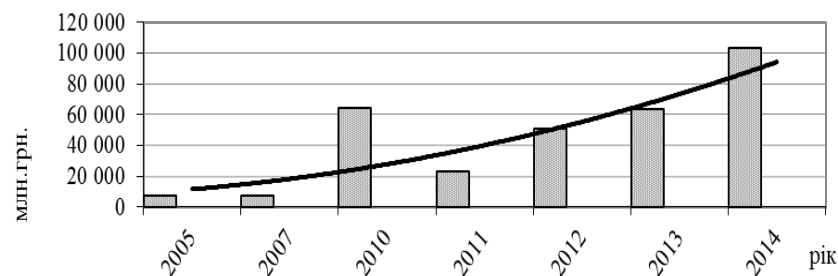


Рис. 2. Динаміка дефіциту бюджету України у 2005-2014 рр.

Джерело: складено авторами на основі [5]

Таким чином, дефіцит бюджету України у період з 2005 р. по 2014 р. збільшився у 13,4 рази з 7735 млн.грн. до 103855 млн.грн. Оскільки показник дефіциту має саме такий показник, слід приділити увагу реформуванню даного аспекту фіскальної політики України.

Сума боргу України також має негативну динаміку розвитку, оскільки відбувається збільшення показника у динаміці. Крім того, спостерігається збільшення як внутрішнього, так і зовнішнього боргу, що характеризує податкову систему як ту, що потребує удосконалення. Дані проілюстровано на рис.3.



Рис. 3. Структура державного боргу України у 2010р., 2012р. та 2014р.

Джерело: складено авторами на основі [5]

Як видно з рис.3 зовнішній борг зріс на 2% у період з 2010 р. по 2014 р., державний внутрішній борг збільшився на 9% в аналізований період, гарантований державою зовнішній борг зменшився на 11% та гарантований державою внутрішній борг не змінився.

Висновки. Держава має встановлювати такий спосіб оподаткування, який би враховував спроможність кожного економічного суб'єкта сплачувати податки і відповідно – забезпечувати благо усього суспільства.

Необхідно наголосити на тому, що податкові важелі антикризової політики держави використовуються не лише на рівні стягування податків та їхньої концентрації у бюджеті. Податкові важелі органічно застосовуються як елемент цілісної системи фінансово-податкової й кредитно-грошової політики держави.

Світова практика реалізації державами антикризової політики доводить, що існують загальнометодологічні підходи до використання різноманітних важелів такої політики. Отже, важливим є питання визначення оптимальних меж оподаткування. Між збільшенням обсягів податкових надходжень до бюджету і створенням сприятливих умов для розвитку господарських суб'єктів існує зрозуміла суперечність.

Література

1. Гриценко С. И. Концепция управления функциональными циклами в организационных рамках глобального кластерного сотрудничества / С. И. Гриценко // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект: сб. науч. трудов. – Донець: ДонНУ, 2010. – 1050 с.
2. Держаний комітет статистики України. Електронний ресурс. – Режим доступу. – [http://www.ukrstat.gov.ua/]
3. Дишлева А. М. Бюджетна політика в умовах циклічного розвитку економіки [Текст] / А. М. Дишлева // Наукові праці НДФІ. – 2010. – № 3 (52). – С. 59-67.
4. Глобальна економічна криза 2008-2010 років: світовий досвід та шляхи подолання в Україні: [монографія] / заг. ред. В. І. Ляшенка. – Донецьк: Юго-Восток, 2010. – 414 с.
5. Інтернет – журнал «Ціна держави». Електронний ресурс. – Режим доступу. – [http://costua.com/budget/debt/]
6. Сиволап Л. А. Державна інвестиційна політика України в умовах післякризової адаптації національної економіки / Л. А. Сиволап // Проблеми і перспективи розвитку співробітництва між країнами Юго-Восточної Європи в рамках Чорноморського економічного співробітництва і ГУАМ: сб. науч. трудов. – Стамбул – Донецьк: ДонНУ, РФ НИСИ в г. Донецьке, 2010. – 640 с.
7. Татаренко Е. В. Підходи к антикризисному управлению финансовой системой / Е. В. Татаренко, А. А. Лактионова // Финансовый і банківський менеджмент: досвід та проблеми: тези доповідей і виступів XII Міжнародної наукової конференції / [за заг. ред. П. В. Єгорова]. – Донецьк: Юго-Восток, 2010. – 130 с.
8. Філатова О. А. Концептуальні підходи й важелі антикризової політики держави: концептуальні підходи [Текст] / О. А. Філатова // Зб.наук. статей «Схід». – 2011. – № 3 (110).

УДК 339.09

Крепель А.В.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У даній статті проаналізовано сутність стратегічного планування та його застосування підприємством при зовнішньоекономічній діяльності. Проаналізовано специфіку стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств, етапи процесу планування поведінки організації на зовнішньому ринку, а також принципи щодо вибору стратегічних альтернатив.

Ключові слова: стратегія, планування, зовнішньоекономічна діяльність.

In this article essence of the strategic planning and his application is analysed by an enterprise at foreign economic activity. The specific of the strategic planning of foreign economic activity of enterprises is analysed, stages of process of planning

of behavior of organization at the foreign market, and also principles in relation to the choice of strategic alternatives.

Key words: strategy, planning, foreign economic activity.

Вступ. Стратегічне планування виступає управлінським інструментом прогнозування цілей та шляхів їх реалізації в умовах постійних трансформаційних змін внутрішнього та зовнішнього середовища, що знижують рівень адаптивності підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, наслідком чого є дестабілізація функціонування та розвитку на зовнішніх ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності на сьогодні є одним із найважливіших факторів успішного розвитку підприємства. Дане питання турбує науковців на протязі довгого часу, його досліджували, зокрема, такі науковці: Мінцберг Г., Снайдер Н., Акофф Р., Кутідзе Л., Дикань В. та ін., праці яких стали значним внеском у даному напрямі. Це зумовлює можливість глибокого та всебічного аналізу проблеми формування й удосконалення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження теоретичних аспектів формування стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності.

Результати дослідження. Сьогодні у всьому світі підприємства розвиваються в умовах глобалізації, що вимагає створення партнерських зв'язків між суб'єктами господарювання не лише на регіональному, а й на світовому рівні. Такі тенденції спонукають до здійснення підприємствами стратегічного планування їх зовнішньоекономічної діяльності.

Оскільки стратегічне планування відіграє одну із найважливіших ролей в діяльності підприємства на зовнішніх ринках, є потреба в аналізі даного поняття. Трактуювання терміну «планування» різними авторами подано в табл. 1.

Таблиця 1

Зміст поняття «планування»

ПЛАНУВАННЯ	Розроблення бажаного майбутнього, а також способів, якими його можна було б реалізувати [1, с. 1]
	Діяльність, що стосується завчасного визначення того, які дії та/або людські й фізичні ресурси потрібні для досягнення цілі; вона охоплює визначення альтернативи, аналіз кожної з них і вибір найкращих [2, с. 73].
	У певних джерелах державного сектору термін «планування» використовувався як синонім «прийняття рішень» і «проектний менеджмент» [3, с. 9].

Джерело: складено автором на основі [1, 2, 3]

Отже, сутність планування – це формалізований і системний процес прийняття управлінських рішень щодо майбутньої діяльності організації.

У свою чергу, за визначенням Гордієнко П., поняття «стратегія» – це комплексний план діяльності підприємства, який розробляється на основі творчого науково обґрунтованого підходу і призначається для досягнення довгострокових глобальних цілей підприємства [4, с. 9].

Тож можна зробити висновок, що стратегічне планування – це чітка послідовність дій, результатом яких є зміни поточного стану підприємства на бажане.

В основі будь-якої форми зовнішньоекономічних зв'язків лежить ідея взаємовигідного міжнародного обміну. Для досягнення найбільшого економічного ефекту від участі в міжнародному поділі праці слід розвивати зовнішньоекономічну діяльність підприємства, оскільки вона є головним способом отримання конкурентних переваг на ринку. Розробка ж довгострокової стратегії розвитку є рушійною силою для розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Стратегічне планування створює міст у майбутнє і використовується для переходу організації від того, якою вона є зараз, до того, якою вона хоче бути. З приводу цього П.Друкер зазначав, що стратегічне планування – це не майбутні рішення, а вплив майбутнього на сьогоднішні рішення. При цьому розробляються нові можливості організації (фірми), наприклад зміна профілю підприємства, радикальна зміна технології, розширення виробничих потужностей тощо [5, с.373].

Необхідність стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності також визначається суттєвими змінами в структурі світового ринку і спробами підприємств, що здійснюють міжнародну діяльність методом спроб і помилок, виробити адекватні заходи, що гарантують їм захист від надмірних втрат внаслідок невірних дій або помилкових уявлень про перспективи макроекономічних процесів.

Процес стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств має свою специфіку, яка пов'язана насамперед з необхідністю обліку та вивчення набагато більшої кількості факторів при розробці стратегії. Коло стратегічних рішень у фірмі, що займається зовнішньоекономічною діяльністю, ширше, ніж в будь-якій іншій фірмі, що діє тільки на внутрішньому ринку. Оскільки в процесі стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності необхідно враховувати особливості розвитку не однієї, а двох чи більше країн, наслідки прийняття невірних рішень можуть бути подвійно більш непередбачуваними і ризиковими.

Модель процесу стратегічного планування поведінки організації на зовнішньому ринку полягає в проходженні таких етапів [6, с.128]:

1. Визначення основних пріоритетів: здійснюється узагальнений аналіз, вибір місії, формування цілей.
2. Визначення завдань: аналіз внутрішніх можливостей організації, визначення завдань в країні базування, оцінка взаємної підтримки завдань.

3. Розробка стратегії: аналіз умов за кордоном, вибір стратегічних альтернатив, аналіз умов в країні базування, вибір стратегічних альтернатив в країні базування, розробка стратегії.

4. Реалізація стратегії: розробка програм, планів, виконання, контроль та оцінка ефективності, коригування стратегії.

У свою чергу вибір стратегічних альтернатив виконується за такими принципами: застосовність (ступінь відповідності особливостям внутрішнього середовища та зовнішнього оточення організації – перевіряється обґрунтованість стратегії; сумісність; несуперечливість);

- прийнятність (ступінь відповідності результатам очікуванням основних груп впливу віддача, ризики, баланс інтересів);

- здійснюваність стратегії (наявність раціональних передумов для успішної реалізації стратегії – джерела фінансування, забезпеченість ресурсами, запас часу).

Стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності повинно бути гнучким та динамічним, здатним швидко реагувати на нові ринкові збурення та пристосовуватися до змін. Реалізація стратегічного плану зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств здійснюють з використанням адміністративних важелів, на основі тактики, політики, процедур та правил [7, с.105]. Але на даний час стратегічне планування не поширене на вітчизняних підприємствах. Деякі керівники навіть вважають стратегічне планування неефективним і непотрібним порівняно з функціональними планами, що і зумовлює низьку конкурентоспроможність, не усвідомлюючи величезної ролі і значимості цієї функції в процесі виробничо-господарської діяльності.

До проблем стратегічного планування можна віднести нерозвиненість корпоративного управління, розбіжності в інтересах власників, управлінського персоналу та колективу. Підприємства, які в належній мірі не використовують ринкові підходи і методи стратегічного планування, не можуть не тільки впливати на ринок, але й адаптувати свої можливості до постійно змінного середовища [8, с.4].

Також проблемою стратегічного планування є застосування вітчизняними підприємствами досвіду закордонних організацій, адже частіше всього середовище вітчизняних підприємств дуже відрізняється і застосування закордонних методів стратегічного планування можуть бути недовірними.

Висновки. Таким чином, в результаті проведеного дослідження встановлено, що стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності є невід'ємним елементом здійснення повсякденної управлінської роботи керівників усіх рівнів підприємства. Орієнтація на довгостроковий результат, визначену систему цінностей та суспільство повинні бути визначальними для вітчизняних підприємств. Стратегічне планування може стати тим дієвим інструментом сучасного менеджменту, завдяки якому підприємства зможуть піднятися, стабілізуватися і отримати необхідний імпульс для подальшого розвитку.

Література

1. Ackoff R. Concept of Corporate Planning / R. Ackoff. – New York : Wiley, 1970. – P. 1.
2. Snyder N. How Managers plan – The Analysis of Managerial Activities / N. Snyder and W. Glueck // Long Rang Planning. – 1980. – February. – P. 70–76.
3. Мінцберг Г. Зліт та падіння стратегічного планування / Г. Мінцберг. – К. : Вид-во Олексія Капусти. – 2008. – 389 с.
4. Гордієнко П. Стратегічний аналіз : навч. посіб. / П. Гордієнко. – К. : Алєрта, 2006. – 404 с.
5. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / Н.В. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.
6. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О.А. Кириченка. - 2-ге вид., перероб. і доп. К.:Знання,2008. – 518с.
7. Кутідзе Л.С. Роль стратегічного маркетингу у формуванні експортного потенціалу регіону. / Л.В. Кутідзе // Вісник НУ «Львівська політехніка»: Логістика. – 2003. – № 472. – С. 103-108.
8. Каракай Ю.В. Технологія формування стратегічного менеджменту. / Ю.В. Каракай // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – №10. – С. 3-7.

Науковий керівник: к.п.н., доцент Пермінова С.О.

УДК 339.5

Луцик О.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ»

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ

У даній науковій розглянуто сучасний стан економіки України та можливості удосконалення державної політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Визначено перспективні напрямки співробітництва України з іноземними партнерами на паритетних засадах.

Ключові слова: зовнішньоекономічні зв'язки, експорт, імпорт, тенденції розвитку, торгівельні відносини.

In this research article it was considered the current state of Ukrainian economy and the possibility of the state policy improving in the field of customs. There were determined the main areas of cooperation Ukraine with foreign partners on an equal footing.

Keywords: foreign economic relations, export, import, development trends, trade relations.

Вступ. Виникнення та поширення кризових процесів у соціально-політичній обстановці створюють бар'єри для розвитку економіки України на

мікро- та макrorівнях, що вимагає розробки ефективних механізмів зміни усталених зовнішньоекономічних зв'язків. Стратегічне значення зовнішньої торгівлі для України зумовлюється тим, що модернізація економіки, залучення масштабних іноземних інвестицій, новітніх технологій можливі лише за умови формування в країні стійкої, відкритої для зовнішнього світу господарської системи, органічного включення України в систему глобального розподілу праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями зовнішньої торгівлі України, зокрема, експортних операцій, займаються чимало вчених-економістів, серед них: Я. Базиліук, Т. Вахненко, Я. Жаліло, А. Мазаракі [1], Т. Мельник, В. Мовчан [3], Н. Пирець, А. Філіпенко, О. Школьнік [4] та ін.

Формування та реалізація експортного потенціалу є складним і багатограним процесом, який охоплює як внутрішньо- так і зовнішньоекономічні складові та чинники. Різні аспекти цього процесу на різних рівнях були розглянуті в працях багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема, Р. Бутєва, Ю. Верланов [2], О. Волкодавовой, Д. Лук'яненка, В. Михайловського, В. Рогачова, М. Сейфуллаєвої, А. Скорнякової, М. Якубовського та ін.

Постановка завдання. Метою та завданнями даної статті є оцінка сучасного стану та потенціалу галузей економіки України, а саме – товарної і географічної структури експорту та імпорту, дослідження тенденцій розвитку експортної діяльності, аналіз пріоритетів використання експортного потенціалу України. Теоретичною основою є наукові праці вітчизняних та іноземних вчених. Під час дослідження використано загальнонаукові методи аналізу, синтезу, порівняння та узагальнення.

Результати дослідження. Нестабільність в економіці в цілому та у фінансово-валютному секторі, зокрема, вкотре доказують важливість ефективного ведення зовнішньоекономічної діяльності, яка є суттєвим джерелом надходження валютних цінностей, що, в свою чергу, дає можливість поповнення золотовалютних резервів країни та створює основу для підтримання стабільності курсу національної валюти. Тотальне скорочення виробництва та попиту на внутрішньому ринку, а також зменшення кількості замовлень на зовнішніх ринках змушує активізувати пошук нових стабільних партнерів [1].

Якщо проаналізувати географічну структуру імпорту (рис. 1) та експорту (рис. 2) продукції України за 2014 рік, то помітно, що роль ключового партнера відіграє Російська Федерація з часткою імпорту у 23,35%, експорту – 18,44%. Велика значимість російського ринку в більшості своїй пояснюється продовженням та підтриманням старих економічних зв'язків [2].

При порівнянні даних показників у ретроспективі видно, що вони мають тенденцію до зменшення як в абсолютному, так і у відносному вираженні (рис. 3). Варто зауважити, що дане падіння відбулося дуже стрімко, оскільки частка експорту у Російську Федерацію в 2011 році з 28,98% зменшилась аж до 18,18% у 2014. [3]

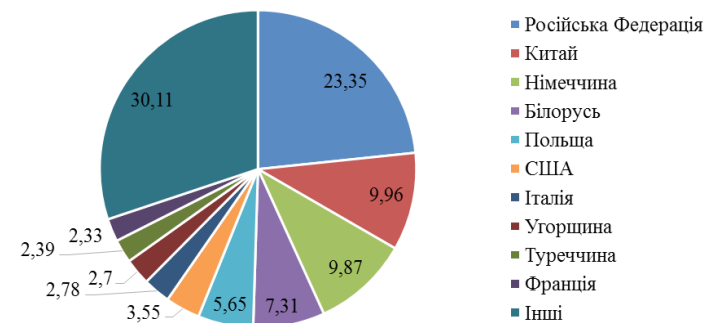


Рис. 1. Географічна структура імпорту продукції України за 2014 рік, %
Джерело: складено автором на основі [2]

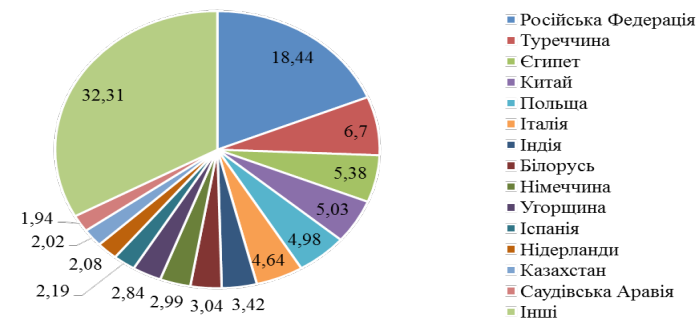


Рис. 2. Географічна структура експорту продукції України за 2014 рік, %
Джерело: складено автором на основі [2]

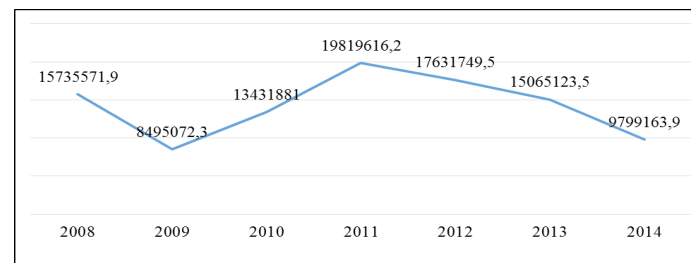


Рис. 3. Обсяги продукції, експортованої в Російську Федерацію в період 2008-2014 рр., грн.
Джерело: складено автором на основі [3]

Україна зіткнулася недотриманням договірних відносин взятих на себе РФ у зв'язку із нинішньою напруженістю у політичних відносинах. Несподівана різка втрата доступу на ринки, скоріше за все, створить загрозу для майбутнього розвитку більшої кількості підприємств, зокрема, це буде пов'язано із втратою робочих місць та зниженням економічного потенціалу даного сектору в цілому. Все це суттєво вплине на стратегічні сектори економіки, особливо з огляду на незначну диверсифікацію експорту та низький рівень продуктивності у порівнянні із розвиненими країнами світу. Існує ризик того, що у зв'язку з політичною напруженістю доступ на ринки для українських компаній може бути значно обмежений або ж і зовсім закритий.

Використання Росією обмежень щодо доступу на її ринки виключно з політичних мотивів вже було випробувано на Україні, тому неможливо зробити прогноз стосовно того, чи буде введено такі обмеження в подальшому і як довго вони будуть тривати. Більшість імпортової української продукції може бути легко замінена на імпорт з інших країн чи національними виробниками, хоч, можливо, і за вищими цінами. Однак, деяким вузько-спеціалізованим імпортом продуктам знайти прийнятну заміну на короткостроковому інтервалі буде неможливо [5].

В довгостроковій перспективі необхідно перенаправити та диверсифікувати експорт шляхом сприяння залученню інвестицій, оптимізації державної політики та стимулювання підприємств до підвищення рівня конкурентоспроможності. Оскільки така стратегія розвитку вимагає значного проміжку часу для її розробки та реалізації, необхідні також і короткострокові заходи, направлені на захист економічного базису та потенціалу [4].

Стратегія модернізації направлена на підвищення конкурентоспроможності сектору може включати заходи, направлені на полегшення здійснення капітальних інвестицій, підвищення кваліфікації працівників, залучення інвестицій в науково-дослідницьку діяльність, оптимізацію пов'язаної із сектором інфраструктури та реструктуризацію державних установ для сприяння підвищенню конкурентоспроможності економіки. Вона має включати в себе, в першу чергу, політику сприяння залученню інвестицій.

Проте низька продуктивність праці може стати перешкодою для розвитку конкурентоспроможності сектору на світовому ринку. Оскільки, хоча продукція і може конкурувати за ціновими позиціями, проте вона може не відповідати стандартам та технічним нормам, що існують на міжнародних ринках. Крім того, більша кількість прямих іноземних інвестицій має бути залучена до певного сектору економіки, наприклад, шляхом створення привабливих умов для спільних підприємств між українськими та міжнародними компаніями [3].

Висновки. Необхідно ретельно дослідити товарну структуру експортних та імпортованих відносин з Російською Федерацією для того, щоб спрогнозувати можливість негативного впливу на ключові галузі української економіки у випадку невиконання сторонами взятих на себе зобов'язань. Також

доцільним є розробка плану підтримки таких підприємств та галузей. Ці можливості мають бути обговорені з потенційними фінансовими донорами.

Інвестиції в капітал і технології будуть одним з ключових елементів підвищення конкурентоспроможності економіки України. Також, залучення іноземних інвестицій та створення спільних підприємств між українськими та іноземними компаніями мають сприяти розвитку економіки, диверсифікації зовнішньоекономічних зв'язків та в результаті – підвищенню конкурентоспроможності країни в цілому.

Література

1. Управління експортним потенціалом України: монографія / А.А. Мазаракі [та ін.]; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2012. – 210 с.
2. Верланов Ю.Ю. Передумови формування зовнішньоторговельної політики країни в контексті економічної безпеки / Ю.Ю. Верланов, А.А. Васильєв // Наукові праці Черноморського державного університету ім. П. Могили. – 2013. – Т. 64. – Вип. 51. – С. 53-59.
3. Мовчан В. Політика сприяння експорту в Україні / В. Мовчан. – К.: ПРООН, 2012. – 43 с.
4. Школьнік О.О. Стимулювання виходу українських підприємств на зовнішні ринки / О.О. Школьнік // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 1. – С. 42–46.
5. Щодо першочергових заходів зовнішньоторговельної політики в контексті структурних трансформацій зовнішньої торгівлі України / Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень при Президенті України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/622/>

Науковий керівник: *д.е.н., професор Дергачова В.В.*

УДК 339.9

Манаєнко І.М.
ст. викладач, к.е.н.;
Грибюк Д.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проведений аналіз міжнародного ринкового середовища авіабудівної галузі та виокремлено основні його особливості. Також розглянуті тенденції зміни авіап перевезень, охарактеризовано сучасний стан авіабудівної галузі України. Запропоновано напрями активізації зовнішньоекономічної діяльності авіабудівних підприємств.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, авіабудування, авіап перевезення, активізація ЗЕД.

In the article it is analyzed the international market environment of aircraft industry and singled out its main features. Also examined trends in air transportation, described the current state of aircraft industry in Ukraine. Proposed directions of foreign economic activity of aircraft construction enterprises.

Keywords: foreign economic activity aircraft industry, air transportation, activation FEA

Вступ. Сьогодні Україна знаходиться у складному економічному становищі. Крім того, значний негативний вплив на економіку країни має політична напруженість. Наразі для України важливо розвивати промисловий потенціал і підтримувати перспективні галузі, до яких варто віднести й авіабудування, оскільки Україна входить в число країн з повним циклом виробництва літаків.

Тому особливо гостро постає питання про активізацію діяльності авіабудівних підприємств на зовнішньому ринку і пошук нових надійних партнерів. Оскільки внутрішній ринок слабкий, перспективи літаків «Антонов» на ньому невеликі. Державні замовлення здійснюються безсистемно, фінансування основної діяльності є недостатнім, а всесвітньо відомі конкуренти постійно і безперервно вдосконалюють свою продукцію, закріплюючи передові позиції на міжнародному ринку. Це зумовлює необхідність дослідження зазначеної проблеми і пошуку ефективних шляхів для її вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну кількість наукових праць присвячено питанню зовнішньоекономічної діяльності авіабудівних підприємств, зокрема таких науковців, як О.М. Собкевич [6], Є.В. Белашов[6], А.Р. Дунська, Д.С. Ківа [1,4] та інші.

Проте в сучасних умовах надзвичайно важливо оперативно реагувати на політичні та економічні зміни і шукати нові шляхи активізації діяльності авіабудівних підприємств на зовнішньому ринку. А саме, слід акцентувати увагу на участі вітчизняних підприємств в міжнародних програмах з науково-технічного співробітництва та підвищенні конкурентоспроможності вітчизняної продукції на міжнародному ринку.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження існуючого міжнародного середовища авіабудівної галузі, аналіз потенціалу українських підприємств відповідної галузі та формування основних напрямів активізації діяльності авіабудівних підприємств на зовнішньому ринку.

Результати дослідження. У сучасному світі діяльність підприємства на зовнішньому ринку набуває дедалі більшого значення. Активна зовнішньоекономічна діяльність дозволяє для підприємства одержувати валютну виручку від експорту, кооперувати свою діяльність з провідними світовими компаніями для обміну досвідом та використання виробничих потужностей тощо. Важливу роль ці можливості відіграють для українських підприємств, зокрема для авіабудівників.

Галузь авіабудування є однією з найбільш науко- і капіталомістких галузей машинобудування, вона має стратегічне значення для сучасної еко-

номіки України і являється одним з найважливіших і найперспективніших напрямів її розвитку.

Українська авіаційна промисловість сьогодні, – насамперед, експортно-орієнтована галузь, тому міжнародне співробітництво у цивільному та військово-технічному напрямках є обов'язковою складовою її розвитку [1].

На жаль, сьогоднішні реалії українського авіабудування свідчать про наявність низки проблем, до яких можна віднести тривалий період пристосування до умов і вимог ринку, жорстка конкуренція на світовому ринку, брак зовнішніх інвестицій на розвиток і розширення виробництва тощо. Тому для авіабудівних підприємств важливо знати і постійно досліджувати особливості міжнародного ринкового середовища задля успішної зовнішньоекономічної діяльності.

Міжнародне ринкове середовище авіабудівної галузі характеризується рядом особливостей, що обумовлюють його специфіку. До них можна віднести наступні:

- постійне підвищення вимог до технологій, що використовуються при проектуванні та виробництві літаків;

- довготривалий процес розробки та виробництва продукції;

- тривалий життєвий цикл продукції;

- висока капіталомісткість галузі;

- наявність значної конкуренції на ринку літаків через його насиченість; конкуренція не на рівні підприємств, а на рівні держав;

- підвищення ролі держави у фінансуванні і підтримці авіабудівних підприємств;

- посилення міжнародної інтеграції авіабудівної промисловості різних держав, що зміцнює їх позиції на міжнародному ринку.

Попит на міжнародному ринку авіабудівної галузі прямо впливає на обсяг виробництва літаків та комплектуючих до них. Окрім цього, не варто забувати про тенденції зміни кількості пасажирських і вантажних авіапереvezень, що при позитивній динаміці, спонукає авіакомпанії закуповувати нові літаки.

На рис. 1 представлено динаміку міжнародних і внутрішніх пасажирських перевезень авіатранспортом у світі за 2000-2013 рр.

Відповідно до поданого рисунка можна спрогнозувати, що кількість пасажирів буде постійно збільшуватись. Так, згідно з даними світових гігантів авіабудування, Airbus та Boeing, розвиток нових ринків та необхідність заміни старих літаків змусять авіакомпанії до 2030 року ввести в експлуатацію від 28 до 31 тис. великих авіалайнерів.

Такі прогнози, на думку експертів The Economist, базуються на «залізному законі авіації», котрий передбачає, що зростання міського середнього класу викликає зростання подорожей літаком, незалежно від того, в якій ситуації знаходиться економіка [3].

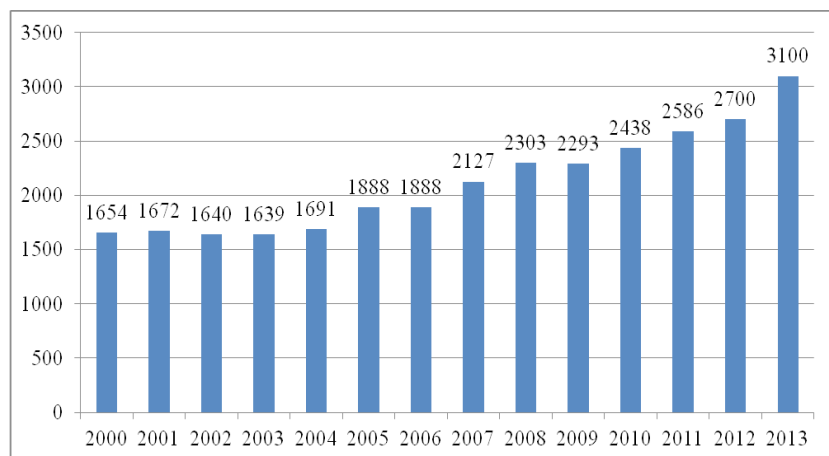


Рис. 1. Динаміка міжнародних і внутрішніх пасажирських перевезень авіатранспортом у світі за 2000-2013 рр., (млн. пасажирів)

Побудовано авторами за даними Річного звіту ради ІКАО за 2013 рік [2]

Сьогодні, найбільшим розробником і виробником авіатехніки в Україні є ДП «Антонов». Дане підприємство реалізує свою продукцію на відповідних галузевих ринках України, Росії, Ірану. ДП «Антонов» бере участь у різних китайських програмах, серед яких – місцеве виробництво літаків на базі Ан-2, Ан-12 і Ан-24, розробка крила для авіалайнера ARJ-21 компанії AVIC, і навіть допомога у створенні нового військово-транспортного літака для Китаю [5]. Крім того, з квітня 2013 р. ДП «Антонов» має контракти з Бразилією, Аргентиною, Колумбією та Перу, в яких визначається обсяг замовлень на 41 літак Ан-148 і 39 – Ан-158. Вартість одного літака в середньому становить 30 мільйонів доларів залежно від комплектації [4].

Відповідно до фінансової звітності ДП «Антонов», фінансування підприємства відбувається майже на 75% за рахунок власних коштів і, відповідно, на 25% за рахунок залучених.

Оскільки підприємство знаходиться у державній власності, то на його діяльність значною мірою впливають ступінь залежності від законодавчих або економічних обмежень, ймовірність зміни курсу роботи уряду держави з приводу підтримки промислових підприємств, зміна податкового, інвестиційного чи валютного законодавства тощо [7].

Основні засоби ДП «Антонов» за балансовою вартістю складають 25,1% вартості всіх активів підприємства. Ступінь зносу основних засобів на початок 2014 р. складає 65% від первісної вартості [7]. Звичайно, такий показник є небажаним, оскільки він свідчить про високий ступінь зносу і мо-

ральне старіння обладнання, що негативно відбивається на технологічній спроможності підприємства.

Нині ДП «Антонов» активно співпрацює з 20 інститутами НАН України та має ряд нових творчих задумок і проєктів, що забезпечує дослідження можливостей вдосконалення існуючих літаків та розробку нових.

Україна, і конкретно ДП «Антонов», намагається активізувати свою діяльність на зовнішньому ринку, але поки що цього недостатньо для того, щоб зайняти передові позиції на світовому ринку авіабудування.

Для цього варто вдосконалити напрями активізації діяльності підприємств на зовнішньому ринку. До них можна віднести наступні.

Пошук нових і розвиток існуючих ринків збуту продукції (літаків, частин і комплектуючих). Варто звернути увагу на ринки Азії і Латинської Америки, оскільки там спостерігається позитивна динаміка зміни кількості авіаперевезень.

Укладання аутсорсингових контрактів на технічне обслуговування літаків українського виробництва з іноземними партнерами [6]. Для замовників вітчизняних літаків дуже важливо мати можливість проведення вчасного та швидкого технічного обслуговування, а авіабудівні підприємства, в свою чергу, зможуть зосередити всі свої можливості на традиційній спеціалізації.

Забезпечення якісної маркетингової підтримки української авіабудівної галузі, зокрема, шляхом надання можливості розміщення рекламної інформації в іноземних виданнях світового рівня.

Представлення продукції українських авіабудівників на міжнародних виставках, авіасалонах тощо з метою закріплення за Україною іміджу потужної авіабудівної держави.

Участь вітчизняних авіабудівних підприємств у міжнародних програмах по розробці і створенню нових модифікацій літаків.

Використання «Авіаліній Антонова» для розвитку авіаційних вантажних перевезень по всьому світу.

Висновки. Галузь авіабудування має стратегічне значення для сучасної економіки України, що зумовлює необхідність постійного дослідження аспектів діяльності авіабудівних підприємств на міжнародному ринку.

Проведене дослідження засвідчило, що на діяльність авіабудівного підприємства на зовнішньому ринку впливає багато чинників, які не можна залишати без уваги. Зокрема, зміна кількості пасажирських авіаперевезень (що з кожним роком зростає і в 2013 р. становила 3100 млн. пасажирів), розвиток нових ринків та необхідність заміни старих літаків змусять авіакомпанії до 2030 року ввести в експлуатацію від 28 до 31 тис. великих авіалайнерів. Що стосується замовлень на готові літаки для ДП «Антонов», то у 2013 р. вони склали майже 100 одиниць Ан-148 і Ан-158 для країн Латинської Америки. У 2014 р. підприємство не підписало жодного контракту на поставку готових літків.

Наукова новизна дослідження полягає у формулюванні основних напрямів активізації діяльності підприємства, зокрема, ДП «Антонов», на зовнішньому ринку, до яких можна віднести: пошук ринків збуту, укладання аутсорсингових контрактів, маркетингова підтримка, участь у міжнародних програмах співпраці тощо. Зазначене надасть змогу для підприємства збільшувати обсяг виробництва, налагоджувати коопераційні зв'язки із всесвітньо відомими компаніями, підвищувати якість продукції та, як наслідок, зайняти лідируючі позиції на міжнародному ринку авіабудівної промисловості.

Перспективи подальших розробок у даному напрямі полягають у деталізації запропонованих напрямів активізації ЗЕД авіабудівних підприємств, дослідженні основних проблем, які постають перед авіабудівниками на міжнародному ринку відповідної галузі.

Література

1. «ДП «Антонов». Військово-технічне співробітництво в авіаційній галузі [Електронний ресурс]: Центр исследований амии, конверсии и разоружения – Режим доступу: <http://www.cacds.org.ua/ru/comments/356>
2. ICAO MRTD Report [Електронний ресурс]: International Civil Aviation Organization – Режим доступу: <http://www.icao.int/publications/Pages/default.aspx>
3. Лідери світового авіабудування прогнозують зростання обсягів авіап перевезень [Електронний ресурс]: Тиждень.ua – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/31268>
4. У ДП «Антонов» є контракти і домовленості на продаж літаків сімейства Ан-148/158 [Електронний ресурс]: Військова панорама – Режим доступу: <http://wartime.org.ua/6226-u-dp-antonov-ye-kontrakti-domovlennost-na-prodazh-ltakv-smeystva-an-148158.html>
5. Крила України [Електронний ресурс]: Ukrainiŋski Źurnal – Режим доступу: <http://ukrzurnal.eu/pol.archive.html/1265/>
6. Щодо інструментів нарощування експортного потенціалу авіабудівної галузі України [Електронний ресурс]: Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/374/>
7. Регулярна інформація по ДП «Антонов» [Електронний ресурс]: SMIDA – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/emitent/report/year/xml/show/32549>

УДК 339.92

Огороков В.Р.

*д.е.н., професор, Засл. діяч науки РФ, дійсний член РАПН;
Санкт-Петербурзький політехнічний університет Петра Великого
м. Санкт-Петербург*

Пічугіна М.А.

*доцент, к.е.н.
Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ*

СТАНОВЛЕННЯ МІНІМУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОМПАНІЙ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ

В роботі досліджено сутність діяльності сучасних мінімумультинаціональних компаній, розглянуто перспективи їх становлення в Україні в контексті поглиблення процесів транснаціоналізації економіки та світових процесів глобалізації. Визначено причини успіху мінімумультинаціональних компаній. Розглянуто стратегії, які використовують ММНК для отримання конкурентних переваг.

Ключові слова: глобалізація, мінімумультинаціональні компанії, транснаціональні компанії, економічний розвиток

The idea of multinationals are investigated, there are concerned the prospects of their dividing in Ukraine in the context of deepening transnationalization of the world economy and globalization processes. The reasons for multinationals' success are suggested. The strategies that use MMNC for competitive advantage are considered.

Keywords: globalization, multinationals, transnational companies, economic development

Вступ. В чисельних наукових працях та регулярних аналітичних оглядах міжнародних організацій підкреслено вплив діяльності транснаціональних компаній (ТНК) на економіку окремих країн та світові тенденції розвитку економічних показників загалом. Сучасну еру розвитку міжнародного бізнесу називають ерою ТНК. Однак, не заперечуючи думки про сильний вплив ТНК на яку-небудь сферу економіки в міжнародному масштабі, вважаємо доцільним розглянути інший тип компаній, які активно розвиваються, є багатонаціональними по своїй суті і мають перевагу гнучкості, – мінімумультинаціональні компанії (ММНК).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності та впливу транснаціоналізації на економіку країн світу присвятили свої праці ряд закордонних та вітчизняних вчених (серед яких С. Вовк, В. Запужляк, В. Коваль, В. Кочетков та ін.). Проте, недостатньо розкритим залишається процес становлення мінімумультинаціональних компаній у світовій економіці і, зокрема, перспективи розвитку ММНК в Україні.

Постановка завдання. Мета статті – оцінити стан сучасних ММНК та проаналізувати їх діяльність та перспективи становлення в Україні.

Результати дослідження. Транснаціоналізація – це сучасний етап інтернаціоналізації господарського життя, який є результатом розвитку міжнародного бізнесу та зростання частки глобальних операцій ТНК.

В англійській літературі використовують терміни «багатонаціональна фірма», «багатонаціональна корпорація», «транснаціональна компанія», «глобальна корпорація» часто як синоніми. Метою статті не є аналіз ідентичності термінів, крім того, незалежно від назви, на нашу думку, всі перераховані вище компанії є наслідком та посилювачем процесів глобалізації, інтернаціоналізації та транснаціоналізації. Тому у статті використано найбільш поширений у вітчизняній літературі термін – транснаціональна компанія.

У світовій економіці нині нараховується більше 80 тисяч ТНК. На ТНК припадає 50 % світової торгівлі та 67 % зовнішньої торгівлі [1]. Найбільші ТНК задають напрямок розвитку як окремих галузей, так і країн і світової економіки в цілому. Як правило, коли згадують про ТНК, то мають на увазі такі компанії як нафтовидобувний гігант Royal Dutch Shell (річна виручка у 2013р. – 481,7 млрд дол., чистий прибуток – 26,6 млрд дол.) або Wal-Mart (мережа торгових центрів за 2013 рік заробила понад 469,2 млрд дол.), або Exxon Mobil (табл. 1).

Таблиця 1

Найбільші ТНК зі списку Fortune Global 500 за 2013 рік

Компанія	Країна	Річна виручка, млрд дол.	Чистий прибуток, млрд дол.
Royal Dutch Shell	Великобританія/ Нідерланди	481,7	26,6
Wal-Mart Stores	США	469,2	17
Exxon Mobil	США	449,9	44,9
Sinopec Group	КНР	428,2	8,2
China National Petroleum	КНР	408,6	18,2
BP	Великобританія	388,3	11,6
State Grid	КНР	298,4	12,3
Toyota Motor	Японія	265,7	11,6
Volkswagen	ФРН	247,6	27,9
Total	Франція	234,3	13,7

Джерело: складено авторами на основі [2]

Однак нинішній етап глобалізації характеризується не лише домінуванням величезних компаній, але і становленням мінімумультинаціональних [3] – малих та середнього розміру транснаціональних компаній таких як Bharat Forge – індійський виробник сталевих компонентів автомобіля, компанія недавно купила кузню в Сполучених Штатах і Німеччині.

Також мінімумультинаціональні компанії активно використовують сучасні інформаційні можливості для діяльності на кількох іноземних ринках. Прикладом віртуальної ММНК є Lingo 24 (перекладацька компанія з 40 співробітниками в КНР, Новій Зеландії та Румунії з оборотом 1,5 мільйона фунтів стерлінгів). Система роботи працівників вдома і використання міжнародного персоналу знижує накладні витрати на 30% і дозволяє 24/7 обслуговування. За схожою моделлю працює сингапурська фірма Numoni, що займається платіжними транзакціями. Більше половини її команди – іноземці; компанія здійснює діяльність в Малайзії та Індонезії і прагне розширити в Філіппінах, має зацікавленість щодо Камбоджі, Шрі-Ланки та Гонконгу [3].

Виділяють наступні причини успіху ММНК:

- відсутність попереднього досвіду на національному ринку, створення управлінських команд і філософії бізнесу відразу на глобальному рівні;
- чутливість до потреб місцевих ринків за рахунок, наприклад, делегування повноважень і відповідальності місцевим працівникам;
- замість бюрократії великих компаній швидкість та гнучкість.

ММНК мають значно більші можливості, ніж просто експортувати свою продукцію одному клієнту або одному дистрибутору.

Вони мають заводи, офіси та лабораторії в різних країнах на різних континентах (табл.2).

Таблиця 2

Приклади американських ММНК

Назва компанії	Річний обсяг продажів, млн.дол.США	Сфера бізнесу	Обсяги міжнародної діяльності	Стратегія конкурентних переваг
A123 Systems	105	Літій-іонні акумулятори для таких клієнтів, як BMW, Daimler і General Motors	28 % продажів за межами США	Виробництво в Китаї та Південній Кореї до початку виробництва в США для досягнення ефекту економії на масштабі
Aeration Industries International	10	Системи очищення води	50 % продажів за межами США Найбільшим іноземним ринком є Китай	Контрактне виробництво в різних містах в Китаї, щоб уникнути піратства
Illumina	1 000	Машини та устаткування для декодування ДНК людини	40 % продажів за межами США	Для запобігання появи неамериканських конкурентів швидко поширює свою технологію у світі
Tekelec	424	Мобільне ПЗ та послуги широкосмугового зв'язку	60 % продажів за межами США	Концентрація на software мобільних широкосмугових систем, а не hardware

Джерело: складено авторами на основі [4]

ММНК використовують такі стратегії для досягнення конкурентних переваг:

- фокус на обслуговуванні відносно вузької технологічної ніші;
- достатньо повільна, крок за кроком, експансія на нові ринки;
- розвиток внутрішньої культури гнучкості та підприємливості.

На сьогодні одним з визначальних чинників розвитку національних економік є вплив діяльності транснаціональних компаній. Україна в контексті сучасного рівня глобалізації відноситься до країн з відкритою економікою. Відносно дешевша та досить різноманітна ресурсна база, недостатній рівень розвитку національної економіки призвели до того, що держава відноситься більше до приймаючих країн, отже відчуває як позитивний, так і негативний вплив від діяльності ТНК як приймаюча країна.

Вітчизняні вчені підкреслюють, що основною задачею в контексті негативних тенденцій є створення умов для протистояння експансії зарубіжних ТНК [5]. Серед основних шляхів вирішення відокремлюють створення українських транснаціональних структур, що можуть протистояти іноземним компаніям, які використовують Україну як ресурсний придаток для збільшення власних прибутків. За прикладом ряду країн Латинської Америки, стимулювати зростання місцевих компаній, які б почали експансію на світовий ринок.

В результаті динамічного підйому і зміцнення позицій «транслатінас» (транснаціональних латиноамериканських корпорацій) ТНК західних країн перестали бути безальтернативними домінантами на латиноамериканському просторі, більше того – світовому. У 90-х років минулого сторіччя в Латинській Америці почала сформуватися група порівняно потужних місцевих компаній, які стали тиснути ТНК, що десятиліттями домінували на латиноамериканських ринках. Закріпившись на національних ринках, ці компанії активно включилися в глобальне переміщення капіталу в якості експортерів. За кордоном відкривалися філії та представництва, створювалися власні промислові і торгові потужності, вибудовувалися вертикально-інтегровані виробничі ланцюжки – виникли транснаціональні латиноамериканські корпорації (транслатінас, ТЛК) [6]. За кількістю «своїх» ТЛК лідирує Бразилія (табл. 3).

Таблиця 3

Найбільші «транслатінас» Бразилії за обсягом продажів у 2013 р.

Компанія	Галузь	Обсяг продажів, млн.дол.США
Petrobras	Нафтогазова	130150,3
Vale	Гірничовидобувна	43323,5
Grupo JBS-Friboi	Харчова	39658
Gerdau	Металургія	17016,6
Brasil Foods	Харчова	13028,7
MARFRIG	Харчова	8007,2
Embraer	Аерокосмічна	5820,8
Odebrecht	Будівництво	4101,5
Camargo Corrêa	Будівництво	1945,8

Джерело: *AméricaEconomía*, 2014 (<http://rankings.americaeconomia.com>)

Безумовним лідером бразильського бізнесу є «Petrobras» – одна з найбільших у світі енергетичних компаній, що має виробничі та комерційні інтереси в 28 країнах.

Серед того, що знаходиться у розпорядженні «Petrobras»: понад 30 тис. км нафтопроводів, 16 теплоелектростанцій, 7 фабрик з виробництва біопалива і два заводи сільськогосподарських добрив. Прикладом високотехнологічної ТЛК є «Embraer» – один з провідних світових виробників комерційних авіасудів, який поступається лише «Boeing» і «Airbus» і ділить третє і четверте місця з канадською компанією «Bombardier». Крім Бразилії, «Embraer» має виробничі потужності в США, Португалії, Франції, Китаї та Сінгапурі.

З початку XXI ст. провідні латиноамериканські корпорації здійснили сотні операцій по злиттю та поглинанню іноземних підприємств. Найбільш гучнішою була купівля бразильською компанією Vale великого канадського виробника нікелю «Inco Ltd» за 17,2 млрд дол.

Однак глобальні чи транснаціональні не обов'язково означає гігантські. Ізраїльські стартапи стають ММНК, тобто мультинаціональними в день заснування. Враховуючи невеликі розміри цієї країни, місцевий ринок просто замалий для розбудови великих компаній. Таким чином, новостворені компанії орієнтуються на ті іноземні ринки, де є клієнти. Результатом є дуже маленька компанія з, принаймні, двома офісами в різних країнах.

Однією зі сфер створення ММНК є ІТ-галузь унаслідок природи самих ІТ-компаній, які дуже гнучкі і конкурентоспроможні. В Україні є приклади успішних структур таких як SoftServe – найбільша ІТ-компанія України, яка надає послуги в галузі розробки, тестування та обслуговування інформаційних систем і бізнес-рішень. З 1993 року SoftServe виконав понад 3500 проєктів для більш ніж 100 компаній по всьому світу, має представництва та центри розробки в 19 великих містах з 6 країн. Дійсно, на ІТ-галузь впливають негативні загальноекономічні тенденції, але ринок відноситься до зростаючих.

Висновки. Інструментом протистояння експансії зарубіжних ТНК та зменшення негативного впливу від діяльності ТНК для України як приймаючої країни може бути створення українських транснаціональних структур. Однак глобальні чи транснаціональні не означає великі.

Доцільно звернути увагу на тип компаній, які є багатонаціональними по своїй суті і мають перевагу гнучкості, активно розвиваються – мінімультинаціональні компанії. І світова практика, і український досвід існування подібних компаній підтверджують можливість та перспективність становлення саме таких компаній. У подальших дослідженнях буде детальніше досліджено складності та перепони для формування ММНК в Україні.

Література

1. Крупнейшие ТНК в мире / А. Пучков // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/AlexeyPuchkov/ss-11875759>.
2. Fortune global 500 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2013/full_list/?iid=G500_sp_full

3. Pilling D. March of the mini-multinational // *Financial Times*. – 2006. – May 4. – p. 12.
4. Secrets of Mini-Multinationals [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chiefexecutive.net/secrets-of-mini-multinationals>.
5. Пономаренко І.В. Вплив діяльності транснаціональних корпорацій на економіку України [Електронний ресурс] /І.В. Пономаренко // Ефективна економіка: [електронне наукове фахове видання]. – 2013. – №2. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1798>.
6. ТНК Латинской Америки захватывают позиции [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://voprosik.net/tnk-latinskoj-ameriki-zaxvatyvayut-pozicii/>

УДК 339.564

Пащенко М.С.
студент ФММ;
Манаєнко І.М.
ст. викладач, к.е.н.

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНОК ЄС

У статті розглянуто особливості виходу вітчизняних підприємств на ринок ЄС. Охарактеризовано сучасний стан зовнішньоторговельних відносин, етапи виходу на зовнішній ринок, визначено можливості та загрози, що можуть постати перед вітчизняними промисловими підприємствами.

Ключові слова: ринок ЄС, експорт, підприємництво, бізнес, вітчизняні підприємства.

In the article examines the features out of domestic enterprises in the EU market. The characteristic of the current state of foreign relations, step into the foreign market, identified opportunities and threats that may face domestic industrial enterprises.

Keywords: EU market, export, business, domestic enterprises.

Вступ. Повноцінне запровадження поглибленої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС, що заплановано з січня 2016 року, відкриє якісно нові можливості для виходу вітчизняних підприємств на європейський ринок. Проте дані переваги зможуть використати лише ті підприємці, які виробили чітке стратегічне бачення свого розвитку в нових умовах, у тому числі, у міжнародному вимірі. Суттєве погіршення торговельного режиму з країнами Митного союзу та запровадження Європейським Союзом режимом автономних торговельних преференцій щодо України уже наразі зумовлюють українські підприємства до перегляду своїх виробничих зв'язків, модернізації виробництв, осучаснення моделей ведення бізнесу. Саме тому

останнім часом значно збільшився інтерес українських експортерів до прозорих та незалежних від політичної кон'юнктури правил ведення бізнесу на ринку ЄС. Однак на заваді успішному експорту перешкоджає неповне розуміння тих етапів та кроків, які необхідні для виведення вітчизняного товару на зовнішній ринок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні питання виходу вітчизняних промислових підприємств розглянуто в роботах вітчизняних та зарубіжних науковців таких, як: Дроздова Г. М., Сафронова М. А., Мирошніченка О., Горемикіна В. А., Тюха В. І.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз основних етапів та особливостей виходу товару на ринок ЄС, можливостей та загроз для вітчизняних виробників та визначення на основі проведеного дослідження перспектив, пов'язаних із виходом на ринок Європейського Союзу.

Результати дослідження. 1 листопада 2014 року Угода про асоціацію між Україною та ЄС набула чинності. І хоча введення норм Угоди відкладено до кінця 2015 року, але український бізнес уже зараз прагне використовувати нові можливості розвитку, а саме через нарощування експорту.

Наслідок політичних та геополітичних чинників, ризики, пов'язані з підтримкою торгових стосунків із Російською Федерацією, постійно зростають і, очевидно, надалі будуть характеризуватись нестабільністю. Існує серйозна загроза чи не повної втрати російського ринку для українського експорту. Обставини, що склались повинні серйозно мотивувати вітчизняні підприємства до пошуку нових методів роботи, підвищення якості своєї продукції, знаходження нових шляхів збуту в Україні та за кордоном. І це є чи не найбільшим викликом для всього експорт-орієнтованого сектору української економіки [1].

Для багатьох українських компаній малого та середнього бізнесу вихід на ринок Європейського Союзу (ЄС) став сьогодні єдиним шляхом для подальшого розвитку. Після одностороннього відкриття ЄС своїх ринків, стало можливим поставляти продукцію вітчизняних виробників без мит та на рівних умовах конкурувати зі світовими виробниками [2].

Основною метою, з якою підприємства виходять на зовнішні ринки, є максимізація прибутку за рахунок використання ефекту масштабу та здатності проводити дослідження цільових зарубіжних ринків. Вихід підприємства на зовнішні ринки, зазвичай, є тривалим еволюційним процесом, що вимагає обґрунтованих форм присутності і стратегій виходу на нього. Міжнародна бізнесова практика виділяє три основні стратегії виходу на зовнішній ринок: експорт, спільне підприємництво, пряме інвестування [3].

Вихід на ринок ЄС передбачає виконання декількох етапів (табл. 1), першим з яких є визначення потенційного ринку збуту. Європейський Союз станом на 2014 рік об'єднує 28 країн, які представляють собою 28 окремих і, в багатьох випадках, унікальних ринків збуту [2].

Таблиця 1

Етапи виходу на ринок ЄС

№	Етап	Характеристика
1	Аналіз ринку збуту	Визначення профілю потенційного клієнта на ринках країн ЄС, усіх потенційно привабливих ринків збуту та їх об'єми. В результаті аналізу мають бути обрані 3-5 країн з найбільш перспективними ринками та найменшими бар'єрами для входу.
2	Аналіз конкурентів	Аналіз ключових гравців, їх часток на ринку та рівня ринкових цін, порівняння конкурентних переваг вашого продукту з аналогічними продуктами конкурентів.
3	Варіанти виходу на ринок	Основні варіанти виходу на ринок країн ЄС: робота напряму з клієнтами B2B, використання дистриб'юторів як партнерів для входу на ринок та продаж через мережі супермаркетів. Вибір варіанту має бути направлений на отримання якомога більшої кількості потенційних клієнтів та мінімізацію витрат.
4	Розробка бізнес-моделі	Розробка бізнес-моделі, яка дає відповіді на такі запитання як об'єм ресурсів, який необхідно залучити для підтримки роботи, чи потрібно відкривати представництво в країнах ЄС і які юридичні вимоги чи обмеження існують в різних країнах ЄС, а також чи є достатньо гнучкою ваша бізнес-модель для реагування на зміни економічної ситуації в країнах ЄС.
5	Встановлення ділових контактів	Співпраця з відділами по сприянню економічній інтеграції при посольствах різних країн ЄС. Участь в тематичних виставках та конференціях.
6	Підтримка ділових контактів	Постійний контакт та інформування партнерів про нові продукти чи послуги вашої компанії, участь у виставках та тематичних заходах, які дають можливість поспілкуватися з цільовою аудиторією.

Джерело: узагальнено авторами на основі [2]

Малий та середній бізнес є основою підприємництва в Україні і становить 99,8% усіх вітчизняних підприємств; 40% зайнятого населення працездатного віку зайнято у секторі МСП; обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) малих та середніх підприємств у 2013 році склав 57,6% від загального обсягу реалізованої продукції. На сьогодні для МСП важливим є питання переорієнтації ринків збуту та відкриття нових ринків в ЄС. Процес переорієнтації ринків збуту вже розпочався. За I півріччя 2014 р. експорт товарів до ЄС збільшився на 14,9% в той час як до Росії скоротився на 23,3% порівняно з I півріччям 2013 р. [2]. Частка Росії у зовнішній торгівлі впала до 19,1%, тоді як частка ЄС сягнула 31,8%. Український експорт до ЄС у 2014 р., порівняно з 2013 р., зріс на понад один мільярд доларів.

Зокрема, за шість місяців 2014 р. експорт української продукції в Польщу зріс на 24%, на 16-17% – в Австрію та Іспанію, майже на 35% – в Нідерланди, а в Великобританію – на 46% [4].

Особливістю сучасного розвитку вітчизняних експортно-орієнтованих галузей є їх сировинний характер та досить високий рівень залежності

від кон'юнктурних коливань на світових ринках. Україна продовжує експортувати на міжнародні ринки товари сировинної групи (зерно, металопродукцію), які є найбільш підвладні впливу зміни цінової кон'юнктури на світових ринках [3].

За даними дослідження [5] в 2014 році експорт металопродукції впав на 13,1% (у всі країни світу), а в грудні – на 31,7% в порівнянні з попереднім 2013 роком. Причиною такого різкого падіння стала зупинка експорту із зони АТО. Збільшення експорту до ЄС зафіксовано лише серед декількох товарних груп. Найбільші серед них: жири і масла (+58,4%), а також деревина і виробы з деревини (+21,8%). Набагато нижчими є темпи зростання продукції механічного (+5,5%) та електронного (+10,6%) машинобудування. Експорт українських зернових до ЄС зріс на 5%.

Проте, за умови створення належних умов для ведення бізнесу і залучення інвестицій можливо буде створити порівняльні переваги у високотехнологічних галузях. Прикладом для України є країни Центральної та Східної Європи, які після підписання подібних угод про асоціацію та наступним вступом до ЄС, збільшили обсяги експорту і одночасно змінили свою структуру експорту у бік збільшення частки високотехнологічних продуктів у загальному обсязі експорту [2].

На сьогодні однією з найважливіших проблем, з якою стикаються вітчизняні виробники є лабораторне тестування та сертифікація продукції для ринку ЄС. Наразі дане питання виходить на перший план для українських експортерів. Від цього безпосередньо залежить можливість розвитку бізнесу на цільових ринках. Для виходу на ринок ЄС необхідно, щоб продукція відповідала сертифікату з якості, який видається акредитованими європейськими центрами сертифікації. Знак СЕ на товарі означає, що він відповідає вимогам і може продаватися і використовуватися на всій території об'єднаної Європи. Певні товари належать до групи так званих товарів необов'язкової (добровільної) сертифікації. Але навіть у цьому випадку необхідно провести тестування продукції в одній з акредитованих європейських лабораторій і отримати висновок лабораторних досліджень.

Що стосується визнання українських сертифікатів якості в Європі, то це буде можливим після підписання сторонами Угоди про оцінку відповідності та прийнятності промислової продукції (АСАА) в якості протоколу до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та після повного узгодження галузевого та горизонтального законодавства України, інституцій та стандартів з галузевими і горизонтальними законодавством, інституціями та стандартами ЄС [2].

Із початком застосування Угоди про асоціацію мита на товари скасовуватимуться або зменшуватимуться одразу, через деякий час чи протягом певного часу. На окремі товари також поширюється тарифні квоти. При імпорті в країни ЄС будуть застосовуватись квоти на сільськогосподарські товари (м'ясо, молоко, мед, часник, цукор, зернові, харчові продукти і т.д.). Тарифні квоти надаюся відповідно до принципу «перший прийшов – пер-

ший отримав». Тобто, хто перший подав у ввізній митній декларації в ЄС заяву на використання певного обсягу квоти, той, швидше за все, і отримає право на безмитне ввезення товарів.

Сьогодні вітчизняні підприємства мають зрозуміти, що експорт до нових ринків приносить ряд особливих вигод. Перша й найголовніша вигода полягає в розширенні ринків та, як наслідок, збільшенні продажів. Вважається, що іноземні ринки є більш вигідними для окремого продукту/послуги й мають більший попит, ніж на внутрішньому ринку.

Практичним втіленням цього є Український виробник соків «ГАЛС ЛТД», досяг успіху на європейському ринку органічної продукції. Компанія поставляє березовий сік в такі країни як Німеччина, Франція, Великобританія, Польща. На даний час підприємство експортує до 30% своєї продукції на ринки ЄС. Важливим фактором експортування органічної продукції вітчизняними виробниками є нульові ставки на експорт та відсутність квот.

Перші поставки було здійснено, не маючи відповідного сертифікату виробника органічної продукції. Підприємство скористалось програмою Європейського союзу SEED, яка і займалася підтримкою виходу українських компаній на європейський ринок, взяла участь у спеціалізованій виставці «Органіка» в Нюрнберзі, і як наслідок, отримала перших замовників.

Протягом двох років фахівці австрійського Інституту органічного синтезу перевіряли всі аспекти виробництва та, переконавшись у відповідності європейським стандартам, видали сертифікат, який засвідчує, що продукція відповідає всім державним та міжнародним нормам, правилам на основі стандартів ISO 22000 та ISO/TS 22002 (схема сертифікації ISO 22000).

Висновки. Успіх на ринках ЄС значною мірою залежить від уміння себе позиціонувати, впевнено діяти в умовах міжкультурного середовища, ефективної організації бізнес-процесів. При виході на зовнішній ринок важливо також врахувати ряд відмінностей в залежності від країни.

Вихід на європейський ринок є, безперечно, складним завданням для українських компаній середнього та малого бізнесу. Але водночас компанії, які зможуть довести свою професійну придатність на ринку ЄС отримають новий рівень розвитку та перспективи, перш за все, за рахунок надійних та цивілізованих умов ведення бізнесу.

Перспективою подальших досліджень є оцінка експортного потенціалу промислових підприємств, яка створила б інформаційне підґрунтя для розробки стратегії виходу підприємства на ринок ЄС.

Література

1. Мирошніченко О. Базовий посібник з інтернаціоналізації бізнесу і виходу на ринки Європейського Союзу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://export-ua.blogspot.com/>
2. Відкриття ринків в ЄС. Фондація «Відкритий діалог» [Електронний ресурс] // Дніпропетровська торгово-промислова палата. – 2014. – Режим доступу: http://cci.dp.ua/tl_files/data/curier/Opening%20markets%20in%20the%20EU%20in%202014.pdf

3. Тюха В. І. Стан та перспективи розширення закордонних ринків збуту вітчизняних підприємств [Електронний ресурс] / В. І. Тюха // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1368>.

4. Єрмоленко В. Як вийти на ринки Європейського Союзу? [Електронний ресурс] // Європейська правда. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/02/24/7031198/>. – Назва з домашньої сторінки Інтернету.

5. Панченко Ю. Європейський ринок. Ми його втрачаємо? [Електронний ресурс] // Європейська правда. – Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2015/02/17/7030948/>. – назва з домашньої сторінки Інтернету.

6. Федоришина О. О. Проблеми інтеграції України до Європейського Союзу [Електронний ресурс] / О. О. Федоришина // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2012. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1103>

7. Офіційний веб-сайт компанії «GALS LTD». [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://galsltd.com.ua/blog/novyny/samyj-sik-yak-ukrayinskyj-vyrobnuk-vyishov-u-elitnyj-segment-prodrynku-yes/>

УДК 339.564

Пермінова С.О.

к. п. н., доцент;

Лексін Р.І.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПРОБЛЕМИ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ І МОЖЛИВІ НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Стаття присвячена дослідженню експорту України та шляхам його покращення. Особливу увагу зосереджено на державному плануванні експортних операцій, висвітленні основних підходів до визначення державних цілей в області зовнішньої торгівлі, а також процесах формування позитивного зовнішньоторговельного сальдо, який є визначальним фактором при здійсненні експортної діяльності держави.

Ключові слова: експорт, зовнішньоторговельне сальдо, експортний потенціал.

The article investigates export Ukraine and ways to improve it. Particular attention is paid to the state planning export operations, covering the main approaches to the definition of public purpose in foreign trade and the process of building a positive trade balance, which is a crucial factor in export activities of the State

Keywords: export, foreign trade balance, export potential.

Вступ. Сучасний стан експорту України знаходиться у край жакливному стані, оскільки закріпилась тенденція від'ємного зовнішньоторговельного сальдо нашої держави. Жорстка конкуренція притаманна зовнішнім ринкам. Виходячи з даної ситуації головним завданням для органів державного управління має стати удосконалення та розвиток експортного потенціалу держави. Зважаючи на те, що Україна обрала європейський напрям розвитку органи державного управління повинні переглянути свої підходи до здійснення експортної діяльності, створити нові стратегічні програми якісного удосконалення зовнішньоекономічної та зовнішньоторговельної політики України, а також заходи підтримки і стимулювання експорту.

Виходячи із вище сказаного, можна констатувати, що актуальним завданням залишається визначення основних напрямків і конкретних перспективних заходів у сфері сприяння ефективній реалізації експортного потенціалу України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальним проблемам, які перешкоджають розвитку українського експорту, а також можливим шляхам їх вирішення приділено увагу такими вченими: В. Мовчан, Т. Мельник, Л. Івашова, Ю. Верланов, Н. Осадча, І. Орлик та ін.

Але з огляду на те, що проблема удосконалення експортного потенціалу України залишається відкритою, додаткового вивчення та аналізу потребують сучасні умови розвитку українського експорту, існуючі проблеми та перешкоди на шляху завоювання міцних позицій на світовому ринку з метою пошуку оптимальних державних управлінських рішень та шляхів подолання цих перешкод у контексті формування потужного та конкурентоспроможного експортного сектору економіки.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування стратегічних альтернатив підвищення експортної діяльності України.

Результати дослідження. Вагомий вплив на український експорт складає комплекс внутрішніх і зовнішніх чинників.

До внутрішніх чинників можна віднести:

- недосконалість українського законодавства в сфері управління і розвитку експортної діяльності;
 - низька конкурентоспроможність українських товарів і послуг;
 - вкрай важкий фінансовий стан більшості українських підприємств обробної промисловості;
 - недостатній розвиток вітчизняних систем сертифікації і контролю якості експортної продукції;
 - в основному сировинна орієнтація експорту.
- До зовнішніх чинників належить:
- посилення міжнародної конкуренції протягом останніх років;
 - високі вимоги споживачів до якості продукції;
 - політична підтримка розвиненими країнами своїх експортерів;

- випереджаюче зростання цін на продукцію та послуги природних монополій у порівнянні зі збільшенням цін на вироби обробної промисловості та продукцію агропромислового комплексу [2, с. 55].

Враховуючи внутрішні та зовнішні чинники, які визначають сучасний стан і перспективи розвитку українського експорту, а також те, що питання державної підтримки вітчизняних експортноорієнтованих виробників залишається невирішеним майже на всіх рівнях, існує гостра необхідність в негайних «реальних» кроках у даному напрямку, тобто потреба в системі заходів державного стимулювання та вдосконалення експорту України.

Сьогодні в Україні не існує єдиної стратегічної системи сприяння експорту. Тому, перш за все, потрібно забезпечити експортерів «коштами», а саме створити державну фінансову підтримку експорту українського виробника. Державна підтримка експорту має бути однією із головних статей державного бюджету. Потрібно виробити чіткий механізм державного кредитування експорту. При чому стимулювання експорту за рахунок коштів держбюджету повинно відповідати всім нормам СОТ [3].

Враховуючи сучасний стан української економіки та актуальність проблем розвитку зовнішньоторговельного потенціалу країни, а також те, що недосконалість існуючої фінансової підтримки експортерів, зокрема низька дієздатність систем державного експортного кредитування і страхування є однією із основних причин формування негативного сальдо зовнішньоторговельного балансу.

Тому головними завданнями в галузі фінансового сприяння експорту мають стати наступні [2]:

- удосконалення нормативно-правової бази, яка має чітко затвердити головні напрями підтримки національних виробників;
- фінансування програм розвитку пріоритетних проектів розвитку стратегічних експортноорієнтованих підприємств;
- надання кредитно-страхової підтримки та податкових пільг підприємствам-виробникам високотехнологічної та інноваційної продукції, яка експортується;
- надання державою гарантійних зобов'язань щодо кредитних ресурсів, які залучаються уповноваженими банками для забезпечення обіговими коштами виробництв і організацій, орієнтованих на експорт своєї продукції;
- страхування експортних кредитів від комерційних і політичних ризиків для забезпечення захисту експортерів;
- надання зв'язаних кредитів країнам-імпортерам вітчизняної продукції
- створення національної лізингової компанії, яка б забезпечувала сприятливі умови для закупівель іноземними замовниками високотехнологічних українських товарів.

Вирішення цих проблем могло б стати одним із напрямів реалізації програм із фінансування потенційних покупців вітчизняної продукції.

Слід зазначити, що наша держава має потужний науково-технічний потенціал, котрий, на жаль, не має відповідної фінансової та інституційної підтримки для просування на світові ринки, внаслідок чого явні якісні та цінові переваги українських товарів не реалізуються в повній мірі. Я маю на увазі той факт, що експортний потенціал високотехнологічних товарів на зовнішніх ринках не може в достатній мірі конкурувати з іноземними товарами цієї ж галузі [4].

Факт підписання торговельної угоди з ЄС повинен значно підвищити інвестиційну привабливість та приток прямих іноземних інвестицій, що дасть змогу Україні зрівноважити від'ємний торговельний баланс з ЄС. Окрім того, український виробник отримує можливість завоювати своє місце під сонцем на «багатому» європейському ринку, знайти свою нішу та просувати якісний український продукт за вигідною ціною на ринки європейських країн. Вітчизняні споживачі, у свою чергу, отримають доступ до високоякісних європейських товарів в Україні за нижчими цінами.

Євросоюз відкриває українським підприємствам нові можливості для виходу на європейські ринки. Як свідчить міжнародний досвід, більшість провідних країн світу вирішують питання координації та захисту своїх торговельно-економічних інтересів за кордоном через функціонування торговельно-економічних інституцій, які підпорядковані міністерствам економіки або торгівлі.

Таку практику застосовують у більшості країн-партнерів України, зокрема в країнах ЄС, у США, Китаї, Кореї, Російській Федерації та інших. Однак в Україні досі продовжуються дискусії стосовно того, до чийої сфери впливу повинні входити структури зовнішньоекономічної діяльності. Як відомо, раніше 51 торгово-економічна місія (ТЕМ) перебувала в оперативному підпорядкуванні Міністерства економіки.

Але у травні 2010 року вони були передані Міністерству закордонних справ. Згодом ТЕМ ліквідували, а замість них утворили відділи з економічних питань (ВЕП), які працюють у складі закордонних дипломатичних установ. Таку новину неоднозначно сприйняли в середовищі бізнесу [5].

Таким чином, на сьогодні існує нагальна необхідність створення інституційної основи для запровадження державної підтримки упровадження фінансових інструментів розвитку експорту, що забезпечить подальший розвиток і нарощування вітчизняного економічного потенціалу та закріплення на традиційних і нових ринках збуту.

Отже, за умов відсутності офіційно затвердженої стратегічної програми сприяння експорту, та з метою реалізації запропонованого комплексу заходів щодо вдосконалення експортного потенціалу держави вкрай необхідно розробити єдину цільову програму розвитку експортного потенціалу України, запровадження якої сприятиме узагальненню і систематизації пріоритетних завдань у сфері державної підтримки експортноорієнтованих галузей.

Стратегічною метою даної Програми має стати підвищення ефективності і масштабів експортної діяльності держави на основі розширення асо-

тументу і поліпшення якості продукції, удосконалення товарної структури експорту, використання прогресивних форм міжнародного торговельно-економічного співробітництва, а тактичною метою – нарощування експорту на традиційних українських ринках для скорішого відродження вітчизняного виробництва і подальшої перебудови національної економіки.

Головним завданням Програми має бути формування в країні сприятливих економічних, організаційних, правових та інших умов для розвитку експортного потенціалу і підвищення ефективності його використання, а також створення механізмів надання державної фінансової, податкової, інформаційно-консультативної, маркетингової, дипломатичної та інших видів допомоги вітчизняним експортерам.

Висновки. Виходячи із вищевикладеного слід зазначити, що держава має спрямовувати значні зусилля на подолання проблем, які існують у сфері розвитку експортного потенціалу. Першочерговим має стати використання нових методів управління національною експортною діяльністю.

Література

1. Сучасний стан та проблеми експортної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/zakon_kr_perebuv//4592.
2. Верланов Ю.Ю. Передумови формування зовнішньоторговельної політики країни в контексті економічної безпеки / Ю.Ю. Верланов, А.А. Васильєв // Наукові праці Чорноморського державного університету ім. П. Могили. – 2009. – Т. 64. – Вип. 51. – С. 53–59.
3. Щодо першочергових заходів зовнішньоторговельної політики в контексті структурних трансформацій зовнішньої торгівлі України після вступу до СОТ. Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/622/>.
4. Орлик І.О. Проблеми та пріоритети розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств торгівлі України / І.О. Орлик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.2. – С. 216–221.
5. Газета центральних органів виконавчої влади «Урядовий кур'єр» від 26.09.2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukurier.gov.ua/media/documents/2013/09/25/specvypusk26-09-13.pdf>

Петрик О.О.
студент ФММ;
Стрілець А.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто сучасний стан глобального фармацевтичного ринку. Визначено основні тенденції розвитку українського фармринку і основні фактори, що його стримують. Виділено перспективні напрямки розвитку фармринку України та здійснення перетворень у галузі.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, фармацевтична галузь, тенденції розвитку, лікарські засоби.

The current state of the pharmaceutical market in the world was considered. There were determined the main trends of Ukrainian pharmaceutical market and the main factors that constrain it. In addition, there were allocated promising areas of the pharmaceutical market of Ukraine and changes in the industry.

Keywords: pharmaceutical market, pharmaceutical industry, development trends, and medicines.

Вступ. Однією з центральних складових системи охорони здоров'я, спрямованої на зростання якості життя населення та збереження його працездатності, є фармацевтична галузь, відповідно, проблематика розвитку фармацевтичного ринку викликає постійний інтерес науковців і практиків як на глобальному рівні, так і на рівні окремих країн. Актуальність досліджень вітчизняної фармації також пояснюється тим, що вона відноситься до найбільш високотехнологічних і зростаючих секторів економіки та при відповідних умовах може стати локомотивом розвитку економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості функціонування фармацевтичного ринку висвітлено в працях зарубіжних науковців: Глумсков В., Голубков Е., Чапел С. і вітчизняних вчених: Громовик Б., Гасюк Г., Левицька О., Мнушко З., Дихтярева Н., Черних В., Гриценко І. та ін. Проте процеси, що відбуваються на фармацевтичному ринку України сьогодні, знаходяться під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників. Тому обґрунтованим є необхідність постійного дослідження і моніторингу цих чинників та аналізу перспектив розвитку фармгалузі.

Постановка завдання. Метою даної роботи є аналіз світових тенденцій на фармацевтичному ринку та визначення перспектив його розвитку в Україні. Теоретичною основою є наукові праці вітчизняних та іноземних

вчених. Під час дослідження використано загальнонаукові методи: аналізу та синтезу, порівняння.

Результати дослідження. На сьогодні фармацевтичний ринок є одним з найбільш динамічних секторів світової економіки. Це пояснюється зростанням місткості ринку лікарських засобів у світі, швидким розширенням асортименту лікарських засобів і низькою еластичністю попиту на них. Навіть в умовах економічної кризи фармацевтичне виробництво мало піддається ризику спаду.

Безкризовий розвиток та перманентні успіхи фармацевтичної промисловості пояснюються не лише специфічним характером продукції галузі та наявністю постійно відновлювального ринку збуту лікарських препаратів, але і відносною молодістю самої галузі. Потужну фармацевтичну промисловість мають лише економічно високорозвинені країни. Незважаючи на те, що торгова мережа фармацевтичної індустрії охоплює практично усі регіони світу, виробничі потужності галузі сконцентровані у межах трьох головних регіонів – Європа, США та Японія (80%).

США є найбільшим в світі ринком фармацевтичної продукції (42% від світового) та найбільшим виробником лікарських засобів, більшість з яких йдуть на задоволення власних потреб країни. США є країною базування для 11 з 20 найбільших фармацевтичних ТНК. Однак зовнішньоторгівельне сальдо торгівлі ліками залишається від'ємним за рахунок великих обсягів імпорту і орієнтованістю фарміндустрії США на внутрішній ринок (близько 78% від власного виробництва).

Країни Європи, зокрема Німеччина, Швейцарія та Великобританія, є країнами-історичними лідерами фарміндустрії, де зосереджені головні офіси провідних ТНК [3]. Таким чином, вони володіють не лише досвідом і традиціями подібного виробництва, але й є інноваційними центрами світу, де розробляються нові ліки та удосконалюються ті, що вже зарекомендували себе на світовому ринку. Крім того, компанії з цих країн є головними експортерами лікарських препаратів в Україну.

Показово, що фармринки розвинутих країн (США, Канада, країни ЄС) має мінімальні темпи приросту, тоді як активний розвиток демонструють фармацевтичні ринки Азії (Китай), Латинської Америки. Бразильський фармринок експерти взагалі називають одним з найбільш перспективних та привабливих не тільки в Латинській Америці, а й у світі.

Проте частіше говорять не про країни-лідери, а про корпорації-лідери [1]. Це є одним з проявів глобалізації у світовій фармацевтичній індустрії. Роль потужних фармацевтичних ТНК в галузі визначають витрати на НДДКР. Річні обсяги продажів найбільших корпорацій перевищують десятки мільярдів доларів [6].

Усі нові медичні препарати, що з'являються на ринку – це результат тривалого, ризикованого та дорогавартісного процесу досліджень та розробок, що проводяться фармацевтичними корпораціями. Акцен-

ти в науково-дослідній діяльності в світовій фарміндустрії змістилися в сторону розробки лікарських препаратів біологічного походження. Наприклад, світове фінансування науково-дослідної діяльності в області розробки біопрепаратів зросло з 10,5 млрд. дол. в 2001 р. до 103 млрд. дол. в 2013 р.

Отже, світовий фармринок динамічно розвивається, забезпечуючи найвищі у світі середньорічні темпи зростання. Його обсяг наблизився до \$1 трлн. Фармацевтична галузь і біотехнології сьогодні є, напевно, найбільш інноваційними галузями промисловості в світі, формуючи значний попит на науково-дослідні роботи та забезпечуючи високі темпи їх зростання. Вплив фармацевтики виходить далеко за межі галузі, формуючи вагомий мультиплікативні ефекти в частині доданої вартості, зайнятості населення супутніх та обслуговуючих секторів, доходів від податків тощо.

Світові тенденції значно впливають на зміни у фармацевтичній галузі України. Ці зміни перш за все стосуються державного контролю за виробництвом, реалізацією, рекламою фармацевтичної продукції та якістю лікарських препаратів і виробів медичного призначення у процесі їх виробництва та ввезення на територію України, підвищення конкурентоспроможності фармацевтичної продукції та проведення раціональної фармацевтичної політики. Фармацевтичний ринок України є другим за обсягами серед країн СНД після Росії (Україна займає близько 15% ринку СНД). Протягом останніх років фармринок України у цілому характеризувався стабільними темпами зростання (у середньому на 15-20% щорічно), проте у 2010-2011 рр. спостерігалось несуттєве уповільнення цієї динаміки.

При цьому слід зазначити, що рівень споживання лікарських засобів на душу населення в Україні залишається досить низьким у порівнянні з європейськими країнами (витрати на медичні препарати займають 4-5 місце у загальній структурі витрат домогосподарств України – близько 60 дол. США на рік).

Загальний обсяг фармацевтичного ринку України за результатами I півріччя 2013 року склав 17,2 млрд. грн., що на 15,0 в.п. перевищує результати перших шести місяців 2012 року. При цьому, у натуральному вимірі обсяг ринку становив 984 млн. умовних упаковок, що на 4,8 в.п. перевищує аналогічний показник I півріччя 2012 року, тобто спостерігається подальше збереження позитивної тенденції помірному росту обсягів продажів в Україні.

Рівень споживання фармпродукції на душу населення в Україні найнижчий в Європі і третій за величиною з країн СНД (табл. 2). Класифікація «IMS Health» відносить український ринок до категорії «швидкозростаючих» [2].

Динаміка ринку лікарських препаратів безпосередньо залежить від особистого добробуту населення. Середньостатистичний житель України в 2012 р. споживав ЛЗ на суму, що не перевищує 58 дол. США, майже в 3 рази менше, ніж житель Польщі, в 5 разів менше, ніж Словаччини, і в 12 разів менше, ніж американець.

При існуючому рівні доходів більша частина населення України не готова витратити на ліки більше 120 грн в місяць.

Сьогодні на ринку із зареєстрованих лікарських засобів 34% – препарати українського виробництва, інші – іноземного. У вартісному вираженні близько 70% ринку займають імпорتنі препарати, 30% – вітчизняні [4].

Таблиця 2

Порівняння споживання лікарських засобів в деяких країнах в 2012 р.

Країна	Споживання ЛЗ на душу населення, USD/рік
США	704
Японія	620
Канада	460
Франція	459
Німеччина	411
Бразилія	175
Польща	150
Білорусь	71
Україна	58 (2012 р.); 74,4 (2013 р.)
Казахстан	35

Джерело: складено авторами на основі [3]

Узагальнимо ключові характеристики фармринку України, які визначають його перспективи: низьке споживання лікарських засобів на душу населення (близько 50 дол. США на рік); високий рівень конкуренції компаній-виробників лікарських препаратів при відносно невеликому обсязі ринку; дисбаланс у зростанні ринку в грошовому і натуральному вираженні; невисока частка інноваційних препаратів; низька доходність бізнесу; відсутність державного фінансування; недостатня сертифікація виробництва фармацевтичної продукції.

Також для успішного інтегрування вітчизняного ринку у світові структури необхідна розробка і впровадження напрямків інноваційного розвитку галузі. Це ресурсозатратний шлях розвитку, що вимагає великих фінансових вкладень як з боку держави, так і приватних та іноземних інвестицій.

Виходячи з тенденцій розвитку політичної та економічної ситуації в Україні, з урахуванням перспектив світового фармацевтичного ринку та досвіду країн зі швидко зростаючими ринками (такими як Бразилія чи Індія) основними напрямками й пріоритетами розвитку національної фармацевтичної галузі є:

1. Запровадження дієвого механізму здійснення державного контролю за виробництвом, реалізацією та рекламою фармацевтичної продукції, а також за якістю лікарських препаратів у процесі їх виробництва та ввезення на територію України (наприклад, завдяки держрегулюванню фармринку в Бразилії було досягнуто зниження відпускних цін на препарати або лікарські форми, які проходили процедуру реєстрації в 2004–2011 рр., в середньому на 35%).

2. Створення системи управління якістю всього циклу обігу лікарських препаратів шляхом запровадження вимог належних практик.

3. Удосконалення системи державної реєстрації, зокрема через адаптацію до міжнародних норм, у першу чергу, європейських країн.

4. Запровадження багатоканального фінансування фармацевтичної науки за рахунок бюджетних та позабюджетних коштів, забезпечення їх раціонального використання для першочергового фінансування конкурентоспроможних наукових розробок фундаментального та прикладного характеру [5]. Саме курс на таку політику взяли уряди країн-драйверів приросту світового фармринку (Бразилія, Індія, Китай, ЮАР).

Застосувавши хоча б частину із запропонованих заходів, можна підвищити конкурентоспроможність вітчизняних лікарських препаратів, встановити курс на розвиток фармацевтичного ринку України та наблизитися до рівня розвитку світових лідерів.

Висновки. Нещодавня глобальна фінансова криза стала каталізатором багатьох процесів на світових ринках товарів і послуг, зокрема на фармацевтичному. Проте, майбутнє світового фармацевтичного ринку виглядає досить оптимістично, оскільки прогнозується його постійне зростання (обсяг ринку сягне 1,3 трлн. дол. США до 2020 року).

Процеси, що відбуваються на фармацевтичному ринку України сьогодні, знаходяться під впливом як глобальних, так і внутрішніх національних чинників: економіко-політична нестабільність у країні, відсутність реальних реформ в системі охорони здоров'я за останні 20 років, консолідація компаній-виробників, непрозорість системи реєстрації лікарських препаратів, відсутність системних інвестицій в галузь, спроби державних чиновників адмініструвати, а не регулювати процеси, що відбуваються.

Якісні зміни в фармгалузі можливі за умови продовження реформування системи охорони здоров'я і продуманої регулюючої політики держави, яка б підтримувала ініціативи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції на рівні фармпідприємств. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної фармацевтичної галузі визначить її гідне становище на світовому фармацевтичному ринку.

Література

1. World pharmaceutical market 2010 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.publicagenda.org/chats/world-pharmaceutical-market>
2. Локшин В. Фармацевтический рынок Казахстана в современных условиях. Международные фармацевтические производители [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://spfo.ru/node/510>
3. Лин А. А. Фармацевтический рынок: фундаментальные особенности / А. А. Лин, С. В. Соколова // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2 (42) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4118>.
4. Мнушко З. Н. Международный маркетинг в фармации: монография / З.Н. Мнушко, Н. В. Чмыхало, Н. М. Мусиенко. – Х., 2013. – 344 с.

5. Соловйов О. С. Стан та перспективи розвитку фармації України // Сьогоднішня та майбутня фармація: тез. доп. всеукр. конгр., 16 – 19 кв. 2008 р., Харків / редкол: В.П. Черних, І. С. Гриценко, С. М. Коваленко та ін. – Х., 2008. – 224 с.

6. Тищенко А.Н. Социально-экономическое значение и характерные черты фармации / А.Н. Тищенко, А.В. Доровский // Світова економіка та міжнародні відносини. – 2013. – № 3. – С. 13 – 20.

Науковий керівник: доцент, к.е.н. Пічугіна М.А.

УДК 336.27

Чорний В.В.

асистент;

Храмцова М.В.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ДЕФИЦИТ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ В УКРАЇНІ ТА ДЖЕРЕЛА ЙОГО ФІНАНСУВАННЯ

В даній статті розглянуто економічне явище «дефіцит державного бюджету». Досліджено причини виникнення та джерела фінансування бюджетного дефіциту. Проаналізовано статистичні дані за 2008–2014 рр. та досліджено планові показники 2015 року. Запропоновано шляхи підвищення дохідної частини державного бюджету.

Ключові слова: бюджетний дефіцит, державні доходи, державні видатки, фінансування дефіциту державного бюджету.

In this article was considered the economic phenomenon 'government budget deficit'. Have been explored the reasons of appearance of the budget deficit and the sources of its funding. Have been analyzed statistic data for the 2008–2014 years and explored planned indicator for 2015 year. Have been offered the ways of increasing of the profitable part of the budget.

Keywords: budget deficit, government revenues, government expenditures, financing government deficits.

Вступ. Планування державного бюджету країни та пошук джерел погашення бюджетного дефіциту є основними завданнями при розробці стратегії державного розвитку. Зростання дефіциту державного бюджету призводить до погіршення соціально-економічного стану, прискоренню інфляції, занепаду державних фінансів. Саме тому на сучасному етапі зростає роль пошуку способів мінімізації бюджетного дефіциту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням бюджетного дефіциту займаються такі вітчизняні та зарубіжні вчені як: С.О. Булгакова,

Т.А. Говорушко, А.І. Даниленко, Т.В. Лівощко, Н.І. Редіна та інші. Однак залишається невирішеним питання формування та використання державного бюджету, з урахуванням ускладнення сучасного економічного та політичного стану в країні.

Постановка завдання. Проаналізувати наявні джерела фінансування бюджетного дефіциту в Україні та запропонувати нові та пошук нових джерел фінансування бюджетного дефіциту в Україні.

Результати дослідження. Державний бюджет – це головний централізований фонд грошових коштів держави, основний інструмент перерозподілу валового внутрішнього продукту. Переважання витрат або доходів порушує збалансування бюджету, що викликає його дефіцит або профіцит. Згідно з Бюджетним Кодексом України, «дефіцит бюджету – це перевищення видатків бюджету над його доходами (з урахуванням різниці між наданням кредитів з бюджету та поверненням кредитів до бюджету)» [1].

Головним джерелом надходжень до державного бюджету України є податки, що забезпечують близько 90% доходів будь-якої держави. Суб'єктами оподаткування виступають юридичні та фізичні особи, що сплачують податки, а об'єктами оподаткування – дохід, прибуток підприємства, заробітна плата, кількість землі тощо. Податки є прямими, що стягуються з фізичних та юридичних осіб безпосередньо (податок з прибутку підприємств, податок з доходів фізичних осіб), та непрямими, що встановлюються на товари та послуги і є складовою їх ціни (акцизний податок, мито, податок на додану вартість).

Мобілізовані кошти уряд використовує для здійснення видатків, таких як: утримання державного апарату, фінансування бюджетного сектора економіки, соціальні видатки, спрямування коштів на розвиток економіки, соціальні видатки, національна оборона.

Основною причиною виникнення бюджетного дефіциту є перевищення темпів зростання бюджетних видатків над темпами зростання бюджетних доходів. Спричиняти дисбаланс у бюджеті країни може ряд факторів, таких як кризові явища в економіці, милітаризація економіки, надзвичайні обставини, зростання соціальних видатків тощо. Виникнення державного дефіциту в Україні має особливі причини, такі як скорочення валового внутрішнього продукту, через зниження ефективності виробництва, нераціональне використання бюджетних надходжень, зростанням тіньового сектора. Як наслідок, спостерігається дестабілізація економіки, зростання державних витрат, прискорення темпів інфляції та погіршення соціальної ситуації.

Аналізуючи динаміку розміру дефіциту державного бюджету України, визначено, що протягом 2008 – 2014 рр. найменше значення показника було досягнуто в 2008 році – 12500,7 млн. грн. Найбільше значення – в 2014 році, а саме – 78070,50 млн. грн., що перевищує мінімальне значення в даному періоді більше ніж у 6 разів (рис. 1).

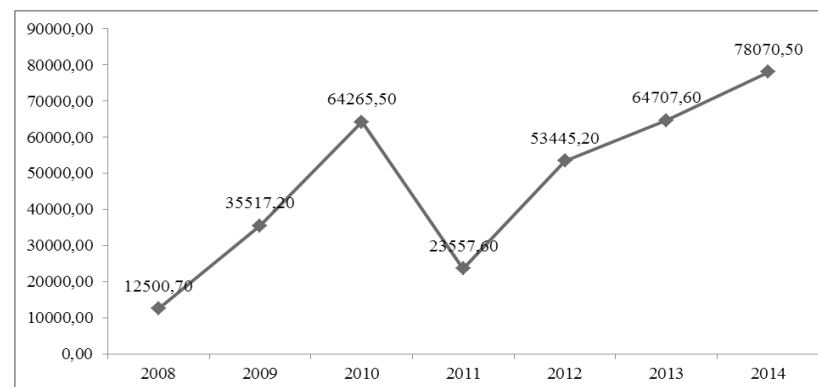


Рис. 1. Дефіцит державного бюджету України з 2008 по 2014 рр (в млн. грн.)

Складено на основі даних [2]

З 2008 року помітний вплив світової економічної кризи, коли в Україні мала місце нестача державних фінансових ресурсів, невиконання планового надходження до бюджету та брак ресурсів для фінансування державних видатків. 2011 рік характеризувався скороченням бюджетного дефіциту на 63,3%, основним фактором було значне збільшення надходжень за рахунок податків: в аналізованому році обсяг податкових надходжень становив 261605 млн. грн., що на 56,8% більше податкових надходжень 2010 року.

Законом України «Про державний бюджет на 2015 рік» визначено граничний обсяг дефіциту державного бюджету України в розмірі 63 млрд. 669 млн. 600 тис. грн., або 68,3% ВВП. Згідно з опублікованим документом, дохідна частина бюджету у 2015 році складатиме 475 млрд. 939 млн. 248,7 тис. грн., а видатки складуть 527 млрд. 893 млн. 651 тис. грн. Зростання витратної частини бюджету зумовлене збільшенням витрат на безпеку та оборону України та обслуговуванням державного боргу. Очікуються значні витрати на відновлення інфраструктури та допомогу біженцям та військовослужбовцям. Планується зменшення розміру субвенцій на виплату допомоги малозабезпеченим сім'ям та інвалідам, скоротяться субвенції на надання пільг та житлових субсидій. В той же час, розмір прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати не зміниться до грудня 2015 року.

Протягом поточного року передбачається зростання дохідної частини на 30% порівняно з попереднім, при цьому велике значення покладено на зміну податкового законодавства. До основних змін у сфері оподаткування належать зростання ставки податку на доходи фізичних осіб, дохід яких перевищує 120 мінімальних заробітних плат з 17% до 20%, запровадження військового збору (1,5%). Одночасно запроваджено нові податки та збори:

акциз у розмірі 5%, що поширюється на роздрібну торгівлю алкогольних напоїв та тютюнових виробів, паливо. Акциз з електроенергії стягується у розмірі 3,2%. До 1 січня 2016 року до діючого тарифу на природний газ додається цільова надбавка у розмірі 2% для підприємств та 4% для населення.

Серед усіх проведених способів скорочення бюджетного дефіциту, за умов складної політичної ситуації, найбільш ефективним є оновлення податкового законодавства, але цей спосіб має ряд негативних наслідків, таких як загроза посилення соціального напруження, стримування підприємницької діяльності, погіршення стимулів до розвитку. Отже, складна політична та економічна ситуація в країні гальмує розвиток господарства країни і ускладнює державне регулювання щодо фінансування зростаючого державного дефіциту.

Висновки. В сучасних умовах бюджетний дефіцит можна знизити шляхом зростання податкових надходжень до бюджету або за допомогою внутрішнього боргу. Перший спосіб є більш ефективним, але його досягнення треба проводити не за рахунок зростання податкового тиску, а шляхом підвищення ефективності суспільного виробництва для зростання обсягу фінансових ресурсів всього суспільства. Інший спосіб – внутрішній борг. Випуск цінних паперів для продажу їх населенню може забезпечити швидке фінансування без прискорення темпів інфляції.

Уряд повинен приділяти особливу увагу контролю за розміром бюджетного дефіциту, з метою зупинення дестабілізації соціально-економічного розвитку. Саме тому пріоритетними напрямками діяльності держави сьогодні має стати досягнення миру в країні та створення передумов для розвитку економіки.

Література

1. Коваленко Д. І. Фінанси, гроші та кредит: теорія і практика: навч. посіб. / Д.І.Коваленко, В. В. Венгер – К: «Центр учбової літератури», 2013 р. – 577 с.
2. Бюджетний кодекс України : прийнятий Верховною Радою України. від 08.07.2010 № 2456–VI із змінами від 10.02.2015 р.
3. Фінансовий портал Мінфін [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/budget/>
4. Футерко О. І. Бюджетний дефіцит і державний борг: динаміка та основні проблеми управління / Олександра Футерко // Економічний часопис – XXI. – №9. – с. 37–40.
5. Кміть Я. Оцінка бюджетної і податкової систем України та механізму їх взаємодії в умовах економічної кризи / Я. Кміть, В. Кміть // Вісник львівського університету. – №41. – с. 246–258.

УДК 004:334.723:339.9

Шермет Ю.А.
студент ФММ;
Пермінова С.О.
к.п.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ВІРТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

У статті порушуються актуальні питання віртуальних підприємств у зовнішньоекономічній діяльності. Вивчено їх появу, переваги та принципи діяльності, а також розглянуті варіанти організації зовнішньоекономічної діяльності з використанням Інтернет-технологій виходячи з класичних міжнародних організаційно-правових форм.

Ключові слова: віртуальне підприємство, форма організації зовнішньоекономічної діяльності.

This article violates current issues of virtual enterprises in foreign economic activity. Studied their appearance, advantages and principles of action. And consider options for foreign economic activity using Internet technologies based on the classical international legal forms.

Keywords: virtual enterprise, a form of foreign economic activity.

Вступ. Суттєва риса фінансового формування сучасних держав у витоку ХХІ століття полягає в переході з промислової до постіндустріальної економіки. Формування постіндустріального (посткапіталістического, інформативного або електронно-числового) співтовариства обумовлено формуванням спільного світового інформативного місця в основі мережі Інтернет, вторгненням дій інформатизації, глобалізації та віртуалізації в галузі економіки, формуванням міжнародного ринку даних і управління на додаток до класичних ринків продуктів (зокрема, природних ресурсів, праці і коштів) [6, с. 28].

Глобалізація означає свіжий період формування зовнішньоекономічної роботи, орієнтований у формування фінансових сіток різних держав. У нинішніх умовах різке підвищення економічної та ділової активності пов'язане з виходом на міжнародні ринки, розвитком багатонаціональних компаній, виникненням всесвітнього виробництва і збуту. Глобалізація невіддільна від фінансової інтеграції держав (зразок цього розширення ЄС).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ідея віртуалізації компаній виникла лише трохи більше 10 років тому і, в першу чергу, пов'язана з публікацією монографії У. Девідоу і М. Мелоуна «Віртуальна корпорація», а також статті Р. Байрна і співавторів у журналі «Бізнес-Уїк».

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування створення віртуальних підприємств як ефективної форми зовнішньоекономічної діяльності.

Результати дослідження. Віртуальна організація формується за допомогою відбору людських, економічних, матеріальних, організаційно-науково-технічних та інших ресурсів з різних компаній та їх інтеграції з застосуванням комп'ютерних мереж. Це дає можливість створити гнучку й активну організаційну систему, більш адаптовану до якнайшвидшого випуску та своєчасної поставки нового продукту на ринок [2, с. 47].

З практичної точки зору, типовому підприємству, наприклад, з метою дослідження та виведення нового продукту на ринок необхідно залучення великих ресурсів. На відміну від типового віртуальна організація шукає нових партнерів, які володіють відповідними ринковими ресурсами, знаннями і можливостями з метою колективної організації і реалізації цілей. Тобто, вибираються компанії, що мають ключову компетенцію у формі ресурсів і можливостей з метою досягнення конкурентної переваги в ринку.

Як правило, партнерство укладається на конкретний період або до звершення поставленого результату (наприклад, виконання замовлення). Іншими словами, партнерство є тимчасовим, і, наприклад, на деяких стадіях життєвого циклу продукту або при зміні ринкової ситуації можуть в мережу залучатися нові партнери або вилучатися колишні.

З вищезазначеного випливають переваги віртуальних формах організації, такі як [1, с. 18]:

- спосіб підбирати і пускати в хід найкращі ресурси, навички та можливості;
- скорочення тимчасових витрат;
- швидкість виконання ринкового замовлення;
- вірогідність скорочення загальних витрат;
- можливість найбільш повного задоволення потреб клієнта;
- можливість гнучкого пристосування до змін навколишнього середовища;
- зменшення бар'єрів у виході на нові ринки.

Очевидно, що з метою планування, організації та координації роботи віртуальних фірм потрібні і відповідні адміністративні підходи. Нескладно зазначити, що при формуванні віртуальних компаній можуть бути фірми, які зосереджують власні зусилля виключно на управлінні компетенціями третьої сторони.

Класичними зразками віртуальних підприємств служать європейський консорціум Airbus Industries, що виготовляє добре відомі авіалайнери, а також компанії Apple і Sony, які об'єднали зусилля при роботі над проектом Powerbook [5, с. 143].

Створення Інтернет-систем забезпечення і поставок, збуту і продажів, торгових онлайн-майданчиків, загальних порталів і онлайн-офісів вважається необхідною умовою формування віртуальних компаній з метою організації зовнішньоекономічної діяльності. У ролі ключової сполучної ланки у цій схемі виступає Інтернет-представництво у всесвітній мережі Інтернет.

Компанія-продавець виставляє зведення про продуктам і послугам на веб-сайт, а покупці дивляться пропозиції і формують замовлення. Подальші операції, зокрема, оформлення та оплата рахунку також можуть проводитися електронним шляхом у віртуальному просторі.

Існують наступні групи критеріїв класифікації віртуальних підприємств:

- юридичні;
- географічні;
- господарсько-економічні;
- системно-мережні.

Виділяються два основні класи: віртуальні корпорації та віртуальні товариства (партнерства).

Віртуальна компанія (ВК) виступає в ролі електронного об'єднання капіталів (ресурсів) різного виду – фінансового, науково-технічного, людського (зокрема, інтелектуального) в інтересах виконання непростих унікальних проектів, створення продукту світового класу і найбільш повного задоволення запитів клієнта. Так само як і її справжній зразок, вона сприяє вирішенню двох базових проблем ринкової економіки:

1) залучення грошових коштів із метою виконання унікальних проектів або ж розподілу бізнес-процесів з метою збільшення конкурентоспроможності продукту;

2) розподіл ризику в інвестиційних проектах.

Основним зовнішньоекономічним завданням створення ВК є з'єднання головних технологій і досвіду партнерів різних держав з метою проведення найбільш ефективних дій на світовому ринку. ВК характеризується встановленою автономією від учасників (можливістю простої заміни партнерів), наявністю опосередкованого механізму управління (делегування повноважень), переходом від особистої до колективної відповідальності партнерів. Маються на увазі договірні зв'язки між усіма вузлами організаційної мережі та створення їхньої спільної власності. Найчастіше ВК створюється у вигляді материнської віртуальної компанії з мережею дочірніх віртуальних відділень, філій і т.п.

Віртуальне товариство (партнерство) виступає у вигляді комп'ютерно-інтегрованої (штучної) компанії осіб, які спільно ведуть справу (що знаходяться у зв'язках кооперації, тобто виконують загальну роботу і координують дії) з метою отримання доходів, перебуваючи географічно далеко один від одного.

Необхідно підкреслити, що за своїм змістом концепція віртуального товариства досить близька до уявлень про віртуальну робочу команду. У цьому випадку будь-який партнер, в тій чи іншій мірі, беручи участь в управлінні і контролі за роботою віртуальної організації, несе особисту відповідальність за підсумки діяльності, при цьому втрата партнера означає розпад віртуальної компанії. Так само як і у випадку простого товариства, для віртуального партнерства можна виділити дві базові форми [1, с. 47]:

- повне віртуальне товариство, якщо всі без винятку партнери рівноправні в управлінні підприємством і несуть однакову відповідальність за її зобов'язаннями;

- обмежене віртуальне партнерство, де один з партнерів має у своєму розпорядженні великі повноваження з контролю та управління фірмою і несе абсолютну відповідальність за її зобов'язаннями, а решта партнерів не займаються контролем і не відповідають за зобов'язаннями партнерства.

У віртуальній асоціації партнери, що знаходяться на відстані один від одного, співпрацюють лише при виконанні спільних операцій або функцій. Тут існують дві основні структурні характеристики: взаємозв'язок між елементами операцій і розподіл відповідальності між учасниками.

Віртуальний консорціум подібний за своїми характеристиками до віртуальної асоціації. Як правило, він ґрунтується на користі здійснення великих проектів або виконання інноваційних проектів. У рамках віртуального консорціуму можуть електронним способом об'єднуватися компанії різних держав, галузей і форм власності. При цьому інтеграція має на увазі в першу чергу колективне виконання функцій і створення розподіленої мережі бізнес-процесів.

Віртуальний картель – це комп'ютерно-інтегрована модель організації де-юре самостійних установ однієї галузі, що володіють угодами про вартості, обсяги виробництва, ринки збуту.

Віртуальний синдикат передбачає варіацію віртуального картелю, в рамках якого крім вищевказаних угод є єдиний апарат збуту продукції учасників віртуального союзу. Мета входження у віртуальний синдикат – отримати дохід від централізації збуту. Синдикати як правило виникають в секторах економіки з однорідною продукцією.

У свою чергу віртуальний пул означає отримане електронним шляхом тимчасове об'єднання різних фірм (можливо різних сфер), де для вступників формуються правила розподілу загальних витрат і прибутку, який надходить до загального фонду, що розподіляється за встановленою пропорцією.

Віртуальний концерн передбачає електронне об'єднання фірм однієї або декількох сфер на засадах централізації науково-промислових і виробничих функцій, фінансів, обліку та ін. Члени делегують концерну частину своїх функцій – тих, які не можуть реалізувати самі, проте залишаються де-юре незалежними [1, с. 152].

Найбільш сильною формою комп'ютерної інтеграції організацій виявляється віртуальний трест, якщо всі сторони діяльності вступають у нього, установи з'єднуються і втрачають юридичну та господарську незалежність.

Однією з групових форм віртуальних компаній вважається віртуальна фінансово-промислова група (ФПГ). Так само як і звичайна ФПГ, вона складається з ряду неоднорідних юридичних осіб, далеких один від одного, які цілком або частково об'єднують кошти із застосуванням Інтернет-технологій на базі угоди про формування ФПГ в цілях науково-технічної або економічної інтеграції. Як видно із самої назви, до складу віртуальної ФПГ входять всілякі промисло-

ві, торгівельні та фінансові інститути (банки, страхові фірми та ін.). Необхідно підкреслити, що, як правило, період функціонування подібного підприємства необмежений рамками виконання тих чи інших проектів [5, с. 281].

Висновки. В сучасних умовах конкурентоспроможність компаній на світовому ринку знаходиться в залежності від здібностей перетворення головних процесів у стратегічні ініціативи, націлені на найбільш повне задоволення запитів клієнта, і взагалі, на гнучке вивчення та прогнозування змін в кон'юктурі ринку. Останніми прикладами подібних ініціатив служать модифікація або реінжиніринг та інновація процесів діяльності компанії. Тобто, відбувається об'єднання із залученням широкого розвитку та застосуванням новітніх інформаційних і комунікаційних технологій з метою управління людськими ресурсами та планування майбутньої діяльності компанії, прогнозування й оптимізації процесів взаємодії між різними представниками компанії, що актуалізує формування віртуальних фірм.

Література

1. Катаев А.В. Виртуальные бизнес-организации /А.В.Катаева. – СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2009. – 120 с.
2. Котляров И. Д. Электронные предприятия: проблемы терминологии и классификации /И.Д. Котляров //Прикладная информатика, 2011. – № 4. – С.46-55.
3. Брусакова И.А. Оценка эффективности инвестиций в виртуальное предприятие / И.А.Брусакова, П.М.Деревянко //Прикладная информатика, 2006. – № 2. – С.131-140.
4. Ястребов А.И. Моделирование оценки стоимости виртуальных предприятий / А.И. Ястребов // Прикладная информатика, 2009. – № 1. – С. 5-7.
5. Фелд Б. Стартап в Сети. Мастер-классы успешных предпринимателей /Б.Фелд, Д.Коэн. – Изд-во: Альпина Паблишер, 2013. – С. 344 – ISBN 978-5-222-23038-1
6. Митин П. Как создать интернет-магазин? /П.Митин. – Изд-во Феникс, 2015. – с. 252 – ISBN 978-5-9614-1541-4

УДК 338.27

Шеховцова І.А.

ст. викладач;

Мінкін О.Ю.

ст. викладач

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПРОБЛЕМИ ПРОГНОЗУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Для управління ефективністю роботи підприємства все частіше використовується прогнозні значення та застосовуються різні методи прогнозування. В умовах соціально-економічного розвитку України обґрунтування прогнозу є проблематичним і повністю залежить від умов подаль-

шого розвитку самої країни, з урахуванням всіх реформ, що наразі приймаються, а також прогнозу індекса-дефлятора, і самої форми прогнозу. Задача прогнозування соціально-економічного розвитку країни включає кількісні показники і якісні характеристики розвитку макроекономічної ситуації в цілому, економічної структури, науково-технічного розвитку, зовнішньоекономічної діяльності, динаміки виробництва, потреб, рівня і якості життя екологічної обстановки, соціальної структури, а також системи освіти, охорони здоров'я і соціального забезпечення країни.

Ключові слова: економічне прогнозування, методи прогнозування, інтегральні показники, соціально-економічного розвитку.

For the management of work of enterprise efficiency all more often used prognosis values and the different methods of prognostication are used. In the conditions of socio-economic development of Ukraine of ground of prognosis is problematic and fully depends on the terms of further development of country, taking into account all reforms that is now accepted, and also prognosis of after a prognosis. Task of prognostication socially-economic development of country includes quantitative indexes and quality descriptions of development of macroeconomic situation, economic pattern, scientific and technical development, foreign economic activity, dynamics of production, of necessities, level and quality of life of ecological situation, social structure, and also system of education, health protection and public welfare of country.

Keywords: economic forecasting, forecasting methods, integral indicators of socio-economic development.

Вступ. В умовах соціально-економічного розвитку України обґрунтування прогнозу є проблематичним і повністю залежить від умов подальшого розвитку самої країни, з урахуванням всіх реформ, що наразі приймаються, а також прогнозу індекса-дефлятора, і самої форми прогнозу. Соціально-економічні показники є одним з найважливіших факторів, за якими можна впевнитись в підвищенні ефективності виробництва. Вдосконалення розрахунків прогнозування дозволяє виявити тенденції і закономірності розвитку соціально-економічних систем. На цьому важливому етапі розвитку економіки нашої країни виникає необхідність подальшої розробки теорії і практики прогнозування, яка зумовлена переходом від централізованих методів управління економікою до методів, які поєднують державне регулювання з вільними ринковими способами господарювання. До основної особливості прогнозування при адміністративно-командній системі можна віднести те, що вони здійснювалися, в основному, на державному рівні, і при цьому роль промислових підприємств країни, була зведена до мінімуму. Зазначимо, що при переході до ринкових методів господарювання контроль державних органів за соціально-економічними процесами значно знижується і пріоритет віддається вказаним господарюючим суб'єктам. В той же час, є необхідність поєднання державного регулювання і ринкових методів при прогнозуванні розвитку різних економічних систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Історично, у розробку сучасної теорії соціально-економічного прогнозування значний вклад внесли такі наукові дослідження вчених: Г.М. Доброва, Т.С. Хачатурова, Ю.В. Тріфонова, Ф.Ф. Юрлова, Л.В. Канторовича, В.В. Новожилова та ін. Питання соціально-економічного прогнозування розглядалися в роботах зарубіжних авторів: Л. Гурвиця, Л. Сєвиджа, Б. Коласса, Р. Томаса, Т.Дж. Уотмена та ін. [4, с.23].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз існуючих проблем прогнозування соціально-економічного розвитку України.

Результати дослідження. Важливою умовою підвищення ефективності сучасного виробництва є розробка і проведення ефективної внутрішньої політики. Реалізація цієї політики сприятиме розвитку великого, середнього і малого підприємства, ліквідації тіньової економіки, залученню вітчизняних і іноземних інвестицій. Таким чином, нині актуальною є проблема соціально-економічного прогнозування на різних рівнях управління економікою. Для вирішення цієї проблеми стає необхідним розвиток теорії і практики прогнозування, які поєднують державний підхід і враховують інтереси різних господарюючих суб'єктів. В якості об'єктів аналізу можуть виступати різні рівні, включаючи рівень підприємств різних галузей економіки. Кожен з рівнів характеризується набором параметрів прогнозування, який включає: цілі, критерії, сфери застосування, методи прогнозування, засоби досягнення цілей. Відмітимо, що відповідно до системного підходу, реалізується принцип ієрархії, при якому при прогнозуванні віддається перевага підсистемам, які належать вищим рівням ієрархії. При цьому в управлінні підсистемами нижніх рівнів інформують вищі рівні про рішення, що приймаються. Оскільки є протиріччя між цілями і критеріями ефективності прогнозування на різних рівнях ієрархії, виникає необхідність їх узгодження і вибору компромісних рішень. Виходячи з викладеного, проблема розробки теорії і практики соціально-економічного прогнозування промислового виробництва набуває великого значення на сучасному етапі розвитку країни.

В сучасних ринкових умовах господарювання виникає необхідність подальшого розвитку практики прогнозування. Це обумовлено декількома причинами, у тому числі, використанням не лише державної форми власності, але і приватною. Значно зростає самостійність підприємств і потреба у вдосконаленні методів прогнозування соціально-економічних процесів в умовах ринкової економіки. Прогнозування на різних рівнях управління економікою стає необхідним його елементом. Системний підхід дозволяє підвищити об'єктивність і ефективність соціально-економічних показників. Цей підхід в існуючій вітчизняній економічній літературі розглянутий недостатньо. Зокрема, є специфіка, яка проявляється в недостатній розробці законодавчих і нормативних актів і в підвищеному ступені невизначеності, яка має місце при прогнозуванні соціально-економічних процесів [4, с.24].

Визначення ефективності рішень при прогнозуванні здійснюється на основі багатьох критеріїв, вибору з урахуванням сукупності призначених критеріїв.

Одже, задача прогнозування соціально – економічного розвитку країни в сучасних умовах включає кількісні показники і якісні характеристики розвитку макроекономічної ситуації в країні, економічної структури, науково-технічного розвитку підприємств, зовнішньоекономічної діяльності, динаміки виробництва, потреб, рівня і якості життя, екологічної обстановки, соціальної структури, значних витрат на воєнні потреби, відбудову інфраструктури, а також системи освіти, здоров'я і соціального забезпечення країни в цілому. Для цих прогнозів зазвичай використовують такі показники:

Показники, які характеризують все населення країни – це кількість населення на 1 кв. метр, чисельність населення країни (або регіону), склад населення за різними показниками, народжуваність, смертність і тривалість життя, трудові ресурси, у тому числі економічно активне населення, кількість безробітних і рівень безробіття, рух трудових ресурсів в тимчасовому і просторовому аспектах, його грошові доходи та рівень життя.

Показники, які характеризують грошові потоки, а саме всі грошові потоки населення, заробітна плата, дивіденди і відсотки по вкладах, пенсії, зокрема, систему соціального забезпечення, добродійності.

Показники, які характеризують різні соціальні аспекти життя населення – це стан здоров'я населення, забезпеченість, медперсоналом, лікарями, захворюваність серед верст населення, а також рівень вітчизняної освіти, наявність об'єктів культури, рівень житлових умов, структуру і динаміку соціального забезпечення, забезпеченість мережею торгових, побутових і житлово-комунальних об'єктів, інфраструктуру, стан екології в суспільстві, забезпеченість спортивними і туристичними об'єктами тощо [3, с.104].

Соціально-економічне життя суспільства в економічних розрахунках може бути представлено такими напрямками розвитку, як добробут людей, зайнятість у виробничій сфері, здоров'я, культура, чисельність жителів тощо.

Залежно від цілей використання розрізняють такі чотири види прогнозів:

- реалістичні прогнози;
- аналітичні прогнози;
- нормативні прогнози;
- прогнози-попередження.

Рекомендовано застосовувати такі типові методи демографічного прогнозування:

- метод експертних оцінок;
- екстраполяція;
- моделювання;
- метод «альтернатив» тощо.

Щодо розрахунків показників сфери соціально-економічного прогнозування, наразі їх можна виконати в три кроки:

- екстраполяція тенденції, зміни структури доходів;
- аналіз отриманого першочергового варіанту;
- коригування початкового варіанту.

Зазвичай застосовуються три методи прогнозування:

- моделювання розвитку окремих підсистем;
- експериментальне моделювання;
- коригування прогнозів по позиції суміжних наук.

У прогнозуванні показників культури і мистецтва важливу роль відіграє аналіз існуючих тенденцій, а також розробка пошукових моделей.

Одже, до основних методів прогнозування відносять екстраполяцію, експертне опитування, використовують сценарії, побудову «дерева цілей», проводять соціальний експеримент, застосовують моделювання.

Висновки. Таким чином, прогнозування соціально-економічних показників країни охоплює різні сторони життя всього суспільства і використовує різні методи, що зважають на специфіку розрахунків. Соціальні параметри значно впливають на економічне середовище господарювання, а економічні показники, у свою чергу, застосовуються при прогнозуванні соціально – економічної сфери життєдіяльності суспільства.

Література

1. Азарова Л.М. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства/ Л.М.Азарова, О.В.Рузакова. - Вінниця: ВНТУ 2010. – 172 с.
2. Вітлінський В.В. Моделювання економіки: навчальний посібник/ В.В. Вітлінський. – К. : КНЕУ, 2003. – 408 с.
3. Кулявець В.О. Прогнозування соціально-економічних процесів: навчальний посібник/ В.О.Кулявець. - К.: Кондор, 2009. – 194 с.
4. Малишев С.А., Цапін Д.А. Сутність системного багаторівневого підходу до економічного прогнозування розвитку промисловості/ С.А. Малишев, Д.А. Цапін// Матеріали V Міжнародної молодіжної науково-практичної конференції: «Майбутнє технічної науки». – Нижній Новгород: Видавництво НГТУ, 2006. – 342 с.
5. Присенко Г.В. Прогнозування соціально-економічних процесів: навчальний посібник/ Г.В.Присенко, Є.І.Равикович. – К. : КНЕУ, 2005. – 378 с.

УДК 336.75

Шкробот М.В.
ст. викладач, к.е.н.;
Мурашова М.В.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м.Київ

НЕСТАБІЛЬНІСТЬ КУРСУ ВАЛЮТИ В УКРАЇНІ

В даній статті розглядається проблема зміни курсу валюти в Україні в сьгоднішніх умовах. Визначено негативні та позитивні наслідки різких падінь та спадів курсу гривні. Проведено дослідження динаміки зміни курсу валюти за останні місяці 2015 року. Наведено шляхи подолання цієї проблеми.

Ключові слова: курс валюти, знецінення грошей, нестабільність курсу валюти, девальвація, ревальвація.

The article looks into the problems related to the Ukrainian currency rate at the present time. All of the negative and positive outcomes of fast growth and the decline in the hryvna currency rate which have been analysed between Januar-March 2015. The methods of correction has been discussed.

Keywords: exchange rate, currency devaluation, unstable currency rate, devaluation, revaluation.

Вступ. Курс валюти є вагомим інструментом для політики держави, ефективне регулювання курсу є одним з основних для формування позитивної динаміки макроекономічних показників, є вагомою складовою нарощування виробництва та збільшення чистого експорту.

Валютний курс регулює діяльність багатьох економічних сфер країни. Зміна валютного курсу може мати як позитивні так і негативні наслідки у різних сферах економіки.

На сьогодні, дана проблема є дуже актуальною для всіх громадян України, оскільки, курс гривні є досить нестабільним, що призводить до негативних наслідків для економіки країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значну увагу аналізу даної проблеми приділяли в своїх працях такі науковці, як: Олена Белан, Андрій Новак, Мар'ян Заблоцький, Артем Біденко та інші. Проте, не вирішеним залишається питання пошуку шляхів стабілізації курсу.

Постановка завдання. Проаналізувати сучасний стан курсу валюти в Україні. Визначити негативні та позитивні наслідки різких підйомів та спадів курсу гривні. Провести дослідження динаміки зміни курсу валюти за останні (2013-2015) роки та знайти шляхи подолання цієї проблеми.

Результати дослідження. Валютний курс – це один з головних макроекономічних показників. Через курс валюти нацбанк впливає на стан платіжного балансу країни. Валютний курс є важливим елементом у механізмі міжнародних економічних відносин, саме тому, сучасна наука і практика приділяють велику увагу методам курсоутворення.

Валютний курс - ціна національної грошової одиниці, виражена в грошовій одиниці іншої держави [2]. Фіксація валютного курсу здійснюється або відповідно до золотого паритету, або за міжнародною угодою. Він є економічним показником, який відображає тенденції внутрішнього економічного розвитку певної країни, а також її стан та перспективи її зовнішньоекономічних відносин.

Ревальвація – зниження курсу національної валюти до іноземних валют або міжнародних розрахункових одиниць. Відображає підвищення купівельної спроможності національної валюти щодо іноземних валют [2].

Девальвація – підвищення курсу національної валюти по відношенню до іноземних валют або міжнародних розрахункових одиниць [2].

Протягом останніх років в Україні, ми спостерігаємо різку девальвацію гривні. Починаючи з 2014 року, в країні щодня змінюється курс гривні. Вже досить тривалий час, в багатьох банках не працюють обмінники. Підіймається ціна на паливо, продукти харчування та інше. Все це, є наслідком політичної ситуації в країні, особливу роль цього аспекту відіграють воєнні дії на Сході України.

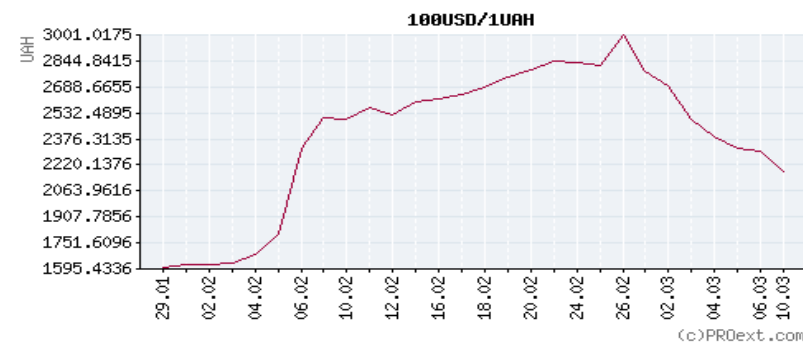


Рис. 1. Динаміка зміни офіційного курсу гривні до долара США, НБУ (з 1 січня по 7 березня 2015 року)

Джерело: складено на основі [1]

На рис. 1 зображено як змінювався курс гривні до долара, починаючи з двадцять шостого січня і до десятого березня. Йде дуже різка зміна, що не може мати гарний вплив на економіку країни. До важливих курсовпливаючих чинників, також треба зарахувати динаміку зміни цін на внутрішньому ринку. Якщо ціни на експортні товари різко зростають, тобто, якщо в країні починається інфляція, то наслідком і проявом цього виступає падіння платоспроможності держави. Також, на курс валюти впливає і такий чинник, як перехідна економіка України, так як, загальні умови функціонування ринкової економіки ще недостатньо стійкі.

Розрізняють два основних види курсу валюти: фіксований і плаваючий. Фіксований курс – це курс, який на певний термін встановлюється як незмінний, незалежний від змін у попиті та пропозиції. Фіксований курс змінюється офіційно, шляхом підвищення курсу національної валюти або її зниження [3]. Як правило, центральний банк встановлює курс стосовно до якоїсь провідної валюти або до колективної валюти.

Плаваючий курс – це режим валютного курсу, за якого він змінюється під впливом попиту та пропозиції [3]. Також цей курс може бути вільно плаваючим, тобто не залежати від валютного курсу будь-якої іншої країни. Такий курс визначається співвідношенням попиту та пропозицію на дану валюту. Або плаваючий валютний курс ще може бути колективним плава-

ючим. Це означає, що країни – члени певного угруповання разом змінюють курс своїх валют, щодо валют тих країн, які не входять до їх групи.

Доволі часто використовують режим регульованого плаваючого курсу. Він полягає в тому, що країна певним чином коригує свій плаваючий валютний курс. Це досягається, через здійснення валютних інтервенцій, з метою не допустити сильних, небезпечних для економіки коливань валютного курсу.

Висновки. На сьогодні, в Україні курс валюти у вільному плаванні, хоча і частково регулюється. Такий режим валютного курсу призводить до негативних наслідків. Ціни на імпорتنі товари, автомобільне паливо, комунальні платежі досить зростають, також спостерігаємо зростання цін і на експортні товари, проте, заробітні плати залишаються незмінні. Все це, призвело до збіднення значної частини населення. Як наслідок, нестачі в країні державного бюджету – багато людей скорочують або звільняють з робіт, закриваються багато приватних підприємств, тим самим, збільшується безробіття. Багато людей, виїжджає на заробітки за кордон. Всі ці фактори негативно впливають на розвиток економіки. І хоч, за останні два тижні курс гривні більш-менш стабілізувався, але ситуація на валютному ринку України далека від стабільності. На ринкові фактори впливає геополітична ситуація в країні, зміна економічного балансу на Сході країни і непередбачуваність в діях нового правління і Верховної Ради. Негативні настрої на валютному ринку також поглиблюються через паніку у населення, які починають різко знімати всі свої кошти, які лежать на депозитах у банках, відповідно велика кількість банків стає банкрутами.

Тим не менш, є декілька шляхів, які можуть значно вплинути на стабільність гривні в Україні:

Реформи. Україна може отримати кредитні транші від МВФ, за умови проведення певних реформ.

Збереження золотовалютного резерву.

Зростання економіки країни.

Припинення військових дій на сході України.

Нажаль, на даний момент не можливо зробити конкретний прогноз майбутньої ситуації в країні. Але можна сказати, що є два шляхи прогнозу: позитивний та негативний. В кращому випадку, багато експертів кажуть що курс валюти в Україні стабілізується приблизно на рівні 18-19 гривень за долар, а в гіршому випадку – ціна на долар може зростати ще більше на 2016 рік.

Література

1. Веб-сервіс офіційної інформації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://curr.proext.com/>

2. Офіційне інтернет-представництво Національного банку України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=123179#top

3. Навчальні матеріали онлайн. Підручник з фінансів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/10310208/finansii/fiksovaniy_kurs_valyuti.

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

УДК 338.27

Артеменко Л.П.

к.е.н., доцент;

Толмачова Г.В.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО СТРАТЕГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У даній статті йдеться про сутність поняття стратегічна конкурентоспроможність, визначення її місця та ролі в системі конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: стратегічна конкурентоспроможність, стратегія, конкурентоспроможність підприємства.

This article refers to the essence of the concept of strategic competitiveness, definition of its role and place in the system of competitiveness.

Key words: strategic competitiveness, strategy, competitiveness.

Вступ. Сучасний вектор України до європейської економіки та розвиток вітчизняного ринку в останні роки активізували в країні необхідність підтримувати високу конкурентоспроможність підприємств.

Розвиток та практика функціонування вітчизняних підприємств у сучасних умовах господарювання, що характеризуються наростаючою конкуренцією та пришвидшеними темпами змін у конкурентному середовищі, засвідчує наявність значної кількості об'єктивних і суб'єктивних причин, що перешкоджають сталому зростанню ефективності їхньої діяльності. Для посилення ролі управління конкурентоспроможністю у системі економічного управління підприємством необхідні глибокі теоретичні дослідження, які б системно охоплювали питання його розвитку з урахуванням основних цільових характеристик для забезпечення здатності підприємств впливати на ринкову ситуацію у власних цілях, виробляти продукцію, що відповідає умовам ринку і має більш низьку витратомісткість, своєчасно оновлювати продукцію, виробляти товари більшої споживчої цінності, мати конкурентні переваги у формуванні та використанні ресурсного потенціалу підприємства тощо з метою ефективного впливу на кінцеві результати діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дану проблему досліджували невелика кількість вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Ю. Б. Іванов, І. В. Смолін, А. Шпанко та Р. А. Фатхутдинов. Однак поняття «стратегічна конкурентоспроможність» увійшло в науковий ужиток відносно недавно, тому необхідно проаналізувати дану категорію більш детально. Для цього застосовуємо методи синтезу й аналізу, проаналізувавши обидві складові словосполучення окремо, вичерпно витлумачивши зміст кожної, а далі синтезувавши здобуті результати.

Постановка завдання. Визначення поняття стратегічної конкурентоспроможності організації та напрямків їх забезпечення, що дають можливість організації виживати у довготерміновій перспективі в умовах конкурентних змагань.

Результати дослідження. Конкуренція – це цивілізована та легалізована форма боротьби суб'єктів ринку, за найкращі умови виробництва і збуту своєї продукції, з метою отримання прибутку. Поняття конкурентоспроможності підприємства дуже багатогранно і поширюється на всі складові діяльності підприємства, такі як товар і його основні характеристики, а також організаційні, фінансові та виробничі характеристики самого підприємства.

Кілька років тому Р. А. Фатхутдинов звернув увагу на те, що звичайно констатується тільки фактична конкурентоспроможність, а щодо прогнозованої конкурентоспроможності в літературі згадки не зустрічаються; своє власне трактування цього поняття дослідник подає в такий спосіб: «Стратегічна конкурентоспроможність – це потенційна здатність об'єкта або суб'єкта управління конкурувати в майбутньому на конкретних ринках, забезпечуванню зниженням прояву стратегічних неконкурентоспроможних чинників і посиленням прояву стратегічних ексклюзивних конкурентних переваг об'єкта (суб'єкта) на основі проведення комплексної стратегічної діагностики об'єкта або суб'єкта, параметрів ринку і конкурентів, розробки стратегії» [1].

Крім Р. Фатхутдинова питанням стратегічної конкурентоспроможності займався також вітчизняний дослідник І. В. Смолін, який визначив сутність розгляданого поняття дещо лаконічніше: «Стратегічна конкурентоспроможність являє собою перспективну цільову характеристику майбутньої здатності суб'єкта ринку отримувати конкурентні переваги над суперниками і реалізовувати їх у власних інтересах. У конкретизованій формі вона уособлює запланований результат здійснення конкурентної стратегії і тому виступає об'єктом стратегічного управління» [2].

Аналізуючи першу складову поняття та звертаючись до традиційних підходів тлумачення її сутності, стратегію можна трактувати довгостроковий якісно визначений напрям розвитку організації, спрямований на закріплення її позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення поставлених цілей [3]. Тобто це цілей а також методи їх досягнення, які в умовах неперсистиності зовнішнього середовища постійно коригуються з метою адаптації до змін останнього у процесі досягнення намічених орієнтирів. Головним критерієм вибору стратегії вважається рівень можливості досягнення цілей підприємства».

Звідси можна констатувати, що сенс першої частини в назві поняття «стратегічна конкурентоспроможність» містить у собі не тільки спрямованість на досягнення суб'єктом ринку поставлених цілей, а й своєчасну адаптацію останніх, а також і дій суб'єкта ринку до умов зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування. Щодо другої частини словосполучення, можна сказати що, конкурентоспроможність – це здатність об'єкта, що характеризується мірою реального чи потенційного задоволення ним певної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, представленими на певному ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію порівняно з аналогічними об'єктами [4].

Конкурентоспроможність організації може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначають успіх підприємства на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності показників конкурентів.

Таким чином, можна сказати, що конкурентоспроможність, можливість конкурувати, – це, по-перше, властивість об'єкта або суб'єкта бути кращим за інших за певними параметрами, по-друге, вона проявляється лише в конкурентному змаганні.

Проаналізувавши поняття «стратегія» та «конкурентоспроможність», можна зробити висновок стосовно економічної категорії «стратегічна конкурентоспроможність». Поєднання обох понять приводить до такого визначення змісту терміна «стратегічна конкурентоспроможність», це спроможність суб'єкта господарювання завдяки швидкій адаптації до змін зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування здобувати додаткові конкурентні переваги й ефективно їх використовувати, щоб здобути перемогу в конкурентній боротьбі і домогтися досягнення поставлених цілей.

Таким чином, можна сказати, що термін «стратегічна конкурентоспроможність» несе в собі нову семантичну якість, що включає ознаки обох категорій. Оскільки поняття «конкурентоспроможність» є базовим елементом терміна «стратегічна конкурентоспроможність», його сутність має бути константою. Ідеться про збереження такої властивості, як спроможність суб'єкта господарювання у ринкових умовах ефективно використовувати наявні конкурентні переваги, що дозволяє йому взяти гору над контрагентами під час ведення конкурентної боротьби [5].

Стратегічна конкурентоспроможність пов'язана із необхідністю передбачення неконтрольованих сил, критичних тенденцій з боку оточення й обмеження їхнього можливого впливу на підприємство і характеризує здатність підприємства до стійкого функціонування та розвитку у конкурентному середовищі у довгостроковому періоді. Стратегічні рішення щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства орієнтовані на майбутнє і пов'язані із необхідністю ефективного управління ресурсним потенціалом та формування дієвої політики економічного управління підприємством в цілому.

Основними характеристиками комплексної конкурентоспроможності (конкурентного статусу підприємства), що відображає вміння суб'єкта ринкових відносин не лише створювати, а й утримувати конкурентні переваги, є досягнута конкурентоспроможність, потенційна конкурентоспроможність та динамічна конкурентоспроможність, які складають основу для визначення прогнозної та стратегічної конкурентоспроможності підприємства (рис. 1).

Тобто стратегічна конкурентоспроможність повинна складатися як з цілей організації, так і з можливостей підприємства до адаптації, внутрішнього середовища до змін зовнішнього середовища, і досягнення на основі цього поставлених цілей.

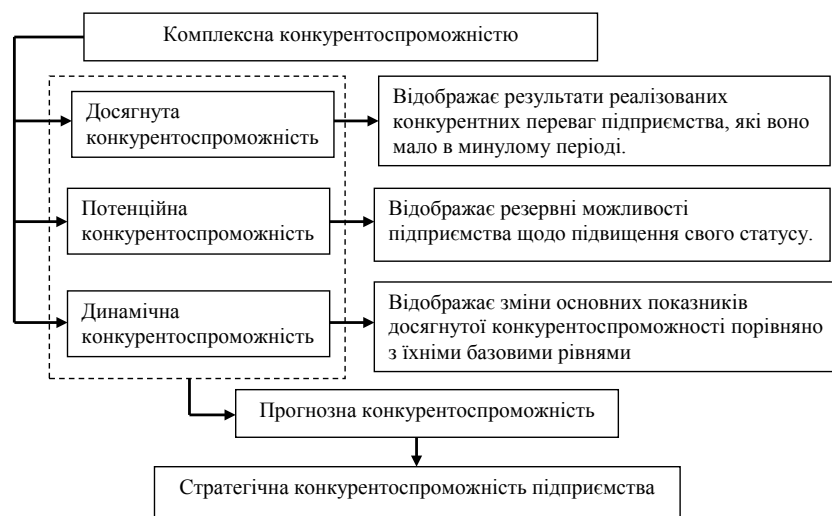


Рис. 1. Місце стратегічної конкурентоспроможності

Джерело: складено автором на основі [6]

У свою чергу, стратегічна конкурентоспроможність є складовою загальної конкурентоспроможності, і особливість її полягає в тому, що проявляється вона лише в умовах стратегічного управління.

У теорії та практиці виділяють п'ять основних підходів до формування конкурентної стратегії:

- стратегія лідерства за витратами, яка полягає в зниженні повних витрат виробництва товарної продукції або послуг, що веде за собою підвищений інтерес покупців;
- стратегія широкої диференціації, що характеризується наданням товарів специфічних рис, що виділяють її від товарів конкурентів;

- стратегія оптимальних витрат, яка передбачає орієнтацію як на зменшення витрат, так і на покращені характеристики товару;

- сфокусована стратегія, що означає орієнтацію підприємства на вузьке коло покупців за умови випередження конкурентів при низьких витратах виробництва;

- сформульована стратегія, що означає орієнтацію підприємства на забезпечення споживачів певного сегмента товарів, які мають найбільшу кількість запитів.

Важливою передумовою процесу забезпечення конкурентоспроможності підприємства є конкурентний потенціал.

Також, наводять парадигми забезпечення конкурентоспроможності з позицій їх історичної трансформації. У рамках першої парадигми критерієм конкурентоспроможності є індивідуальне виробництво товарів. Друга парадигма пов'язана з удосконаленням виробничої діяльності. Третя парадигма конкурентоспроможності передбачає забезпечення високої якості продукції та процесів. Четверта парадигма пов'язана з випереджальним отриманням та використанням інформації. На сьогодні сформована парадигма забезпечення глобальної конкурентоспроможності, яка пов'язана з новими виробничими та управлінськими технологіями, виходом на зовнішні ринки збуту, глобалізацією тощо [7].

Висновки. Стратегічна конкурентоспроможність робить акцент на довгострокову складову. У стратегічній конкурентоспроможності потрібно відштовхуватися від довгострокової стратегії організації, а також від більш широкого спектра показників організації. Сюди входять і фінансові показники, і якість персоналу, і якість продукції, і рівень управління та інше.

Підвищення стратегічної конкурентоспроможності підприємства неможливо досягти випадковим чином, необхідна обґрунтована система управління. Для цього керівництво підприємства має не тільки проводити системний аналіз ринків, на яких воно функціонує, адекватно оцінювати свій рівень конкурентоспроможності та виявляти можливості і недоліки конкурентів, але також надавати керуючий вплив на власну конкурентоспроможність в цілях її підвищення шляхом ефективного використання наявних конкурентних переваг.

Управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах ринку полягає в раціональному використанні наявних конкурентних переваг, виявленні та створенні потенційних, а також в оцінці, аналізі та обліку факторів ринкового середовища, що підвищують або знижують конкурентоспроможність підприємства в процесі його господарської діяльності з виробництва конкурентоспроможної продукції, товарів, послуг, виборі і реалізації відповідної стратегії і тактики для досягнення наміченої мети розвитку.

Література

1. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность. М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2005. С.176.

2. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність: моногр. / А. А. Мазаракі, Д. М. Пшеслінський, І. В. Смолін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.

3. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: Навчальний посібник. / Л.Є. Довгань, Ю.В.Каракай, Л.П. Артеменко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440с.

4. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. –М., 1997.

5. Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики. Навчальний посібник./ За загальною редакцією В.В. Липчука. – Львів: «Новий Світ – 2000»; «Магнолія плюс». – 2003. – 288с.

6. Смолін І.В. Стратегія розвитку торговельного підприємства в ринкових умовах / І.В. Смолін, Н.М. Лещук. – К.: КДТЕУ, 1999. –73 с.

7. Кислий В.М., Бондар Т.В. Концепція забезпечення стратегічної конкурентоспроможності промислового підприємства з урахуванням екологічного фактора / Механізм регулювання економіки. –2010. – № 3. – Т. 1.

УДК 658.624:339.138

Белінська Ю.С.
студент ФММ;
Шульгіна Л.М.
д.е.н., професор,

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПОНЯТТЯ КАТЕГОРІЇ «НОВИЙ ТОВАР»

У статті автори зазначили, що в сучасних умовах підприємства повинні приділяти належну увагу розробленню та впровадженню на ринок нових товарів. Розглянули сутність понять «новий товар» і «новий продукт». Визначили етапи проходження товару згідно з концепцією життєвого циклу. Довели, що впровадження нового товару на ринок залежить від обраної підприємством маркетингової стратегії.

Ключові слова: новий товар, модифікація, життєвий цикл, маркетингова стратегія.

The article said that in the present conditions enterprises should pay due attention to the development and market introduction of new products. We have considered the essence of «new product» and «new product». We have identified the stages of the product in accordance with the concept of life cycle. We prove that the implementation of a new product on the market now depends on the chosen marketing strategy.

Key words: new product, modification, life cycle, marketing strategy.

Вступ. На сьогодні створення і виробництво нових товарів є вирішальним для процвітання підприємства. Завдяки безперервному потоку зміни товарів-новинок компанія зберігає своє місце на ринку. Споживачі завжди

чекають нових і удосконалених виробів. Конкуренти ж – докладають максимум зусиль, щоб забезпечити їх цими новинками. Тому на кожному підприємстві повинна бути своя програма розробки нових товарів, спрямована в майбутнє. Оскільки, донині ще тривають дискусії щодо визначення поняття «новий товар», вважаємо актуальним продовжувати дослідження сутності зазначеної категорії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних підходів до визначення поняття «новий товар» підприємства присвячено багато робіт. Зокрема, результати цих наукових пошуків знайшли відображення у роботах вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як Ф. Котлер, Ж. Ж. Ламбен, Г. Ассель, Г. Хулей, Дж. Сондерс, Н. Пірсі, В. Кардаш та ін.

Постановка завдання. Мета статті – на основі вивчення наукових поглядів щодо змісту категорії «новий товар» ознайомитися з основними питаннями відносно процесу створення нового товару, а також доцільності розробки маркетингової стратегії для його підтримки на ринку.

Результати дослідження. Головною метою будь-якого виробничого підприємства є отримання максимального прибутку. Щоб збільшити розмір цього прибутку, необхідно найкращим чином задовольнити потреби споживачів. Інакше кажучи, для того щоб новий товар досягнув успіху, він повинен характеризуватися бажаними для споживачів параметрами, бути унікальним, а споживачі повинні мати інформацію про його характеристики. У зв'язку з цим виникає необхідність розширення асортименту товарів, які випускаються, у результаті чого будь-яка компанія час від часу нашоується на необхідність виведення на ринок нових видів продукції.

Життєвий цикл товару – одна з теорій, що широко використовується у маркетингу, сутність якої полягає в тому, що весь період випуску та продажу товару розбивається на кілька етапів, на кожному з яких товар треба по-різному рекламувати, продавати та змінювати на нього ціну [1, с. 105]. Виведення на ринок нового товару та його подальше просування є одним із найважливіших і найскладніших завдань. «Товар ринкової новизни» відкриває перед споживачем можливість задоволення зовсім нової потреби або ж піднімає на новий якісний рівень задоволення звичайної, відомої потреби.

Сучасний менеджмент базується на винаходах та нововведеннях (тобто інноваціях). Далеко не кожне відкриття і розробка набувають матеріальне життя. Для втілення нової ідеї в конкретній формі часто не вистачає рішучості в її успішній реалізації. Звідси випливає завдання маркетингу – провести таку роботу, яка не дозволить інноваціям провалитися на ринку. Згідно з концепцією життєвого циклу товару, кожен товар проходить етапи від ідеї до зняття з виробництва. У зв'язку з глобалізацією світової економіки, підвищенням конкуренції, розвитком техніки і технологій, життєвий цикл товарів все більше стискається, що вимагає від бізнесу більш швидкого прийняття рішень і скорочення термінів розробки товару та його виведення на ринок.

В умовах часті змін конкурентного оточення, технологій і відповідно запитів покупців значної уваги потребують розробка і впровадження нових промислових товарів [4, с. 98].

Новий товар:

- кінцевий результат творчого пошуку, що суттєво поліпшує розв'язання будь-якої проблеми споживача або вирішує цілком нову проблему;
- це новий запропонований ринку товар, що відрізняється від існуючих товарів аналогічного призначення певною зміною споживчих властивостей;
- це виріб, який задовольняє нові потреби споживачів або існуючі на якісно вищому рівні.

Новий продукт:

- це серійна чи масова продукція, виробництво якої вперше освоєно підприємством за умови, що його розробка та впровадження у виробництво здійснювались відповідно до нормативних документів зі стандартизації;
- це модифікований товар (тобто частково змінений існуючий товар) або нововведення, яке споживач вважає значущим.

Модифікація – це зміни у продукції, які охоплюють розробку нових моделей, стилів, кольорів, удосконалення товарів і нових торговельних марок.

Багатозначність поняття «новий товар» відбиває існуюче різноманіття його властивостей і характеристик. Часто визначення цієї категорії або вузьке, однобічне (наприклад, з позицій виробника чи споживача), або абстрактне (як товар, що задовольняє потребу) [5].

Наведемо три основних підходи до визначення поняття «новий товар» за певними критеріями [2]:

- за критерієм часу – новим є будь-який вперше виготовлений виріб (критерієм новизни є час його освоєння та виробництва);
- за критерієм відмінності – новий товар має відрізнятися від аналогів і прототипів (доцільно використовувати принцип створення та/чи задоволення товарами раніше невідомої потреби; відмінності можуть стосуватися сировини, матеріалів, технологій, дизайну тощо);
- за сукупністю критеріїв, які характеризують ті чи інші аспекти новизни (на думку американських спеціалістів, існує шість категорій нового товару, які різняться ступенем новизни для виробника та споживача).

З точки зору підприємства, нова продукція є абсолютною новинкою чи модифікацією залежно від цілей або можливостей виробника, оскільки потребує відповідних витрат для впровадження на ринок, припускає різний рівень цін тощо [4]:

- принципово новий товар (новий товар для нового ринку);
- нова виробнича лінія (асортимент нового товару для ринку, який вже визначився);
- доповнення до існуючих виробничих ліній, тобто до існуючого асортименту (новий продукт доповнює існуючий асортимент);
- зміни чи вдосконалення існуючого товару (новий товар удосконалюється і замінює існуючий);

- зміна позицій, тобто позиціонування (існуючий товар спрямовують на новий ринок або на його сегмент).

З точки зору споживача, новизна товару визначається тим, як цей товар сприймається на ринку і як його купують. З огляду на це, нові товари класифікують за трьома рівнями (тобто за ступенем ознайомлення з ними споживачів) [4]:

- *перший рівень* – товари, які не потребують нового вивчення споживачем, оскільки є модифікацією існуючих і відомих споживачеві;
- *другий рівень* – товари, які розширюють існуючу практику їх використання, але не потребують нового вивчення;
- *третій рівень* – абсолютно нові товари, аналогів яких не існує.

Важливість того чи іншого критерію залежить насамперед від обраної підприємством маркетингової стратегії з просування нового товару на ринок. Стратегія маркетингу передбачає, якою має бути поведінка компанії на ринку, щоб вона змогла досягти своєї мети. Маркетингова стратегія залежить від стадії життєвого циклу товару і буває таких видів [3, с.261]:

- стратегія інтенсивного маркетингу;
- стратегія широкого проникнення;
- стратегія модифікації товару.

Отже, завдання полягає у визначенні найкращих проектів із просування товару-новинки на ринок залежно від обраної маркетингової стратегії підприємства (рис. 1) [4].

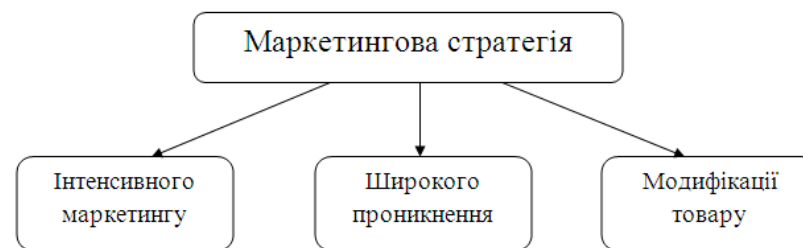


Рис. 1. Маркетингові стратегії залежно від етапу ЖЦТ

Джерело: складено авторами на основі [4]

Першою розглянемо стратегію широкого проникнення на ринок. Для цієї стратегії характерний низький рівень ціни при великих витратах на стимулювання збуту. Мета – швидке проникнення на ринок та максимізація частки ринку. Умови – велика місткість ринку, погана обізнаність потенційних покупців про товар, наявність конкуренції [4].

Стратегія модифікації товару – це збільшення обсягу збуту за допомогою зміни деяких властивостей товару. Форми зміни властивостей товару: поліпшення якості товару, модернізація товару, поліпшення оформлення товару [4].

Стратегія інтенсивного маркетингу зводиться до того, що на новий товар на ринку компанія спочатку встановлює високу ціну, несучи високі витрати на стимулювання збуту. Мета – отримання максимального прибутку на одиницю продукції. Завдання – сформувати довіру у споживача до нового товару [4].

Таким чином, з викладеного вище випливає, що впровадження нового товару на ринок залежить в першу чергу від обраної підприємством маркетингової стратегії.

Висновки. На основі проведеного аналізу наукових джерел виявили, що категорію «новий товар» класифікують за критерієм часу, критерієм відмінностей та сукупністю критеріїв. Саме ця класифікація є більш придатною з точки зору максимізації прибутку. Новизна товару з погляду споживача визначається тим, як він сприймається на ринку, як його купують. Відповідно до цього, виділили класифікацію нових товарів за трьома рівнями знань споживачів про них: товари першого рівня, що не потребують нових знань, тому що є тільки модифікацією давно відомих товарів; товари другого рівня, які змінюють колишню практику їх використання, але також майже не потребують нового вивчення; товари третього рівня – це абсолютно нові товари, які не мають аналогів серед існуючих. Рішення підприємства щодо розробки і впровадження на ринок нових товарів пов'язані з великим ризиком. Тому в маркетинговій практиці використовуються особливі методики процесів планування нових товарів, різноманітні методи прийняття відповідних рішень.

Література

1. Волков О.І. Економіка підприємства. М.: ИНФРА М, 2007. - 416 с.
2. Маркетинг: Підручник/ О.Н. Романов, Ю.Ю.Корлюгов, С.А. Красильников та інших/ Під ред. О.Н. Романова. – М.: Банки біржі, ЮНИТИ, 2004.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. Ю.Г. Каптуревского. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
4. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2000. – 124 с.
5. Бутенко Н.В. Основи маркетингу : навчальний посібник/ Н.В. Бутенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://buklib.net].

УДК: 502.55.003.1:620.9

Варламов Г.Б.
д.т.н., професор;
Приймак К.О.
асистент;
Оліневич Н.В.
асистент;
Піддубна А.С.
магістрант;
Дідик І.С.
магістрант

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ЕНЕРГОПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ ЕНЕРГО-ЕКОЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ

Робота присвячена аналізу існуючих та розробці нових підходів до ціноутворення та управління в енергетичній галузі країни з врахуванням необхідності імплементації Європейського енергетичного законодавства, застосування економічних механізмів та екологічних важелів менеджменту енергопідприємств.

Ключові слова: енергопідприємство, управління, менеджмент, енерго-екологічні показники

The work is devoted to the analysis of existing and development of new approaches to pricing and management in the energy sector of the country with regard to the need of implementation of European energy legislation, the use of economic instruments and environmental instruments management utilities.

Keywords: energy enterprises, administration, management, energy and environmental indicators.

Вступ. Загрозливо низький рівень стабільності сучасної економічної ситуації та відсутність реальних важелів стабілізації падіння валового внутрішнього продукту (ВВП) в Україні стрімко об'єктивно та суб'єктивно впливають на показники економічної діяльності як окремих підприємств, так і окремих галузей економіки країни. Особливо вразливими у даний час є підприємства енергетичної галузі. Комплекс зовнішніх та внутрішніх впливів та викликів в країні поставили підприємства цієї галузі у скрутне економічне та технологічне становище.

Управління енергетичними підприємствами у такій кризовій ситуації для країни не може залишатися за старими принципами, підходами та методами. На часі оперативна розробка та миттєве впровадження нових ме-

тодів та підходів в управлінні енергопідприємствами та галуззю в цілому з врахуванням подолання існуючих загроз, викликів, перспектив розвитку на майбутнє та врахуванням необхідності впровадження економічних важелів управління [1].

Фахівцям-енергетикам відомі аксіоми існування та розвитку енергетичної галузі, головні з яких наступні:

- діяльність енергетичної галузі має забезпечити функціонування та розвиток підприємств усіх галузей економіки країни [2];
- темпи зростання енерговиробництва в енергетичній галузі (виробництво електричної та теплової енергії) повинні випереджати темпи зростання енерговикористання усіх галузей економіки країни разом узятих [3; 4];
- розвиток енерговиробництва в країні повинен відбуватися за принципом екологічної рівноваги [1; 5], а саме: усі нові потужності, які вводяться на енергопідприємствах (ТЕС, ТЕЦ, райони та локальні котельні) повинні мати показники екологічної безпеки кращі, ніж аналогічні показники на діючих вже існуючих об'єктах [5];
- принципи та методи керування як окремими енергетичними підприємствами, так й енергетичною галуззю повинні мати прозорий упорядкований та контрольований механізм, в основу якого має бути закладена об'єктивна мотивація доцільності діяльності на благо країни на основі врахування енерго-екологічних показників [6].

Існують й інші особливості функціонування й розвитку енергетичних галузей різних країн, які пов'язані з історичними традиціями, географічним розташуванням, рівнем технологічного розвитку та інфраструктурою енергоємних галузей економіки [7; 8].

Для України, як країни із активною експортною діяльністю енергоємних підприємств машинобудівного, коксо-хімічного та металургійного секторів промисловості, енергетична галузь є найважливішим партнером й джерелом сталого розвитку.

Разом з цим, важливими аспектами у діяльності цих та інших потужних промислових підприємств стають економічна доцільність, рентабельність, стабільність вартості енергоресурсів та сталий попит на продукцію. На жаль, усі ці аспекти у сучасному стані держави носять не стабільний характер й не дозволяють планувати й прогнозувати стале виробництво та зайнятість населення.

Тому, для енергетичній галузі потрібно переходити на нову парадигму функціонування з врахуванням існуючих аксіом, реального стану економіки та викликів безпечному та сталому її розвитку. Це потребує комплексного та системного аналізу важелів та різних факторів впливу, розробки нових підходів в управлінні з врахуванням економічних чинників.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Для України наступив важливий момент підготовки до запланованого входження у ЄС, що вимагає не тільки розуміння проблем реалізації цього шляху, а й імплементації від-

повідних нормативних документів та Європейських міжнародних правових норм, у т.ч. й особливо, в енергетичному секторі економіки.

Відомо, що основними базовими засадами функціонування Європейських енергетичних систем є ринковість та екологічність. В Україні вже створено енергоринок, але його діяльність потребує вдосконалення [9-11].

Підписані Україною міжнародні договори, конвенції та протоколи по охороні навколишнього середовища піднімають регіональні і державні екологічні проблеми до міжнародного рівня. Недостатньо зараз тільки акцентувати увагу на ці екологічні проблеми. Важливо розробити і впровадити реальні заходи.

Незважаючи на те, що в Україні створено енергоринок, ціноутворення та тарифікація в енергетиці майже не змінилися за останні 25 років [12] й не враховують важливої екологічної складової регулювання діяльності енергопідприємств. Для переходу енергетичної галузі України до Європейських стандартів необхідно змінити принципи ціноутворення.

З цієї метою важливо врахувати певні пропозиції фахівців, які давно запропонували деякі механізми та методологічні засади екологічного регулювання діяльністю енергетики [13-17]. Але дані розробки лише частково торкаються економічних важелів регулювання діяльністю енергетичної галузі, які повинні стати найвпливовішими.

Постановка завдання. Енергетика України, діяльність якої за роки Незалежності базувалася на 4-ому технологічному укладу розвитку країни (пріоритетний розвиток традиційної енергетики, автомобілебудування, літакобудування, сталеливарного виробництва, неорганічної хімії тощо) [19], практично не впровадила переваги 5-го укладу, тобто не реалізувала досягнення електронної промисловості, телекомунікацій, комп'ютерної техніки, роботобудування, інформатики (частка 5-го укладу в економіці України становить 4%, тоді як в економіці США – 60%).

Тому зараз не може йти мови про перехід у розвитку енергетичної галузі до 6-го технологічного укладу, що ґрунтується на *NBIC*-конвергенції (у назві вжито абрєвіатуру від слів нано-, біо-, інформ-, когнітив), який потребує реалізації та концентрації усіх наукових, економічних, політичних, культурних та інженерних зусиль усього суспільства.

Особливою рисою енерговиробництва в Україні є відсутність економічної мотивації діяльності, яка відсутня також і в канонах усіх Енергетичних стратегій України на період до 2030 року й на період до 2050 року.

В роботі за основу пропонується узяти розробки, які об'єднують економічні та екологічні важелі регулювання діяльністю енергетичної галузі [18-23].

Доцільно розглянути впровадження економічних важелів екологізації енерговиробництва на енергетичних об'єктах за допомогою наступних „економічних інструментів”, які детально описані [1], обґрунтовані для впровадження, до переліку яких відносяться введення у ціноутворення енергетики наступні:

- 1) екологічний податок (система платежів за забруднення);
- 2) прямі субсидії (для вирішення конкретних екологічних проблем національного і регіонального рівня у вигляді фінансування науково-дослідних, проектно-конструкторських і будівельних робіт з державного, регіонального або місцевого бюджетів);
- 3) система економічних пільг за екологічно чисте виробництво (зниження податків, надання пільгових кредитів та встановлення індивідуальних нормативів амортизаційних платежів, пріоритетне та стає забезпечення ресурсами з незмінними тарифами і т.і.);
- 4) національна і регіональна реорганізація і реструктуризація енергетичної галузі та її підприємств з метою мінімізації витрат на вирішення екологічних проблем регіонів і держави в цілому;
- 5) створення системи страхування діяльності енергетичних об'єктів (для попередження виникнення несприятливих екологічних ситуацій та ліквідації наслідків аварійних чи природних ситуацій);
- 6) введення системи екологічних штрафів за невідповідність діяльності чинному законодавству та випадки порушення існуючих екологічних нормативів;
- 7) платежі за використання природних ресурсів, які не відновлюються, або відтворюються самостійно за значний термін (10-50 років);
- 8) утворення екологічних фондів (залучення коштів пунктів 1, 6, 7 та інших джерел) для створення систем екологічного моніторингу, прогнозування стану довкілля та стимулювання реалізації заходів пункту 2 або інших природоохоронних заходів.
- 9) започаткування стабільних платежів споживачів теплової і електричної енергії за зручності та використання сприятливих для життєдіяльності умов, що вирізняються від існуючих у природному середовищі.

Кожна з наведених груп „економічних інструментів” стосовно визначення можливостей ефективної їх реалізації в енергетичній галузі має свої особливості, взаємозв'язок між яким комплексно визначено у вигляді структурно-логічної схеми [1].

Результати дослідження. Якщо узяти за основу основні принципи функціонування енергетичних галузей країн ЄС, а саме: ринковість та екологічність, то для енергетики України при входженні у Європейську спільноту необхідно змінити принципи ціноутворення та управління. Необхідно надати енергетичній галузі економічну мотивацію діяльності з дотриманням екологічних стандартів.

В ринковій економіці різних країн світу виділяють декілька підходів ціноутворення, або тарифікації на продукцію енергетичної галузі [18]:

- на основі визначення понесених витрат;
- на основі узгодження попиту та пропозицій на енергію;
- на основі формування раціональних пропорцій у цінах на основні взаємозамінні енергоносії.

В енергетиці України використовується витратний метод ціноутворення на енергію [18] на основі урахування постійних (зарплата, експлуатаційні та адміністративні витрати) і змінних (паливо та енергія для власних потреб, а також витрати на обслуговування) витрат. Суму постійних витрат (ПВ), змінних витрат (ЗВ) та прибутку (П) розглядають як ціну енергії, або її тариф.

Головним недоліком даного методу в сучасних ринкових умовах є те, що повністю компенсуються всі витрати та втрати незалежно від рівня ефективності енерговиробництва. За цим методом не враховуються втрати та неефективне спалювання палива, втрати робочого тіла (водяна пара, конденсація) у циклах паротурбінних установок, рівень коефіцієнту корисної дії цих установок, величина використаної теплової і електричної енергії на власні потреби енергооб'єкту, втрати енергії при транспортуванні теплоти і електричної енергії, і т.і. Усі ці втрати відносяться до витрат на енерговиробництво і вважаються за цим методом об'єктивними. Це не стимулює підвищення ефективності на всіх стадіях виробництва, розподілу і використання енергії. Немає стимулів і для заощадження енергії та енергоресурсів.

Ця обставина є об'єктивною передумовою необхідністю переходу на такий метод ціноутворення в теплоенергетиці, який би дозволив усунути вказані недоліки і врахувати не тільки витрати на енерговиробництво, а й вид та якість палива, екологічність та ефективність різних процесів від видобутку палива до споживання енергії.

Пропонується впровадження нового механізму тарифікації енергії, який наближений до підходу ціноутворення в теплоенергетиці на основі формування раціональних пропорцій у цінах на взаємозамінні енергоносії [18]. У цьому випадку тариф на кінцеву продукцію, яка надається споживачеві, включає в себе всі попередні витрати (видобуток – тариф 1 та транспортування палива – тариф 2,) і складається з суми попередніх тарифів; витрат на генерацію і передачу енергії і прибутку (тариф 3 = тариф 1 + тариф 2 + витрати + прибуток).

Всі вказані тарифи пропонується формувати за єдиним принципом: тариф складається з постійних витрат (ПВ), змінних витрат (ЗВ) і прибутку (П). За рахунок прибутку виконується реконструкція (Р) і модернізація (М) виробництва, сплачуються екологічна таксація (ЕТ), соціальні (СВ) і інші (І) витрати. Такий підхід формування тарифів дозволить забезпечити основні положення політики цін та тарифів на теплову та електричну енергію.

З метою оцінки та аналізу рівня енерго-екологічної ефективності енерговиробництва на різних енергетичних підприємствах також пропонується введення нової величини – коефіцієнту енерго-екологічної ефективності (KEEE).

Коефіцієнт енерго-екологічної ефективності експлуатації агрегату (установки, об'єкту) характеризує рівень енергетичної ефективності та екологічної безпеки роботи енергоустановки (енергооб'єкту)

$$\varepsilon = \frac{\eta}{J}, \quad (1)$$

де: h – ККД агрегату;

J – загальний питомий показник небезпеки димових газів, що визначається за формулою:

$$J = \Pi j_i, \quad (2)$$

Π – добуток питомих показників шкідливості компонентів викиду, який враховує загальний рівень небезпеки викидів шкідливих речовин в димових газах;

j_i – питомий показник шкідливості викиду, який враховує клас небезпеки викиду і гранично допустимі концентрації (ГДК) шкідливих речовин у повітрі робочої зони

$$j_i = \frac{b_i}{k_i \cdot \text{ГДК}_i} + 1, \quad (3)$$

де: k_i – клас небезпеки компонента;

b_i – питомі викиди шкідливого компоненту у димових газах – питомий викид / фактор емісії / – величина, яка визначає концентрацію забруднюючої речовини, що входить до складу димових газів;

ГДК_i – гранично допустимі концентрації компонента у димових газах.

Впровадження КЕЕЕ дозволяє здійснювати комплексний енергоекологічний аудит та менеджмент як експлуатації окремих агрегатів, так і діяльності енергетичних об'єктів в цілому та сприяє об'єднанню економічних та екологічних важелів впливу на розвиток енергетичних об'єктів і енергетичної галузі.

Висновки.

Впровадження нових механізмів економічної мотивації в системі управління та екологічного регулювання діяльності енергетичної галузі країни є об'єктивною необхідністю, носить актуальний характер і повинно розглядатися однією із важливіших задач держави для забезпечення енергетичної безпеки.

Застосування нових принципів ціноутворення та тарифікації повинно враховувати необхідність імплементації Європейських стандартів до системи управління енергетичної галузі України.

Впровадження в системі енерго-екологічного аудиту коефіцієнту енерго-екологічної ефективності експлуатації енергетичного устаткування та об'єктів дозволить створити об'єктивні умови для зростання екологічної безпеки енерговиробництва та рівня чистоти довкілля.

Використання запропонованої системи взаємодії суб'єктів екологічної таксації і механізму державного регулювання екологічністю енерговиробництва за допомогою економічних важелів дозволить переорієнтувати не тільки одну з важливіших галузей економіки – енергетику на екологізацію виробництва, але і інші галузі змусить активніше застосовувати енергозберігаючі та екологічні чисті технології.

Формування тарифів на видобуток, транспортування палива і енерговиробництво за єдиними принципами дозволить забезпечити прозорість ціноутворення у паливно-енергетичному комплексі України.

Застосування екологічної таксації як основи тарифікації в енергетиці дозволить впровадити не тільки економічні важелі екологічного регулювання енерговиробництвом, але і стати дієвим стимулом енергозаощадження і основою створення необхідного джерела фінансування реабілітації галузі.

Література

1. Варламов Г.Б. Аналіз доцільності впровадження економічних важелів екологічного регулювання енерговиробництва / Варламов Г.Б., Любчик Г.М. // Енергетика і електрифікація. – 2003. – №8. – С. 49-56.
2. Варламов Г.Б., Любчик Г.Н. Использование методов технологического предвидения для анализа ресурсов и экологических проблем энергопотребления. / В кн. "Инновационное развитие топливно-энергетического комплекса: проблемы и возможности." Под общей редакцией Вороновского Г.К., Недина И.В. К.: Знання України. – 2004. – С.55-63.
3. Варламов Г.Б. Особливості сучасного енергоекологічного аналізу експлуатації теплоенергетичних об'єктів / Варламов Г.Б., Олінович І.В. // Енергетика та електрифікація. 2007, №9, с.14-16.
4. Варламов Г.Б. Основы реализации принципа устойчивого развития теплоэнергетики / Варламов Г.Б., Любчик Г.Н., Олинович И.В., Олинович Н.В., Кузьменко Д.О. // Материалы 10-й Международного Форума и выставки «Высокие технологии 21 века», конференция «Высокие технологии – стратегия 21 века». 21-24 апреля 2009г. Москва, с.
5. Варламов Г.Б., Любчик Г.М., Малярченко В.А. Теплоенергетичні установки та екологічні аспекти виробництва енергії. Київ: ІВЦ Видавництво „Політехніка”. – 2003. – 232 с.
6. Варламов Г.Б. Особливості застосування організаційних методів підвищення екологічної безпеки теплоенергетичних об'єктів / Г.Б.Варламов // Енергетика та електрифікація. 2008, №4, с.53-56.
7. Варламов Г.Б. підходи до вирішення енергоекологічних проблем теплоенергопостачання та енергозбереження / Варламов Г.Б., Любчик Г.М. Сучасні // Матеріали науково-практичної конференції „Вищі навчальні заклади – Києву”. Частина II. К: 2004. - с. 54-55.
8. Варламов Г.Б. Сучасні виклики техногенно-екологічній безпеці теплоенергетики / Варламов Г.Б., Любчик Г.М., Олінович І.В., Лисиченко Г.В. // Енергетика та електрифікація. 2007, №6, с.31-34.
9. Серебренников Б.С. Вдосконалення ринкового механізму управління режимами роботи електроенергетичної системи / Серебренников Б.С., Петрова К.Г. // Енергетика та електрифікація. – 2014. – №4. – С.20.
10. Стрелков М.Т. Складові інфраструктури системи енергоринку: створювані потоки, принципи, що реалізуються, розв'язувані задачі // Енергетика та електрифікація. – 2014. – №4. – С.51.
11. Рогозін О.Г. Економічні принципи роботи балансуючих груп на балансуючому ринку в новій моделі ринку електричної енергії / Рогозін О.Г., Дятловська В.П. // Енергетика та електрифікація. – 2014 – №3 – С.17.
12. Кислий В.М., Новосад В.О. Ціноутворення та тарифікація в теплоенергетиці. – Суми: Вид-во Сумського державного університету, 2000. – 58 с.

13. Мельник Л.Г., Борнос В.М. Методичні підходи до створення екологічного регулювання. Вісті академії інженерних наук України., 1995. – №1. – с. 35-43.

14. Татаркин А.И. Учет экологического фактора при диагностике экономической и энергетической безопасности / Татаркин А.И., Кулин А.А., Мызин А.А., Калина А.И., Домников А.Ю. // Энергетика: экономика, технологии, экология. – 2000. – № 3. – с. 28-33.

15. Телиженко А.М. Эколого-экономическая оценка перехода ТЭС Украины на угольную стратегию развития/ Телиженко А.М., Гливенко С.В. // Энергетика: экономика, технологии, экология. – 2000. – № 3. – с. 28-33.

16. Крикавський С.В. Інноваційна діяльність і екологічні проблеми енергетики/ Крикавський С.В., Чухрай Н.І., Брухаль Б.С.// Энергетика: экономика, технологии, экология. – 2000. – № 3. – с. 28-33.

17. Цимбалюк С.Я. Методологічні засади еколого-економічної оцінки впливу промисловості на довкілля/ С.Я. Цимбалюк // Энергетика: экономика, технологии, экология. – 2000. – № 3. – с. 19-24.

18. Варламов Г.Б. Екологічна таксація, як основа тарифікації енерговиробництва і джерело фінансування реабілітації теплоенергетики / Г.Б.Варламов // Энергетика и электрификация.–2003.–№11-12.–С. 27-32.

19. Віталій Складар. Імперативи енергетики ХХІ століття. Журнал Верховної Ради України «ВІСЬ».- 2015.- № 1.- с.8.

20. Любчик Г.М., Варламов Г.Б. Анализ факторов, параметров и показателей экологической безопасности энергетических объектов / В кн. "Инновационное развитие топливно-энергетического комплекса: проблемы и возможности." Под общей редакцией Вороновского Г.К., Недина И.В. К.: Знання України. – 2004. – С.103-107.

21. Варламов Г.Б. Екологічна безпека енерговиробництва – основа сталого розвитку країни/ Варламов Г.Б., Олінович Н.В., Олінович І.В., Позняков П.О., Кузьменко Д.О. // Збірник наукових статей V Міжнародної науково-практичної конференції «Екологічна безпека: проблеми і шляхи вирішення» Том II с. 284-290, Харків: Райдер, 2009 – 376с.

22. Варламов Г.Б., Олінович Н.В., Притула Н.О. «Економічний механізм у вирішенні питань техногенно-екологічної безпеки паливно-енергетичного комплексу». Семинар "Проблеми техногенно-екологічної безпеки та особливості розробки проектної документації для потенційно небезпечних об'єктів паливно-енергетичного комплексу України" в рамках IX Міжнародного виставкового форуму «Технології захисту-2010».

23. Варламов Г.Б. Инновационные технологии – основа устойчивого развития государства. 39 Неделя науки СПбГПУ, III международный политехнический форум «Инновации: наука, образование, бизнес», г. Санкт-Петербург, 6-8 декабря 2010 г.

УДК 005.35:005.73

Ворончак І.О.

викладач

Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка, м. Дрогобич

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначено сутність та роль соціальної відповідальності бізнесу як складової організаційної культури. Проаналізовано характеристики національних моделей соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено проблеми формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Запропоновано шляхи підвищення соціальної відповідальності бізнесу в нашій країні.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, організаційна культура, зацікавлені сторони бізнесу

In the article the definition and the role of corporate social responsibility as a part of the organizational culture are clarified. The features of national models of corporate social responsibility are analyzed. The problems of corporate social responsibility formation in Ukraine are investigated. The ways of increasing corporate social responsibility in our country are proposed.

Keywords: corporate social responsibility, organizational culture, stakeholders.

Вступ. Ринковий успіх підприємства визначається не лише характеристиками товарів і послуг, що пропонуються споживачам, а й усіма аспектами його поведінки, вмінням вибудувувати справедливі та взаємовигідні стосунки з широким колом зацікавлених сторін на основі спільних цінностей та принципів. Механізмом формування сталих норм і переконань, прийнятих в організації, є організаційна культура, яка визначає як способи мислення її працівників, так і алгоритм їх дій.

Як свідчить світова практика, успішні підприємства характеризуються високим рівнем організаційної культури, що базується на загальнолюдських цінностях, повазі інтересів як окремих осіб, на яких впливає господарська діяльність, так і суспільства в цілому. Необхідність врахування при прийнятті управлінських рішень, окрім економічної доцільності, соціальних, культурних та екологічних критеріїв є аксіомою для підприємств розвинених країн, запорукою їх конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі.

Засобом узгодження інтересів бізнесу та суспільства в щоденній діяльності організації та основою її привабливого іміджу є формування організаційної культури на засадах концепції «соціальної відповідальності бізнесу» (СВБ). Поширення її принципів у вітчизняному бізнес-середовищі

потребує подолання обмеженого сприйняття СВБ як штучної та нежиттєздатної теорії, що суперечить принципам максимізації прибутку і обмежує свободу підприємництва, а також усвідомлення стратегічних вигод відповідальної бізнес-практики, об'єктивної необхідності реакції бізнесу на суспільні запити, ролі СВБ у забезпеченні сталого економічного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні основи концепції СВБ розроблено Г. Боуеном, К. Девісом, П. Друкером, А. Керроллом, Л. Престоном, С. Саксом, Р. Фріменом та ін. Проблеми впровадження принципів соціальної відповідальності в практику вітчизняного бізнесу аналізуються у працях Н. Водницької, Л. Грициної, О. Грішнєвої, А. Кузнецової, О. Степанової та ін. Якісна оцінка стану та тенденцій розвитку СВБ в Україні здійснена А. Зінченко, М. Саприкіною, Ю. Саєнком та ін. Взаємозв'язок СВБ та організаційної культури підприємства є предметом дослідження А. Колога, І. Лебедева, Д. Ліфінцева, Є. Прохорової та ін.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності та ролі СВБ як необхідної складової організаційної культури сучасного підприємства, з'ясування особливостей інтеграції принципів СВБ в організаційну культуру вітчизняних підприємств.

Результати дослідження. Організаційна культура визначає прийнятні правила взаємовідносин підприємства із працівниками та їх сім'ями, споживачами, діловими партнерами, органами державної влади, громадськими організаціями, ЗМІ та окремими особами. Побудова таких відносин відбувається на основі усвідомлення як юридичних, так і добровільно взятих на себе зобов'язань щодо цих зацікавлених сторін.

Розуміння СВБ як складової організаційної культури дозволяє визначити її як систему цінностей і принципів управління господарською діяльністю, а також практичних дій, зорієнтованих на свідоме врахування представниками бізнесу вимог законодавства та інтересів суспільства (окремих осіб, соціальних груп, регіональних та національних інтересів, глобальних цілей сталого розвитку) в економічній, екологічній, трудовій, споживчій, філантропічній сферах з метою забезпечення зростання суспільного добробуту, а також формування сприятливих умов для розвитку бізнесу.

СВБ є складовою смислового та ціннісного рівнів організаційної культури та зорієнтована як на його внутрішнє, так і на зовнішнє середовище. Внутрішня СВБ передбачає достойний рівень оплати праці, соціальні гарантії, належні умови праці, дотримання прав співробітників, створення можливостей для їх розвитку; зовнішня – стосується справедливого розподілу прибутків, дотримання умов контрактів, виробництва якісної продукції, турботи про екологію, внеску у розвиток регіону діяльності організації [1].

СВБ охоплює всі дії підприємства, спрямовані на задоволення суспільних потреб, які ті, що передбачають виконання законодавчих вимог (обов'язкова складова), так і добровільні, які перевищують такі вимоги та є свідомим вибором бізнесу (добровільна складова). Їх співвідношення,

за аналогією з оцінкою особистого рівня соціальної відповідальності [2, с.108], може бути представлено графічно (рис. 1) та дозволяє сформулювати чотири базові типи організаційної культури:



Рис. 1. Співвідношення обов'язкової та добровільної складових СВБ

I – свідома та системна увага до суспільних потреб, соціальне інвестування у розвиток середовища ведення бізнесу, що ґрунтується на моральних нормах та усвідомленні стратегічних переваг відповідального ведення бізнесу;

II – орієнтація на дотримання вимог законодавства (податкового, трудового, екологічного, у сфері захисту прав споживачів) з метою попередження можливих санкцій, відсутність чи обмеженість власної ініціативи та добровільних соціальних витрат;

III – орієнтація виключно на фінансовий результат, уникнення будь-яких соціальних витрат, зобов'язань та відповідальності;

IV – невиконання законодавчо закріплених вимог до бізнесу (мінімізація податкових платежів, виплата зарплати «в конвертах» тощо), що поєднується з реалізацією добровільних соціальних програм (благодійна діяльність, культурно-розважальні та спортивні заходи) як правило з PR-метою.

Найпоширенішими у вітчизняному бізнес-середовищі залишаються II та III типи організаційної культури, IV – характерний для представників великого бізнесу, I – впроваджується окремими компаніями з іноземним капіталом чи підприємствами, що працюють на висококонкурентних ринках.

Як і організаційна культура в цілому, СВБ формується під впливом суспільно-політичних та економічних тенденцій, а також культурних традицій, які домінують у тій чи іншій державі. Особливістю розвитку СВБ є, з одного боку, уніфікація її форм, з іншого – активне формування національних моделей СВБ як результат прагнення бізнесу до ефективного ви-

користання потенціалу СВБ у місцевих умовах. І хоча СВБ у кожній країні має певну специфіку, визначення спільних рис національних моделей дозволяє виділити:

1. Американську модель СВБ, що передбачає максимальну самостійність бізнесу у визначенні внеску у суспільний добробут. Характеристики американської моделі СВБ: сфокусованість на вирішенні конкретних проблем, орієнтація на філантропію, зміцнення іміджу, партнерські відносини з некомерційними організаціями і лідерами місцевих громад, вимірюваність віддачі від соціальних інвестицій за рахунок контролю за діяльністю одержувачів допомоги, орієнтація на волонтерство [3, с.136]. Основні повідомлення цільовим аудиторіям: екологічність, стабільність, людяність [4].

2. Європейську модель СВБ, що тісніше пов'язана з досягненням бізнес-цілей та характеризується активнішим втручанням держави і громадських інститутів у процес узгодження інтересів бізнесу та суспільства. Основні повідомлення для цільових аудиторій при використанні європейської моделі: прозорість, керованість, турбота, надійність [4].

3. Японську модель СВБ, яка передбачає соціальну згуртованість на рівні індустріальної групи. Її характерними рисами є: акцент на сфері екології та трудових відносин; значна роль держави у встановленні соціальних стандартів; залучення до процесу соціального діалогу профспілок і громадськості; прийняття підприємства як єдиної «виробничої сім'ї»; гарантії зайнятості; атмосфера участі і загальної відповідальності [3, с.141].

У нашій країні практика відповідального та етичного ведення бізнесу поки-що не набула достатнього поширення. Окрім об'єктивних перешкод (складна економічна ситуація, значне податкове навантаження, недосконале законодавство), серйозною проблемою є переважання в організаційній культурі більшості підприємств установок на короткостроковий ринковий успіх, економію витрат на персонал, нехтування екологічних інтересів регіону діяльності, конфронтацію з інститутами громадянського суспільства, нелегальні та напівлегальні способи мінімізації податкового навантаження і т.п.

Проведене автором опитування керівників підприємств Львівської області [5, с.125-129] дозволило з'ясувати наступні особливості процесу інтеграції принципів СВБ в організаційну культуру вітчизняного бізнесу:

1) рівень поінформованості бізнесу щодо СВБ є високим (більше 90%), однак домінує обмежене трактування даного поняття як задоволення потреб персоналу (55%) та забезпечення якості товарів (43%). Лише 15% опитаних усвідомлюють необхідність відкритості та підзвітності бізнесу суспільству, 35% – відзначили благодійність як обов'язковий елемент СВБ;

2) на думку більшості респондентів, підприємства мають орієнтуватися на інтереси їх власників та акціонерів. Це не зовсім відповідає міжнародній практиці СВБ, відповідно до якої найвпливовішою зацікавленою стороною, що визначає поведінку бізнесу, є споживачі продукції та послуг.

3) 86% підприємств регіону впроваджують соціально відповідальні заходи, проте менше 10% реалізують їх регулярно (кілька разів на місяць чи частіше);

4) більшість керівників виявом власної СВБ вважають вчасну виплату зарплати та преміюванням працівників (81% і 60% відповідно);

5) основним мотивом відповідальної поведінки 60% представників бізнесу назвали етичні та релігійні переконання, 45% дотримуються утилітарного підходу до СВБ;

6) незадовільним є рівень планового, організаційного та інформаційного забезпечення СВБ: програма соціальних заходів наявна у 26% підприємств, соціальний бюджет – у 11%, соціальні звіти публікують 6% респондентів, поширюють інформацію через ЗМІ та самостійно – 8%, використовують міжнародні системи звітності – лише 4% опитаних.

Таким, чином, результати опитування свідчать про спорадичність та безсистемність вітчизняної практики СВБ, її обмеженість поверхневим (символьним) рівнем організаційної культури.

Визначені особливості значною мірою зумовлюються проблемами у забезпеченні СВБ у вітчизняних умовах, серед яких ключовими є:

- небажання керівників підприємств дотримуватись принципів СВБ, сприйняття ними СВБ як неактуальної в умовах України концепції;
- недостатня зацікавленість громадян у СВБ, що пояснюється недовірою до бізнесу, переконанням у неможливості альтруїзму його представників;
- відсутність системи інформування суспільства про соціальні і благодійні проекти, ініціаторів та результати СВБ;
- непослідовність дій держави щодо підтримки організацій, які прагнуть бути соціально відповідальними.

Тому пріоритетами на шляху утвердження у вітчизняному бізнес-середовищі організаційної культури на принципах СВБ мають стати: переконання у необхідності та вигідності чесного бізнесу; усвідомлення суспільної ролі та відповідальності підприємця та менеджера; орієнтація на формування ділової репутації, а не лише отримання прибутку; дотримання як закріплених юридично, так і усних зобов'язань і т.п.

Зарубіжний досвід свідчить, що підвищення рівня СВБ забезпечується не лише зростанням рівня культури та етики представників ділових кіл, а й створенням сприятливого середовища розвитку СВБ, його організаційною, економічною, інформаційною підтримкою з боку держави. Реалізація послідовної державної політики підтримки СВБ має передбачати:

- розробку та реалізацію державної стратегії підтримки СВБ;
- розвиток інфраструктурного забезпечення СВБ;
- розвиток соціального партнерства для реалізації проектів СВБ;
- формування організаційної культури підприємств та менеджерів на принципах СВБ завдяки системній роботі ВНЗ та ЗМІ;
- заохочення практики звітування бізнесу про соціальні та екологічні наслідки його діяльності;

- громадську оцінку рівня соціальної відповідальності підприємств;
- посилення суспільного тиску інститутів громадянського суспільства на представників бізнесу.

Висновки. СВБ є одночасно формою вияву організаційної культури та необхідною її складовою, що відображає рівень інтеграції загальнолюдських цінностей в практику прийняття рішень. Популяризація практики СВБ є для України одним із важливих пріоритетів сучасного етапу суспільно-економічного розвитку. Вирішення цього завдання дозволить закласти фундамент соціально орієнтованої ринкової економіки європейського типу, в якій економічний розвиток не суперечить досягненню соціальних та екологічних цілей, сприяє взаєморозумінню та злагоді в суспільстві.

Література

1. Ліфінцев Д.С. Корпоративна соціальна відповідальність як складова культури організації: економічне значення / Д.С. Ліфінцев // Ефективна економіка. – 2013. – №11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2505>
2. Нагорнов А.В. Исследования социальной ответственности компании / А.В. Нагорнов, М.С. Солнцева // Журнал «Корпоративные финансы». – 2007. – № 2. – С. 112-132.
3. Социальный аудит: учебное пособие / под общ. редакцией д. э. н., проф. А.А. Шулуца, д.э.н., проф. Ю.Н. Полова. – М.: Издательский дом «АГИСО», 2008. – 620 с.
4. Доклад о социальных инвестициях в России / [Литовченко С.Е., Акопян А.Р., Балацкий Е.В. и др.]; под общей редакцией С.Е. Литовченко. – М.: Ассоциация менеджеров, 2004. – 124 с.
5. Ворончак І.О. Стан та перспективи розвитку соціальної відповідальності бізнесу Львівської області / І.О. Ворончак, О.В. Кошій // Регіональна економіка. Науковий журнал. – 2013. – № 2 (68). – С. 122-130.

УДК 339.137:338.512

Давиденко В.В.

к.е.н., доцент;

Максименко Д.Б.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ОСНОВІ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ

У статті досліджено місце управління витратами в системі управління конкурентоздатністю продукції виробничого підприємства, визначено основні методологічні основи управління витратами та встановлено напрямки оптимізації їх структури.

Ключові слова: конкурентоспроможність, витрати, оптимізація витрат.
In the article the place of cost management in the management of the industrial competitiveness of enterprises, the main methodological foundations of cost management and optimize their established patterns.

Key words: competitiveness, costs, optimization costs.

Вступ. Функціонування сучасного підприємства відбувається в умовах ведення конкурентної боротьби, що сприяє пошуку шляхів підвищення можливостей забезпечити підприємству прибутковості та частку ринку. Як один із методів ведення конкурентної боротьби науковці визначають оптимізацію витрат, що сприяє зниженню собівартості продукції і як наслідок розширює можливості підвищити спроможність в контексті цінової конкуренції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло питань, пов'язаних із дослідженням проблематики управління та оптимізації витрат на підприємстві, приділяли увагу як вітчизняні, так і зарубіжні науковці, економісти: Я.В. Леонов, І. Ансофф, Ю.С. Герасименко, О.Г. Шпикуляк, Р.А. Фатхутдінов, В.Г. Герасимчук, Д.І. Баркан, П.Г. Перерва та ін.

Постановка завдання. Метою даної статті є систематизація теоретичних основ та практичних рекомендацій щодо сучасних шляхів та методів оптимізації витрат підвищення ефективності функціонування, конкурентоспроможності й прибутковості підприємства.

Результати дослідження. Огляд економічної літератури з питань сутності конкурентоспроможності підприємства дозволив дійти висновку, що незважаючи на різноаспектність та різноспрямованість досліджень науковців, автори дотримуються подібних думок щодо трактування «конкурентоспроможності» як можливості учасника конкурентної боротьби у вирішенні визначених завдань за ринкових умов.

За І. Ансоффом, конкурентоспроможність одночасно є як результатом конкурентної боротьби так і основою розвитку економіки окремого суб'єкта господарювання та суспільства в цілому [1, с. 316].

Одним із основних методів підвищення конкурентоспроможності є оптимізація витрат.

Витрати – це вартісне відображення абсолютної величини спожитих ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети [2, 175].

В економічній науці існує два підходи до визначення витрат – бухгалтерський та економічний. Економічні витрати мають назву також «альтернативні», або «внутрішні» на відміну від бухгалтерських, які є зовнішніми.

При управлінні підприємством найбільш важливе значення має управління витратами, яке включає контроль і регулювання витрат [3]. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 визначає методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та її розкриття в фінансовій звітності.



Рис. 1. Класифікація витрат підприємства згідно П(С)БО 16

Джерело: складено на основі [6]

Бухгалтерські витрати включають прямі витрати (на сировину, матеріали, напівфабрикати, витрати на паливо і енергоресурси, зарплату робітникам) і непрямі витрати (накладні витрати, амортизація, заробітна плата управлінському персоналу, проценти на запозичені засоби); економічне розуміння витрат виробництва базується на факті рідкості ресурсів і можливості їх альтернативного використання; економічні витрати будь-якого ресурсу, обраного для виробництва товару, дорівнюють його вартості за найкращими із всіх можливих варіантів використання. Вони можуть бути зовнішні, явні (грошові) або внутрішні, неявні (імпліцитні) [4].

Явні витрати – це альтернативні витрати, які виступають у вигляді прямих платежів постачальникам факторів виробництва [4].

Неявні витрати – альтернативні витрати використання ресурсів, що належать власникові підприємства (або підприємству як юридичній особі). Ці витрати не передбачені договорами, що є обов'язковим для явних платежів, і тому визначаються недоотриманими [4].

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування витрат та постійного контролю і стимулювання зниження їх рівня. Воно є важливою функцією економічного механізму будь-якого підприємства. Управління витратами – це вміння економити ресурси і максимізувати віддачу від них [7].

Управління витратами передбачає прийняття управлінських рішень щодо економії ресурсного забезпечення, оптимального його розподілу, втілення програм, які передбачають інструменти оптимізації через систему управлінських функцій.

Оптимізація у теорії – це шляхи пошуку найефективніших методів господарювання в умовах обмежених фінансових можливостей. На практиці це виглядає і сприймається дещо по-іншому – скорочення [7].

Серед головних витрат, які підлягають оптимізації доцільно виділити такі:

1. *Витрати на персонал.* Оплата праці працівників та витрати на соціальні заходи на підприємствах України займають вагомую частку, тому доцільно під час реалізації управління такими витратами здійснювати атестацію працюючих, визначити доцільність та ефективність комплексу виконуваних робіт. Тому як заходи мінімізації витрат на персонал можна використовувати:

- автоматизацію виробничих процесів;
- перегляд, перерозподіл функцій, а також розстановка персоналу відповідно їх спроможності та кваліфікації;
- застосування прогресивних виробничих та управлінських технологій.

2. *Виробничі витрати.* Виробничі витрати відзначаються комплексністю та необхідністю використання якісних ресурсів з оптимальним поєднанням вартості сировини та собівартості продукції на виході. Серед інструментів економії витрат можна виділити такі:

- ресурсозбереження;
- використання технологій управління якістю;
- нормування витрат матеріалів на виробництво продукції;
- зниження рівня браку;
- запровадження технологій переробки вторинної сировини за можливістю.

Доцільними заходами підвищення прибутковості підприємства завдяки ефективному управлінню витратами науковці визначають такі [7, 8]:

- підвищення технічного рівня виробництва, яке забезпечується впровадженням нової, прогресивної технології, застосуванням нових видів сировини і матеріалів; використанням інноваційної техніки та обладнання; автоматизацією і механізацією виробничих процесів;
- вдосконалення організації виробництва і праці за рахунок зміни форм і методів праці, вдосконалення апарату управління, скорочення витрат на нього, а також зниження транспортних витрат;
- зміна обсягу і структури продукції. Це зміна номенклатури і асортименту; зниження матеріаломісткості і трудомісткості продукції;
- поліпшення використання природних ресурсів, застосування більш дешевих матеріалів, повторне їх використання, безвідходні технології виробництва;
- введення і освоєння нових цехів, виробництв і виробничих одиниць, диверсифікація виробництва;

• використання альтернативних методів зниження витрат: розмежування витрат на виробництво нестандартної продукції і продукції вищої якості; застосування єдиної системи калькулювання витрат на всіх стадіях життєвого циклу продукції; чітке виділення витрат на управління, підготовку і оновлення процесу виробництва і т.д.

Висновки. Таким чином, управління витратами в умовах обмеженості ресурсів, високого рівня конкурентної боротьби та необхідності впровадження процесів економії на підприємствах стає однією з головних умов забезпечення ефективного функціонування підприємства. Оптимізація витрат як інструмент якісного управління сприятиме їх доцільному плануванню та контролю, що у сукупності призведе до покращення діяльності підприємства у цілому.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. Ю.Г. Каптуревско-го. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Леонов Я.В. Система управління витратами як фактор підвищення конкурентоспроможності / Я.В. Леонов, Ю.С. Герасименко // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2010. – № 1. Том 2. – С.175-183.
3. Серебренников Г. Г. Управление затратами на предприятии: учебное пособие / Г. Серебренников. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 80 с.
4. Комарницький І.Ф. Економічна теорія / І.Комарницький [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://buklib.net/books/21860/].
5. Котенко Т. Ю. Аналіз витрат як складова управління на підприємствах будівельної галузі / Т.Ю. Котенко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6. – С. 118–121.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/psbu16/>
7. Оптимізація витрат як засіб підвищення прибутковості підприємств [Електронний ресурс] // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – №7 (122). – Режим доступу: http://hallbooks.net/about_p_1_p_2_p_2.html
8. Яровенко Т. С. Шляхи та методи оптимізації витрат підприємства у ринкових умовах [Електронний ресурс] // Т. С. Яровенко, А. О. Довга, В. Е. Остряніна // Вісник Дніпровського університету. – Режим доступу: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201372/yarovenko-dovga.html>

УДК 338

Довгань Л.Є.
к.е.н., професор;
Матросова М.О.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті розглянуто поняття «стратегічне управління», «система стратегій», «мотивація», «цілі підприємства», «swot-аналіз». Запропоновані підходи до розвитку підприємства на засадах стратегічного управління.

Ключові слова: стратегічне управління, система стратегій, мотивація, цілі підприємства, swot-аналіз.

The article deals with the concept of «strategic management», «system strategies», «motivation», «targets enterprise», «swot-analysis». Approaches to development on the basis of strategic management.

Keywords: strategic management, system strategies, motivation, purpose company, swot- analysis.

Вступ. Стратегічне управління може забезпечити розвиток підприємства та конкурентоспроможність, ефективність діяльності. Компанії дуже часто недооцінюють можливості стратегічного управління, не підготовлені до змін у зовнішньому середовищі. Саме розвиток підприємства на засадах стратегічного управління дозволить досягти швидкого пристосування до змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє оцінити актуальність питання розвитку підприємства на засадах стратегічного управління серед таких авторів: Л.Є. Довгань, Д.Б. Мельничук, В.В. Білоусов, Б.Ф. Фомин, Е.П. Голубков, О.В. Лапан, ОМ. Сердюкова та багато інших.

Постановка завдання. Обґрунтування необхідності та шляхів розвитку підприємства на засадах стратегічного управління.

Результати дослідження. Більшість компаній не здатні досягти успіху, адже вони не звертають увагу на цілі та місію, аналіз своїх сильних та слабких сторін, потенціалу, життєвого циклу товару, розробку стратегії, а бачать свою діяльність лише у площині отримання прибутку.

Кожній компанії, незалежно від розмірів та прибутку, необхідно функціонувати на засадах стратегічного управління. Навіть, якщо в середині компанії все ефективно працює, то раптові зміни у навколишньому середовищі можуть негативно вплинути на діяльність підприємства. Стратегічне управління забезпечує процес розробки стратегії і управління організації для успішної її реалізації.

Організації і керівники, які мислять стратегічно, дивляться вперед і визначають напрямки, в якому вони бажають рухатися. Не дивлячись на свою впевненість, що бізнес, як і керівники, повинен працювати добре і прямо зараз, щоб добре розвиватися в майбутньому, їх цікавить більш широкий спектр проблем, з якими вони зустрічаються, і загальний напрямки, в якому вони повинні рухатися, щоб вирішувати ці проблеми [6].

Для забезпечення розвитку підприємства на засадах стратегічного управління необхідно пройти декілька етапів. По-перше, розвиток підприємства в контексті стратегічного управління має починатись з чіткого визначення місії та цілей організації та пояснення їх працівникам. Місія підприємства – це його головна загальна ціль, суть існування підприємства. Значення місії полягає в тому, що вона виступає для керівництва як основа, орієнтир для прийняття всіх наступних рішень. Оскільки любе підприємство – це відкрита система і існує завдяки тому, що задовольняє якусь потребу своїх споживачів, клієнтів, то й місія його повинна відшукуватись в навколишньому середовищі, а не всередині підприємства. Отже, прибуток не може бути місією підприємства, бо він цілком внутрішня проблема, хоч і дуже суттєва [5].

Раніше підприємство розглядалось як «закрита систем» яка майже не взаємодіє з зовнішнім середовищем. Цілі та завдання підприємства вбачались заданими і залишались стабільними на протязі довгого періоду часу. Зараз для успішного функціонування компанії потрібно швидко пристосовуватись до змін у зовнішньому середовищі, забезпечуючи конкурентоспроможність [3].

Стратегічне планування забезпечує основу для всіх управлінських рішень, функції організації, мотивації і контролю, орієнтовані на розробку стратегічних планів. Процес стратегічного планування забезпечує основу для управління членами організації. По-друге, стратегічне планування має бути чітко встановленим та складається з кількох взаємопов'язаних етапів:

- передбачення послідовності дій у межах досить тривалого часу та закріплення її у планах, проектах і програмах;
- організація виконання планових завдань;
- облік, контроль та аналіз їхнього виконання [4].

По-третє, однією з умов розвитку стратегічного управління на фірмі є формулювання своєї стратегії через те, що виникають раптові зміни в навколишньому середовищі. Їх причиною може бути насичення ринку, технологічні зрушення, непередбачений успіх нового товару, поява численних нових конкурентів і т. д. Маючи перед собою такі труднощі, фірма повинна вирішити дві надзвичайно критичні проблеми:

- вибрати новий напрямки росту із багатьох альтернатив, які важко підлягають оцінці.
- направити зусилля численного колективу в потрібне русло.

Відповідь на ці питання і розкриває сутність розробки та реалізації стратегії. В такі моменти стратегія становиться життєво необхідним управлінським інструментом, за допомогою якого фірма може розвиватись та протистояти зміні умов навколишнього середовища [1, с. 45]

Також, сучасні підприємства нехтують важливістю аналізу слабких та сильних сторін, можливостей, загроз. SWOT-аналіз – сильний інструмент для аналізу. Він починається із виявлення та відбору найсуттєвіших можливостей і загроз та забезпечує необхідною інформацією підприємство.

Аналіз навколишнього середовища має на меті виявити потенційні загрози та можливості, з якими підприємство може зустрітись в майбутньому. Звичайно їх виділяють у такі зовнішні фактори:

- економічні фактори;
- політичні фактори;
- ринкові фактори;
- фактори технології;
- фактори конкуренції;
- міжнародні фактори;
- соціокультурні фактори.

Рекомендується обслідування таких функціональних внутрішніх зон підприємства: маркетинг, фінанси (бухгалтерський облік), операції (виробництво), людські ресурси, культура та імідж корпорації. Таким чином, результатом діагностичного етапу є перелік майбутніх загроз і можливостей в зовнішньому оточенні, а також сильних і слабких сторін підприємства.

Про мотивацію працівників дуже часто забувають, або обмежують грошовими нагородами. Насправді, кожен працівник має відчувати свою важливість, єдність колективу у бажанні досягнути цілі компанії. Як приклад, можливе вручення грамот, створення дошки пошани, колективні свята чи креативні назви посад [5].

Підприємство має не обмежуватись створенням одної стратегії. Для ефективного функціонування має бути комплекс з стратегій, або система стратегій. Для визначення системи стратегії потрібно відповісти на такі запитання:

- а) «Хто ми є?», «Де ми знаходимося?»;
- б) «Куди ми йдемо?» або «Якими ми бажаємо бути?»;
- в) «Коли і як ми досягнемо наших цілей?»

Основними вимогами та завданнями до системи стратегій є:

- орієнтація на досягнення реальних взаємопов'язаних цілей;
- ясність змісту та розуміння необхідності застосування певного набору (системи) стратегій;
- ієрархічний характер, оскільки можна відокремити загальну стратегію, продуктово-товарні стратегії окремих підрозділів, основні та забезпечуючі стратегії;
- надійність, що передбачає його всебічну обґрунтованість, зваженість;
- відображення господарських процесів у їхній сукупності та взаємозв'язку;
- гнучкість і динамічність стратегічного набору [4].

Тобто, компанія розробляє декілька видів стратегій, поєднує та узгоджує їх між собою, роз'яснює працівників.

Розвиток підприємства на засадах стратегічного управління має являти собою стратегічне планування структури підприємства. На основі планування, виробничої програми і потенціалу фірми встановлюються наступні довгострокові, відносно стабільні елементи:

- система управління;
- організаційна структура;
- розміщення підприємства;
- зв'язки підприємства
- правові форми;
- стиль управління; [6].

Таким чином, змістовним результатом розвитку підприємства на засадах стратегічного управління є зміни в організації, а саме: створення нових ринків, диверсифікація виробництва, проектування і створення нових потужностей, злиття і придбання фірм, розробка нових продуктів, реорганізація і перерозподіл повноважень та відповідальності, мотивація працівників.

Висновки. Дана стаття дозволяє оцінити важливість та вплив стратегічного управління на розвиток підприємства, необхідність побудови системи стратегій, мотивування працівників, визначення слабких та сильних сторін для того, аби протистояти змінам у зовнішньому середовищі, які негативно впливають на всю діяльність. Надалі необхідно постійно вдосконалювати та збільшувати знання про стратегічне управління, його прямий вплив на конкурентоспроможність підприємства.

Література

1. Довбня С.Б. Стратегія підприємства / С.Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитко. Частина 1: Навч. посібник. – Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. – 71 с.
2. Голубков Е.П. Стратегічне планування [Електронний ресурс] / Голубков Е.П. // Економіст. – 2010. – №8. – Режим доступу : <http://hr-portal.ru/article/strategicheskoe-planirovanie-i-rol-marketinga-v-organizacii>
3. Лапан О.В. Проблеми впровадження стратегічного управління [Електронний ресурс] / Лапан О.В. // Економічні науки. – 2011. – №6. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/25_DN_2008/Economics/28546.doc.htm.
4. Серета О. В., Проблеми формування стратегічного набору [Електронний ресурс] / Серета О. В. // Ефективна економіка 2014 № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2952>
5. Мельничук Д. Б., Сім граней стратегічного управління підприємством [Електронний ресурс] / Мельничук Д. Б. // Менеджмент в Росії та за рубежом. – 2001. – №5. – Режим доступу: <http://hr-portal.ru/article/sem-graney-strategicheskogo-upravleniya-predpriyatiem>
6. Сердюкова О.М. Доцільність стратегічного управління на підприємствах України [Електронний ресурс] / Сердюкова О.М. // Економічні науки. – 2012. – №11. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/36_PVMN_2012/Economics/10_123113.doc.htm

УДК 338.1

Евсеева О.А.

к.э.н., доцент;

Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, Международная высшая школа управления
г. Санкт-Петербург

РОССИЙСКИЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Рассматривается развитие малого и среднего бизнеса в России в историческом контексте. Обобщаются этапы развития малого и среднего бизнеса в России, выявляются особенности и перспективы для дальнейшего развития в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, развитие, особенности, перспективы развития малых и средних предприятий.

The development of small and medium-sized businesses in Russia is considered in a historical context. The author summarizes the stages in the development of small and medium-sized businesses in Russia, identifies features and prospects for further development in the current market conditions.

Keywords: small and medium business, development, features, development prospects of small and medium-sized enterprises.

Вступление. Современная экономика развитых стран в большинстве базируется на развитии сектора малого и среднего бизнеса. Ежегодно более 70% инноваций в мире возникает именно в данном секторе [1, с.159], 99% компаний в Европе относятся к малым и средним [2]. Эффективное развитие малого и среднего бизнеса в России, ориентированное на внутренние источники поддержки, в современных условиях – в условиях жестких экономических санкций со стороны западных стран, сложной обстановки в Крыму и на Украине, может послужить основой для успешного преодоления кризисных явлений в экономике страны. Эффективное управление развитием должно базироваться на тщательном анализе уже имеющегося опыта путем выявления особенностей каждого из этапов развития и определения имеющихся перспектив. В связи с этим возникает необходимость изучения проблемы развития малого и среднего бизнеса в России в историческом контексте.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам экономического развития посвящены фундаментальные и прикладные труды Й. Шумпетера, Дж. Форрестера, Дж. Медоуза, Солоу, Н. Кондратьева, С. Глазьева, М. Хироока, А. Акаева, В. В. Ивантера и других ученых. Существенный вклад в теорию и методологию управления малым и средним бизнесом внесли труды многих отечественных и зарубежных ученых: П. Друкера,

К. Веспера, Г. Пиншота, Р. Хизрич, М. Питерса, А. Хоскинга, А. И. Агеева, А. В. Бусыгина, В. В. Радаева, Осипова Ю. М.

Однако в отечественной науке системная методологическая основа эффективного управления развитием малых и средних промышленных предприятий, стратегий его успешной реализации требуют дальнейшего развития в связи с новыми тенденциями в экономике, и должны быть разработаны с учетом уже имеющегося опыта в ходе исторического развития страны. Поэтому исследование этапов развития российского малого и среднего бизнеса, выявление особенностей и дальнейших перспектив его развития является актуальным.

Постановка задачи. Целью исследования является обобщение исторических этапов развития российского малого и среднего бизнеса, выявление особенностей и перспектив для его дальнейшего развития в современных экономических условиях.

Результаты исследования. Малый и средний бизнес (МСБ) в России в настоящий момент присутствует на всей территории страны, и при этом необходимо заметить, что он прошел значительное количество этапов становления, обладающих рядом особенностей.

Первый этап становления малого и среднего бизнеса длился до 1917 г. – до Великой Октябрьской революции, и в этот момент на его долю приходилось более 60% производства промышленных и сельскохозяйственных товаров, 70% розничной и 30% оптовой торговли. Таким образом, можно сделать вывод, что в тот период малый и средний бизнес фактически являлся основой для развития реальной экономики.

На втором этапе, продлившемся до 30-х годов XX столетия после классовый борьбы значительная часть малых и средних предприятий оказалась разрушена и разорена. Советы позволили подняться промышленности за счет малых и средних предприятий с частным капиталом: предприниматели брали в аренду торговые и промышленные предприятия, открывали магазины и небольшие производственные цеха. В 1922-1923 гг. на долю среднего и малого бизнеса уже приходилось более 25% промышленности, 83% мелкорозничной и 15% оптовой торговли.

Следующий этап (1930-1953 гг.) связывают с правлением И. Сталина. Он ориентировался только на крупные предприятия, даже, несмотря на то, что почти 50% советских предприятий уже тогда были не крупными, а средними и малыми. Для малых и средних предприятий сталинского периода численность персонала в среднем не превышала 100-150 человек. При этом доля малых и средних предприятий в общем объеме ВВП СССР составляла всего 10%: до 90% продукции Союза были самолеты, ракеты и танки, и только 6-10% – колбаса, одежда, бытовая техника и коммунальный сервис.

Начиная с 1953 до 1986 года малый и средний бизнес работал «в тени»: в эти годы доля теневой экономики в области малого и среднего бизнеса достигла рекордных размеров.

Уже в 1986 году именно на территории СССР появились первые абсолютно легальные и стопроцентно частные производства, предприятия розничной торговли и общественного питания. Экспериментальной зоной создания советских независимых предпринимателей стали страны Прибалтики и Эстония.

Официальная история мелкого и среднего предпринимательства берет свое начало в 1987 году, со вступлением в силу закона «Об индивидуальной трудовой деятельности», официально утвердившего частный способ получения дополнительных выгод работниками государственных учреждений [3]. Именно 1988-й стал «стартовым» для предпринимательства годом: в этом году приняли закон «О кооперации СССР» [3]. В Финансовых инспекциях (нынешних налоговых) не было нормальной компьютерной базы: расчеты велись с помощью калькулятора и рассчитывались непосредственно налоговыми работниками. Большая часть малых и средних предприятий специализировалась на строительстве и производстве. В целом только за два года – с 1988-го по 1989-й – число действующих кооперативов выросло в 6 раз, численность занятых – в 9 раз, а объемы произведенных и реализованных товаров, работ и услуг – в 17 раз. Также этот период характеризуется сотрудничеством малых, средних и даже части крупных предприятий с организованными преступными группировками.

1992-1995 годы характеризуются экономистами как период шоковой терапии. Тысячи людей остались без работы: в стране закрывались НИИ, свернули деятельность заводы и фабрики, галопирующая инфляция мгновенно поглощала все накопления. В 1992 году в стране было зарегистрировано около 300 тыс. малых и средних предприятий, а в 1994-м их было уже около 900 тысяч [4, с.19]. Однако из-за высоких темпов инфляции и дефицита денежных ресурсов производство стало крайне рискованным и убыточным. Поэтому предприниматели осваивали розничную и оптовую торговлю (привозили товары из-за рубежа).

В 1998 году российская экономика находилась в состоянии кризиса и большинство малых и средних предприятий оказались не рентабельными.

1999-2009 гг. из-за высокого курса доллара импорт постепенно становился менее выгодным, что послужило ещё одним толчком к развитию малого и среднего предпринимательства.

2009 год по настоящее время – период попыток задавания нового вектора развития для малого и среднего бизнеса, причем ситуация в 2009 году наблюдалась тому, что происходило в 1998 году, когда кризис унес сотни «жизней» малых и средних предприятий. Однако, к концу 2010 года ситуация немного улучшилась, так как государство начало вводить активные программы поддержки развития предпринимательства как на региональном, так и на федеральном уровнях. Современная же ситуация такова, что мы вошли в очередной кризис и фактически блокировали прямые возможности для развития сектора малого и среднего бизнеса. Нет возмож-

ности развиваться за счет кредитования – банковские ставки высоки. Отсутствует четкая система контроля и дальнейшего сопровождения получателей государственных субсидий, в связи с чем создаваемые предприятия закрываются после первого года своей работы. В то же время складывается очень благоприятная ситуация с позиции использования собственных внутренних ресурсов страны – за счет политики импортозамещения обратиться к местному производству товаров и услуг. Это шанс для экономики страны, используя уже имеющийся опыт, обратиться именно к данному сектору с целью дальнейшего успешного развития всей страны.

Автором были проведены дополнительные исследования с учетом имеющегося исторического опыта по анализу негативных факторов влияния кризиса на развитие малого и среднего бизнеса.

В целом можно отметить, что в случае возникновения кризисных явлений малые и средние предприятия:

- 1) замораживают все проекты, ориентированные на развитие;
- 2) стараются по максимуму сократить инвестиционные и налоговые расходы;
- 3) тщательно контролируют и пересматривают методы работы с контрагентами;
- 4) наращивают привлечение заемных средств с нелегальных кредитных рынков и перестают пользоваться кредитными услугами легального рынка кредитования, поскольку доступ к ним ограничен.

По итогам проведенных исследований были сформированы ключевые моменты, на которые необходимо обратить внимание при дальнейшем развитии малого и среднего бизнеса в России с учетом кризисных явлений:

Необходимо обратить внимание на высокую зависимость МСБ от внутреннего спроса: если произойдет его сокращение, то сократятся оборотные средства, что в свою очередь заставит предприятия урезать издержки, и, как следствие, приведет к сокращению объемов выпуска продукции, сокращениям сотрудников и отказа от проектов собственного развития и расширения деятельности.

Для малого и среднего бизнеса станет нецелесообразным использование при работе с крупными производителями и поставщиками схемы «предоплата за продукцию – отгрузка продукции»), поскольку из-за кризиса ликвидности и затруднения доступа к финансовым ресурсам предприятия не будут иметь возможности привлекать заемные средства для закупки необходимых товаров.

Увеличивается риск приостановки деятельности, а также распада инфраструктуры поддержки малых предприятий.

Кризисные явления могут спровоцировать уход в теневой сектор малых предприятий.

Выводы. К основным особенностям развития российского малого и среднего бизнеса можно отнести:

- отсутствие стабильной государственной поддержки: на ряде этапов малым и средним предприятиям вообще не уделялось должное внимание;
- реальная экономика долгое время не ассоциировалась с малым и средним бизнесом (в советский период);
- длительный период пребывания в зоне теневой экономики и нежелание выходить «из тени», отсутствие доверия к власти чиновников.

Подводя итоги, можно сделать выводы, что для эффективного управления развитием малого и среднего бизнеса необходимо усиливать существующие государственные институты поддержки – именно они в свое время способствовали развитию вышеназванного сектора экономики. Наряду с развитием государственной поддержки важно использовать и внутренние резервы у самих предприятий.

Кроме того, самим предприятиям необходимо заниматься поиском методов достижения долгосрочных конкурентных преимуществ в условиях непрерывных изменений. При этом развитие и эффективное использование внутреннего потенциала организаций на основе инноваций, противостояние угрозам обостряющейся и становящейся глобальной конкуренции – особенность развития современного стратегического менеджмента [5, с.114]. Поэтому, на наш взгляд, это еще один немаловажный аспект, на который предприятия должны обратить внимание, а не рассчитывать только на изменения внешней среды.

Литература

1. Управление развитием предприятия: стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: сб.науч.тр. / под науч. ред. А.Ф.Шуплецова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2007 – 205с.
2. Малый и средний бизнес – ключ к росту экономики. 08.10.14 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.euronews.com/2014/10/08/smes-charting-europe-s-path-to-recovery/> (Дата обращения: 28.02.2015)
3. Кооперативы в СССР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D1%8B_%D0%B2_%D0%A1%D0%A1%D0%A1%D0%A0 (Дата обращения: 21.02.2015)
4. Варламова Ю.А. Влияние цикличности на сберегательное поведение домашних хозяйств в российской экономике / Ю.А.Варламова // Вестник Пермского университета. Серия Экономика. – Пермь, 2013. – №1. – с.17-24.
5. Евсеева С.А. Стратегии поведения организаций в меняющемся мире / В.Р. Око-роков, С.А. Евсеева, О.А. Кальченко // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – №6. – С. 112-115.

Жигалкевич Ж.М.

к. е. н., доцент;

Онопко А.С.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті систематизовано та узагальнено наукові погляди на зміст та сутність інновацій. Проаналізовано та виявлено різницю між поняттями «інновація» та «новація». Визначено причини, які обумовлюють впровадження інновацій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Класифіковано інновації, що впливають на конкурентоспроможність підприємств. Зазначено перелік ефектів від впровадження інновацій на підприємстві з точки зору його конкурентоспроможності.

Ключові слова: інновація, конкурентоспроможність, забезпечення, підприємство.

The article scientific looks are systematized and generalized to maintenance and essence of innovations. A difference is analysed and educed between concepts "innovation" and "innovation". Reasons that stipulate introduction of some suggestions regarding for providing of competitiveness of enterprise are certain. Innovations that influence on the competitiveness of enterprises are classified. The list of effects is marked from introduction of innovations on an enterprise from the point of view of his competitiveness.

Keywords: innovation, competitiveness, providing, enterprise.

Вступ. Ринкові реформи передбачають структурну перебудову економіки шляхом становлення і розвитку конкурентного середовища. Це може бути досягнуто за умови всебічного розвитку підприємств, посиленні їхньої конкурентоспроможності. Однак, досить «жорстка» економічна ситуація і конкуренція стимулюють не тільки більш ефективне використання ресурсів, цінностей і можливостей (пріоритетів), але й удосконалення стратегічного передбачення інноваційного розвитку певних господарських об'єктів та формування їх конкурентоспроможних переваг. Таких переваг можна досягти через перехід на інноваційний шлях розвитку, що характеризується більш широким використанням новітніх досягнень науки і техніки: інформаційних технологій, біотехнологій, нових матеріалів, ресурсо- і природозберігаючих технологій. Тому активізація інноваційної діяльності – одне з головних завдань для вітчизняних підприємницьких структур.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аспекти активізації інноваційної складової як основного способу забезпечення конкурентоспроможності підприємств досліджували такі зарубіжні вчені та практики: Фатхутдинов Р.А., Миронов М.Г., Ильєнкова С.Д., Гохберг Л.М., Афанасьєв А.І., Волков О.В., Гриньова М.В., Денисенко М.І., Мазур Н.О., Осадча Н.М., Тульпа І.А., Друкер П.Ф., а також вітчизняні дослідники Захарін С.Г., Стадник В.В., Турило А.М., Федулова Л.І., Дацій О.І., Жилінська О.І., Зінченко О.О., Маліцький Б.А., Підмогильний М., Радзівєвська Л.К., Чумаченко М.Г., Шингур М.В. та інші.

Постановка завдання. Дослідити сутність та поглибити теоретичні і науково-методичні положення щодо інноваційного забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств.

Результати дослідження. Конкурентне середовище орієнтує промислові підприємства на створення конкурентних переваг, пов'язаних з виробництвом конкурентоспроможних товарів і просуванням їх на внутрішньому та зовнішньому ринках. Але вітчизняні промислові підприємства зазнають труднощів у цьому напрямку. Проблема підвищення ефективності їх функціонування породжена характером і наслідком приватизації в Україні, коли відбувся масштабний розрив, насамперед, організаційно-економічних і виробничо-технологічних зв'язків. Це спричинило послаблення конкурентоспроможності продукції, зменшення обсягів інвестування та інноваційної активності підприємств. Відтворення та налагодження таких зв'язків, їх системно-організаційне впорядкування вимагає поглиблених наукових пошуків і практичних рекомендацій. Одним з ключових факторів підвищення конкурентоспроможності підприємства на сучасному етапі є інноваційне забезпечення.

У вітчизняній науці щодо питання розвитку суспільного виробництва тривалий час використовувався термін «науково-технічний прогрес». Світова практика для позначення якісних змін у виробництві використовує термін «інновація» або «нововведення». Але існують твердження щодо різниці термінів «новація» та «інновація» [1, с. 31].

Новація – продукт інтелектуальної діяльності людей, оформлений результатом фундаментальних, прикладних чи експериментальних досліджень у будь-якій сфері людської діяльності, спрямований на підвищення ефективності виконання робіт [2, с. 15].

Новації можуть бути представлені як у вигляді відкриттів та винаходів, так і у вигляді нових або вдосконалених структур, процесів, методів, стандартів тощо.

З моменту прийняття рішення щодо реалізації новації та її розповсюдження вона набуває нового значення, а саме стає інновацією.

У світовій економічній літературі вчені надають багато визначень інновації, причому вітчизняні науковці ототожнюють термін «інновації» з терміном «нововведення». Термін «інновація» запровадив австрійський економіст Йозеф Шумпетер (1883–1950 рр.), який у 1912 р. в праці «Теорія економічного розвитку» вжив словосполучення «нова комбінація», маючи на увазі нову якість засобів виробництва, що досягалася шляхом певних

поліпшень існуючого обладнання, введення нових засобів виробництва або систем його організації. У наступних працях Й. Шумпетер, замість терміна «нова комбінація», застосовував термін «інновація» [3, с. 155].

Аналіз економічної літератури свідчить, що, виходячи із цілей і специфіки досліджуваного об'єкта, існує, як мінімум, два підходи до визначення сутності інновації. Ряд учених і фахівців стверджують, що інновація – це ідея, практика чи продукт, що сприймаються індивідом як нові [1, 2]. На думку А. Томпсона та інших, інновацією є генерування, прийняття і впровадження нових ідей, процесів, продуктів і послуг [3, 4]. Тобто в одному випадку, інновація – це результат творчого процесу у вигляді нової продукції (техніки), технології, методу тощо, в іншому – процес введення нових виробів, елементів, підходів, принципів замість існуючих.

Прихильником першого підходу щодо визначення інновації є Р.А. Фатхутдінов, який розуміє її як «кінцевий результат упровадження нововведення з метою зміни об'єкта управління й одержання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного чи іншого виду ефекту» На думку Г.Д. Ковальова, інновація – це «кінцевий результат інноваційної діяльності, у процесі якої створюються (купуються) і використовуються нововведення».

Особливий підхід до визначення інновацій у П.Ф. Друкера, який вважає, що інновація – це особливий засіб підприємств, за допомогою якого вони досліджують зміни, що мають місце в економіці та суспільстві, з метою використання їх у бізнесі чи в різних сферах обслуговування.

Подальше вивчення зазначеної проблеми свідчить, що ряд авторів розглядають інновації як новий додаток наукових і технічних знань, які забезпечують успіх на ринку. В наукових роботах Б. Твісса інновація є процесом, у якому винахід чи ідея набуває економічного змісту [4, с.36]. Тобто винахід стає нововведенням, якщо сприймається ринком.

Іншими вченими підкреслюється суспільна значимість тих змін, які можуть відноситись до інновації. У деяких формулюваннях поняття «інновації» як кінцевий результат інноваційної діяльності вказується одержання певного ефекту (економічного, технічного, соціального, екологічного).

Так, наприклад, П.І. Ратанін під інновацією розуміє «результат створення й освоєння принципово нового чи модифікованого засобу (нововведення), що задовольняє конкретні потреби».

Деяко іншим є визначення О.І. Дація, який розглядає інновацію як впровадження зміни в техніці, технології, організації, екології, економіці, а також у соціальній сфері з метою одержання економічного ефекту на основі задоволення певних суспільних потреб.

Згідно з міжнародними стандартами, інновацією вважається кінцевий результат інноваційної діяльності, який був втілений як новий або удосконалений продукт, впроваджений на ринок, новий або удосконалений технологічний процес, що здобув застосування у практичній діяльності.

Інновація не обов'язково повинна бути технічною і взагалі чимось матеріальним. Інновація – це нова цінність для споживачів, вона повинна відповідати їх потребам і бажанням. Таким чином, неодмінними властивостями інновації є її новизна, виробнича застосованість (економічна обґрунтованість) і вона обов'язково повинна відповідати запитам споживачів.

Основною сутністю інновації та інноваційної діяльності являються зміни, що розглядаються як джерело доходу.

Серед причин, які обумовлюють впровадження інновацій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства виділяють такі:

- реалізація інновацій дозволяє збільшувати масштаби діяльності підприємства, так як результати відкривають підприємству нові, ще ніким не зайняті ринки;

- зміна рівня конкурентної боротьби товаровиробників, так як структура галузі виявляє значний вплив на рівень інноваційної активності. Чим вищий рівень конкурентної боротьби, тим більше прагнення до використання інновацій, і відповідно навпаки;

- інноваційна активність може бути пояснена прагненням підприємства до отримання економічного прибутку. Інновації дозволяють власникам бізнесу, що впроваджують їх на підприємствах, отримати певну ступінь влади на ринку;

- якщо в ході проведення маркетингових досліджень попиту виявляється незадоволена ринкова потреба, то це також стимулює підприємства впроваджувати інновації.

Інновації, що впливають на конкурентоспроможність підприємств, класифікуються за такими ознаками [5, с. 78]:

- характером відносин: соціально-економічні, організаційні, технологічні інновації;

- сфері поширення: управлінські, виробничі, технічні, соціальні інновації;

- предметно-змістовній структурі: продуктові, процесні і алокаційні інновації.

Виходячи з цієї класифікації, можна визначити основні напрямки впливу інновацій на конкурентоспроможність підприємства.

Вплив соціально-економічних інновацій полягає в оптимізації використання існуючих та доступних підприємству ресурсів. Наприклад, використання фінансових ресурсів здійснюється з метою підвищення порівняльних і конкурентних переваг; організаційних ресурсів – для використання ефекту масштабу; технологічних ресурсів – для реалізації заходів щодо ресурсо- та енергозбереження.

Управлінські інновації пов'язані з новими знаннями, які втілені в нових управлінських технологіях, нових адміністративних процесах та організаційних структурах. Це призводить до перебудови системи управління, що сприяє зростанню прибутку, а, отже, зміцненню її конкурентоспроможності.

Технічні інновації пов'язані з використанням нової техніки. Це дозволяє підприємству знижувати витрати.

Соціальні інновації полягають у поліпшенні умов праці, проведенні тренінгів та заходів, спрямованих на підвищення мотивації співробітників, що підвищує порівняльні і конкурентні переваги. Якість робочої сили визначає здатність економічного суб'єкта здійснювати власні науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) або копіювати нові продукти у інших фірм.

Розглядаючи предметно-змістовну структуру інновацій, було зроблено висновки, щодо поліпшення споживчих властивостей товару і підвищення конкурентних переваг приведуть до продуктивних інновацій.

Алокаційні інновації полягають у різних схемах реорганізації підприємства, перерозподілі (реструктуризації) матеріальних, фінансових і нематеріальних активів підприємства, перерозподілі відповідальності працівників підприємства. Такі нововведення є найдорожчими, їх найскладніше реалізувати, вони повільно окупуються.

Від впровадження інновацій на підприємстві з точки зору його конкурентоспроможності, можна отримати такі ефекти [6, с.356]:

- підвищення конкурентоспроможності товару, що створює конкурентні переваги на найближчу і середньострокову перспективу;
- встановлення нових потреб, що створює конкурентні переваги на віддалену перспективу;
- підвищення ефективності виробництва, трансформує конкурентоспроможність товарної маси в конкурентоспроможність підприємства.

Отже, підводячи підсумок вищевикладеному, можна сказати, що вплив на елементи конкурентоспроможності з боку інноваційного фактора, що формує позитивні їх зміни: поліпшення якості продукції, зниження витрат, ціни, поліпшення збуту, активізація інноваційної діяльності призводить до підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Висновки. Інноваційний тип економічного розвитку дедалі більше стає тим фундаментом, який визначає економічну міць країни та її перспективи на світовому ринку. Впровадження комплексного інноваційного підходу дозволить підприємствам швидко розвиватися та захоплювати все більші ринки високоякісною продукцією.

Інноваційна складова трансформаційних процесів є основою для забезпечення побудови конкурентоспроможної економіки всіх рівнів. Дослідження та моніторинг потреб ринку, необхідність постійного оновлення продукції та підвищення рівня її інноваційності, вимагають оцінки впливу способів інноваційного розвитку на рівень конкурентоспроможності підприємства. Але інноваційні процеси на вітчизняних підприємствах відбуваються не дуже активно. Тому постає необхідність подільших досліджень з зазначеної проблематики.

Література

1. Завліна П.Н. Инновационный менеджмент / П.Н. Завліна – М.: ЦИСТ, 1998. – 568 с.
2. Бондаренко А.Ф. Инновационный бизнес / А.Ф. Бондаренко – Сумы, 1998. – 168 с.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер; пер. с нем. – М.: Прогресс, 1982. – 231 с.
4. Круш П.В. Економіка підприємства / П. В. Круш, В. І. Подвігіна, Б.М. Сердюк. – К.: Ельга – Н, КНТ, 2007. – 780 с.
5. Валдайцев С.В. Антикризисное управление на основе инноваций / С.В. Валдайцев. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. 312 с.
6. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект: монографія / [Саблук П.Т., Шпикуляк О.Г., Курило Л.І. та ін.] – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 706 с.

УДК 658.56(075.8)

Жмайло Е.Б.

студент;

*Київський національний торговельно-економічний
університет, м. Київ*

Луценко І.С.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ

Розглянуто проблема якості, як основного фактора формування конкурентоспроможності українського бізнесу. Запропоновано основні шляхи реформування українського бізнесу через переваги концепції управління якістю.

Ключові слова: *якість, концепція якості, конкурентоспроможність, продуктивність праці, ділова досконалість.*

The quality problem, as major factor of formation of competitive Ukrainian business is considered. It is proved the main idea, by granting the main properties of formation of the competitive enterprise. It is proved that competitive production provides constant financial stability of the enterprise, and also receiving the greatest possible profit.

Key words: *quality, the concept of quality, competitiveness, productivity, business excellence.*

Вступ. Сьогодні не викликає жодних сумнівів потреба створення необхідних об'ємів доданої вартості, формування валового національного доходу на рівні розвинутих європейських країн, але при цьому зовсім не зрозуміло як кардинально підвищити ефективність вітчизняних ділових структур і наблизити їх до світових стандартів. Всі роки незалежності України питанням

якості на макро- і макрорівнях не приділялось належної уваги, більшість керівників підприємств та громадян мають помилкові уявлення відносно управління якістю, що зовсім не відповідає сучасним світовим тенденціям та не сприяє досягненню необхідного рівня соціально-економічного розвитку нашої країни. Головним фактором на шляху розвитку конкурентоспроможності бізнесу і країни в цілому має стати, перш за все удосконалення систем менеджменту на основі сучасної європейської ділової культури, для якої характерні низька собівартість та висока якість продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми якості в країнах з розвинутою економікою вже не одне десятиріччя приділяється дуже велика увага, тому там є значні досягнення як в теорії, так і в практиці. Вивчення наукових праць таких відомих зарубіжних вчених як Е. Демінг, К. Ісікава, А. Фейгенбаум, В.Шухарт та інших дозволяють опанувати цей багатий досвід і застосувати його у вітчизняній практиці. Але ці наукові надбання потрібно адаптувати до особливостей економічного розвитку України в умовах кризи. За останні роки опубліковано цілий ряд наукових праць з проблем управління якістю, які підготовлені вченими України, зокрема такими як Калита П.Я., Койфман Ю.І., Кальман І.Г., Старостина А.А., Фомін В.Н., а також російськими авторами – Адлер Ю.П., Аристов О.В., Никифоров А.Д., Шадрин А.Д. Однак рівень теоретичної розробленості цієї важливої науки, яка б урахувала особливості сучасного соціально-економічного середовища України ще недостатній.

Усе це визначає актуальність проблеми та формування цілей дослідження.

Постановка завдання. Ціль дослідження – визначити основні методологічні засади та розробити практичні рекомендації щодо використання концепції якості на шляху підвищення конкурентоспроможності українського бізнесу та розробити рекомендацій щодо формування національної ідеї на основі концепції якості.

Результати дослідження. Проблема забезпечення якості така ж стара, як і саме людство. В усі часи люди прагнули забезпечити високу якість, особливо в тих випадках, коли треба було гарантувати безпеку використання продукції, збереження здоров'я людини, навколишнього природного середовища, а тепер і безпеки свого благополуччя шляхом підтримки конкурентоспроможності бізнесу.

Мацусіта сказав: «Споживач – король, а ми – його вірні піддані, і наше завдання полягає в тому, щоб поважливо і з якомога більшим для короля зручностями йому зробити вибір». Ось чому споживача сьогодні розглядають як партнера в суспільному бізнесі: здійснюючи покупки, він його інвестує.

Кожен продукт або послуга є носієм різних конкретних властивостей, що вказують на його корисність і відповідають певним уявленням та потребам людини. Заради цього певна продукція і виготовляється. А головною її характеристикою є якість продукції, тобто сукупність властивостей

продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Один із визначних фахівців з проблем якості А. Фейгенбаум (США) підкреслює, що в умовах конкуренції підприємства повинні розвиватися, впроваджуючи у свою практику такі основні принципи:

- якість є не одним з напрямків діяльності підприємства, а безперервним процесом, який стосується всіх функцій апарату управління;
- якість залежить від ступеня участі в її формуванні кожного працівника підприємства;
- якість не перешкоджає, а сприяє зниженню собівартості продукції;
- якість вимагає використання нової техніки і технології;
- якістю необхідно управляти так само безпосередньо та ефективно, як управляють виробництвом, устаткуванням, фінансами [1, ст.22].

Аналіз роботи японських підприємств показує, що випуск високоякісної продукції дозволяє отримати потрійну вигоду у вигляді більш низьких виробничих витрат, більш високих чистих доходів, більшої частки ринку. Високоякісна продукція приносить приблизно на 40% більше прибутку на інвестований капітал, ніж продукція низької якості.

З'ясовуючи сутність даного поняття, слід пам'ятати, що розуміння якості знаходиться в області суб'єктивних оцінок і має тенденцію до постійних змін.

В сучасних умовах розвитку світової економіки, які характеризуються прогресуючими тенденціями до глобалізації та інтеграції, перенасичення ринку споживання, успішне функціонування підприємства будь-якого сектору економіки, незалежно від національної приналежності, цілком залежить від його конкурентоспроможності, визначальним фактором чого є якість продукції, яку підприємство представляє на ринку. Наслідком зростаючої конкуренції на ринку товарів та послуг є підвищення рівня вимог клієнтів. Сучасна система поглядів на управління якістю формується під дією об'єктивних змін у світовому суспільному розвитку. Відбувається визнання соціальної відповідальності менеджменту і бізнесу як перед суспільством, так і перед людьми, працюючими в організації [2, ст.37].

Таким чином, ми бачимо, що якість має першочергове значення для споживача, а для виробника – це ключ до конкурентоздатності його продукції на ринку.

Соціально-економічна ефективність підвищення рівня якості і як наслідок конкурентоспроможності продукції, що виготовляється підприємством, виявляється в наступному:

- високоякісна і конкурентоздатна продукція завжди повніше і краще задовольняє суспільно-соціальні потреби;
- підвищення якості продукції є специфічною формою прояву закону економічного робочого часу;
- конкурентоздатна продукція забезпечує постійну фінансову стабільність підприємства, а також отримання максимально можливого прибутку;

• багатоаспектний вплив підвищення якості (і, як наслідок, конкурентоспроможності продукції) не тільки на виробництво і ефективність господарювання, але що найбільш важливо в сучасних умовах на імідж підприємства в цілому [3, ст.64].

Дотримуючись належного рівня якості, керівники підприємства мають на меті досягти відповідної конкурентоспроможності, що означає здатність підприємства до ефективної господарської діяльності та забезпечення прибутковості через якомога повніше задоволення потреб споживачів його продукції.

Головна перепона на шляху до якості українських підприємств – застарілі форми організації бізнесу. Вочевидь, ми ніколи не завоюємо конкурентоспроможність на світовому ринку, граючи за старими правилами. Т. Петерс писав: «Головна перепона на шляху до якості – застарілі форми організації бізнесу» [4].

Єдиний шанс вийти за межі ізоляції і вмирання – змінити правила гри, визначити конкурентів у швидкості та глибині організаційних перетворень на шляху використання методів та технологій якості. Суспільство має освідомити реальність загрози нашої ідентичності, втрати реального суверенітету. Так, японський істеблшмент привчає своїх співгромадян до необхідності постійно пам'ятати про тендітність острівної економіки.

Однією з головних проблем на шляху до якості виступають бюрократичні стереотипи. І основний «ворог» тут, на наш погляд, навіть не державні інститути, а саме бюрократична організація бізнесу, яка відокремлює планування від виконання. Роль більшості працівників зводиться до слухняного виконання прописаних зверху дій. Це іде в протиріч самої людської природі, породжує відчуження працівників від цілей підприємства. Як наслідок, інтелектуальний потенціал працівників використовується у незначному ступені. Відповідальність та оплата за вузько спеціалізовані завдання породжує індивідуалізм та функціональну розпорошеність. Все це в свою чергу знижує швидкість реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища. Яким же чином можна змінити ситуацію? Традиційну (бюрократичну) форму організації бізнесу можна змінити спираючись на енергію та ентузіазм вищого керівництва та фінансово-економічної служби підприємства. Для успіху організаційних перетворень, впровадження нових технологій якості важливо, щоб вони виглядали привабливо з точки зору критеріїв, що домінують, ціннісних орієнтирів підприємства. Безперечно привабливими для підприємства є показники економічної ефективності і домінуюча сила бюрократичної організації в цьому випадку грає позитивну роль, за рахунок дисциплінуючої сили. Підвищення якості на підприємстві автоматично призводить до підвищення продуктивності [5]. І знову хочеться згадати Е. Демінга: «...якість Вам не буде нічого коштувати. Підвищуючи якість, ми перетворюємо безцільні людино-години і не повністю використаний машинний час у відмінну продукцію та чудові послуги. В результаті виникає ланцюго-

ва реакція – знижуються витрати, підвищується конкурентоспроможність, люди на виробництві відчувають себе більш щасливими, робочі місця умножаються» Для керівників підприємства ці постулати мають бути дуже привабливими на непростому шляху до якості.

Ключове обмеження для всієї нашої економічної системи на шляху до якості це нестача знань. Необхідно ініціювати розробку державних, регіональних програм, які будуть формувати інфраструктуру навчання та досвіду роботи на засадах якості. Характер навчальних програм має бути інтелектуально привабливим для того щоб завоювати серця молодих фахівців і штовхнути їх на шлях до якості.

Висновки. Необхідність покращення якості відображає потребу вчасно довести рівень якості продукції до рівня вимог споживачів і потребу підвищення якості самої праці, забезпечення належної освіти, належного виховання, підвищення кваліфікації кадрів тощо без чого не можна вирішити проблему якості життя. Масове виробництво продукції високої якості є одним з критеріїв розвитку суспільства, показником рівня економічного розвитку держави. Якість є основою підвищення ефективності економіки країни, тому що дає повніше задовольняти потреби споживачів, підвищувати продуктивність суспільної праці, збільшувати прибуток організацій, знижувати матеріаломісткість продукції, економити сировину і паливо та підвищувати конкурентоспроможність продукції на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Шлях «якості» для країни на наш погляд, можуть забезпечити такі складові: ідеологія якості життя та розвитку; інноваційний бізнес; конкурентоспроможність на світовому ринку; інтеграція у світовий простір зі збереженням реального суверенітету. Ключове обмеження для всієї нашої економічної системи на шляху до якості це нестача знань. Необхідно ініціювати розробку державних, регіональних програм, які будуть формувати інфраструктуру навчання та досвіду роботи на засадах якості. Перебудова інфраструктури навчання щодо управління якістю. Характер навчальних програм має бути інтелектуально привабливим для того щоб завоювати серця молодих фахівців і штовхнути їх на шлях до якості.

Література

1. Огвоздин В. Ю. Управление качеством. Основы теории и практики: Учебн. пособие. – М: Дело и сервис, 2002. – 160 с.
2. Шадрин А.Д. Менеджмент качества. От основ к практике / А.Д. Шадрин – М.: НТК «Трек», 2005. – 360 с.
3. Людський розвиток в Україні: мінімізація соціальних ризиків (колективна науково-аналітична монографія) / За ред. Е.М.Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В.Птухи НАН України, Держкомстат України, 2010. – 496 с.
4. Кончаловский А. Русская ментальность и мировой цивилизационный процесс: (материалы международного симпозиума «Культура, культурные изменения и экономическое развитие») [Електроний ресурс] Режим доступу до статті: <http://www.deming.ru/statyi/ruskayamentalnostl>
5. Рубаник Ю.Т. Путь качества как национальная идея для России Режим доступу до статті: <http://www.deming.ru/statyi/putkachkak>

Завальна О.С.
студент ФММ;
Довгань Л.Є.
к.е.н., професор

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті представлено сучасні підходи до формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства. Визначено основні риси механізму та доведено необхідність його застосування в умовах нестабільного середовища.

Ключові слова: організаційно-економічний механізм, конкурентоспроможність підприємства, управління, нестабільне середовище.

Modern approaches to formation of the organizational- economic mechanism of management of competitiveness of the enterprise are presented in article. Defined the main features of the mechanism and the necessity of its application in an unstable environment.

Keywords: organizational-economic mechanism, competitiveness, management, unstable environment.

Вступ. Більшість промислових підприємств сьогодні не можуть швидко адаптуватися до постійно змінних факторів зовнішнього середовища. У ринкових умовах функціонування тільки те підприємство отримує спроможність подальшого економічного та соціального розвитку, яке в своїй діяльності активно використовує механізм управління конкурентоспроможністю підприємства. Саме тому одним з актуальних питань для керівників підприємств є формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, який спроможний забезпечити ефективність управління та конкурентоспроможність підприємства в умовах нестабільного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства досліджувались такими вітчизняними та зарубіжними вченими як Л. В. Балабанова, Т. Л. Безрукова, Л. М. Варавя, Л. С. Єгорова, Ю. Б. Іванова, В. А. Павлова, Д. В. Погребняк, В. В. Чепурко та ін. Проте більшість із них концентрували увагу на створенні та вдосконаленні одного з видів організаційно-економічних механізмів, залишаючи поза увагою пи-

тання узагальнення та підсумовування сучасних підходів до формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є аналіз сучасних підходів до формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства та особливостей кожного з них в умовах нестабільного середовища.

Результати дослідження. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю є складною категорією управління. Він є сукупністю заходів, які спрямовані на досягнення поставлених цілей.

Під організаційно-економічним механізмом управління конкурентоспроможністю підприємства варто розуміти сукупність засобів та методів створення системи цілісного управління розвитком підприємства та результатами його діяльності, направленою на довгострокове забезпечення його конкурентних позицій на ринку [1].

Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства є результатом дії системи внутрішніх і зовнішніх чинників функціонування та розвитку підприємства, в якому відображається складна система різноманітних економічних відносин. Разом з тим, зі свого якісного боку, він виступає і визначальним фактором успішності цього підприємства, будучи інструментом досягнення поставленої мети [2].

На думку Погребняка Д. В., організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств має забезпечувати довгострокові конкурентні переваги і сприяти нарощуванню конкурентного потенціалу в контексті загальних управлінських функцій (рис. 1).



Рис. 1. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства в контексті загальних функцій управління

Джерело: складено авторами на основі [1]

Безрукова Т.Л. в структурі організаційно-економічного механізму виділяє три системи: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему (рис. 2).

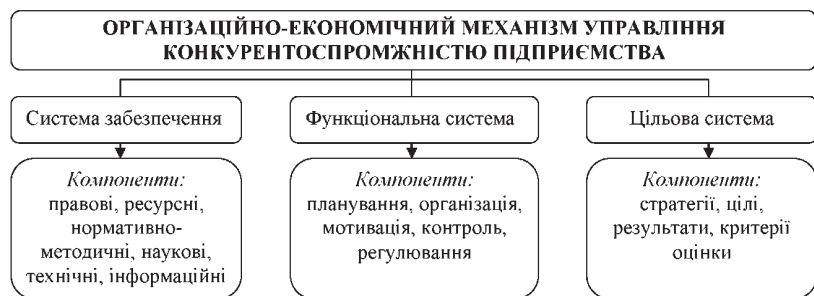


Рис. 2. Структура організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: складено авторами на основі [3]

Зміст кожної з систем та кількість підсистем в кожній з систем організаційно-економічного механізму управління підприємством залежить від типу підприємства, сфери і масштабів діяльності, ступеня впливу зовнішнього середовища і результатів діяльності підприємства та інших факторів.

Таким чином, в якості організаційно-економічного механізму слід розглядати комплексну систему, що складається з системи забезпечення, функціональної та цільової системи, які містять певну сукупність організаційних і економічних важелів, які впливають на економічні і організаційні параметри системи управління підприємством з метою забезпечення ефективності управління і отримання конкурентних переваг [3].

Згідно з Варавою Л.М. організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства розробляється та функціонує під впливом факторів зовнішнього середовища та є складовою частиною системи стратегічного управління підприємством (рис. 3).

З рис. 3 видно, що дія організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства неможлива без організаційно-економічного забезпечення цього процесу, пов'язаного з розробкою та ефективним функціонуванням підсистем управління: управління маркетинговою діяльністю; управління якістю; управління виробничою діяльністю; управління фінансовою діяльністю; управління персоналом підприємства [4].

З іншої сторони організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства можна представити як специфічну багатофункціональну систему, що складається з комплексу взаємопов'язаних блоків, серед яких виділено блоки управління рівнем та системою забезпечення конкурентоспроможності (рис. 4). Реалізація означених блоків дозволяє координувати дії менеджменту щодо досягнення заданого рівня конкурентоспроможності для забезпечення оперативного реагування на зміни впливу зовнішнього і внутрішнього середовища та коригування обраної стратегії.



Рис. 3. Схема організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: складено авторами на основі [4]

Як видно з блок-схеми, структуру організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю формують вісім програмно-цільових комплексних блоків. Вони відображають необхідні дії, конкретні економічні, техніко-технологічні заходи в їх взаємозв'язку та взаємозалежності, реалізація яких буде сприяти здійсненню результативних управлінських рішень у визначеній сфері діяльності. Усі блоки системи об'єднані базовим принципом: кожен з них забезпечує розв'язання проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства, посилення його позицій на світовому та внутрішньому ринках, стійкий розвиток за рахунок створення конкурентних переваг. Кожен з блоків, у свою чергу, також може розглядатися як система, що включає різні системоутворюючі компоненти [5].

Аналіз найбільш поширених варіантів формування організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства дозволяє виділити його основні риси, відповідно до яких він:

- спрямований на забезпечення довгострокових конкурентних переваг на ринку та має сприяти нарощуванню конкурентного потенціалу;



Рис. 4. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства

Джерело: складено авторами на основі [5]

- забезпечує ефективність управління та дозволяє координувати дії менеджменту щодо досягнення заданого рівня конкурентоспроможності;
- є складовою частиною системи стратегічного управління підприємством;
- розробляється та функціонує під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та дозволяє оперативно реагувати на зміни в умовах нестабільного середовища;

Сьогодні, в умовах нестабільного середовища, однією з найважливіших функцій організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства є захист від несприятливих умов ринкового середовища, який повинен передбачати розробку комплексу заходів з обмеження економічного ризику в діяльності підприємства, що безпосередньо впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства.

Висновки. Проведене дослідження показало, що, незважаючи на значні відмінності в побудові організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, діяльність будь-якого з них

спрямована на забезпечення та підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах нестабільного середовища.

Перспективним напрямом подальших досліджень є побудова організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства, який об'єднав би всі напрацювання в даній сфері.

Література

1. Погребняк Д.В. Формування структури механізму управління конкурентоспроможністю промислових підприємств [Електронний ресурс] / Д.В. Погребняк // Вісник Чернігівського національного технологічного університету. – Режим доступу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?id=3&j=1&task=arcl>.
2. Чепурко В.В. Моделі ситуаційної діагностики стану аграрних підприємств / В.В. Чепурко // Фінанси України. – 2000. – №6. – С. 79-90.
3. Безрукова Т. Л. Управление конкурентоспособностью предпринимательской организации: монография / Т. Л. Безрукова, Е. И. Сапронов, С. С. Морковина – М.: Изд-во «КноРус», 2008. – 163 с.
4. Варва Л.М. Організаційно-економічне забезпечення управління конкурентоспроможністю промислового підприємства [Електронний ресурс] / Л.М. Варва, Г.В. Кравченко. – Режим доступу: knu.edu.ua/Files/V29verst/83.pdf
5. Павлова В. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / В.А. Павлова, Р. В. Губарев // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – № 2 (17). – С. 168-176.

УДК 330.131.7:336

Кавун В.А.

студент ФММ;

Кравченко М.О.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

УПРАВЛІННЯ ВАЛЮТНО-ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Статтю присвячено дослідженню валютно-фінансових ризиків, що зараз супроводжують діяльність вітчизняних промислових підприємств, а також опрацюванню методів управління ними. Виявлені причини виникнення таких ризиків – проаналізовані макроекономічні тенденції та показники, що спричинили досягнення фінансово-валютними ризиками катастрофічного рівня. Розглянуто перспективні напрямки управління ризиками підприємств при здійсненні зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності. Сформульовано висновок про необхідність хеджування валютно-фінансових ризиків, зокрема використання термінових фінансових інструментів. Досліджено можливості, перспективи та загрози застосування деривативів підприємствами реального сектору економіки.

Ключові слова: фінансова діяльність, фінансовий ризик, хеджування, дериватив.

The article studies the currency and financial risks, in which domestic industry enterprises activity are accompanied. Methods of the risks management are developed. Causes of these risks are identified – macroeconomic trends and indicators that led to the achievement of financial and currency risks their catastrophic level are analyzed. Perspective directions of enterprise risk management in foreign trade and investment are considered. The conclusion about the need to hedge currency and financial risks, including the using of forward financial instruments, are formulated. Possibilities, prospects and threats of using derivatives by enterprises in real sector are investigated.

Keywords: financial activities, financial risk, hedging, derivative.

Вступ. Діяльність підприємств в ринковому середовищі, особливо зараз, зазнає впливу некерованих чинників та відбувається в умовах невизначеності, конфліктності, неможливості здійснення точних економічних прогнозів, необхідних для прийняття економічних рішень. Тому вивчення і врахування таких чинників і породжуваного ними ризику та уміння приймати адекватні рішення є основоположними умовами виходу підприємств з кризи та забезпечення їх конкурентоспроможного функціонування. Найбільш відчутними в загальному портфелі ризиків підприємства є фінансові ризики, під якими розуміється ймовірність виникнення несприятливих фінансових наслідків у формі втрати доходу або реальної вартості капіталу. Тому особливу увагу необхідно приділити управлінню саме фінансовими ризиками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фінансовий ризик належить до фундаментальних понять сучасної економічної теорії та менеджменту. Однак ступінь їх впливу на результати діяльності значно підвищилася в результаті всебічного розгортання кризових явищ, що нині відбувається. Критична маса несприятливих подій призвела до багаторазового підвищення рівня фінансових ризиків. Дослідженню проблематики фінансових ризиків та їх управління присвячені праці таких вчених, як Б. Вишнівська, Л. Горбач, С. Осадець, Т. Рогова, Л. Руденко, В. Шахов, та інших. Однак єдиного загальноприйнятого підходу до визначення сутності фінансових ризиків, вибору методів управління ними та способів їх покриття не сформовано. З огляду на катастрофічний рівень валютно-фінансових ризиків, що сьогодні супроводжують діяльність промислових підприємств, ці дослідження потребують опрацювання та подальшого розвитку. Для того, щоб зберегти цілісність підприємств, забезпечити як мінімум докризовий рівень ефективності та прибутковості їх діяльності, необхідно розробити та впровадити на практиці конкретні методики та рекомендації щодо управління валютно-фінансовими ризиками, які допоможуть вітчизняним підприємствам скоротити негативні наслідки впливу кризових явищ.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження валютно-фінансових ризиків, що супроводжують діяльність підприємств, та формулювання перспектив управління ними.

Результати дослідження. У загальному портфелі ризиків підприємства значне місце займають фінансові ризики. Напруження соціально-політичної та економічної ситуації в країні та кон'юнктури валютно-фінансового ринку призводить до зростання впливу фінансових ризиків на результативність фінансової діяльності підприємства. Загальна класифікація видів фінансових ризиків охоплює такі основні їх види як валютний, кредитний та інвестиційний [1]. При більш розширеній класифікації в якості окремих їх видів виділяють валютний, інфляційний, інвестиційний, податковий, кредитний та процентний ризики [2].

Однак всі види фінансових ризиків, не залежно від діапазону їх класифікації, є взаємопов'язаними, взаємодіючими між собою і посилюючими один одного. Якщо дослідити механізм їх взаємодії, можна зробити висновок, що вплив фінансових ризикових чинників носить рефлексивний та резонансний характер. Спробуємо проаналізувати основні причини виникнення такої ситуації.

Україна є надзвичайно залежною від торгівлі із зовнішнім світом, тому її економіка занадто вразлива до зовнішніх змін – зміни світових цін на сировину та матеріали, товарної структури торгівлі, торгівельної політики країн-партнерів тощо. Ключовою є прив'язаність економіки України до імпорту енергоресурсів. Останні роки зовнішньоекономічна діяльність країни потрапила під потрійний негативний вплив: від партнерів по СНД, партнерів з країн ЄС та США. З боку країн Митного союзу такий вплив є наслідком циклічного економічного спаду в регіоні, падіння попиту на український експорт через політику імпортозаміщення; запровадження заходів протекціонізму та жорсткого економічного тиску, що пов'язано з відмовою України від інтеграції. З боку інших країн такий вплив частково можна пояснити загальнопригніченим економічним станом більшості країн, а також трансформацією товарної структура світової торгівлі – скоротилися фізичні обсяги торгівлі сировинними товарами, одночасно відбулося зростання обсягів торгівлі машинами, обладнанням, транспортними засобами та споживчими товарами тривалого користування. Визначальним чинником в цій ситуації стало те, що за відсутності чіткого геостратегічного вибору Україна опинилася в ролі об'єкта конкурентної боротьби трьох масштабних геополітичних сил, у кожній з яких своє бачення перспектив розвитку регіону, до якого територіально належить Україна. Ситуація загострилася відсутністю економічних ресурсів, які необхідні для переорієнтації зовнішньоекономічних зв'язків країни в напрямку певного шляху інтеграційного розвитку та проведення необхідної для цього структурної модернізації [3].

В підсумку в Україні сформувалась глибока системна криза, виникла залежність від зовнішнього фінансування, основним видом якого є за позичення. Розгортання кризових явищ розповсюдилося на валютний ринок. Протягом всього минулого року національна валюта знецінювалася швидкими темпами. Станом на початок лютого офіційний курс націо-

нальної валюти досяг свого безпрецедентного рівня – близько 18 гривень за долар. На «чорному» ринку вартість долара коливалась близько 21-22 гривень [4]. Після цього Національний банк України прийняв рішення починаючи з 05.02.2015р. відмовитися від використання індикативного курсу, забезпечивши єдиний ринковий курс гривні на міжбанківському валютному ринку. Це було запроваджено, з одного боку, на вимогу Міжнародного валютного фонду про ринкове курсоутворення, з іншого – з метою вирівнювання різниці курсів. В такий спосіб можна усунути стимули для розвитку «чорного» ринку, однак на початковому етапі офіційний курс, найімовірніше, знизиться до ринкового курсу на рівні близько 21-22 гривень за долар [5].

Подальшим кроком стало ухвалення НБУ рішення про підвищення з 06.02.2015р. облікової ставки з 14,0% до 19,5% річних і відповідне коректування ставок по активних і пасивних операціях Національного банку [4]. Дисконтна ставка НБУ – це монетарний інструмент, за допомогою якого Національний банк установлює для комерційних банків орієнтир за вартістю притягнутих і розміщених грошових ресурсів. Дисконтна ставка є базовим індикатором для оцінки вартості коштів. На рисунку 1 можна побачити динаміку курсу національної валюти за період 2011-2015 років.

Узагальнюючи, в якості основних безпосередніх причин валютно-фінансової кризи можна назвати загальну політичну і зовнішньоекономічну невизначеність та економічну стагнацію в країні, зростання зовнішнього боргу та дефіцит платіжного балансу, кризу банківської системи, відтік іноземного капіталу та відсутність інвестицій, відсутність реальної фінансової допомоги тощо. Знецінення валюти обумовлює високий рівень інфляції в країні, подорожчання імпортованих товарів, а також товарів, у вартості яких значну роль відіграє імпортована сировина. За прогнозами, у 2015 році зростання цін буде зафіксовано на всі товари. Імпортовані товари подорожчають ще як мінімум вдвічі [5].

Зменшення обсягів зовнішньої торгівлі могло б бути частково компенсоване заміщенням імпортованої продукції аналогічною вітчизняною та активізацією внутрішньої торгівлі. Однак зниження інвестиційної активності вітчизняних суб'єктів господарювання та низький рівень внутрішнього споживчого попиту, не дозволяють компенсувати втрати, викликані звуженням зовнішнього ринку [3].

З наведених даних видно, що сьогодні надзвичайно важливим чинником забезпечення стійкості і конкурентоспроможності підприємств реального сектору економіки на ринку стає вміння прогнозувати валютні ризики та управляти ними.

Управління валютними ризиками передбачає проведення їх детального аналізу, оцінку можливих наслідків та вибір відповідних методів управління. Оцінка ризиків передбачає визначення тривалості періоду їх дії, суми коштів, що знаходяться під ризиком, та обсягу збитків за відповідни-

ми зобов'язаннями, що можуть виникнути в майбутньому. За характером і місцем виникнення валютні ризики поділяють на ризики щодо країни та валютно-курсові ризики, що включають до свого складу операційні (транзакційні), трансляційні (бухгалтерські) і валютно-економічні ризики [2].



Рис. 1. Динаміка зміни курсу української гривні щодо долара США за період 2011-2015 рр.

Джерело: складено авторами на основі [6]

Управління валютними ризиками передбачає вибір однієї з декількох альтернативних стратегій. Більшість підприємств віддають перевагу проведенню селективного управління, коли враховуються тільки «неприйнятні» ризики, вірогідність та ймовірність збитків від настання яких є високими. Після того як прийнято рішення про необхідність захисту, підприємство постає перед необхідністю вибору відповідного методу управління валютним ризиком. Такі методи підрозділяють на дві групи. Перша – внутрішні методи, що являють собою заходи превентивного характеру щодо запобігання виникненню валютного ризику. Друга – зовнішні методи, що впливають головним чином не на процес виникнення ризику, а на його наслідки шляхом їх усунення. Всі зазначені групи методів можуть мати як короткостроковий, так і довгостроковий характер.

Розповсюдженими у світовій практиці підходом до управління валютними ризиками є використання фінансових інструментів, яке називають хеджуванням (hedging). Хеджування полягає в тому, щоб здійснити валютно-обмінні операції до того моменту, коли відбудеться небажана зміна курсів, або ж компенсувати збитки від такої зміни за рахунок зустрічних операцій з валютою, курс якої змінюється в протилежному напрямку. На практиці використовується велика кількість різних методів хеджування,

основними серед яких є використання операцій з валютними деривативами, у тому числі: валютні операції «форвард»; операції «своп»; опціонні угоди; валютні ф'ючерсні контракти; форфейтинг – дисконтування вимог в іноземній валюті та самострахування. Зазначені методи переплітаються між собою, їх можна комбінувати. Статистика світового валютно-фінансового ринку демонструє динамічне зростання популярності таких методів та обсягів торгівлі деривативами – за останні двадцять років оборот такої торгівлі збільшився майже в 10 разів [7].

В Україні торгівлю деривативами розпочато в 1995 році. Потім на довгий час через «незрілість» валютного ринку по більшості з них торгівля була призупинена, або носила дуже обмежений характер. Торгівля деривативами й досі перебуває на початковому етапі свого розвитку, її обсяги незначні, а спектр цих інструментів – вкрай обмежений. В 2013 році обсяг торгів деривативами склав 0,98 % загального обсягу торгів на фондовому ринку. Більше 99 % обсягу торгів на біржовому ринку припадає на дві з українських фондових бірж – «Перспектива» та «Українська біржа» [8].

На даний час одним із перспективних інструментів хеджування валютних ризиків можуть стати ф'ючерсні та опціонні контракти на курси гривні щодо євро та долара США. 21.01.2015 р. фондова біржа «Перспектива» запустила торги валютними ф'ючерсами та опціонами на курси гривня – євро, гривня – долар США, а трохи згодом, 28.01.2015 р., «Українська біржа» розпочала торги ф'ючерсними контрактами на курс гривня – долар США і на ціну однієї тройської унції афінованого золота [4].

Вітчизняні підприємства які вже зазнали істотних збитків через валютно-фінансову кризу і девальвацію гривні, повинні якомога швидше створити та застосовувати в своїй діяльності ефективну систему хеджування ризиків, а НБУ та комерційні банки – сприяти розвитку цього процесу.

Використання термінових фінансових інструментів підприємствами реального сектору економіки дійсно надасть їм можливість отримати певну незалежність від змін валютних курсів, але лише за умови можливості отримання достатньо точного прогнозу напрямку руху курсів. Нові інструменти дозволяють страхувати не лише ризики експортерів та імпортерів, а також можуть бути використані інвесторами. Однак, вітчизняні підприємства побоюються використання деривативів у зв'язку з недовірою, незвичністю форми нових маловідомих фінансових інструментів. На думку фахівців, основні перешкоди для розвитку строкового ринку пов'язані з відсутністю послідовної законодавчої бази, що відповідає реальній економічній ситуації в країні і загальноприйнятим на світовій економічній арені нормам і поняттям, відсутністю регулятивного механізму, діючого на ринку деривативів [8].

Висновки. Отже, управління фінансовими ризиками на підприємствах України в умовах нестабільної політико-економічної ситуації країни є дуже важливим аспектом їх фінансово-господарської діяльності. Хеджування – один з методів, який дозволяє зменшити валютний ризик експортерів,

імпортерів та інвесторів. Для забезпечення умов повномасштабного використання з цією метою термінових фінансових інструментів необхідно вдосконалити нормативно-законодавчу базу, створити відповідне методичне забезпечення. Це підвищить ступінь довіри керівників підприємств реального сектору до таких інструментів. Однак зменшення ризику зовнішньоторговельних та інвестиційних угод не означає збільшення вартості чи зростання рентабельності підприємства. Тому приймати рішення про хеджування валютно-фінансових ризиків потрібно в рамках загальної стратегії управління ризиками, виходячи зі ступеня участі підприємства в зовнішньоекономічній діяльності.

Література

1. Вишнівська Б.В. Методи мінімізації фінансових ризиків [Текст] / Б.В. Вишнівська // Економіст. – 2007. – № 6. – С. 58-59.
2. Страхування: теорія та практика [Текст]: Навч.-метод. посібник / Н.М. Внукова, В.І. Успенко, Л.В. Временко та ін.; [за заг. ред. Н.М. Внукової]. – Харків: Бурун Книга, 2004. – 376 с.
3. Кравченко М.О. Сучасні передумови антикризового системного менеджменту [Електронний ресурс] / М.О. Кравченко // Ефективна економіка: Електронне наук. фах. видання. – 2014. – №11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3535>.
4. UBR: Украинский бизнес-ресурс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua>.
5. Інфляція в Україні залишиться дуже високою [Електронний ресурс] // Сегодня.ua: Новостной ресурс. – Режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/economics/enews/inflyaciya-v-ukraine-ostanetsya-ochen-vysokoy-eksperty-584659.html>
6. Ukraine Economic Forecasts: 2014-2050 Outlook // Trading economics [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.tradingeconomics.com/ukraine/forecast>.
7. Statistical Annex. Derivatives markets // Bank for International Settlements [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.bis.org/statistics/index.htm>.
8. Украинский рынок ценных бумаг и деривативов [Електронний ресурс] // ЧАО «Мастер Брок»: Официальный сайт. – Режим доступу: <https://masterbrok.com.ua/education/articles/ukrainskij-rynok-cennyx-bumag-i-derivativov/>.

Кірсєва А.Є.
студент ФММ;
Ведута Л.Л.
ст. викладач

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ЗАГАЛЬНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті досліджується комплексна система управління підприємствами сфери ІТ. Визначено та досліджено наступні системи управління для підприємств сфери ІТ: логістична система, система управління персоналом, система охорони праці, фінансова система, система управління проектами. Представлена модель системи управління підприємством як в цілому, так і в розрізі її підсистем.

Ключові слова: управління підприємством, управління персоналом, логістична система, фінансова система, система управління проектами.

This paper examines the complex system of business management in IT. Defined and investigated the following management system for enterprises in the IT: logistics system, personnel management system, safety system, financial system, project management system, quality management system. The model of enterprise management system are provided as a whole and its subsystems.

Keywords: business management, personnel management, logistics system, financial system, project management system.

Вступ. У конкурентних ринкових умовах перед підприємствами ІТ сфери постають нові завдання – чітке своєчасне виконання клієнтських замовлень, управління собівартістю продукції, зниження витрат.

Сучасний стан вітчизняної економіки, складність і висока динамічність зовнішнього середовища, зростаючий вплив з боку конкурентів вимагають від усіх промислових підприємств безперервного розвитку, реалізації свого потенціалу на основі застосування сучасних теорій і методів управління, що відповідають сформованим економічним умовам.

Ситуація, пов'язана з кризою фінансово-економічної системи, що складається на світовому ринку, все більше виявляє недоліки існуючої системи державного регулювання економікою і доводить необхідність коригування його форм і методів щодо економічного та промислового розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему визначення та апробації комплексної системи управління підприємством досліджували велика кількість як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Серед них варто виділити: С. Аптекара, І.Б ланка, В. Белоліпецький, Н. Власова, В. Ковальов,

А. Ковальова, А. Крутик, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Д.Моляков, Л. Омелянович, А. Поддєрьогін, О. Стоянова, Н. Ушакова, Л. Фролова та інші. Однак у наукових працях сучасних авторів відсутні єдині підходи до трактування сутності основ комплексної системи управління підприємством.

Постановка завдання. Метою статті є характеристика загальних основ комплексної системи управління підприємством.

Результати дослідження. Незважаючи на велику кількість видів організаційних структур, а також методів їх побудови, існують проблеми створення таких структур, які не тільки мають відповідати цілям і завданням організації, а й здатні гнучко перебудовуватися під впливом певних факторів, а іноді й успішно протистояти їм.

Для вирішення цієї складної задачі необхідно піти шляхом фундаментального переосмислення і радикального перепроєктування існуючих методів роботи промислового підприємства. Для цього необхідно поглянути на роботу підприємства як на сукупність пронизують його бізнес-процесів. Розглянемо концепції різних систем управління [4]:

JUST IN TIME (JIT). Можливість забезпечення постачання матеріальних ресурсів точно в заданий термін; можливість передбачити попит на готову продукцію хоча б на термін поставки + термін виробництва.

MRP. Задоволення потреби в матеріалах, компонентах і комплектуючих для планування виробництва і доставки споживачеві; підтримання низьких рівнів запасів матеріальних ресурсів, готової продукції; планування виробничих операцій, розкладів доставки, закупівельних операцій; забезпечення потоку планових кількостей матеріальних ресурсів і запасів продукції за час, що використовується для планування.

LEAN PRODUCTION. Логістична концепція «Learn Production», по суті, є розвитком підходу «just in time». І включає: високі стандарти якості продукції; низькі виробничі витрати; швидке реагування на споживчий попит; короткий час переналадження обладнання.

ERP. ERP пов'язує виконання основних операцій і планування виробництва, планові потреби автоматично передаються до процесу закупівлі і назад. Вартість продукції і фінансовий облік автоматично змінюються, а критична інформація про операції, прибутковості продукції, результати діяльності підрозділів і так далі стає доступною в реальному часі.

CSRP. CSRP використовує інтегровану функціональність ERP і перенаправляє виробниче планування від виробництва до покупця. CSRP надає дієві методи та програми для створення продуктів з підвищеною цінністю для покупця. Відбувається синхронізація покупця з внутрішнім плануванням і виробництвом.

Виснавлені системи управління використовуються в основному за кордоном. Застосування таких систем в Україні не дає позитивного результату. Розглянуті системи не охоплюють всі системи управління підприємством, тим самим виникає необхідність застосування декількох систем.

Організація ефективної системи управління актуальна для українських підприємств ІТ сфери, і, тож необхідно забезпечити процесну взаємодію різних структурних підрозділів, оптимальним чином розподіливши відповідальність у бізнес-процесі. На рис. 1 представлена комплексна модель системи управління. Запропонована модель включає в себе системи управління, необхідні для життєвого циклу підприємства.



Рис. 1. Модель системи управління підприємством галузі ІТ
Джерело: складено авторами на основі [2]

Система менеджменту якості – це система, що забезпечує ефективну роботу підприємства. Методологія створення системи менеджменту якості керується системним і процесним підходами.

Вона включає формулювання місії, політики і стратегії, формування організаційної структури, реінжиніринг бізнес-процесів, розробку документації, системи коригувальних та запобіжних дій, проведення аудитів, безперервне поліпшення всіх робочих процесів [5, с. 214]. Система менеджменту якості – це реальний інструмент безперервного вдосконалення діяльності підприємства і джерело економічних вигод за рахунок аналізу, контролю, документуваності і періодичного перегляду ключових управлінських та виробничих процесів відповідно до вимог міжнародного стандарту.

Фінансова система підприємства – це ієрархічна система центрів фінансової відповідальності підприємства, яка визначає їх вкладеність та економічну супідрядність і призначена для комплексного управління економічними результатами діяльності підприємства. Метою підприємницької діяльності є отримання прибутку, забезпечення платоспроможності та фінансової стійкості підприємства. Тому фінансова система повинна забезпечувати: розрахунки фінансових показників, що характеризують фактич-

ні фінансові результати і фінансовий стан підприємства; вибір правильної методики та достовірні розрахунки, що дозволяють приймати рішення, вибрати правильну стратегію і тактику формування та використання фінансових ресурсів на майбутнє, спланувати доходи і витрати.

Система управління персоналом, заснована на методології управління персоналом, припускає розгляд сутності персоналу організації як об'єкта управління, процесу формування поведінки індивідів, відповідного цілям і завданням організації, методів і принципів управління персоналом [2, с. 176].

Узагальнення досвіду вітчизняних і зарубіжних організацій дозволяє сформулювати головну мету системи управління персоналом – забезпечення кадрами, організацію їх ефективного використання, професійного і соціального розвитку.

Розглянемо запропоновану систему управління персоналом (рис. 2).

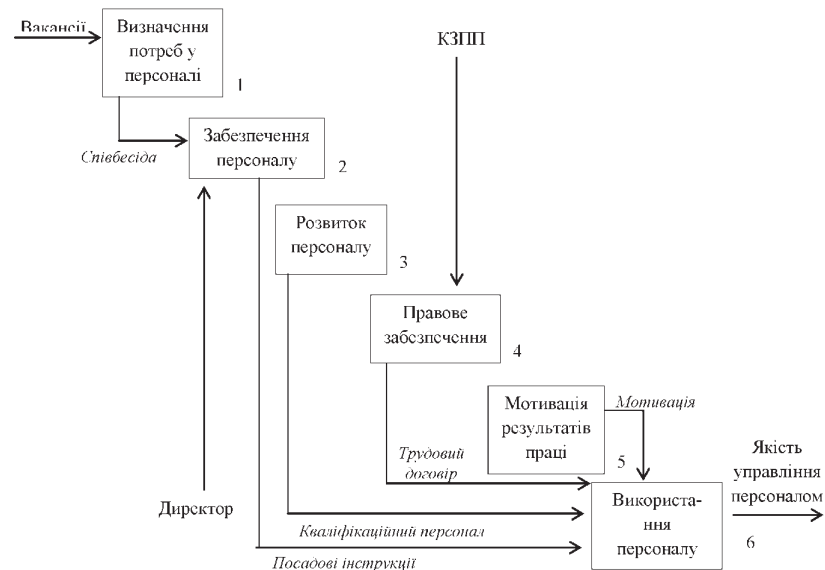


Рис. 2. Декомпозиція системи управління персоналом

Джерело: складено авторами на основі [2]

Для блоку «Визначення потреб у персоналі» [A1] виконується планування якісної потреби в персоналі, вибір методів розрахунку кількісної потреби в персоналі, планування кількісної потреби в персоналі.

Для блоку «Забезпечення персоналом» [A2] входом буде співбесіда. Зміст: отримання і аналіз маркетингової (в області персоналу) інформації, розроб-

ка та використання інструментарію забезпечення потреби в персоналі, відбір, його ділова оцінка. Вихід – посадові інструкції. Механізмом є директор.

У блоці «Розвиток персоналу» [A3] передбачається планування та реалізація кар'єри і службових переміщень, організація та проведення навчання. Виходом є кваліфікований персонал.

У блоці «Правове забезпечення» [A4] процесу управління персоналом управлінням є КЗПП. Зміст блоку: правове регулювання трудових взаємин, облік і статистика персоналу, інформування колективу і зовнішніх організацій з кадрових питань, розробка кадрової політики. Виходом буде трудовий договір.

Блок «Мотивація результатів праці» [A5] містить управління змістом і процесом мотивації трудової поведінки, управління конфліктами, використання монетарних спонукальних систем: оплати праці, участі персоналу в прибутках і в капіталі підприємства. Виходом є мотивація.

Для блоку «Використання персоналу» [A6] входом будуть: посадові інструкції, кваліфікований персонал, трудовий договір, мотивація. Зміст блоку: визначення змісту та результатів праці на робочих місцях, виробнича соціалізація, введення персоналу, забезпечення безпеки праці, вивільнення персоналу. Виходом є якість управління персоналом.

Методологія формування логістичних систем містить раціоналізацію процесів управління підприємством шляхом виявлення та усунення внутрішньосистемних і міжсистемних конфліктів, перетворених у взаємовигідні компроміси корпоративного співробітництва, використовувани для підвищення конкурентоспроможності організації [4].

Логістична оптимізація матеріального дозволяє знизити сукупні витрати на рух товару, результат досягається за рахунок здійснення різних заходів.

Система управління проектами – область діяльності, в ході якої визначаються і досягаються чіткі цілі при балансуванні обсягу робіт, ресурсів, часу, якості та ризиків в рамках деяких проектів, спрямованих на досягнення певного результату при зазначених обмеженнях. Ключовим фактором успіху проектного управління є наявність чіткого задалегідь визначеного плану, мінімізації ризиків і відхилень від нього [1].

Система охорони праці – система збереження життя і здоров'я працівників у процесі трудової діяльності, яка включає правові, організаційно-технічні, санітарно-гігієнічні, лікувально-профілактичні, реабілітаційні та інші заходи [3]. Для розробки системи управління охороною праці потрібно аналіз та оцінка стану охорони праці на підприємстві. Новий підхід до формування системи заснований на принципах доступності, гласності та відкритості.

Висновки. Методологія побудови нової системи управління підприємством сфери ІТ передбачає системне проектування кожного підрозділу, виявлення потоків матеріальних та інформаційних, оптимізацію керівних матеріальних та інформаційних ресурсів, планування, виробничі техніко-економічні розрахунки, стандартизація підприємства.

Використання описаних методологій і концепцій здійснюється як комплекс математичних задач, в результаті рішення яких створюється інтегрована матеріалопровідна система, що забезпечує економічний вигравш.

Література

1. Методологія управління проектами [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.pmexpert.ru/services/consulting/proj_метод/
2. Померанцева Е. Моделі управління персоналом. Дослідження, розробка, впровадження. – М.: Вершина, 2006. – 256 с.
3. Розробка та впровадження системи управління охороною праці та безпекою [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ecoproms.ru/training/security/ohsas18001.html>.
4. Сергеев В.І. Опис загальноновизнаних логістичних систем і концепцій управління [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://bigc.ru/publications/other/logistics/discr_objepr_log_syst.php.
5. Управління якістю: підручник для студентів вузів, що навчаються спеціальностями економіки і управління / Под ред. С.Д. Ильенковой. – 3-е изд, перераб. і доп. – М.: Юніті-ДАНА, 2009. – 352 с.

УДК 338.1(477)

Ковальчук К.Е.
студент ФММ;
Шульгіна Л.М.
д.е.н., професор

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто сутність понять «конкурентні переваги», «конкурентоспроможність підприємства», визначено важелі регулювання конкурентоспроможністю, наведені методологічні завдання вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентні переваги, конкуренція, конкурентоспроможність.

In this article the essence of the concepts of «competitive advantage» and «competitiveness» are considered, the leverage of competitive regulation are defined, the methodological problem to the improvement of competitiveness are cited.

Keywords: competitive advantage, competition, competitiveness.

Вступ. Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції в умовах подальшого розвитку економіки пов'язана, насамперед, з розробкою системи управління конкурентоспроможністю. Завоюван-

ня і утримання конкурентних переваг – це ключові фактори успіху підприємства в конкурентній боротьбі. Особливої гостроти ця проблема набуває в умовах посилення інтенсивності конкуренції на окремих ринках, де виробникам продукції потрібно постійно відслідковувати зміну попиту, вартості сировинних ресурсів, а питання рентабельності активів прямо залежить від ступеня використання новітніх підходів у сфері стратегічного маркетингу.

Формування конкурентних відносин сприяє створенню розвинутого, цивілізованого ринку, що включає сферу виробництва та товарообміну. Завдяки активному інтересу до проблем підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, що виник внаслідок розвитку ринкових відносин, з'явилася велика кількість розробок, спрямованих на вирішення цієї проблеми. Для сформованих концептуальних підходів до управління конкурентними перевагами характерна безліч відмінностей, що стосуються не тільки понятійного апарату, а й постановки цілей, теоретико-методологічної і практичної бази процесу дослідження та аналізу ринку. Незважаючи на значні досягнення у теорії та практиці управління конкурентоспроможністю підприємства, залишається ще ряд проблем, які є предметом дискусій учених-економістів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Так, у більшості наукових праць вітчизняних і закордонних учених використовується універсальний підхід до розгляду ролі конкурентних переваг підприємства в процесах збільшення присутності на ринку, з урахуванням посилення інтенсивності галузевої конкуренції. При цьому недостатньо систематизовані поняття та методологія для вивчення рівня конкурентоспроможності підприємства як найважливішого інструмента посилення позицій підприємства в конкурентній боротьбі, недостатньо досліджені питання розробки та практичного використання кількісного підходу для оцінки результатів управління конкурентними перевагами [1; 10–11].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження управління конкурентними перевагами суб'єктів господарювання в Україні.

Результати дослідження. Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на вирішення таких завдань:

1) нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них;

2) використання позитивних зовнішніх чинників впливу для впливу та реалізації конкурентних переваг підприємства;

3) забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізацію з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку.

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі [2; 380].

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є певне коло осіб, що реалізують його (управління) мету:

1. Власник підприємства, який за будь-яких умов має брати безпосередню участь у формуванні стратегічних цілей та завдань підприємства, пов'язаних з економічними інтересами та фінансовими можливостями власника.

2. Вищий управлінський персонал підприємства (директор, заступники директора та керівники тих підрозділів підприємства, що формують ланцюг цінностей підприємства).

3. Лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, які є відповідальними за ефективну реалізацію планів дій із забезпечення належного рівня конкурентоспроможності.

4. Менеджери-економісти консалтингових компаній, що залучаються на підприємство на платній основі для розробки та реалізації підвищення рівня конкурентоспроможності.

5. Державні та відомчі структури та органи, повноваження яких визначаються відповідними нормативними документами.

Структуру системи управління конкурентоспроможністю формують 8 програмно-цільових комплексних груп факторів, які відображують необхідні дії, конкретні організаційні, економічні, техніко-технологічні заходи у їх взаємозв'язку та взаємозалежності, реалізація яких буде сприяти результативному здійсненню управлінських рішень у певній сфері діяльності. Всі групи системи об'єднані базовим принципом – кожен з них забезпечує розв'язання проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства, посилення його позицій на світовому та внутрішньому ринках, забезпечення стійкого розвитку за рахунок створення та підтримки конкурентних переваг. Кожна з груп, у свою чергу, також може розглядатися як система, що включає різноманітні системно утворюючі компоненти.

Група 1. Вибір конкурентної стратегії підприємства, в межах якого здійснюється вибір: стратегії надбання підприємством конкурентних переваг (контроль за витратами, диференціація, фокусування); стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства (передбачає товарно-ринкової, ресурсно-ринкової, технологічної, соціальної, фінансово-інвестиційної, інтеграційної, управлінської стратегій); стратегії конкурентної поведінки підприємства (наступальна, оборонна, коопераційна).

Група 2. Досягнення синергетичного ефекту в системі управління конкурентоспроможністю, який виникає в результаті: кардинальної перебудови організаційно-господарської структури управління; створення продуктивних центрів прибутку і відповідальності за госпрозрахункові результати діяльності; упровадження підприємницького типу внутрішньо фірмового менеджменту; забезпечення комплексного підходу до реорганізації системи та структури внутрішньофірмового управління; удосконалення організаційних форм і методів маркетингових досліджень; оптимального вирішення завдань реформування відносин власності.

Група 3. Реформування системи управління персоналом і трудовою мотивацією на основі: підвищення об'єктивності оцінки результатів праці; створення умов для творчої праці, розробки ефективної системи визнання трудових заслуг, упровадження нетрадиційних методів стимулювання і оплати праці; удосконалення механізму мотивації і відповідальності за забезпечення конкурентоспроможності; реорганізації системи навчання і перепідготовки кадрів з урахуванням вимог стратегічного менеджменту; забезпечення участі працівників у прийнятті управлінських рішень.

Група 4. Комплексний підхід до підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, який передбачає: технічне переозброєння і модернізацію виробництва, впровадження прогресивних технологічних процесів; розробку ефективної стратегії зовнішньоекономічної діяльності, експортну орієнтацію товарної політики; розвиток співробітництва на взаємовигідних умовах із західними провідними фірмами щодо виготовлення наукомісткої високоякісної продукції; забезпечення тривалості життєвого циклу раніше освоєних видів техніки й устаткування; створення й освоєння принципово нової наукомісткої конкурентоспроможної техніки й устаткування; атестацію всього виробництва на відповідність вимогам європейських та міжнародних стандартів якості; розробку та впровадження комплексної системи управління якістю; активізацію інвестиційної та інноваційної діяльності.

Група 5. Системний підхід до диверсифікації та планування виробництва, який передбачає: проведення політики диверсифікації виробництва з урахуванням динаміки змін кон'юнктури ринку; розробку і забезпечення взаємозв'язку перспективних, річних і оперативних планів виробництва, продажу і прибутку; розробку стратегічних програм відновлення номенклатури техніки і обладнання за центрами прибутку; використання перспективного бізнес-планування як інструменту формування довгострокових конкурентних переваг; розробку і впровадження госпрозрахунку в систему управління витратами на стадії планування і контролю діяльності; формування перспективних і річних бюджетів витрат на заплановані обсяги виробництва, що забезпечують прибутковість діяльності підприємства; удосконалення методів планування й аналізу собівартості продукції; розробку організаційно-економічних і технічних заходів виконання перспективних, поточних і оперативних планів.

Група 6. Реорганізація системи внутрішньо фірмового обліку й аналізу на основі: адаптації прогресивних методологічних принципів і методичних положень зарубіжної системи обліку до вітчизняної практики управління виробничими витратами; удосконалення схеми облікових робіт відповідно до вимог комплексного підходу до інтеграції бухгалтерського (фінансового), управлінського і податкового обліку; освоєння і впровадження управлінського обліку в систему стратегічного управління, контролю за веденням обліку витрат; підвищення оперативності підготовки й достовірності облікової інформації на базі створення автоматизованих засобів; формування перспективних і річних бюджетів витрат коштів на заплано-

вані обсяги виробництва, що забезпечують прибутковість діяльності підприємства і його структурних підрозділів; здійснення комплексу заходів для реструктуризації бухгалтерського апарату підприємства, посилення координації і підвищення ефективності роботи структурних підрозділів бухгалтерської служби з урахуванням вимог ринкових відносин.

Група 7. Удосконалення внутрішньофірмового фінансового менеджменту, системоутворюючими компонентами якого є: інформаційне забезпечення керівництва підприємства консолідованою звітністю для внутрішнього контролю і прийняття обґрунтованих управлінських рішень; управління оборотними (поточними) активами підприємства, формування портфеля інвестицій; удосконалення методичних підходів до оцінки й аналізу фінансового стану підприємства; удосконалення системи фінансового планування і контролю руху коштів, управління потоком фінансових ресурсів; розробка і реалізація фінансової політики підприємства в контексті підвищення якості й конкурентоспроможності.

Група 8. Інформаційне забезпечення системи внутрішньо фірмового управління, для формування якого необхідні: розробка наскрізної інтегрованої системи управління для вирішення завдань менеджменту, проектування і виробництва; створення автоматизованих робочих місць в інженерно-економічних службах підприємства і виробничих підрозділах; упровадження передових інформаційних технологій і засобів зв'язку; розробка комп'ютерної системи управління якістю продукції; створення інформаційної системи «Швидкий маркетинг»; розробка автоматизованої системи «Управління вартістю»; розробка єдиної інформаційної моделі бухгалтерського, управлінського і податкового обліку; створення єдиної інтегрованої системи планування, нормування й обліку витрат; технічне забезпечення інформаційної системи внутрішньо фірмового управління.

Як бачимо, принципові групи факторів організаційно-економічного механізму системи управління конкурентоспроможністю підприємства утворюють сукупність підсистем, що відображають агреговані комплекси дій з підвищення конкурентних можливостей підприємства. Через складність та багатоаспектність проблеми конкурентоспроможності вони не віддзеркалюють з високим ступенем деталізації всієї гами організаційно-економічних і технічних методів, способів, прийомів розв'язку задачі підвищення конкурентоспроможності підприємства. Але така структуризація дає змогу здійснювати системний та цілеспрямований пошук шляхів поєднання. Всіх основних компонентів організаційно-економічного забезпечення внутрішньофірмового управління з метою концентрації зусиль і управлінських впливів на чинники, що визначають внутрішній потенціал підприємства, який дає змогу забезпечити підвищення його конкурентних можливостей.

Висновки. Проблема конкурентних переваг має в сучасному світі універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить рівень економічного та соціального життя в будь-якій країні.

Конкурентоспроможність підприємства різнобічно характеризує його існування на ринку, дозволяє оцінити поточний і майбутній стан, відбирати різні варіанти управлінських рішень (альтернативи), які забезпечують перехід з одного стану в інший. В умовах спаду виробництва проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств стає особливо актуальною. Для вітчизняних підприємств доступ на світові товарні ринки можливий лише тоді, коли виробники пропонують споживачам якісну продукцію, оновлюють її та знижують ціни за рахунок упровадження інноваційних технологій та науково-технічних розробок, тобто за рахунок підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств і продукції. Цим самим вони створюють конкурентні переваги і попит на товари зростає.

Література

1. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навчальний посібник / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2009. – 520 с.
3. Клименко С.М., Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
4. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / М. Е. Портер ; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Спільський]. – К. : Основа, 1997. – 390 с.
5. Ткачова Н.П. Формування конкурентних переваг промислового підприємства / Н.П. Ткачова – Управління розвитком : зб. наук. праць – Харків : ХНЕУ. – 2011. – №4(101). – С.233-235.

УДК 334.012.64

Котова Н.В.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ФОРМА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

У статті розглянуто ключові аспекти франчайзингу та переваги його використання для розвитку діяльності суб'єктів малого бізнесу.

Ключові слова: франчайзинг, малий бізнес, переваги, розвиток.

The article reviews key aspects of franchising and benefits of its use for the development of small businesses.

Keywords: franchise, small business, benefits, development.

Вступ. Кризовий стан економіки України знижує рівень інвестиційної привабливості країни. Такі складні умови сьогодення спричиняють закрит-

тя значної кількості як вітчизняних, так і іноземних підприємств через зниження їхньої платоспроможності та рентабельності. І якщо, великі підприємства ще лишаються на плаву, тримаючи у своїх руках певну частку ринку, то представники малого бізнесу не витримують конкуренції та виходять з ринку. Враховуючи такий стан речей, підприємства малого бізнесу зможуть розвиватися лише завдяки пошуку та імплементації дієвих та перевірених закордонною практикою форм ведення бізнесу. Однією із можливостей для суб'єктів малого підприємництва є використання такого виду господарської інтеграції між великими та малими компаніями як франчайзинг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання франчайзингу розглядають багато вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: Хімченко А., Легенда Е., Мирончук Т.В., Цимбал Л.Л., Цірат Г.В., Андрощук Г.О., Суховатий О.В., Городова О.А., Ширококова Н.М., Кошелеві Є.Г., Ляшенко В.І. та інші. Але не усі аспекти цієї форми ведення бізнесу ще повністю розкриті, що і відкриває можливість проводити подальші дослідження цього поняття та його імплементації.

Постановка завдання. Останнім часом все більшого поширення в Україні набуває співробітництво суб'єктів господарювання у формі франчайзингу, який вважають одним з найефективніших способів розвитку бізнесу для компаній, що мають бажання розвиватися. Питанню, чому франчайзинг є вигідним саме представникам малого бізнесу і буде присвячене це дослідження.

Результати дослідження. На сучасному етапі економічного розвитку України франчайзинг виступає такою формою ведення та організації бізнесу, яка разом з іншими ринковими структурами могла б стимулювати антикризові процеси і сприяти підвищенню ефективності та прибутковості діяльності багатьох українських промислових підприємств.

В умовах зростаючої ринкової конкуренції та глобалізації економіки франчайзинг дає можливість підвищити ефективність малого підприємництва та допомогти малому бізнесу, об'єднаному під франчайзингові мережі, на рівних змагатися зі світовими корпораціями. Невелика кількість великих сильних гравців на ринку мають шанс вистояти в майбутній конкурентній боротьбі з іноземними компаніями.

Майбутнє малого бізнесу безпосередньо визначається можливостями формування тісних коопераційних зв'язків малих і великих підприємств [1]. Однією з причин успішного розвитку малого підприємництва в країнах з розвинутою економікою є використання різних видів господарської інтеграції, наприклад, таких як: лізинг, субконтракт та франчайзинг. Великі корпорації використовують ринкову і структурну гнучкість малих підприємств, а також мають можливість перекладати на них ризик від тих чи інших операцій.

Франчайзинг є системою взаємовигідних партнерських відносин, яка поєднує елементи оренди, купівлі-продажу, підряду, представництва, проте в цілому є самостійною формою договірних відносин суб'єктів господарської діяльності, один з яких (франчайзер) надає іншому (франчайзі) пра-

во на використання певних нематеріальних активів (торговельної марки, фірмового найменування, технологічного процесу, іміджу тощо) за плату (роялті). Найчастіше франчайзинг називають формою передачі великою, успішно функціонуючою фірмою прав на використання своєї торговельної марки, технології ведення бізнесу іншій фірмі, як правило, малому підприємству, або індивідуальному підприємцю.

Згідно статистичних даних Міжнародної асоціації франчайзингу [2], середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для звичайних незалежних підприємств складає біля 300%. Для компаній, які працюють в межах франшизи – 600%. Із всіх створюваних у світі незалежних компаній протягом трьох років в середньому біля 90% закінчують своє існування, в той час як для франчайзингових компаній частка банкрутів в перші три роки складає менше 10%. В цілому, за останні п'ять років у світі менше 8% франчайзингових підприємств показали себе нежиттєздатними.

Отже, система франчайзингу на сьогоднішній день показала себе як одна з найбільш оптимальних форм управління. Існують різні точки зору стосовно успіху франчайзингових мереж. Проте основні з них зводяться до високої якості обслуговування та дотримання стандартів якості незалежно від країни розташування.

Тому використання франчайзингової моделі ведення бізнесу надає можливість для суб'єктів малого підприємництва розвиватися та диверсифікувати свої ризики в процесі свого функціонування на ринку в кризові часи, які відбуваються в Україні.

Як і будь-який інший спосіб ведення бізнесу франчайзинг має свої переваги і недоліки. Існує ряд стандартних переваг франчайзингу, в порівнянні з відкриттям справи самостійно, «з нуля»:

- по-перше, це первісна оцінка місця розташування, передбачуваної ефективності бізнесу, тобто те, що найчастіше і є причиною краху більшості нових ідей. Для оцінки ефективності того чи іншого бізнесу потрібні дані, якими «новачок» ще не має і буде свої прогнози на припущеннях;
- по-друге, франчайзер має можливість реально оцінити життєздатність того чи іншого проекту, ґрунтуючись на даних аналогічних вже реалізованих проектів, тобто похибка розрахунків знижується в рази. Величезною перевагою для «новачка» буде готова ніша і можливість працювати під відомим ім'ям. Адже франшиза – це доступ до розроблених і випробуваних методів ведення бізнесу і можливість бути частиною рекламної та маркетингової стратегії високого рівня.
- по-третє, франчайзі набуває не тільки первісну допомогу при відкритті бізнесу, майже завжди франчайзери ведуть систематичну підтримку зі свого боку, надають відпрацьовані системи адаптації до нововведень і поліпшень;
- по-четверте, франчайзі, діючи під відомою торговою маркою, легше отримують доступ до пільгових позик, страхування, оренду, пріоритетним

місяцям в торгових центрах і т.п. Будь-які девелопери воліють працювати з великими впізнаними брендами, а фінансові організації готові надавати спеціальні умови великим мережам [3].

Тобто ключовими перевагами для франчайзі, якими зазвичай і виступають малі підприємства, являються: використання на законній основі відомого бренду; постійна різностороння підтримка; економія засобів і часу на рекламі, навчанні персоналу, технології ведення бізнесу, розробці та реєстрації власного торгового знаку, пошуку партнерів; часто відкритий доступ до кредитних ресурсів; певна захищеність від конкурентів; високий імідж; зменшення ризиків; швидкий та ефективний початок бізнесу.

Завдяки роботі на основі франшизи, компанія-франчайзі має змогу знизити фінансовий ризик порівняно з іншими підприємствами, тому що інвестиційні витрати нижче, а норма прибутку вище. Робота за перевіреною бізнес-концепцією надає можливість уникнути непотрібні спроби та помилки період у запуску та експлуатації нового бізнесу та розпочати свою діяльність вже маючи гарну репутацію. А також, не піклуватися про створення системи збуту та закупівель, оскільки франчайзі має просто перейти систему закупівель, зберігання та транспортування відповідно до умов франшизи із великим підприємством.

Однією з найважливіших характерних особливостей франчайзингу є зниження підприємницьких ризиків. Згідно з даними дослідження американської торгово-промислової палати, 97% франчайзингових підприємств долають п'ятирічний період і продовжують успішно працювати надалі, в той час як в середньому близько 60% нефранчайзингових підприємств припиняють свою діяльність в той же період [4].

На думку науковця Миронченко Т.В. використання франчайзингу для малого підприємництва дозволить вирішити такі їхні основні проблеми малого бізнесу, як складність доступу до кредитних ресурсів, недостатність рівня знань та досвіду підприємницької діяльності у конкурентному середовищі, важкість пошуку надійних ділових партнерів, завоювання власної ніші на ринку та отримання достовірної інформації про стан та кон'юнктуру ринку, в якому працює компанія [5].

Висновки. Підсумовуючи, вищезазначене франчайзинг створює сприятливі умови для розвитку малого бізнесу в Україні. Це є сучасною та прогресивною організаційною формою ведення бізнесу, яка вважається досить ефективною визнана однією з найоптимальніших видів господарської кооперації на світовому рівні. Саме завдяки застосуванню франчайзингу в період економічної нестабільності в країні, суб'єкти малого підприємництва можуть забезпечити собі нормальне функціонування та існування на ринку.

Робота на основі франчайзингової угоди є достатньо вигідною і великим підприємствам, оскільки кожна компанія прагне до розвитку та збільшення масштабів своєї діяльності. В умовах кризи залишаються лише найсильніші гравці, і частка ринку, яку охоплює підприємство відіграє значну

роль. Тож в подальших дослідження буде доцільно розглянути як саме франчайзинг може допомогти великим компаніям вижити в за кризового стану економіки та нестабільності економічного середовища в Україні.

Література

1. Хімченко А. Діалектика взаємозв'язку розвитку малого та великого бізнесу / А. Хімченко // Вісн. Терноп. акад. нар. госп-ва. – 2004. – № 1. – С. 51–58.
2. Офіційний веб-сайт торгово-промислової палати США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uschamber.com>.
3. Асоціація франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.franchising.org.ua
4. Government of Western Australia «Small business development corporation –Advantages and disadvantages of buying a franchise» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smallbusiness.wa.gov.au/>
5. Мирончук Т.В. Переваги та недоліки франчайзингу для учасників франчайзингових відносин / Т.В. Мирончук // Науковий вісник Львівського юридичного інституту. Серія економічна: Збірник. – Львів: Львівський юридичний інститут МВС України, 2005. – Вип.2. – С. 32-47.

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Луценко І.С.*

УДК 658.5.011

Коцко Т.А.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОПЕРАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ: ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті розглянуті проблеми формування та реалізації операційних пріоритетів підприємствами паливно-енергетичного комплексу в умовах посилення макроекономічної нестабільності та ескалації загроз економічній безпеці держави з урахуванням стратегічних завдань пов'язаних з його реформуванням

Ключові слова: операційні пріоритети, макроекономічна нестабільність, антикризова політика, економічна безпека, вертикальна інтеграція, енергопаливна компанія, кластер

The article considers the problem of forming and implementing operational priorities of the enterprises that belong to the energy sector in terms of strengthening macroeconomic instability and escalating threats to economic security of the state taking into account the strategic objectives of its reform

Keywords: operational priorities, macroeconomic instability, anti-crisis policy, economic security, vertical integration, fuel and power company, cluster.

Вступ. Ефективна трансформація паливно-енергетичного комплексу (ПЕК) України є важливою передумовою активізації структурних зрушень в промисловості та переходу до сталого економічного розвитку. Тривала пасивність ролі держави у процесах його реформування, на фоні посилення макроекономічної нестабільності та загострення протиріч в українсько-російських відносинах, обумовили ескалацію цілого комплексу загроз енергетичній безпеці країни, що в кінцевому результаті значно ускладнило умови функціонування паливно-енергетичних підприємств.

Висхідна динаміка цін на імпортовані енергоносії та глибокі коливання на валютному ринку сформували передумови критично небезпечного зростання витрат виробництва в ПЕК. Як результат, загострилися проблеми заборгованості, дефіциту оборотних коштів, інвестиційних ресурсів, фінансової стійкості та надійності систем енергетики в цілому. Дуже негативні наслідки мало звичайно і обмеження поставок вугілля на теплові електростанції (ТЕС) зі східних регіонів України через окупацію частини території Російською федерацією. За таких умов, керівники підприємств фактично втратили можливість розробляти пріоритети, планувати діяльність, залучати необхідні фінансові ресурси. Виникла необхідність пошуку ефективних антикризових механізмів управління, обґрунтування дієвих підходів до забезпечення економічної безпеки підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми реформування ПЕК, створення умов для ефективного розвитку його підприємств протягом багатьох років комплексно і ґрунтовно висвітлюються у працях вітчизняних науковців, а саме В.О. Баранніка [10], В.Г. Бурлаки [2], О.М. Суходолі [7], В.О. Точиліна [6], І.К. Чукаєвої [9], А.І. Шевцова [10] та ряду інших. Дослідники обґрунтовують основні напрями реалізації реформ у даній сфері з урахуванням пріоритетів енергетичної та економічної безпеки держави, розкривають вплив можливих позитивних ефектів трансформації галузей ПЕК на економіку в цілому, обґрунтовують концептуальні засади управління інноваційним розвитком підприємств тощо.

Разом з тим, у складних економічних умовах, за відсутності чіткої політики держави виникає необхідність пошуку управлінських підходів, які б могли забезпечувати відносно швидкий стабілізаційний ефект на основі реалізації власного ресурсного потенціалу підприємств, рішень саме антикризового спрямування. Адже протягом останнього року, проблеми недореформованості даної сфери доповнилися комплексом проблем макроекономічної та військово-політичної нестабільності, в результаті чого, посилилися ризики розбалансування роботи усього ПЕК з непередбачуваними соціально-економічними та еколого-економічними наслідками.

Постановка завдання. Дослідити особливості формування та реалізації операційних пріоритетів у діяльності підприємств ПЕК з урахуванням чин-

ників посилення невизначеності середовища їх діяльності, ескалації макро-економічної нестабільності та обмеження ресурсів розвитку в цілому.

Результати дослідження. Вітчизняний ПЕК являє собою розгалужену систему галузей, структура якого значною мірою відображає специфіку структури промислового комплексу України як складової єдиного народногосподарського комплексу СРСР. Перехід до ринкових відносин кардинальним чином змінив умови розвитку ПЕК, і найважливіше – критерії його ефективності. Реформувати галузі, які б ефективно функціонували в умовах конкуренції виявилось непростим завданням. Зволікання ж з реформами ускладнило соціально-економічні трансформації обумовивши процеси ескалації загроз економічній безпеці держави, в тому числі і за енергетичною складовою.

З огляду на суттєву взаємозалежність енергоекономічних чинників в системі відтворювальних процесів національної економіки, питання реформування та розвитку вітчизняного ПЕК завжди були предметом активних дискусій у середовищі науковців, експертів, практиків. На рівні уряду розроблено багато програмних документів, які визначали завдання енергетичної політики держави, особливості їх реалізації [10]. Разом з тим, послідовних та повноцінних реформ у даній сфері провести не вдалося [3, 6]. Розбалансованість реформ в часі за тими чи іншими напрямками мінімізувала їх ефективність. Загострення ж макроекономічної та військово-політичної ситуації змушують дуже часто приймати рішення стабілізаційного характеру як на макро-, так і на мікро- рівнях, які суперечать пріоритетам стратегічного розвитку окремих галузей, оскільки ігнорують базові принципи побудови ринкової економіки. За оцінками фахівців, *енергетичний сектор України потребує значних та довгострокових інвестицій для забезпечення його модернізації, безпеки та конкурентоспроможності. Масштаб необхідних інвестицій оцінюється приблизно на рівні 170 млрд євро на період до 2030 року* [8]. Акумуляція такого обсягу інвестиційних ресурсів неможлива без системного реформування ПЕК, забезпечення стійких передумов макроекономічної стабільності та якісного економічного зростання [6,8,10].

Проголошений курс на поступовий перехід до моделей конкурентних ринків дозволяє орієнтуватися на пріоритети не лише зменшення собівартості виробництва енергії та палива, але й пріоритети якості, операційної гнучкості, виробничої ефективності в цілому. У даний час, макроекономічна дестабілізація, яка зумовлена цілим комплексом чинників, і зокрема абсолютно неадекватною вимогам часу економічною політикою уряду і центрального банку може мати найбільш негативні наслідки у порівнянні з кризою кінця 90-х років минулого століття та фінансовою нестабільністю 2009 року. Адже у зазначені періоди запас фінансової міцності як держави, так і енергетичних компаній, виробничого сектору був значно більшим. Зовсім іншими були і можливості реалізації тих чи інших стабілізаційних рішень.

Сьогодні зазначені операційні пріоритети у діяльності енергетичних компаній відійшли на другий план. ПЕК з осені 2014 року фактично працює в надзвичайному режимі. Розроблення стратегій розвитку на рівні як держави, так і окремих підприємств ПЕК втрачає сенс. *Пріоритети пов'язані з підвищення операційної гнучкості систем енергетики як важливої передумови забезпечення гнучкості промислового сектору, економічної системи загалом, – відходять на другий план.* Звичайно ж переведення підприємств ПЕК у свій час на ринкові принципи функціонування дозволило б сьогодні більш ефективно протистояти впливові зовнішніх дестабілізуючих чинників. Однак цього не відбулося, і сьогодні знову ж таки, енергетичний фактор стає одним з визначальних у визначенні макроекономічної динаміки, її ефективності. Виникає необхідність активізації ролі держави у регулюванні розвитку ПЕК, повернення до пошуку механізмів антикризового управління, які можуть забезпечити необхідний стабілізаційний ефект у короткотерміновій перспективі. Проте, як *свідчить вітчизняна практика, без макроекономічної стабілізації політика в енергетичній сфері виявиться абсолютно неефективною. Намагання вирішувати проблеми через посилення регулюючого впливу держави і зокрема використання важелів адміністративного характеру матиме негативні наслідки.* Основне завдання держави має полягати у стабілізації макроекономічної ситуації та формуванні передбачуваної моделі поведінки, яка даватиме зрозумілі сигнали для усіх суб'єктів ПЕК, дозволяючи їм формувати реальні стратегії.

З точки зору суб'єктів мікрорівня найважливішим завданням є визначення чітких операційних пріоритетів та механізмів їх реалізації з урахуванням можливостей ресурсного забезпечення, реальних та потенційних ризиків. *Макроекономічна ситуація, а також тенденції в енергетичній сфері обумовлюють необхідність фокусування зусиль паливних та енергетичних компаній перш за все на забезпеченні мінімізації виробничих витрат. У короткотерміновому періоді саме собівартість виробництва та реалізації енергії (палива) є визначальними критеріями конкурентоспроможності.* Інші операційні пріоритети, в силу об'єктивних причин, втрачають актуальність, однак звісно ж мають залишатися об'єктом уваги.

Зростання собівартості продукції в ПЕК завжди було гострою проблемою, обумовленою різними чинниками, зокрема, – високим рівнем зношеності основних фондів в енергетиці (63,8 % енергоблоків знаходяться за межею фізичного зносу, 27,8 % – наближаються до межі зносу [10]), нестабільністю роботи генеруючих потужностей, незадовільною якістю палива та нераціональною структурою паливно-енергетичних балансів ТЕС, ціновими шоками на ринках палива тощо. Так, згідно з [5] за даними 2011 р., *питомі витрати умовного палива на виробництво електроенергії на ТЕС і ТЕЦ становили 379,4 кг у.п./ тис. кВт-год порівняно з відповідним показником розвинених країн 310-320 кг у.п./тис. кВт-год. Витрати на виробництво теплоенергії – 164,8 кг у.п./Гкал, тоді як середньосвітовий по-*

казник питомих витрат енергоресурсів на виробництво 1 Гкал теплової енергії становить 140-150 кг у.п. Загострення ж кризових явищ в економіці та посилення фінансової нестабільності виявиться додатковим чинником зростання витрат виробництва в ПЕК, що з огляду на значну взаємозалежність економічної та енергетичної сфер суттєво обмежуватиме можливості ефективного розвитку виробничого сектору загалом. Особливо небезпечною є значна девальвація національної грошової одиниці, оскільки Україна імпортує близько 35 млрд. м³ газу (при загальному споживанні 65 млрд.) [10]. Зменшення обсягів споживання імпортованих енергоносіїв потребує значних обсягів інвестиційних ресурсів, які в умовах нестабільності акумулювати і залучати неможливо.

Реалізація вказаного пріоритету пов'язана з пошуком різних організаційно-економічних механізмів, які можуть стосуватися повномасштабної реорганізації підприємств, вимагати перегляду стратегій, удосконалення систем управління тощо. Беручи до уваги усі застереження, одним з можливих інструментів реалізації зазначеного пріоритету є формування вертикально-інтегрованих енергопаливних компаній [1]. *Подібні рішення слід розглядати в першу чергу саме в аспекті антикризової політики, яка відкриває нові можливості для вирішення проблем стабілізації паливозабезпечення генеруючих компаній та зменшення витрат через систему трансфертного ціноутворення.* Крім того, виникають більші можливості і для підтримання виробничих фондів суб'єктів інтеграції в належному технічному стані та реалізації проектів модернізації виробничих процесів. Перевага вертикально-інтегрованих компаній – орієнтація на реалізацію власного ресурсного потенціалу суб'єктів інтеграції, що має особливо важливе значення в умовах загострення дефіциту інвестиційних ресурсів. Можливі ефекти інтегрованих об'єднань визначаються структурою їх суб'єктів та механізмом інтеграції. Адже учасниками інтегрованих структур можуть бути не лише вуглевидобувні компанії, але й компанії, які займаються виробництвом чи торгівлею іншими видами палива, зокрема нафтопродуктами, компанії, які мають відношення до виробництва енергетичного обладнання, утилізації енергетичних відходів, надання ремонтних послуг і т.д.

Розглядаючи переваги інтеграції підприємств ПЕК *окремої уваги потребує вивчення можливостей реалізації кластерного підходу.* Як відомо, *кластер – це група географічно близьких, взаємопов'язаних компаній і організацій та взаємодіючих інститутів, які співпрацюють у визначеному виді бізнесу, характеризуються спільністю напрямів діяльності та взаємодоповненням* [4]. Інтегровані структури можуть стати важливою складовою формування повноцінних кластерів, в тому числі і паливно-енергетичних. Така політика потребуватиме значно більше часу та активної ролі держави, і з огляду на економічну нестабільність, може відбутися надто суперечливо. Разом з тим, її реалізація матиме важливе стратегічне значення з точки зору гарантування енергетичної безпеки держави. У цьому

відношенні необхідно кардинальним чином переглянути роль західного регіону у забезпеченні енергетичних потреб економіки. Розроблення зазначеного напрямку політики дозволить закласти фундамент для активізації інноваційних процесів в ПЕК за умов економічної стабілізації та більш активніше розвивати економіку окремих територіальних утворень. Адже кластери, – це один з ефективних інструментів розвитку регіонів.

Погіршення умов господарської діяльності потребує критичної переоцінки стратегій підприємств ПЕК, що дозволить більш ефективно використовувати ресурси при переході від активної до пасивної моделі розвитку, виявити нові резерви підвищення виробничої ефективності. Можливо як ніколи, сьогодні актуалізуються завдання формування управлінських систем саме антикризового спрямування, які б розширювали інструментарій попередження та пом'якшення дестабілізуючих впливів зовнішнього середовища. Об'єктом особливої уваги мають стати завдання пошуку моделей забезпечення економічної безпеки підприємств і досягнення компромісу в системі управління між пріоритетами економічної безпеки та ефективності. Безпекоорієнтований підхід доцільно розглядати як основу для побудови нових, адекватних вимогам часу моделей управління підприємствами ПЕК.

Висновки. Таким чином, нестабільність зовнішнього середовища суттєво обмежує можливості стратегічного розвитку підприємств ПЕК. Особливо небезпечними тенденціями є зростання цін на енергоносії та девальвація національної грошової одиниці. За таких умов, в системі вибору операційних пріоритетів, підприємствам ПЕК необхідно сфокусувати зусилля на досягненні максимально можливої мінімізації виробничих витрат. Одним з інструментів реалізації даного пріоритету є розвиток інтеграційних процесів у ПЕК, зокрема через формування інтегрованих енергопаливних компаній з можливою участю суб'єктів інших галузей, а також реалізація кластерного підходу, який може сформувати сприятливі умови для ефективного розвитку комплексу в посткризовий період.

Література

1. А.В. Артеменко, Н.В. Караева, Р.В. Корпан, Т.А. Коцко, И.В. Недин. Моделирование эколого-экономического состояния территории / Под ред. И.В. Недина. – К.: Знання України, 2006. – 215 с.
2. Бурлака В.Г. Стратегія розвитку нафтового сектору України [Текст]: монографія / В.Г. Бурлака. – К.: Бурлака В.Г., 2012. – 356 с.
3. Дарнопих Г.Ю. Паливно-енергетичний комплекс України в умовах глобалізації / Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. – 2011. – №2(5). – С. 19-30.
4. Дубовик В.С. Формування інноваційних кластерів як методу активізації інноваційної діяльності в економіці регіону / В.С. Дубовик // Продуктивні сили України. – 2009. – № 1. – С.153-163.
5. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2013 році: Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України. – К.: НІСД, 2013. – 576 с.

6. Ринки реального сектора економіки України в інституціональному середовищі COT: кон'юнктура та інтеграція / за ред. д-ра екон. наук проф. В.О. Точиліна; НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – К. – 2012. – 552 с.

7. Суходоля О.М. Енергетичний сектор України: перспектива реформування чи стагнації? [Електронний ресурс] / О.М. Суходоля, А.Ю. Сменковський // Стратегічні пріоритети. – 2013. – № 2. – С. 74-80.

8. Україна 2012. Основні положення та рекомендації. Загальна енергетична політика. Енергетична політика за межами країн-членів МЕА. 2012. – 42 с.

9. Чукаєва І.К. Паливний комплекс України: сучасний стан та перспективи розвитку: автореф. дис.. д-ра екон. наук / І.К. Чукаєва. – К., 2006. – 35 с.

10. Шевцов А.І., Бараннік В.О., Земляний М.Г., Рязова Т.В. Основні питання політики розвитку електроенергетичної галузі України / Аналітична доповідь. Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень у м. Дніпропетровську. – 2011. – 90 с.

УДК 338:005.

Кравченко М.О.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ДО ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ

Статтю присвячено опрацюванню існуючих підходів до проведення класифікації видів економічної стійкості як обов'язкової передумови формування методології управління нею. Узагальнено класифікаційні системи, запропоновані різними авторами. З огляду на структурний системний характер кризових явищ, що нині розгортаються, обґрунтовано доцільність аналізу економічної стійкості як системно-інтеграційної характеристики. На цій основі запропоновано новий підхід до класифікації видів стійкості залежно від типу систем, що превалюють в тетраді, до якої належить підприємство.

Ключові слова: економічна стійкість, підприємство, класифікація, системно-інтеграційна стійкість.

The article is dedicated to processing the existing approaches for the classification of economic sustainability as necessary requirement for its management methodology developing. Classification systems proposed by different authors are generalized. Taking into account the system and the structural nature of crisis that is now expanding, the expediency of economic sustainability analysis as system-integration features is grounded. On this basis, a new approach to sustainability classification is proposed, depending on the type of systems that prevailing in tetrad, into which the enterprise is included.

Keywords: economic sustainability, enterprise, classification, system-integrative sustainability.

Вступ. Розгортання кризових явищ суттєво погіршило стан більшості промислових підприємств. Тотальне падіння ефективності діяльності підприємств є наслідком їх низької економічної стійкості. Тому формування та впровадження методології управління стійкістю є першочерговим завданням економістів і менеджерів. Ефективність такої методології багато в чому зумовлюється відповідною класифікаційною системою, на яку вона спирається, оскільки завдяки обґрунтованій класифікації можна чітко визначити причини, рівень стійкості (або нестійкості), сферу виникнення, чинники, що її обумовили, тощо. Широко використовуються різноманітні способи класифікації видів стійкості, але, по-перше, не існує однозначного підходу до виділення певних класифікаційних ознак, по-друге, існуючі підходи потребують доопрацювання з урахуванням потреб антикризового менеджменту і найсучасніших надбань економічної теорії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стійкість економічних систем різних рівнів і, зокрема, підприємств, є однією з ключових проблем, що сьогодні привертає увагу з боку теоретиків та практиків економічної науки. Дослідженням питань економічної стійкості займалися Ю. Брігхем, О. Василенко, Л. Мельник, М. Морішима, І. Омельченко, У. Оучі, О. Пономаренко, Л. Родіонова, В. Самуляк, А. Севастьянов, В. Семенов, Ю. Сімах, Р. Фатхутдинов, Н. Холт та ряд інших. Істотний внесок у вивчення концепції стійкості з позицій теорії систем внесли роботи А. Богданова, В. Глушкова, О. Іншакова, П. Лукши, Г. Клейнера, Я. Корнаї, О. Михалева, Б. Михалевського, Д. Чернавського, Ю. Черняка та інших.

Постановка завдання. Метою даної статті є обґрунтування доцільності дослідження стійкості економічних систем як системно-інтеграційної характеристики та на цій основі розширення підходів до класифікації її видів.

Результати дослідження. Економічна стійкість являє собою складну, багатовимірну і багаторівневу категорію. Найбільшого розповсюдження концепція стійкості отримала з поширенням в економічній науці теорії систем, коли економічні об'єкти стали розглядатися як складні взаємопов'язані економічні системи. Стійкість економічних систем різних рівнів є основою їх існування і розвитку в умовах багатоваріантного мінливого середовища.

Класифікація видів економічної стійкості розробляється для наступного формування методології управління нею. З одного боку, класифікація визначається загальними формальними правилами, з іншого – вона повинна строго підкорятися цілям дослідження. Залежно від рівня, сфери, складової економічної стійкості, на дослідження та розвиток якої визначено пріоритет, науковці формують системи класифікації з використанням найрізноманітніших ознак [напр., 1–3].

Перш ніж перейти до розгляду видів стійкості необхідно підкреслити, що стійкий стан економічної системи будь-якого рівня завжди носить відносний характер. Стійкість завжди перебуває в діалектичній єдності з категорією мінливості, яка є первинною відносно неї. Якщо в зовнішній формі сис-

теми доміантною є ознака стійкості, то у її внутрішньому наповненні при визначенні сутнісних аспектів переважає нестійкість. Таким чином, стійкість як ключова ознака можливості існування економічної системи обумовлює мінливість, тому що для підтримки стійкості у відповідь на вплив зовнішніх факторів відкрита система повинна внутрішньо мінятися. Тобто стійкість економічної системи завжди означає спроможність її адекватного змінення і тому розглядається, насамперед, як динамічна стійкість. Динамічна стійкість уможливує розвиток системи і трактується як послідовна зміна таких її рівноважних станів, які гарантують досягнення стратегічних і тактичних цілей у певні інтервали часу. Така стійкість забезпечується відповідністю параметрів протікання внутрішніх процесів системи мінливими вимогами зовнішнього середовища [1]. Залежно від виду процесів, параметрів, напрямку розвитку, рівня самої системи тощо, виділяють різні ознаки стійкості і відповідно розрізняють різні її види. Узагальнено ознаки класифікації та відповідні види, форми та рівні стійкості економічних систем, запропоновані різними авторами, представлено в таблиці 1.

Будь-яка класифікація являє собою логічну операцію розподілу обсягу певного поняття відповідно до важливих суттєвих ознак. Така класифікація повинна сприяти виявленню істотних подібностей і відмінностей між елементами і мати науково-пізнавальне значення. В таблиці зведені основні використовувані дослідниками види стійкості. Її можна було б продовжити, враховуючи значний інтерес науковців до проблематики забезпечення економічної стійкості і чималу кількість наукових робіт, в яких вироблена велика кількість штучних класифікацій за несуттєвими ознаками. Навіть з наведеного матеріалу видно, що часто при виділенні таких ознак спостерігається класифікаційне дублювання типів і видів стійкості та їх надмірне дроблення. В результаті порушуються основні принципи класифікації – повнота, коли досліджуване поняття повністю охоплене виділеними видами, і чистота, коли виділені види не є поняттями, що перетинаються [4].

Таблиця 1

Узагальнена класифікація видів економічної стійкості.

№	Класифікаційна ознака	Види стійкості економічних систем
1	Форми стійкості	Пасивні (міцність, збалансованість, гомеостаз); активні (виживаність, адаптивність, здатність до самозбереження, самоорганізації та саморозвитку)
2	Рівень економічної системи	Стійкість нано-, мікро-, міні-, мезо-, макро- і мега-рівня
3	Масштаб діяльності системи	Глобальна, локальна, регіональна
4	Середовище формування	Зовнішня, внутрішня стійкість
5	Компоненти стійкості	Фінансова, соціальна (кадрова), технічна, виробничо-технологічна, інформаційна, інноваційна (інтелектуальна), ринкова (маркетингова)

Продовження таблиці 1

6	Рівень стійкості	Абсолютна, нормальна, нестійкий стан, кризовий стан
7	Функціональне скерування	Організаційна, комерційна, інституційна
8	Походження	Набута, успадкована
9	Період існування	Поточна, перспективна
10	Тривалість існування	Короткострокова, середньострокова, довгострокова
11	Рівень контрольованості	Контрольована, неконтрольована
12	Можливість прогнозування	Передбачувана, непередбачувана
13	Динаміка системи	Статична, динамічна, повна (ідеальна)
14	Траєкторія руху системи (за Ляпуновим)	Асимптотична, еквіасимптотична, рівномірно асимптотична
15	Стабільність стійкості	Детермінована, стохастична
16	Джерело забезпечення	Забезпечувана власними силами, забезпечувана ззовні, комбінований варіант
17	Характер внутрішнього середовища	Стійкість стратегії, структури, персоналу, технології
18	Характер середовища прямого впливу на систему	Стійкість споживачів, постачальників, конкурентів, законодавства, державного регулювання
19	Характер середовища непрямого впливу на систему	Стійкість економіки, політики, науково-технічного процесу, культури
20	Етап життєвого циклу підприємства	Набута в момент створення підприємства; придбана в процесі функціонування; стійкість в період економічного зростання, спаду; кризова
21	Стадії циклу продукції	Стійкість досліджень, розробки, комерційної реалізації
22	Характер відхилення від запланованих показників	Прийнятна, неприйнятна
23	Вид діяльності системи	Стійкість закупівель, виробництва, збуту
24	Обсяг ресурсів, що залучають для досягнення стійкості	Ресурсномістка, не ресурсномістка стійкість
25	Ступінь ризику, якому піддається система	Безризикова; стійка за високим, середнім, низьким рівнями ризику
26	Функції управління	Стійкість прогнозування, планування, цілепокладання, організації, мотивації, контролю, координації, регулювання, обліку, аналізу, нормування
27	Групи техніко-економічних показників	Стійкість основних фондів, обігових коштів, собівартості, прибутки й рентабельності, праці й кадрів
28	Потоки ресурсів	Стійкість потоків матеріальних, інформаційних, фінансових, людських ресурсів і потоків послуг

Джерело: складено автором на основі узагальнення

В той же час при проведенні аналізу робіт, присвячених дослідженню стійкості економічних систем, відчувається відсутність єдиного системоутворюючого підходу. І більшість окреслених класифікаційних проблем є наслідком такої відсутності. З цієї точки зору привертають увагу роботи російського вченого Г. Клейнера, який сформулював концепцію системної економіки і в її

межах – системно-інтеграційну концепцію підприємства [5, 6]. Ці концепції, на мій погляд, відрізняються ґрунтовністю, системністю, логічністю та узгодженістю постулатів. Щодо трактування стійкості, то такий підхід долає «провали» інших підходів до визначення та вивчення стійкості, які демонструють ряд проблем: розрив або неузгодженість взаємозв'язків між різними рівнями, формами та видами стійкості; труднощі у визначенні взаємодії різних систем; недостатність апарату для опису та моделювання їх поведінки тощо. Автор виходить з того, що будь-яка система визначається як частина навколишнього світу, відносно стійка в просторі та часі. Тому саме границі системи в просторі та часі він вважає її фундаментальними характеристиками. Відповідно основними типами економічних систем є: об'єкт – система, що має обмежену протяжність у просторі та невизначену тривалість; проект – система, яка має однозначні межі в часі та просторі; процес – система, яка має необмежену протяжність у просторі та визначену тривалість; середовище – система, що не має визначених часових та просторових меж.

Підприємство являє собою мінімальну економічну систему, тобто найменшу систему, що здійснює на постійній основі процеси виробництва, розподілу, обміну й споживання. В той же час воно становить дуже значиму частину предметної області теорії економічних систем, оскільки є основним елементом і «стабілізатором» економіки. Підприємство є стійким, якщо здатне знайти оптимальне співвідношення між усіма елементами, встановити зв'язки між ними, які дозволяють максимально довго підтримувати життєво важливі параметри на заданому рівні, ефективно адаптуючись до впливу зовнішнього середовища [7]. Якщо розглядати підприємство щодо визначення його меж в просторі і часі, то воно зазвичай має просторові обмеження і невизначену тривалість у часі, отже належить до групи об'єктних систем.

Основна ідея трактування стійкості підприємства при застосуванні окресленого підходу полягає в тому, що вона розглядається як системна стійкість інтеграційного утворення з систем чотирьох типів (проект, процес, об'єкт, середовище) даного рівня – так званої, тетради [5, 8]. Насправді, кожне підприємство-товаровиробник для функціонування потребує як мінімум: ринку як середовища; реалізації продукції (поширення інформації, транспортного обслуговування тощо) як процесів; реалізації інвестиційних та інноваційних ініціатив як проектів.

Відповідно такий підхід відкриває новий горизонт для дослідження стійкості, в тому числі для проведення її класифікації. Сам автор, виходячи з того, що системи, утворені на базі своїх елементів, повинні бути досліджені тими ж методами, що й самі елементи, вважає некоректним застосування однакових методів для дослідження економічних систем різних рівнів (зокрема, нано-, мікро-, міні-, мезо-, макро- і мегарівня). Він обґрунтовує доцільність чергування процесного та об'єктного підходів при вивченні систем різних ієрархічних рівнів. Так, при вивченні систем мікро- і макро-рівнів доцільно використовувати процесний підхід, а при вивченні мезо- і

мінісистем – об'єктний. Виняток складають граничні системи – мега- і наекономіка, де обидва підходи повинні сполучатися [8].

Висновки. За умови використання системно-інтеграційного підходу акцент в дослідженні стійкості підприємства «автоматично» ставиться на її розгляді як структурної системної характеристики – комплексної ознаки утворення, до якого належить підприємство. На нашу думку, це є найбільш правильним, оскільки сьогоднішня нестійкість підприємств в масштабі економіки обумовлює і акселерує кризу, яку, за висновками більшості дослідників, можна охарактеризувати як структурну¹ і системну². Структурно-економічна стійкість підприємства і раніше привертала увагу вчених-економістів, але в основному вона досліджувалася з позицій підсистем підприємства (такий підхід ґрунтується на виділенні фінансової, кадрової, організаційної, технічної, виробничої, управлінської, соціальної стійкості тощо) та з позицій елементів взаємодії (цей підхід ґрунтується на виділенні ресурсної, ринкової, соціальної, екологічної, інтерфейсної, внутрішньої стійкості).

Ґрунтуючись на системно-інтеграційному підході, можна зробити висновок, що фундаментальною причиною зниження рівня або втрати системної стійкості є дезінтеграція економічних систем – порушення рівноваги їх чотирьох типів в тетраді. Тому при опрацюванні методології управління економічною стійкістю доцільно проводити класифікацію її видів, зокрема, залежно від того, який вид систем превалює в тетраді, до якої належить підприємство (процесна, проектна, об'єктна, середова, комбінована, комплексна стійкість). Вищевикладене формує передумови і забезпечує підґрунтя для подальших досліджень проблем забезпечення економічної стійкості підприємств з системно-інтеграційного ракурсу, однак такі міркування потребують деталізації, емпіричного опрацювання тощо, з метою розробки відповідної методології управління стійкістю.

Література

1. Шаламова О.В. Об устойчивости экономической системы. Проблемы теории и практики управления / О.В. Шаламова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2009. – №21 (154). – С. 27–33.
2. Ляскова Е.А. Экономическая устойчивость производственных предприятий: понятия, факторы, виды / Е.А. Ляскова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2008. – № 5. – С. 40–45.
3. Ниязян В.Г. Вопросы разработки классификации экономической устойчивости промышленного предприятия [Электронный ресурс] / В.Г. Ниязян // Известия Иркутской государственной экономической академии: Электронный научный журнал. – 2013. – №4. – Режим доступа: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=18427>.

¹ Системна криза – стан розвитку економічної системи, при якому порушуються зв'язки, зникають загальні властивості і характер поведінки елементів, що її формують, руйнуються інституціональні основи, тобто втрачається цілісність системи.

² Структурна криза – стан розвитку економічної системи, при якому виникає невідповідність між застарілими механізмами існуючої економічної політики, практики та новими зміненними умовами господарської діяльності. Такі кризи обумовлюють структурні зміни в організації виробництва.

4. Кондаков Н.И. Логический словарь-справочник. – 2-е изд. / Н.И. Кондаков. – М.: Наука, 1975. – 720 с.
5. Клейнер Г.Б. Системная экономика как платформа развития современной экономической теории [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер // Вопросы экономики. – 2013. – № 6 – Режим доступа: <http://kleiner.ru/skrepk/sp-2013.pdf>.
6. Клейнер Г.Б. Системно-интеграционная теория предприятия [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер // Montenegrin Journal of Economics. – 2005. – Vol. 1. – №2. – Режим доступа: http://kleiner.ru/skrepk/ist_integr_2005.pdf.
7. Никешин С.Н. Предприятие и переходная экономика (некоторые аспекты). СПб.: СПбГИЭА, 1996. – 108 с.
8. Клейнер Г.Б. Наноэкономика [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер // Вопросы экономики. – 2004. – № 12. – Режим доступа: <http://kleiner.ru/arpab/nanon.html>.

УДК 334.722.8 : 334.784 (048)

Крачунов Х.А.

д.інж.н., професор;

Технічний університет Варна, м. Варна, Болгарія

Малик І.П.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В статті проаналізовано передумови виникнення корпоративної форми організації бізнесу в Україні. Особливу увагу приділено механізму корпоративних відносин, а також його зв'язку із моделлю корпоративного управління.

Ключові слова: корпоративне управління, акціонерне товариство, механізм корпоративних відносин, модель корпоративного управління.

The prerequisites of the corporate form of business organization in Ukraine are analyzed in the article. Particular attention is paid to the mechanism of corporate relations and its connection with the model of corporate governance.

Keywords: corporate governance, joint stock company, the mechanism of corporate relations, corporate governance model.

Вступ. Розбудова економіки України на основі інноваційно-інвестиційної моделі значною мірою залежить від ефективності управління корпоративним сектором, котрий відіграє провідну роль у національній економіці. Разом з тим зараз результатом нестабільних та суперечливих ринкових перетворень стало зниження темпів зростання ВВП, позитивної динаміки основних економічних показників. Чинником недостатнього рівня результативності управління корпоративним сектором як на державному й галу-

зовому рівнях, так і на рівні окремих акціонерних товариств (АТ) є несформованість необхідного інституціонального забезпечення. Тому розвиток та вдосконалення моделі корпоративного управління сприятиме поліпшенню інвестиційного клімату України, забезпечить подальші позитивні зміни в реальному секторі економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми корпоративного управління та регулювання корпоративних відносин докладно розглядались в працях зарубіжних учених-економістів – К. Майєра, М. Аокі, Ю.Б. Вінслава [6]. Значний вклад внесли в дослідження теоретичних та практичних аспектів вирішення проблем формування української моделі корпоративного управління вітчизняні науковці – В.А. Свтушевський, Г.В. Назарова, В.І. Голіков та інші [1-3].

Однак практичні аспекти застосування теоретичних засад корпоративного управління ще недостатньо досліджені і потребують поглибленого вивчення. Залишаються законодавчо не врегульованими основні положення і не закріплені механізми регулювання корпоративного управління, а опис базових понять корпоративного управління здійснюється із використанням запозичених термінів, що не відповідають реаліям України.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є аналіз передумов виникнення корпоративної форми організації бізнесу в Україні.

Результати дослідження. Запровадження принципів корпоративного управління в українській економіці відбувається повільніше, ніж у інших зарубіжних країнах, що відповідають вимогам сучасної ринкової економіки. Причинами повільного розвитку даного процесу є низький рівень корпоративної культури українських компаній, брак фінансових та кваліфікованих людських ресурсів, порушення прав власників акцій, особливо міноритарних акціонерів, корупція та невідповідність звітності міжнародним стандартам.

Створення та розвиток ефективної системи корпоративного управління починається із дотримання усіма суб'єктами господарювання нормативно-правових актів, проходження ними певних кроків на шляху до покращення системи корпоративного управління та вихід на рівень національного, а потім і міжнародного лідерства. Перевагами, які забезпечує система ефективного корпоративного управління є покращення репутації компанії, підвищення ефективності її функціонування, спрощення доступу до ринків капіталу та зниження вартості залучення фінансових ресурсів.

Приватизація значної кількості державних підприємств в Україні потребує формування адекватного механізму корпоративних відносин (МКВ) на створених АТ. В Україні корпоративні відносини виникли і почали розвиватися порівняно недавно тому, відповідно і механізм корпоративних відносин тільки набуває своїх обрисів. Така ситуація сприяє необхідності насамперед розробити методологічні і методичні підходи до аналізу механізму корпоративних відносин на акціонованих підприємствах [2].

Спираючись на зарубіжний досвід, можна зробити висновок, що на характер МКВ впливають умови, які його формують. До таких умов у можна віднести економічні, соціальні, нормативно-правові, історичні, політичні. Унікальність МКВ визначається особливостями національних умов конкретної країни.

Перехід України до ринкової економіки, значний вплив принципу соціальної справедливості, недосконалість нормативної бази у сфері акціонерних і корпоративних відносин, а також брак досвіду у цих питаннях вплинули і на характер МКВ.

Крім умов, що впливають на формування МКВ, потрібно розрізняти чинники, які характеризують стан даного механізму, його відмінності від аналогічних моделей і механізмів у інших країнах. До таких чинників можна віднести організаційну структуру управління АТ, нормативне регулювання акціонерних відносин, структуру акціонерів, характер зв'язків між акціонерами і підприємствами (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація умов та чинників механізму корпоративних відносин

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

Вплив зазначених чинників зумовлює те, що, наприклад, американська модель корпоративного управління – це модель із переважно зовнішніми механізмами контролю діяльності підприємств з боку акціонерів, а німець-

ка – із внутрішніми. Відповідно і в Україні, як і в інших країнах з перехідною економікою, з початком розвитку акціонерних відносин вплив цих чинників має зумовити появу своєї моделі, що забезпечуватиме діяльність акціонованих підприємств в інтересах насамперед своїх акціонерів.

Сьогодні в Україні законодавче регулювання проблем корпоративних відносин не набуло ще характеру розвиненої системи. Має місце впровадження у практику законів, що недостатньо адекватно і справедливо визначають права й обов'язки між акціонерами, керівництвом і контролюючими органами підприємств. Крім того, приватизовані підприємства не мають достатнього досвіду корпоративного управління. Інше важливе питання – брак надійної і доступної інформації для забезпечення звітності цих груп одна перед одною.

Зазначені питання слід вирішувати на законодавчому рівні для того, щоб внутрішні й іноземні інвестори мали певні гарантії, вкладаючи капітал у підприємства. Чинне законодавство України не відповідає цим вимогам. Воно обмежене декількома нормами, що переважно визначають види і повноваження органів управління товариства.

Корпоративний сектор – це складний багатограний суспільно-економічний феномен, що ще не достатньо проаналізований з позиції забезпечення ним умов життєдіяльності суспільства. Відзначимо, що підприємства корпоративного типу характеризуються обмеженням можливостей вилучення капіталів із товариства, розмежуванням власності та економічної діяльності та поєднанням різноманітних економічних можливостей – умінь, знань, ідей.

Розглядаючи питання, як має відбуватися просування моделі корпоративного управління до ідеального стану, виділимо такі перспективні напрями розвитку національної моделі корпоративного управління підприємствами [4, 5]:

Роль вітчизняного фондового ринку має залишатися обмеженою. Головною метою функціонування ринку слід розглядати як створення надійної системи реєстрації прав на цінні папери та забезпечення виконання укладених угод. На торговельному сегменті ринку слід зосередитися на створенні сприятливих умов для фінансування борговими паперами, а також впровадженні дієвих механізмів виходу потужних ПФГ на міжнародні ринки капіталу.

Проблему захисту прав дрібних акціонерів, які стали власниками завдяки сертифікатній приватизації, розв'язати неможливо. Незважаючи на результати діяльності підприємств, корпоративна культура та стан фондового ринку не дозволяють отримати дрібним інвесторам дивідендний дохід і реалізувати акції у разі зростання їх вартості.

Кошти індивідуальних інвесторів мають надходити в корпорації переважно опосередковано – через банки. Останні серед інститутів залучення коштів населення мають найкращу репутацію (репутація фінансових посередників і промислових компаній підірвана якщо не остаточно, то на тривалий час через, відповідно, фінансові піраміди та невилату дивідендів) і успішно нею користуються.

Національна модель у перспективі залишиться банківсько-орієнтованою, що потребує пріоритетного законодавчого розвитку банківського, а не фондового сегменту ринку капіталу.

Триватимуть процеси концентрації акціонерної власності; роль основних інвесторів – фінансово-промислових груп – зросте. Це пов'язано з низьким рівнем економічного розвитку країни та недосконалістю інституційної системи, які, як свідчать дослідження, прямо сприяють концентрації капіталу.

Висновки. Подальший розвиток ринкових відносин в Україні залежить від ефективного функціонування корпоративного сектору. З метою визначення структури корпоративного сектору конкретизовано характеристики підприємств корпоративного типу. Зокрема для них є характерним можливість об'єднання капіталів і обмеження економічного ризику для окремих учасників, жорсткий розподіл власності господарського товариства та власності його учасників.

Аналізуючи характеристики функціонування корпоративних форм господарювання та чинники їхнього розвитку, визначаємо необхідність формування сучасного ефективного корпоративного сектору на засадах оптимізації організаційно-економічного механізму формування корпоративного сектору економіки і гармонізації інтересів усіх учасників корпоративних відносин.

Перспективи досліджень у даному напрямі для країн з перехідною економікою полягають у поступовому формуванні національних моделей корпоративного управління, але цей процес поки що має суперечливий характер і вимагає активних дій з боку урядів, громадськості та інших суб'єктів корпоративного регулювання.

Література

1. Голіков В.І. Теоретична сутність корпоративних відносин та корпоративного управління // Економіка і прогнозування. – 2001. – №2. – С.52 – 65.
2. Довгань Л. Є., Малик І.П. Корпоративне управління: інституціональні аспекти. Монографія./ За ред. Л.Є. Довгань. – К.: ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2006. – 340 с.
3. Євтушевський В. А. Стратегія корпоративного управління: наукове видання/ А. Євтушевський, К. В. Ковальська, Н.В. Бутенко. – К. : Знання, 2007. – 287 с
4. Румянцев С.А. Українська модель корпоративного управління: становлення та розвиток. – К.: Т-во „Знання”, КОО, 2003. – 149 с.
5. Сохацька О. Формування нової парадигми корпоративного управління в глобальному середовищі. – Вісник ТДЕУ № 3.- 2006. – С.24
6. Franks J., Mayer C. Takeovers: Capital Markets and Corporate Control: A Study of France, Germany and the UK // Economic Policy: A European Forum. – 1990. – № 10. – P. 190–231.
7. Yarrow G. Privatization in theory and practice. – Cambridge: Cambridge University Press, 1986. – 287 p.

УДК 338.001.36

Кузнецова К.О.

асистент;

Ченуша О.С.

аспірант

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ЕНЕРГЕТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В даній науковій статті розглянуто енергетичне підприємство та, зокрема, його ресурсний потенціал, як відкрити економічну систему, визначено аналіз зовнішнього середовища як перший етап оцінювання конкурентоспроможності енергетичного підприємства на основі ресурсного потенціалу, досліджено групи факторів впливу зовнішнього середовища та характер їх впливу.

Ключові слова: відкрита економічна система, зовнішнє середовище, енергетичне підприємство, ресурсний потенціал, фактори впливу.

This scientific article reviews that energy enterprise, including its resource potential, is an open economic system, it was defined analysis of the external environment as the first stage of competitiveness evaluation on the basis of energy resources, it was explored factors of the external environment and the nature of their influence.

Keywords: open economic system, the environment, energy enterprise, resource potential, impacts.

Вступ. Будь-яке підприємство існує і функціонує у взаємозв'язку з безліччю факторів, які по-різному впливають на його можливості, перспективи і стратегії подальшого розвитку. Жодне підприємство не може існувати без постійної (не завжди добровільної) взаємодії, наприклад, з органами законодавчої і виконавчої влади, засобами масової інформації, з іншими підприємствами.

На його діяльність безпосередньо або опосередковано впливає безліч суб'єктів ринкових відносин і зовнішніх чинників. Оскільки вони можуть бути як джерелом нових можливостей, так і серйозних загроз, то їх необхідно виокремлювати, аналізувати та прогнозувати тенденції їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. При викладенні матеріалу були розглянуті статті вітчизняних та зарубіжних вчених, що займалися питаннями аналізу та дослідження зовнішнього середовища підприємства, зокрема, енергетичного, таких як: М. Будник, В. Василенко [1], Н. Гаращенко, Ю. Костін [6], Т. Ландін, К. Павлюк [8], З. Шершньова тощо. Питанням адаптації підприємства та складних економічних систем займалися: Р. Акофф, П. Друкер, П. Іващенко, Г. Клейнер, М. Портер, З. Румянцева та інші.

Постановка завдання. В процесі написання даної наукової статті були поставлені такі цілі дослідження, як: дослідження першого етапу методи-

ки оцінювання конкурентоспроможності енергетичного підприємства на основі ресурсного потенціалу, визначення основних груп факторів впливу зовнішнього середовища на діяльність енергетичного підприємства та формування моделі ринку електроенергії в країні.

Результати дослідження. Система та середовище знаходяться в постійній і складній взаємодії, впливаючи один на одного. Взаємодія системи із зовнішнім середовищем описується рядом понять кібернетики і загальної теорії систем, як наприклад, стійкість та рівновага системи. Рівновага характеризує стан системи, у якому вона залишається як завгодно довго при відсутності впливів зовнішнього середовища, що її збурюють. При цьому стійкість системи виявляється в динаміці взаємодії її складових.

Кожній системі відповідає своє зовнішнє середовище. Будь-який об'єкт, може бути представлений як складова (підсистема) деякої системи більш високого рангу і як система стосовно деякої сукупності підсистем більш низького рангу [1].

Через те, що система ресурсного потенціалу підприємства є відкритою економічною системою, то вона, через пов'язання із іншими підприємствами та національною економікою загалом, піддається численним зовнішнім загрозам. Чим більше підприємство інтегроване у національну економіку країни, тим значнішими і різноманітнішими є ці загрози. А оскільки підприємства генерації електроенергії є стратегічно важливими для забезпечення діяльності всіх промислових підприємств країни, а також життя та добробуту її населення, то вони піддаються різним загрозам.

Важливим елементом впливу зовнішнього середовища на ресурсний потенціал енергетичного підприємства як системи при дослідженні, будемо вважати модель ринку електроенергії в країні. Оскільки різний принцип організації ринку електроенергії висуває різні умови за яких буде функціонувати підприємство. Впливи зовнішнього середовища на діяльність підприємства, зокрема, структуру його ресурсного потенціалу, за вектором спрямування завжди мають двоякий характер: позитивні (сприятливі); негативні (дестабілізуючі). Крім того, за характером впливу фактори зовнішнього середовища можуть поділятися на: фактори прямого та непрямого впливу. Та ще однією важливою характеристикою при визначенні факторів зовнішнього середовища є те, що за рівнем впливу вони поділяються на керовані та некеровані.

Першим етапом оцінювання конкурентоспроможності енергетичного підприємства на основі ресурсного потенціалу є аналіз умов зовнішнього середовища. Ми виділили 5 груп факторів зовнішнього середовища, які мають найбільший вплив на формування моделі ринку електроенергії в країні.

Наведемо коротку характеристику кожної групи факторів впливу та їх складових частин.

1.1. Політичні фактори:

1) *регіональна нестабільність* – наявність дисбалансу у життєдіяльності різних регіонів країни, негативні зрушення у регіоні базування досліджу-

ваного підприємства або у сусідніх регіонах. На сьогодні в Україні спостерігається неврівноваженість політичної системи; коливання зовнішнього політичного курсу – від проросійської орієнтації до орієнтації на ЄС; газові конфлікти з Росією; примусове відсторонення від влади президента; переділ сфер впливу між олігархічними групами, що призвело до примусової анексії АР Крим та виникнення збройного конфлікту у Донецькій та Луганській областях [2]. Все це спричинює можливість виникнення ризиків тероризму. На території зазначених регіонів розташована третина підприємств теплової генерації електроенергії України, які на сьогодні працюють в критичному режимі, а також основні запаси ПЕР для функціонування ТЕС України;

2) *рівень корупції* – наявність в країні схильності до перевищення повноважень посадовими особами для особистого збагачення. За результатами *Індексу сприйняття корупції 2013 від Transparency International* рейтинг України за рівнем корумпованості залишився практично незмінним – 25 балів зі 100 можливих. Таким чином країна посіла 144 місце серед 177 держав та стабільно залишається у групі «підвищеного ризику». Основними проблемами є *корумпований протекціонізм, злиття політичних та бізнес-інтересів, в результаті чого – погіршення умов для ведення довгострокового бізнесу, монополізація бізнесу, неможливість довгострокового планування* [3];

3) *державні стратегії розвитку* – передбачена на державному рівні розробка офіційних стратегій розвитку регіонів та галузей промисловості. В Україні спостерігається нерівномірність регіонального розвитку та рівня життя населення, що створює передумови для соціальної напруги, загрожує територіальній цілісності, стримує економічне зростання. У зв'язку з цим державна регіональна політика повинна бути спрямована на створення умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів та розвитку підприємств, що знаходяться на території цих регіонів. У 2014 р. Кабінетом Міністрів України затверджено Державну стратегію регіонального розвитку на період до 2020 р. [4].

1.2. Державні фактори:

1) *субсидіювання* – допомога уряду енергетичним підприємствам енергетичного для зниження витрат на виробництво енергії. В Україні спостерігається перехресне субсидіювання в електроенергетиці, яке має місце через недосконалість системи субсидіювання та невідповідність моделі ринку електроенергії в країні її потребам;

2) *нормативно-правова база* – основа діяльності будь-якої галузі промисловості в Україні, яка регламентує порядок їх функціонування. Законодавчу та нормативну базу регулювання електроенергетичних ринків кожна країна розробляє самостійно, виходячи з умов економічного та соціального розвитку країни. Перехід до нової моделі ринку електроенергії в Україні почався з прийняттям Закону України «Про засади функціонування ринку електроенергії України» від 24.10.2013 р.;

3) *енергетична політика* – позиція держави щодо роботи ПЕК та напрямки його подальшого розвитку. Оприлюднена у 2006 р. «Енергетичну страте-

гю України до 2030 року» є першою спробою уряду усвідомити проблеми в енергетичному секторі та окреслити можливі шляхи їхнього розв'язання. Даний документ вже ж досить застарілим та вимагає оновлення з огляду на зміни в країні, що відбулися за 8 років, а також новий вектор інтеграції України. Приєднання до Енергетичного Співтовариства висуває зобов'язання до дотримання положень енергетичного законодавства ЄС, що спричиняє додаткові зміни в галузі та діяльності енергетичних підприємств;

4) *податкова система* – у 2014 р. було внесено нові зміни до Податкового кодексу України, які торкнулися ПДВ, податку на прибуток підприємств, податку за користування надрами; створено Державну фіскальну службу України [5];

5) *державна власність* – аналіз структури власності енергетичних підприємств України. Активна приватизація енергетичних підприємств у 2012-2013 рр. призвела до кардинально відмінної від загальноприйнятої в Україні структури власності в енергетиці – контрольні пакети акцій 4 з 5 підприємств теплової генерації електроенергії належать приватній вертикально-інтегрованої енергетичній компанії України ДТЕК, яка є частиною фінансово-промислової групи «Систем Капітал Менеджмент»;

1.3. Соціальні фактори:

1) *рівень життя населення* – основними тенденціями даного фактору в Україні є скорочення чисельності населення і як наслідок його старіння; збільшення частки населення з доходами нижче прожиткового мінімуму; недовіра населення до владних структур, владних дій, підприємницьких структур, державних підприємств, силових відомств [6];

2) *рівень безробіття* – співвідношення чисельності безробітних віком 15–70 років до економічно активного населення відповідного віку. Рівень безробіття в Україні, визначений за методологією Міжнародної організації праці, в середньому зріс з 7,6% у I півріччі 2013 р. до 8,6% у I півріччі 2014 р. економічно активного населення [7];

3) *рівень соціального забезпечення* – сукупність певних соціально-економічних заходів, спрямованих на підвищення матеріального добробуту населення. На сьогодні основною проблемою в Україні є і залишається проблема подолання бідності, тому що більша частина працюючого населення країни є дуже низький рівень доходів. Складність функціонування системи соціального захисту в Україні зумовлена: відсутністю стандартів якості соціальних послуг; надмірною залежністю органів місцевого самоврядування від рішень органів державного рівня; неузгодженістю різних нормативно-правових актів, які регулюють надання соціального захисту та соціальної допомоги; негнучкістю, нераціональністю механізмів фінансування окремих програм соціального захисту населення [8].

1.4. Економічні фактори:

1) *енергоємність ВВП* – рівень витрат ПЕР на одиницю ВВП країни. Україна характеризується високою енергоємністю ВВП – 0,5 кг н.е./дол. – у 2,6 разів вище середнього рівня розвинутих країн світу;

2) *рівень інфляції* – за прогнозами Всесвітнього банку та МВФ в Україні на 2014-2015 рр. даний показник прогнозується на рівні 6-10 %;

3) *валютні коливання* – зміна курсу національної валюти по відношенню до основних світових валют. В Україні до кінця 2013 р. курс національної валюти до долара США залишався відносно стабільним (близько 8 грн за 1 дол.). Після початку політичних зрушень в країні спостерігається стрімке знецінення гривні та зростання курсу долара. Так, на кінець 2013 р. курс долара зріс до 10,5 грн за 1 долар, а на вересень 2014 р. він становив 13,5 грн;

4) *ціноутворення в галузі* – в електроенергетиці існує три схеми ціноутворення. На конкурентному ринку працюють лише ТЕС, які подають до ДП «Енергоринок» цінові заявки (відповідно до положень Правил ОРЕ). Для всіх інших генераторів електроенергії тарифи встановлюються НКРЕ. Вибір ТЕС здійснюється за схемою «від найдешевшого до найдорожчого» з метою мінімізацію вартості електроенергії для споживачів (пріоритетне навантаження енергоблоків з найменшим приростом ціни на електроенергію в межах вибраного складу обладнання на розрахункову добу);

5) *інвестиції* – в останні роки спостерігається тенденція до зростання обсягу інвестицій в енергетичні підприємства. Проте, наприклад, у ПАТ «Центр-енерго» спостерігається зниження частки самофінансування (майже до 10%) у загальній структурі інвестиційного забезпечення, що зумовлено необхідністю реалізації масштабних інвестиційних проектів. Для дотримання норм міжнародного екологічного законодавства до 15% інвестицій спрямовується на реалізацію екологічно-зберігаючих заходів, що проявляється у зменшенні екологічних платежів. Для реалізації основних положень Енергетичної стратегії України на період до 2030 р. досліджувані підприємства 65% чистого прибутку спрямовують у фонд розвитку виробництва. Проте особливості ціноутворення та реалізація масштабних інвестиційних проектів не завжди сприяють прибутковій роботі підприємств. Виявлені тенденції стимулюють необхідність удосконалення інвестиційного забезпечення підприємств електроенергетики.

1.5. Екологічні фактори:

1) *рівень шкідливих викидів* – обсяг шкідливих викидів у навколишнє природне середовище, їх рівень по регіону та країні в цілому. Основними тенденціями в Україні є розміщення «брудних» виробництв; складування відходів, нерідко токсичних, яких позбавляються за відповідну плату розвинені країни; концентрація в регіоні екологічно шкідливих експортних виробництв, які продають сировину закордон;

2) *надзвичайні ситуації* – виникнення загроз, спричинених діяльністю людей – виникнення аварій на енергетичних підприємствах, пожеж, вибухів тощо. Виникнення загрози тероризму після початку воєнних дій та напруження відносин на Сході України;

3) *стихійні лиха* – виникнення ушкоджень, спричинених природними катаклізмами. Географічне положення України зумовлює низьку ймовірність виникнення стихійних лих природного характеру.

Висновки. Таким чином, проаналізувавши всі фактори зовнішнього середовища, які впливають на формування моделі ринку електроенергії та на діяльність енергетичних підприємств в умовах цієї моделі ринку, бачимо, що основна тенденція в Україні є негативною. З 19 вказаних факторів 9 мають прямо пропорційну залежність, а 10 – обернено пропорційну. Крім того, також 9 факторів мають відносно прямий вплив на модель ринку електроенергії та діяльність енергетичних підприємств, а 10 – опосередкований, тобто зміна стану фактора відобразиться через дію інших факторів.

Щодо рівня впливу факторів, тобто можливості управляти ними, то з 19 зазначених факторів зовнішнього середовища лише 3 є відносно керованими – енергоємність ВВП, інвестиції та рівень шкідливих викидів. Всі інші фактори є некерованими, енергетичні підприємства не можуть управляти ними та їх різкі коливання завжди є непередбачуваними, тому підприємства повинні мати необхідний ресурсний потенціал, щоб бути готовими до швидкої нейтралізації їх наслідків.

Література

1. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. Вид. 2-ге, виправл. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 504 с.
2. Політичні ризики і політична стабільність в Україні / Український незалежний центр політичних досліджень. – Випуск 12. Серпень 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ucipr.org.ua/userfiles/Political_risks12_Aug2014u\(1\).pdf](http://www.ucipr.org.ua/userfiles/Political_risks12_Aug2014u(1).pdf)
3. Індекс корупції CPI-2014 / Transparency International Ukraine/ – Прес-реліз. 03.12.2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ti-ukraine.org/corruption-perceptions-index-2014>
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року». – №385 від 06.08.2014. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF#n11>
5. Ukraine Legal Alert Tax / European Business Association. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eba.com.ua/static/members_reviews/EPAP_Ukraine_Legal_Alert_Tax_Update_August_UA.pdf
6. Гаращенко Н.М., Костін Ю. Д. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища енергозбутової компанії // «Стратегія економічного розвитку України» №32, 2013. – С. 111-123.
7. Рівень безробіття: два показники – два поняття / Державна служба зайнятості. – 11.02.2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/publish/article?showHidden=1&art_id=230309&cat_id=173564&ctime=1333367142883
8. Павлюк К. Система соціального захисту в Україні: без модернізації не обійтися // Незалежний аудитор. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://n-auditor.com.ua/uk/component/na_archive/506?view=material

УДК 658

Лазоренко Т.В.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Запропоновано метод інтегральної оцінки якості нового виробу та розроблено математичну модель управління виробництвом за критерієм досягнення конкурентоспроможності шляхом регулювання інтегрального показника якості продукції

Ключові слова: конкуренція, конкурентна перевага, конкурентоспроможність, якість продукції, інтегральний показник.

There was proposed the method of integral evaluation of a new product's quality and developed the mathematical model of production management by the criterion of achieving competitiveness through adjusting the integral indicator of product quality

Keywords: competition, competitive advantage, competitiveness, product quality, integrated indicator.

Вступ. В сучасних умовах господарювання підприємства перебувають у постійному процесі удосконалення системи управління, направленої на забезпечення конкурентних переваг на ринку, пристосування до умов зовнішнього середовища, пошуку способів протидії конкурентам, що зумовлює необхідність вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. Конкурентоспроможність вітчизняного виробництва на зарубіжних ринках визначає єдину можливість зберегти економічну незалежність України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відомий значний обсяг публікацій, які спрямовані на формування статусу вітчизняного конкурентоспроможного виробника. Цьому питанню приділяють увагу такі вчені-економісти як Г. Азоев, Л. Балабанова, І. Должанський, С. Шевельова та інші. Багато праць присвячено розробці систем управління якістю продукції та методам кваліметрії. Значно менше публікацій, в яких пропонуються математичні моделі прямої трансформації якості виробу у його ринкову ціну та зворотної трансформації частини одержаного доходу у виробу вищої якості.

Постановка завдання. Процес створення конкурентоспроможного виробу – це економіко-технічна реалізація його наукової новизни, тобто його наукової сутності. Індикацією досягнення виробом конкурентоспроможного стану є одержання виробником такого рівня доходу, який дозволяє без-

перервно відтворювати виробничий процес, поповнювати основні фонди та мати прибуток. Тому об'єктом дослідження є методи формування інтегральної оцінки якості та математична модель як аналітична залежність доходу виробника від рівня якості виробу. Якщо дохід визначається в числовій формі, то такою ж числовою формою повинен бути визначений рівень якості виробу. Відомі поширені методи кваліметрії щодо складних наукоємних виробів не надають рівню якості виробу числову форму. Тому правомірно скористатись для вирішення поставленого завдання роботами [5,9].

Результати дослідження. Аналіз літератури, присвяченої проблемам конкурентоспроможності підприємств, показує, що існує кілька визначень сутності конкурентних переваг. За П. Перервою, конкурентні переваги – це порівняльні динамічні характеристики підприємства, які забезпечують його конкурентостійкість та конкурентогнучкість [6]. Більш конкретно конкурентні переваги описують О. Лукашенко та І. Князева, а саме, як характеристики підприємств, споживчі властивості товару та впізнаваність марки, які створюють для фірми певну пріоритетність над її безпосередніми конкурентами з точки зору споживачів [4]. Такі переваги досягаються при здобутті перспектив надання більших споживчих благ за рахунок реалізації більш дешевої продукції або завдяки пропозиції високоякісних продуктів із набором додаткових послуг за аналогічними або порівняно вищими конкурентоспроможними цінами.

Проблемною ситуацією у вітчизняному виробництві наукоємної продукції є не досить ефективна економіко-технічна стратегія виробника у формуванні конкурентоспроможного статусу своїх виробів. З цього твердження, яке неможливо заперечити, окреслюється об'єкт дослідження як процес створення такого якісного рівня виробу, який надає йому більшу споживчу цінність на світовому ринку, тобто це процес створення конкурентоспроможної продукції.

В свій час подавала надію ідея Г. Тагуті (Японія) представити математичною моделлю управління якістю продукції економічні витрати виробника як функцію окремого технічного параметра виробу. Визначений параметр виробництво повинно утримувати в межах його допуску. «Функція витрат Тагуті», як позначалась ця математична модель в публікаціях, не супроводжувалась за відомих причин описом конкретного управлінського механізму, методикою вибору технічних параметрів виробу, які регулювались, визначенням області існування залежності економічних витрат від якості виробу [1].

Кваліметричні методи оцінки об'єктів діяльності товаровиробника доповнюються розробленим нами методом формування інтегральної оцінки якості за допомогою променевої діаграми як графічно-розрахункової моделі такої оцінки.

Променева діаграма. Зображення променевої діаграми подане на рис.1. З центра кола під однаковими кутами один до одного побудовані одиничні радіуси за кількістю технічних параметрів виробу. Радіуси – це вимірюваль-

ні шкали, поділки яких визначають числову величину кожного параметра. Променева діаграма виконує порівняльну оцінку однакових параметрів двох об'єктів – оригінального (авторського) виробу та виробу-аналога. Аналогом повинен бути кращий виріб найавторитетнішого зарубіжного виробника (фірми), з яким буде конкурувати виріб, що створюється виробником. Тому на кожному радіусі шкали наносяться відповідно дві позначки, які з'єднуються з позначками сусідньої шкали, створюючи два багатокутники. Площу багатокутника S нескладно обчислити за формулою:

$$S = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n c_i \cdot c_{i+1} \sin \alpha, \quad (1)$$

де c_i, c_{i+1} – довжина сусідніх шкал від центра діаграми до відповідних позначок на них;

α – кут між сусідніми радіусами;

n – кількість складових трикутників.

Числове значення відношення площ багатокутників – площі S_{PP} , що відповідає проекту, до площі S_A , що відповідає аналогу, є інтегральною числовою оцінкою (показником) якості виробу $\{Q_{PP}\}$, який створюється за проектом,

$$\{Q_{PP}\} = S_{PP} / S_A \geq 1, \quad (1)$$

Якщо $\{Q_{PP}\} = 1$, то обидва об'єкти, що порівнюються, є однаковими за якістю. Саме числове значення якості є незалежною змінною в математичній моделі. Щоб незалежна змінна мала нульове значення при $\{Q_{PP}\} = 1$, необхідно користуватись приростом показника якості відносно одиниці $\{\Delta Q\} = \{Q_{PP}\} - 1 = \{Q_{PP}\} - \{Q_{кон}\}$, де $\{Q_{кон}\}$ – показник якості виробу конкурента.

Функція доходу виробника від інтегрального показника якості продукції. Вибір виду функціональних залежностей в економіці, на нашу думку, є предметом економетрії [10]. Математичні складності такого вибору та його обґрунтування пояснюють факт, що економетрія користується методом регресійного аналізу статистичних даних. У випадках багатofакторного впливу на об'єкт економічного дослідження, поведінка якого є стохастичною, лінія регресії має вигляд $\tilde{y} = \ln c + bx$, тобто функцією є експонента $y = c \cdot e^{bx}$ [2].

В поставленій задачі функція доходу виробника від показника якості набуває вигляду

$$D = D_0 e^{K\{\Delta Q\}}, \quad (2)$$

де D – дохід від одиниці реалізованої продукції;

D_0 – дохід від одиниці реалізованої продукції, яка має показник якості;

K – коефіцієнт економічної ефективності якості виробу.

Графік функції (2) (рис.2) має три реперні точки:

$a(0, D_0)$; $\delta(\{\Delta Q_p\}, D_1)$; $\epsilon(\{\Delta Q_{вст}, D_2\})$.

Абсиси точок δ та ϵ означають: $\{\Delta Q_p\}$ – розрахункова величина за проектом величина, $\{\Delta Q_{вст}\}$ – встановлена виробником величина показника для забезпечення технологічного запасу якості виробу $\{\delta Q\} = \{\Delta Q_{вст}\} - \{\Delta Q_p\}$.

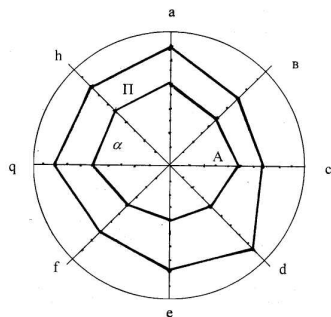


Рис.1. Променева діаграма:

a, b, \dots, h – радіуси-шкали врахованих технічних показників;

$A, П$ – багатокутники, що відповідають показникам аналога та проекту

Джерело: розроблено автором

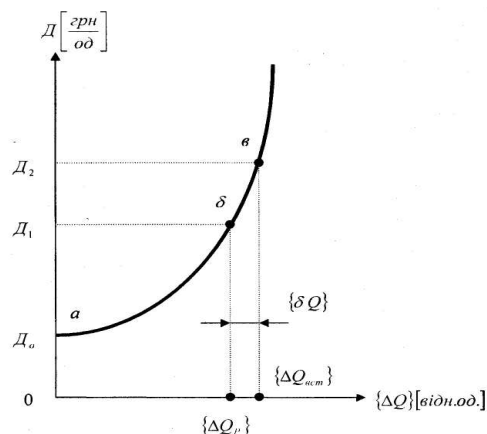


Рис.2. Функція доходу виробника від інтегрального показника якості продукції, $\{\Delta Q\} = Q - 1$

Джерело: розроблено автором

Висновки. Конкурентоспроможність підприємства – це реальна та потенційна спроможність підприємства проектувати та виготовляти продукцію, яка користується більш пріоритетним попитом у споживачів. Забезпечення конкурентних переваг підприємства – це механізм створення умов, необхідних для максимально повного та всебічного використання відмінностей підприємства від конкурентів. Однією з основних конкурентних переваг є якість продукції. Тому нами запропоновано математичну модель управління виробництвом конкурентоспроможної продукції у вигляді функцій доходу від показника якості та розроблено кваліметричний метод променевої діаграми для оцінки якості нового виробу, що має надійти до світових ринків, з цілеспрямованою конкурентною зверхністю.

Література

1. Бех С. В. Функция потерь Тагучи как алгоритм управления качеством продукции / Бех С.В., Брюнин С.Г., Водотовка В.И. // Вимірвальна та обчислювальна техніка в технологічних процесах. – 2001. – №4. – С. 95-96.
2. Слейко В. Основи економетрії. – Львів: Третя хвиля, 1995. – 160 с.
3. Наконечний С. І. Економетрія / С. І. Наконечний, Т. О. Терещенко, Т.П. Романюк. – К.: КНЕУ, 2000. – 296 с.
4. Князева І.В. Трансформація антимонопольної політики в політику захисту конкуренції в сучасних економічних умовах: монографія / І.В. Князева, О.А.Лукашенко – СІБАГС, НГТУ, Новосибірськ, – 2011 – 304с.
5. Лазоренко Т.В. Нові аспекти в економіко-математичному моделюванні // Економіст. – 1999. – №9.
6. Перерва П. Г. Синергетичний ефект бенчмаркетингу конкурентних переваг: наукова стаття // П. Г. Перерва – Маркетинг і менеджмент інновацій, № 4, – 2011, – с 55-65
7. Портер М.Е. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов /М.Е. Портер; пер. с англ. И.Минервина – 2-е изд. – М: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 452 с.
8. Семь инструментов качества в японской экономике / сост. Николаева Э.К. – М.: Из-во стандартов, 1990. –260 с.
9. Семенов А.А. Методы построения градуированных характеристик средств измерений / Л.А. Семенов, Т.Н. Сирая. – М.: Из-во стандартов, 1986. – 128 с.
10. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов – М.: ИНФРА – М, 2000. – 312 с.

УДК 338.242.2

Лізягіна Д.С.
студент ФММ;
Савицька О.М.
к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ УДОСКОНАЛЕННЯ

СИСТЕМИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

В статті проаналізовано теоретичні підходи до поняття «конкурентоспроможність підприємства», запропоновано власне визначення терміну. Висвітлено роль управління ресурсним забезпеченням у підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, ресурсне забезпечення, ефективність.

The paper analyzes the theoretical approaches to the concept of «competitive-ness», proposed his own definition of the term. The role of management resourced in enhancing competitiveness.

Keywords: competitiveness, resourced, effective.

Вступ. В період фінансової нестабільності для кожного підприємства одним із першочергових завдань є підвищення рівня його конкурентоспроможності. Зважаючи на те, що конкуренція на ринку стає все жорсткішою, у суб'єктів господарювання з'являється необхідність постійного пошуку нових переваг над конкурентами та розроблення напрямів підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання конкурентоспроможності підприємств було і залишається актуальним для вітчизняних та зарубіжних науковців. Про це свідчать наукові праці таких вчених як Андросова Т.В., Бюрісюк І.О., Власова Н.О., Голубко Є.В., Гудзинський О.Д., Гуренко Т.О., Єрьоменко А.В., Камишніков Р.В., Круглова О.А., Кузнецова К.О., Михайлова Н.В., Смолін І.В., Судомир С. М., Янковий О.Г. та інші. Однак, незважаючи на безумовну значущість проведених досліджень, існуючі підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства не повною мірою розкривають сутність даного поняття та, як результат, висвітлюють окремі його аспекти в управлінні ресурсним забезпеченням суб'єктами господарювання.

Постановка завдання. Основними цілями представленого дослідження є: аналіз теоретичних підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства» та формулювання власного визначення зазначеної економічної категорії; дослідження значення управління та раціонального використання ресурсним забезпеченням у підвищенні конкурентоспроможності промислового підприємства.

Результати дослідження. Протягом останніх років в Україні відбуваються значні зміни в соціально-економічній політиці, котрі створюють об'єктивні передумови для розвитку нових напрямів в економічній науці та практиці підприємств – менеджменту, маркетингу, інжинірингу, контролінгу тощо.

Досліджуючи вітчизняну й зарубіжну наукову літературу, в табл. 1 представлено декілька основних визначень поняття «конкурентоспроможність підприємства», котрі загалом представляють одну й ту саму економічну категорію, проте враховують різні підходи.

Таблиця 1.

Теоретичні аспекти визначення економічної категорії «конкурентоспроможність підприємства»

№ з/п	Автор	Теоретичні аспекти визначення економічної категорії «конкурентоспроможність підприємства»
1	2	3
1.	Фатхутдінов Р.А. [1, с. 31]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність фірми випускати конкурентоспроможну продукцію, її перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни та за її межами.
2.	Ліпсіц І. В., Фамінський І.П. [2; 3]	Конкурентоспроможність підприємства – можливість запропонувати товар, який задовольнить конкретні вимоги споживача відносно якості та вигідних умов.
3.	Хруцький В. Є., Корнєєва І. В. [1, с. 31]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність успішно оперувати на конкретному ринку (регіоні збуту) у даний період часу шляхом випуску й реалізації конкурентоздатних виробів і послуг.
4.	Портер М. [4, с. 40]	Конкурентоспроможність підприємства – відображення відносного рівня ефективності використання усіх видів наявних у цього підприємства виробничих ресурсів. Конкурентоспроможність є порівняльною характеристикою підприємства, яка відбиває різницю між рівнем ефективності використання на ньому всіх видів ресурсів порівняно до аналогічних показників інших підприємств певної однорідної групи.
5.	Булах І. В. [5]	Конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства створювати і використовувати конкурентні переваги, займаючи певну конкурентну позицію в даний період часу.
6.	Швейцарська організація “European management forum” [6]	Конкурентоспроможність компанії – її реальна потенційна здатність проектувати, виробляти та збувати за існуючих умов товари, які за ціновими і неціновими характеристиками є привабливішими для споживачів, ніж товари їх конкурентів.
7.	Немцов В. Д., Довгань Л. Є. [7, с. 220]	Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як комплексна порівняльна характеристика підприємства, яка відображає ступінь переваги сукупності оціночних показників його діяльності, що визначає успіх підприємства на визначеному ринку за визначений проміжок часу по відношенню до сукупності показників конкурентів.
8.	Кіперман Г. Я. [8, с. 270]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так за ефективністю виробничої діяльності.
9.	Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. [9, с. 45]	Конкурентоспроможність підприємства – це визнана ринком сформована і реалізована конкурентоздатність соціально-економічних систем, яка матеріалізована у формі товару чи послуги. Вона може визначитися в процесі оперативної діяльності при реалізації стратегій і в перспективі при обґрунтуванні можливих ситуацій і стратегій розвитку.

Продовження таблиці 1

10	Кіперман Г. Я. [8, с. 270]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність протидіяти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за рівнем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так за ефективністю виробничої діяльності.
11	Гудзинський О. Д., Судомир С. М., Гуренко Т. О. [9, с. 45]	Конкурентоспроможність підприємства – це визнана ринком сформована і реалізована конкурентоздатність соціально-економічних систем, яка матеріалізована у формі товару чи послуги. Вона може визначитися в процесі оперативної діяльності при реалізації стратегій і в перспективі при обґрунтуванні можливих ситуацій і стратегій розвитку.
12	Камишніков Р. В. [10, с. 7]	Конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства використовувати власний потенціал та ресурси, що надаються навколишнім маркетинговим середовищем для досягнення порівняно вищої міри задоволення потреб споживачів свого цільового ринку.
13	Шершньова З. Е., Оборська С. В. [11, с. 67]	Конкурентоспроможність підприємства – рівень його компетенції щодо інших підприємств-конкурентів у нагромадженні і використанні виробничого потенціалу визначеної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту, навичок і знань персоналу, що знаходять вираження в таких результатуючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність тощо.

Джерело: згруповано авторами

Розглянувши погляди вчених на визначення поняття «конкурентоспроможність підприємства», стає зрозумілим, що в деяких з них є певні недоліки. Фатхутдінов Р. А. [1], Ліпсіц І. В. [2] та Фамінський І. П. [3] ґрунтують визначення конкурентоспроможності підприємства лише на основі предмета конкуренції, що дещо спрощує розуміння даної категорії, оскільки такі визначення слугують основою поняття «конкурентоспроможність продукції» та недостатньо розкривають результативність діяльності підприємства. Зважаючи на це, можна сказати, що дані визначення є неповними, оскільки вони фактично прирівнюють поняття «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції».

Визначення Хруцького В. Є. та Корнеєвої І. В. [1, с. 31] також має аналогічні недоліки, однак вчені акцентують увагу на тому, що конкурентоспроможність досягається на конкретних ринках у даний період часу.

Визначення конкурентоспроможності підприємства за Портером М. [4, с. 40] базується на теорії конкурентної переваги і є більш узагальненим порівняно з вище наведеними економічними категоріями. Згідно з Портером М. конкурентна перевага досягається виходячи з того, як підприємство організує та виконує окремі види діяльності [12, с. 11]. Система взаємопов'язаних видів діяльності (ланцюг цінності) визнається вирішальним джерелом конкурентної переваги підприємства [12, с. 12]. Отже, можна вважати, що конкурентна перевага, як властивість, що вирізняє

один суб'єкт порівняно з іншим, є джерелом конкурентоспроможності підприємства, а формування й реалізація конкурентних переваг – суть забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Проте, на нашу думку, доречним було б доповнити дане визначення щодо того, що метою діяльності кожного підприємства є досягнення максимізації прибутку.

Немцов В. Д. та Довгань Л. Є. [7, с. 220] ставляться до конкурентоспроможності як до комплексної порівняльної характеристики, до складу якої можна також включити і вплив на неї персоналу підприємства.

Визначення Кіпермана Г. Я. [8, с. 270] стосовно конкурентоспроможності підприємства також можна вважати неповним, тому що воно не враховує, що організації конкурують на конкретних ринках у певний період часу, проте перевагою даного визначення є те, що підкреслюється ефективність господарської діяльності як вирішальний елемент конкурентоспроможності організації.

Підхід Гудзинського О. Д., Судомира С. М., Гуренко Т. О. [9, с. 45] щодо визначення конкурентоспроможності підприємства як соціально-економічної системи є загалом позитивним, оскільки будь-яке підприємство є саме соціально-економічною системою.

Камишніков Р. В. [10, с. 7] враховує у визначенні конкурентоспроможності вплив внутрішніх та зовнішніх факторів, проте він не зазначає, що дане поняття має відносний та адаптивний характер.

Отже, розглядаючи підходи вчених до поняття «конкурентоспроможність підприємства», можна зробити висновок, що загальноприйнятого визначення не існує.

На нашу думку, визначення конкурентоспроможності підприємства можна було б сформулювати як здатність підприємства випускати та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію, котра матиме конкурентні переваги порівняно з товарами-аналогами конкурентів у певний проміжок часу на визначеному ринку, що в результаті принесе максимальний прибуток.

Підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив [13].

Аналізуючи економічну літературу, можна зробити висновок, що для можливості підвищення конкурентоспроможності першочерговою для підприємства є здатність здійснювати ефективну господарську діяльність в умовах дії зовнішнього середовища, яке змінюється, шляхом раціонального використання наявних ресурсів, пріоритетним серед яких виступає робоча сила. Дане твердження обумовлюється тим, що саме від кваліфікації персоналу, його здібностей, досвіду роботи та мотивації до праці залежить ефективність виростання всіх видів ресурсів підприємства (матеріальних, фінансових, організаційних, інформаційних та інших).

Ресурсами підприємства вважаються основні засоби, які використовуються у виробництві (матеріали, персонал, капітал, технологія, інформація) [14, с. 86].

Ефективність використання ресурсів як фактор конкурентоспроможності відображає передусім рівень менеджменту підприємства. За наявності достатнього для виробництва продукції ресурсного потенціалу, перевагу матиме те підприємство, яке використовує ефективніший менеджмент, оскільки постійний пошук нових рішень у всіх сферах діяльності підприємства є основою підвищення ефективності використання наявних ресурсів [15].

Загалом можна сказати, що наразі існує необхідність визначення нових підходів до розроблення і реалізації концептуальних засад ресурсного забезпечення їх подальшого розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності. Для цього необхідно розробити комплекс науково-технічних програм ресурсного забезпечення підприємств, що дозволить забезпечити їх адаптацію до сучасної економічної кон'юнктури. В подальшому це допоможе вирішити питання раціонального використання потужностей та оновлення існуючих з точки зору налагодження конкурентоспроможного виробництва. На цих засадах можна сформулювати ідеологію ресурсного забезпечення розвитку підприємств, яка, на нашу думку, дозволить враховувати всі складові системного виробничого процесу та управляти ним на підставі, як ринкових механізмів, так і методів державного регулювання.

Висновки. Як результат здійсненого дослідження можна зробити висновок, що більшість вчених досліджують конкурентоспроможність підприємства з точки зору створення конкурентоспроможної продукції, і мало науковців розглядають дане поняття як комплексну системну характеристику підприємства, котра включає ефективне використання наявних ресурсів.

Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства необхідно, щоб всі ресурси, які воно споживає, раціонально використовувались і приносили більший прибуток порівняно з конкурентами. Таким чином підприємство займає стабільне місце на ринку товарів та послуг і його продукція користується постійним попитом споживачів. Керівництву підприємства доцільно постійно стежити за змінами, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити політику ведення раціонального використання ресурсного потенціалу в виробництві продукції, у тому числі враховуючи: зміну товарної політики, диверсифікацію виробництва, впровадження нових технологій, вихід на нові ринки, зміну організаційно-правового статусу підприємства, створення спільних виробництв, модернізацію форм збуту продукції та інші.

Подальші дослідження можуть бути пов'язані з розробленням методології комплексного аналізу та оцінювання показників конкурентоспроможності в контексті результативності використання потенціалу підприємства, а також створенням ефективного організаційно-економічного

плану підвищення конкурентоспроможності підприємства на прикладі ДВ «ПРЕСА УКРАЇНИ» ДУС.

Література

1. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
2. Липсиц И. В. Конкурентоспособность российской промышленности / И.В. Липсиц, Е. А. Вигдорчик, В. К. Кашин // ЭКО. – 1997. – № 5. – С. 55.
3. Фаминский И. П. Основы внешнеэкономических знаний / И. П. Фаминский. – М.: Международные отношения, 1994. – 382 с.
4. Портер М. Международная конкуренция. Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
5. Булах І. В. Математична модель оцінки стратегічної конкурентоспроможності підприємства / І. В. Булах // Вісник Нац. ун-ту водного господар. та природокорист.: збір. наук. праць. – Рівне: Видавничий центр НУВГП, 2007. – Вип. 3 (39). – С. 24-31.
6. Шевченко О. Л. Якість і конкурентоспроможність продукції, їх місце в стратегії маркетингу/ О.Л.Шевченко // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. Вип. 4 / Відп. ред. О.П. Степанов. – К.: КНЕУ, 2001. – С. 208-216.
7. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент: Навч. посіб./ В.Д.Немцов, Л.Є.Довгань. – К.: Експрес-Поліграф, 2002. – 562 с.
8. Киперман Г. Я. Рыночная экономика: словарь / под общ. ред. Г. Я. Кипермана. – М.: Республика, 1993. – 524 с.
9. Гудзинський О. Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія / О. Д. Гудзинський, С.М. Судомир, Т. О. Гуренко; Інститут підготовки кадрів державної служби зайнятості України. – К.: ППК ДСЗУ, 2010. – 212 с.
10. Камишніков Р. В. Конкурентоспроможність підприємства в системі маркетингу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами" / Р. В. Камишніков. – К., 2006. – 18 с.
11. Шершньова З. Е. Стратегічне управління / З.Е.Шершньова, С.В.Оборська. – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
12. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства: монографія / Т. В. Андросова та ін.; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків: ХДУХТ, 2010. – 144 с.
13. Мочерний С. В. Світове господарство в умовах глобалізації/ Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Фомішин С. В. – К.: Нікацентр, 2006. – 200 с.
14. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
15. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М., 2000. – 485 с.

Луценко І.С.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

СКЛАД ЯК ІНТЕГРУЮЧА ЛАНКА ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Розглянуто проблема використання складів як інтегруючої ланки логістичної системи. Запропоновано використання складів у доведенні товарів від виробника до кінцевого споживача. Визначені основні шляхи забезпечення ефективного функціонування складів в логістичних системах, зокрема на основі оптимального місце розташування.

Ключові слова: логістика, склад, логістичний процес на складі, технологічний процес на складі, місце розташування складів.

The problem of warehouse as an integrating part of logistic system was considered. Using of the warehouse for taking goods from producer to eventual user was proposed. The components of warehouse system were defined. The securing of main ways of effective warehouse functioning in logistic systems is identified by optimal place situated.

Keywords: logistics, warehouse, logistics process in the warehouse, process the warehouse, location of warehouses.

Вступ. Глобальною тенденцією розвитку сучасності стає перехід від індустріальної до постіндустріальної економіки. Основна увага в індустріальній економіці приділяється товару та його виробництву. В постіндустріальній економіці головним чинником економічного розвитку виступає максимальне задоволення індивідуалізованого споживчого попиту. При такій ситуації всім рівням каналів розподілу стає все складніше працювати окремо один від одного. Важливу роль в інтеграції та ефективній взаємодії підприємств, оптимізації потокових процесів відіграє логістика, а складська мережа є одним з основних елементів логістичної системи, яка забезпечує баланс інтересів усіх учасників ринку та створює сучасну систему товароруку, орієнтовану на максимальне задоволення потреб кінцевих споживачів. Необхідність використання складів у доведенні товарів від виробника до кінцевого споживача обумовлено перш за все нерівномірністю циклів виробництва і споживання та особливостями функціонування транспорту, що визначає пріоритети в розміщенні складської мережі: або наближенні до ринків виробництва чи збуту, або до транспортних вузлів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми логістичних рішень в галузі складування у країнах з розвинутою економікою вже не одне десятиріччя приділяється дуже велика увага, тому там є значні досягнення як в теорії, так і в практиці. Вивчення наукових праць таких відомих зарубіжних

вчених як Д. Бауерсокс, Д. Клосс, М.Ліндерс, Х.Фірон та інших дозволяють опанувати цей багатий досвід і застосувати його у вітчизняній практиці. Але ці наукові надбання потрібно адаптувати до особливостей економічного розвитку України в умовах кризи. За останні роки опубліковано цілий ряд наукових праць з проблем управління складською мережею, які підготовлені вченими України, зокрема такими як Голошубова Н.О., Торопков В.М., а також російськими авторами – Дибська В.В., Маліков О.Б., Сергеев В.І. Однак рівень теоретичної розробленості цієї важливої проблеми, яка б урахувала особливості сучасного соціально-економічного середовища України ще недостатній.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення загальних тенденцій розвитку складів в інтегрованих ланцюгах постачання і визначення чинників ефективного використання складської мережі для всіх учасників логістичної системи.

Результати дослідження. Склад – основна частина інтегрованої логістичної системи – одночасно є матеріально-технічною базою всіх учасників цієї системи [1]. На всіх складах, незалежно від їх місця в логістичній системі, відбувається перетворення матеріального потоку за різними параметрами, таким чином склад можна розглядати в якості перетворювача матеріального потоку на шляху від постачальників сировини до поставки готової продукції кінцевому споживачу [1]. Склад є одним з елементів логістичної системи і в той же час повинен розглядатися як складна техніко-економічна система.

Однією з важливих умов ефективного розвитку складського господарства, як складової логістичної системи, є помірковане розміщення об'єктів складської мережі на шляху матеріальних потоків, яке повинне сприяти раціональному руху матеріалів (рівень витрат з транспортування на склад і зі складу, складування вантажів, все це здійснює значний вплив на рівень та вартість логістичних послуг, які надаються покупцям).

Сьогодні Україні край необхідно створити розгалужену та територіально збалансовану складську мережу. Дослідження показують, що існує значна територіальна нерівномірність розвитку складської мережі. Більше половини складів розташовані у 4 регіонах – це м. Київ, Донецька, Дніпропетровська та Харківська області.

Суб'єкту господарювання в першу чергу необхідно прийняти рішення про те скільки складів йому потрібно, якими повинні бути ці склади та де вони мають розташовуватися. Рішення про необхідну кількість складів можна прийняти при порівнянні одночасних витрат зі створення місць зберігання та річних витрат пов'язаних з доставкою товарів покупцю. Використовуючи класичний метод порівняння варіантів за мінімумом приведених витрат, можна визначити кількість місць розміщення складів за формулою:

$$P_B = IE_H + B_C + B_D \rightarrow \min, \quad (1)$$

де Π_B – сумарні приведені витрати по кожному можливому варіанту спорудження складів;

I – інвестиції на будівництво складів;

E_H – нормативний коефіцієнт ефективності інвестицій (0,15)

V_C, V_D – річні витрати, які пов'язані з утриманням складів та з доставкою товарів.

Друге питання при формуванні складської мережі – це місце розташування складів. Склади слід розташовувати так, щоб забезпечити бажаний рівень обслуговування при мінімальних витратах на товарорух.

Існує декілька критеріїв, які визначають доцільність вибору місця розташування складу. Частіше всього використовують показник співвідношення витрат і доходів. Як показали дослідження, що були проведені в США, більшість американських компаній при розміщенні складу враховують сім положень:

Управління компанії приймає рішення про необхідність пошуку міста для складу. Рішення повинно ґрунтуватися на ретельному вивченні витрат з урахуванням додання нових потужностей при переміщенні існуючих потужностей в логістичній системі.

Вивчається і готується базова інформація про потужності (необхідна місткість складу, характеристика продукції, яка буде зберігатися, потреба у персоналі, необхідна інфраструктура).

Вивчаються питання, що пов'язані з місцем розташування і які впливають на проект об'єкту (топографія, географія місцевості).

Готується перелік основних вимог до місця, де планується розташувати склад. Сюди повинні увійти як специфічні вимоги компанії, так і питання: ринку; робочої сили; особливості логістичної системи, в якій буде функціонувати склад; природоохоронні законодавства та існуюча конкуренція.

При виборі місця розташування району забудівлі усі можливі варіанти розглядаються з урахуванням розробленого списку вимог. В результаті суттєво зменшується кількість варіантів. Варіанти, які залишилися, розглядаються більш детально.

При відвідуванні району забудівлі збирається додаткова інформація про соціальний склад населення, існуючі культурні традиції, попит населення і т.д. На базі отриманої інформації обирається місце для будівництва складу.

Альтернативний вибір здійснює керівництво компанії з числа рекомендованих ділянок для забудівлі [2].

В залежності від вихідних даних для вирішення задач розміщення складської мережі використовують декілька методів. При невеликій кількості споживачів застосовується прямий розрахунок приведених витрат по кожному варіанту. Одним з найбільш простих та прийнятних на практиці методів визначення географічного місця розташування складу є метод «сітки», який орієнтований на визначення об'єкту з мінімальними транспортними витратами, що пов'язані з надходженням вантажу на склад і відправлення з складу споживачам. Сутність даного методу полягає у тому, що на географіч-

ну карту з нанесеними на неї об'єктами, накладається сітка з горизонтальними та вертикальними координатами. В результаті складається таблиця кожного об'єкту з вказівкою його координат, тарифу на транспортні перевезення (т/км) і тоннажу вантажу, який перевозиться (Тх).

Вибір зупиняють на самому вигідному об'єкті з точки зору транспортних витрат, який можливо визначити як центр маси або рівноважна система. Математично це може бути виражено такою формулою:

$$M = \frac{\sum_{i=1}^m T_{nidi} Q_{ni} / T_{ki} D_i Q_{ki}}{\sum_{i=1}^m T_{ni} Q_{ni} / \sum T_{ki} Q_{ki}} \quad (2)$$

де: M – центр маси або центр, т/км;

D_i – відстань від начала координат до точки, яка визначає місце розташування споживача складських послуг, км;

d_i – відстань від начала осі координат до точки, яка визначає місцезнаходження постачальника складу, км;

T_{ki} – транспортний тариф на перевезення вантажу споживачам/одиниця відстані (грн. т/км);

T_{ni} – транспортний тариф на перевезення вантажу від постачальника/одиниця відстані (грн. т/км);

Q_{ki} – вага (об'єм) вантажу, який реалізується i -му споживачу складу, т;

Q_{ni} – вага (об'єм) вантажу, який закуповується у i -го постачальника складу, т.

Однак вказана методика має цілу низку обмежень, які повинні враховуватися при прийнятті кінцевого рішення. Методика ґрунтується на статистичному підході, не враховуються можливі зміни транспортних тарифів, обсяги товарів, які закупляються і реалізуються, зміна джерела постачання та споживання. Припускається лінійна залежність транспортних тарифів від відстані, хоча на практиці транспортні тарифи змінюються не пропорційно в залежності від відстані. Не враховуються топографічні умови, іноді неприйнятні для ділянки забудівлі. Задача може вирішуватися за будь-яким відомим алгоритмом транспортної задачі лінійного програмування.

Застосування комбінаторних методів при виборі місця розташування складів дозволяє врахувати нерівномірний характер залежності витрат на будівництво складів і транспортних витрат по доставці вантажів споживачам. Методи динамічного програмування застосовуються у тих випадках, коли здійснюється поетапне інвестування будівництва складів. Рішення кожного етапу повинно оптимізувати загальний результат усього періоду.

При дуже великій кількості споживачів значно збільшується багатоваріантність розташування складської мережі. В залежності від різних чинників впливу використовують методи лінійного програмування, комбінаторний метод або метод динамічного програмування.

При виборі або будівництві складу, необхідно враховувати сучасні тенденції розвитку складського господарства в Європі та Америці, тим більше, що за оцінками фахівців, у найближчі роки в Україні прогнозується зростання будівництва високотехнологічних складів. Цьому буде сприяти географічне положення України, яка стане транспортним форпостом на кордоні з ЄС. З основних тенденцій можна виділити: зростання висоти складів (не нижче 9-12 м), розміщення їх на великих транспортних магістралях, по периметру великих міст та промислових центрів, склади повинні мати високотехнологічне розвантажувально-навантажувальну техніку, бути повністю автоматизованими і комп'ютеризованими, з використанням високоєфективного програмного забезпечення [3].

Висновки. На сьогодні в Україні спостерігається деспеціалізація оптових підприємств, нестабільність у взаємовідносинах з постачальниками товарів. Все це призводить до погіршення якості обслуговування. Враховуючи вимоги постіндустріальної економіки – найкраще задоволення попиту споживачів, українським підприємствам необхідно підвищувати рівень взаємодії та інтеграції виробничих, оптових і роздрібних підприємств формуючи логістичних систем на товарних ринках, де склад повинен відігравати активну роль як організатор, інтегратор, координатор процесу перетворення матеріального потоку. При цьому формування складської мережі вимагає вирішення наступних задач: вибір числа складів, які будуть забезпечувати оптимальне охоплення ринку та розміщення складської мережі (вибір як регіону, так і місце розташування кожного складу).

Пріоритетним напрямком розвитку складської мережі є будівля комплексно механізованих та висотних автоматизованих складів, оснащених пересувними стелажками та іншим сучасним технологічним обладнанням та інформаційним забезпеченням.

Література

1. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под общ.и науч.ред. проф. Сергеева В.И. – М.: ИНФА – М,2008. -976с.
2. Бауэрсокс Дональд Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок/ Бауэрсокс Дональд Дж., Клосс Дейвид Дж.; 2-е изд.: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2006. — 640с.
3. Логистика и управление розничными продажами: ведущие эксперты о современной практике и тенденциях. 2-е изд. / Под ред. Джона Ферни, Ли Спаркса.— Новосибирск: Сиб. Унив. Изд-во, 2007. — 263с
4. Берман Б. Розничная торговля. Стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс; 8-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1184 с.
5. Джонсон Джеймс С. Современная логистика, 7-е издание / Вуд Дональд Ф., Вордлоу Дэниел Л., Мэрфи-мл., Поль Р: пер. с англ. – М.: Издат. Дом «Вильямс», 2002. – 624 с.

УДК 330.1

Ляшенко О.М.

д.е.н., професор

Національний інститут стратегічних досліджень, м. Київ

THE ECONOMIC SECURITY IS IMPERATIVE OF MODERN ENTERPRISE MANAGEMENT

Studied the substance and determined the structure of economic security; clarified the notion of “economic security”, found its properties as an object of management; reviewed the terms of the requirements for handling systems of economic security; studied the nature of economic security, shows his place in the system of economic security; defined the objectives of the system of economic security.

Keywords: economic security, management, system, enterprise, interest, threat, resource providing, economic freedom.

Досліджено стан і визначено структуру економічної безпеки; уточнено поняття «економічна безпека», показано властивості економічної безпеки як об'єкта управління; розглянуто коло вимог, що ставляться до системи економічної безпеки; показано роль економічної безпеки в управлінні підприємствами.

Ключові слова: економічна безпека, управління, система, підприємство, інтереси, загроза, ресурсне забезпечення, економічна свобода.

Introduction. Latitude notions of security are quite natural. The more complex and richer ordainable object is, the more definitions of what it describes. It is therefore natural that the concept of “security” enters the different scope and area of expertise, such as philosophy, sociology, law, political science, physics, mathematics, psychology. From the standpoint of security the security logic seen as a set of elements and the relationship which causes the integrity of the system. Thus the main focus in the study of economic security as a system is to identify a variety of relationships that occur inside of an object, and in its interaction with the environment.

Every system, as well as anybody in general needs security. Enterprises are also drawn to security. Security is one of the most important conditions of the enterprise functioning. Among the numerous researches of security the research of enterprise economic security is the most popular today. However, actuality and popularity of such researches, the form and the content of the enterprise economic security management are in the inconsistent state, and the conceptual principles of such management can not be acknowledged as harmoniously put together. Because of this, one of the priorities of improving the competitiveness of any modern enterprises and to provide of their sustainable economic growth is to build a system economic security, aimed at crisis situations prevention and creating prerequisites for the successful adaptation of these enterprises to changing

conditions of the external environment [6]. Concurring with the classics' opinion concerning the necessity of keeping to the unity of form and content in science, it should be noted that the achievement of the goals of enterprise economic security management is only possible at the terms of creation of clear and logical concept of such management.

In modern difficult conditions of enterprise functioning the problem of economic security management has become considerably accentuated. Complication of such management is caused by a whole number of factors among them are differences in the interpretations of the concepts of «enterprise economic security» and «enterprise economic security management», dynamic nature of external and internal environments of an enterprise, vague semantics of threats of economic security and so forth.

Therefore in modern scientific researches economic security is considered either as a state of threat protection or as a state of the corporate resources [9] usage or as a measure of harmonization of the enterprise interests in time and space. The domineering among those researches are the ones which consider economic security as a state of enterprise threat protection [1-5].

Methodology. The goals of this manuscript are genesis of economic security of enterprise, to substance and determined the structure of economic security; clarified the notion of "economic security", found its properties as an object of management; reviewed the terms of the requirements for handling systems of economic security; studied the nature of economic security, shows his place in the system of economic security; defined the objectives of the system of economic security.

Security of any object is always inherent mobility, so in terms of epistemology security category can be considered as characteristic as a property as a result. These features are in this category, specified in the work on economic security of enterprise, on the one hand, due to the complexity of the nature of the security and its close connection with the category of development, and the other – the peculiar nature of the enterprise itself. Therefore, in the detail the nature of the business of legal, economic and administrative point of view, as a result found that the existing theory of operation of the enterprise, unfortunately, covering only some aspects of its business through that in a context of economic security they can not always be considered valid.

Thematic field of the study called for more generalized concept of operation of the enterprise within which the safe existence and development of the company would undertake the role of system integrator of various socio-economic processes in the company in time and space. This understands of the company used to work for an explanation economic security of enterprise. The distinguishing feature of this explanation is its consistency requirements of the enterprise. Establishing linkages and interdependence between economic security and that of its development served as the use of the provisions of critical analysis [6-8].

Conceptualizing Security as a form of entity, based on the postulates of the theory of a gradual process, possible to explain the genesis economic security of

enterprise and to clarify the definition of «economic security enterprise,» which, in contrast to the most common understanding of how security against threats interpreted as a result of controlled processes to achieve management objectives triad economic security company that provides entry into certain extent its economic freedom within existing objective and subjective limitations.

One of the main objectives is to develop securitylogical research methods and design safety systems of different types of classes and levels. Therefore, the fundamental design of the study is to examine system-building economic security of enterprise.

Under the system economic security of enterprise, unlike the commonly used interpretations of the work refers to a complete set of interrelated and interdependent processes that must guide the implementation to achieve some degree of economic.

Results of researching. A distinguishing feature of building structural logic composition of economic security of enterprise as the control object is the determining role of economic choice to achieve the main goal – the economic freedom of enterprise. In particular, the economic choice in the system economic security of enterprise means choosing the best of the alternative option reconciling the interests of stakeholders enterprise of rational use of resources. Economic choices can significantly restrict unfair competition, economic crime, corruption, crises (as phenomenon), raider attacks, opportunistic behavior and so on.

In modern conditions transformation of enterprise economic security into socio-economic one is taking place. Such transformation is caused by intensification of human factor impact in the external and internal environments of enterprise. The manifestation of such impact in the external environment of enterprise is the maturing of the social responsibility, and in the internal one it is the formation of social partnership. However, as the research showed, such formation is accompanied with a whole number of threats which appear either as a result of a conflict of interests of participants of such process or through their conscious or half-conscious destructive actions and so forth.

The systems approach involves the study of interconnected factors with regard to their internal and external communication, collaboration and subordination, which is achieved through organizing. Systematics in general is placing studied phenomena or objects in a specific order with the discovery of their relationship and subordination.

Effectiveness of management of economic security enterprise is regarded as compatible imperative to achieve and dominant purpose of such management is reconciling the interests of stakeholders of the enterprise and resist threats its economic security. Complementary goal – re-shaping of the economic security companies – realized by re-allocating resources to achieve the imperative and the dominant goals and cue-way that they did not enter into confrontation. Compatible achieve by dominant management objectives and economic security company if necessary may additionally be adjusted, for example, the amount of resource maintenance, reserved for strengthening economic security. Adjustments can be made using the appropriate coefficient and essentially be the accelerator to achieve performance management of economic security company.

The approach to understanding performance management economy security enterprise is fundamentally different from existing ones. Often the concept of efficiency is identified with the concept of efficiency, indicating that the lack of scientific study explored issues, its polymorfnny nature and shortcomings of existing theoretical and methodological approaches. Therefore, in the logic of the basis is subordinate performance indicators of effectiveness, hence proposed that effectiveness management of economic security through the prism of evaluation Effectiveness management of economic security company, which, in turn, is based on the ratio of abstract and damages. Although required to acknowledge that such an approach to evaluating the effectiveness is not without disadvantages, stemming from problems in obtaining relevant information, and the interpretation of the results of calculations which may arise as a result of negative index.

Evaluation of the effectiveness of management of economic security the enterprise required selection criteria, application which allows you to set the type and scale of the metric measurements. Currently, research results economic processes develop under the influence of two landmarks, each of which, in turn, is a dialectical unity of several components. The first dominant concerns overcoming contradictions between availability of resources for their use, namely comparing the results with resources management, spent the period to achieve such results. The second dominant refers to eliminate uncertainty in the triad "goal – way – result". In addition, there is another logical problem – comparison purposes and the results of management of economic security company, which can be partly solved by the creation of metrics that would be understandable for the management of economic security the enterprise. A special place in this metric has the selection criteria for that effectiveness, which, in turn, depends on many factors. Therefore, the work identified and the criteria of evaluation of achievement of management objectives of economic security company.

The basis of assessment of the performance management of economic security company on the principles of commitment, reliability, completeness, transparency, comprehensiveness, measurability, information economic security. Evaluation of the effectiveness of management of economic security the enterprise is seen as an ordered sequence of economic security, events, subjects, objects of economic security for specific characters or numbers based on pre-established rules and procedures, which use is directed to the adequacy of displaying real economic reality. The suggested a sequence of evaluation of effectiveness of management-term economic security companies: identification of threats to security economic, the development and implementation of preventive measures to prevent such threats, evaluating the effectiveness of preventive measures to prevent threats and to identify reasons for the lack of effectiveness of preventive measures to prevent threats and to identify new threats and identification of the degree; valuation of measures to prevent threats or overcome the consequences of their actions by reference, named of the implementation complex of such measures.

Consequently, the development of the general conditions of activity and the mutual relations inside enterprise makes it possible to talk about enterprise

socio-economic security as the timely consistent genesis of the "enterprise economic security" concept. In relation to large industrial enterprises which are the subsoil of the steady development of the economy of Ukraine, socio-economic security acquires greater significance. Therefore development of the propositions of enterprise socio-economic management, formation of its resource provision, evaluation of effectiveness of such management and so forth must belong to the prospects of the further scientific researches.

Conclusion. As enterprise economic security management it is suggested to understand a process provided with the appropriate resources of interconsistency of interests the bearers of which are agents of both external and internal environments of enterprise, the range of leading influences of which determines the measure of its immunity to external and internal threats. The range of such influences can fluctuate from opposition to threats to elimination of their consequences that is from threat prevention to full danger. So, given that the main purpose of the system economic security of enterprise is to achieve its economic freedom, the work has been suggested: the economic security of enterprise management is a specific object that belongs to a class of partially controlled. Results verify this hypothesis, the requirement for precise term manageability of economic security of enterprise, living conditions and establish its extent.

References

1. Kozachenko G., Ponomaryov V., Lyashenko O. Economic security of enterprise: the essence and mechanism for ensuring. Monograph. Kyiv, Pub. LIBRA. – 280 p. (2003).
2. Lyashenko O. Globalization and international economic security \ \ Pub. Institute for International Research Association of World Economics and Politics, PP. 20-26 (2008).
3. Kozachenko G., Lyashenko O., Bezbogunij V. Enterprise economic security management conception \ \ Teka Komisji Motoryzacji i Energetyki Rolnictwa Politechniki Lubelskiej Wschodnioukraińskiego Narodowego Uniwersytetu im. Wołodomyra Dala w Lugansku, Lublin, tom XA. – PP. 263-270 (2010).
4. Lyashenko O. Genesis of Economic Security. Methodological basis of economic security. In the book : The system of economic security: state, region, enterprise. Monograph. Lugansk, Pub. Elton 2, – PP. 7-20, PP. 20-27 (2010).
5. Lyashenko O. Conceptualization of economic security enterprise management. Monograph. Lugansk, Pub. Vladimir Dahl East-Ukrainian National University, 400 p. (2011).
6. A National Security Strategy for a new century. The Homeland Security Digital Library (HSDL). (<http://www.hsdl.org/?view&did=2959>)
7. Checkland P. B. Towards a system-based methodology for real-world problem-solving // Systems behavior (J. Beison and G. Peters, eds.). – PP. 51–77 (1976).
8. Gwartney J. The Scope of Government and the Wealth of Nations // Cato Journal, Vol. 18, № 2. – PP. 163–190 (1998).
9. Lyashenko O., Chorna O. Resources integrated structures of the industry: the nature and classification // Culture of the Black Sea, № 202. – PP. 61-65 (2011).

Ляшенко П.А.
студент ФММ;
Коцко Т.А.
к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У статті розглянуті підходи до визначення суті економічної безпеки підприємства, обґрунтовано необхідність побудови системи управління його безпекою, розкрито особливості прояву загроз економічній безпеці, обґрунтовано методологічні аспекти управління економічною безпекою підприємств в умовах макроекономічної нестабільності та значної невизначеності середовища їх діяльності

Ключові слова: економічна безпека підприємства, макроекономічна нестабільність, система забезпечення економічної безпеки підприємства, загрози економічній безпеці підприємства, управління економічною безпекою підприємства

The article considers approaches to defining the essence of economic security, the necessity of constructing a system of managing its security shown, disclosed features of threats to economic security, methodological aspects of the management of economic security in terms of macroeconomic instability and significant uncertainty of their environment

Keywords: economic security, macroeconomic instability, the system providing economic security, threats to the economic security of the enterprise, management of economic security of the enterprise

Вступ. Намагання реформувати економіку України та створити сприятливий клімат для розвитку підприємницької діяльності, в силу цілого комплексу причин, протягом тривалого періоду часу очікуваних результатів не забезпечили. Вітчизняний підприємницький сектор розвивався надто повільно, відображаючи усю суперечливість економічної політики держави, безперспективність якої засвідчила фінансово-економічна криза кінця 2008 року. Незважаючи на складність умов господарської діяльності, характерними особливостями яких були різкі та глибокі економічні коливання, непрогнозованість дій державних органів влади – вітчизняні підприємства певною мірою адаптувалися до роботи у них [8]. Проте, накопичення кризових явищ у розвитку економіки на фоні зростання полі-

тичної та соціальної напруги в останні роки, суттєво посилює макроекономічну нестабільність активізувавши тим самим цілий комплекс загроз економічній безпеці підприємств. За таких умов суттєво актуалізувалися проблеми антикризового управління підприємствами, завдання пошуку дієвих підходів до забезпечення їх економічної безпеки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління економічною безпекою підприємств досить комплексно вивчені та висвітлені у працях вітчизняних та зарубіжних науковців, а саме Т.Г. Васильців [2], О.М. Ляшенко [4], Г.В. Козаченко [7], Л.Г. Шемаєва [10], С.В. Філіппова [9], І.П. Отенко [5], О.Ф. Ярошенко [11] та ряду інших. Дослідники розкривають сутність економічної безпеки підприємства, підходи до побудови систем управління економічною безпекою, методологічні положення її оцінювання тощо. Також увага акцентується на окремих аспектах стратегічного та інноваційноорієнтованого управління економічною безпекою підприємств, обґрунтування управлінського інструментарію в контексті реалізації завдань антикризового управління.

Разом з тим, слід відзначити певну обмеженість теоретичних та практичних напрацювань пов'язаних з обґрунтуванням підходів до управління економічною безпекою підприємств саме в умовах значної макроекономічної нестабільності, наявності колосального потенціалу загроз зовнішнього середовища, його невизначеності. Адже за таких умов, *пріоритети пов'язані з обмеженням впливу потенційних та реальних загроз безпеці підприємства можуть суперечити пріоритетам розвитку, обумовлювати невизначеність стратегічної поведінки, а відтак і неефективне використання ресурсного потенціалу.* Акцент на антикризовій складовій управлінської політики несе у собі ризик нівелювання ролі окремих складових в системі економічної безпеки. Відтак, виникає необхідність розкриття комплексу можливих суперечностей в управлінні економічною безпекою підприємств з урахуванням природи нестабільності зовнішнього середовища.

Постановка завдання. Дослідити сутність та розкрити методологічні аспекти управління економічною безпекою підприємств в умовах ескалації чинників макроекономічної нестабільності та зростання невизначеності середовища їх діяльності.

Результати дослідження. На сучасному етапі розвитку вітчизняної управлінської науки проблеми забезпечення економічної безпеки підприємств є об'єктом особливої уваги великої кількості науковців, експертів, практиків [3,4,10]. Подібна тенденція пов'язана не лише з хронічним характером кризових явищ в економіці України, несформованістю окремих ринків, відсутністю реальної конкуренції, але й з об'єктивною необхідністю пошуку можливостей протистояння реальним та потенційним загрозам зовнішнього середовища, адаптації до його динамічних умов, які характеризуються значною невизначеністю та суперечливими тенденціями.

Дослідження особливостей соціально-економічних процесів в Україні протягом 2013–2015 рр. дають підстави стверджувати не просто про складність ситуації чи критичне загострення кризових явищ, а про наявність колосального потенціалу макроекономічної нестабільності, формування якого набуло надзвичайно загрозливих тенденцій у період з 2009 року, – року фінансово-економічної кризи, яка так і не стала поворотним моментом на шляху переходу країни до нової якості економічного розвитку [8]. Падіння обсягів виробництва, зменшення купівельної спроможності населення, глибокі та непередбачувані коливання валютного курсу, на фоні абсолютно непродуманої та нерациональної політики уряду та Національного банку, породили колосальну невизначеність у середовищі діяльності підприємств. У таких умовах керівникам та менеджерам підприємств доводиться кардинальним чином змінювати підходи до формування і реалізації управлінської політики, постійно шукати можливості перестраховування реальних та потенційних ризиків, що слід розглядати більшою мірою як стримуючий фактор у їх розвитку. Орієнтація на стратегію стає абсолютно неможливою, менеджери змушені відкладати довготермінові плани розвитку, переходити на прийняття рішень в оперативному режимі. Усе це суперечить пріоритетам політики конкурентоспроможного розвитку, обумовлює неефективне використання обмеженого ресурсного потенціалу, – а відтак подальшу ескалацію кризових явищ внутрішньоорганізаційного походження.

Зважаючи на складність та багатогранність поняття економічної безпеки у науковій літературі наводяться різні підходи до трактування його сутності, пропонується цілий ряд класифікацій структурних складових, а відтак і методологічних принципів формування управлінської політики у даній сфері [3,4–7,9]. Досліджуючи *підходи до визначення сутності економічної безпеки підприємства* можна виділити такі з них [5,6]: *ресурсно-функціональний підхід*, – розвиток підприємства досягається через ефективне використання корпоративних ресурсів за функціональними складовими; *захисний підхід*, – економічна безпека розглядається з позицій впливу зовнішнього середовища; *стійкісний*, – основний акцент робиться на забезпеченні здатності підприємства як системи до збалансованості та стійкості; *конкурентний*, – розглядає наявність конкурентних переваг як головної умови економічної безпеки; *гармонізаційний*, – основним пріоритетом є гармонізація інтересів підприємства з інтересами зовнішнього середовища; *інформаційний*, – одне з важливих завдань побудови системи управління – захист інформації; *фінансовий*, – акцентує увагу на здатність підприємства забезпечувати реалізацію фінансових інтересів.

Найбільш поширеним є визначення економічної безпеки підприємства в межах *ресурсно-функціонального підходу як стану ефективного використання його ресурсів та існуючих ринкових можливостей, що дає змогу запобігти внутрішнім і зовнішнім загрозам і забезпечити його тривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії* [5,6]. Принципово

важливим моментом у даному визначенні, порівняно з іншими, є акцентуація уваги саме на забезпеченні розвитку, який з поміж іншого, досягається також і під впливом тих чи інших загроз. Однак, слід мати на увазі, що за умов макроекономічної нестабільності, значної невизначеності зовнішнього середовища загрозам більшою мірою властивий дестабілізуючий характер, їх прояв обмежує можливості підприємств до ефективної оптимізації внутрішньо організаційних складових, а відтак і перехід до нової якості розвитку.

Саме на ресурсно-функціональний підхід доцільно орієнтуватися в контексті реалізації завдань пов'язаних з управлінням економічною безпекою підприємства в умовах макроекономічної нестабільності. В межах даного підходу, дослідження економічної безпеки носить різнобічний характер, метою ж її забезпечення є розвиток підприємства та його стабільне функціонування [4–6]. Важливо відзначити, що в межах зазначеного підходу акцент здійснюється не на захисну функцію, а на активізацію потенціалу розвитку підприємства через адаптацію до впливу реальних та потенційних загроз. Відтак, даний підхід певною мірою інтегрує у собі цілий комплекс складових, які прямо чи опосередковано визнають економічну безпеку підприємства. Що ж стосується захисного підходу, який на перший погляд мав би давати відповіді на проблеми нестабільності, то він у певній мірі ігнорує можливості розвитку через активізацію загроз. *Спрямовуючи зусилля на формування політики захисту підприємство може потрапити в пастку самовиснаження та втрати потенційних конкурентних переваг.* Акцент на тих чи інших складових економічної безпеки при побудові управлінської моделі залежить не лише від складності середовища, глибини макроекономічної кризи, але й від специфіки діяльності підприємства, його розмірів, структури, тенденцій розвитку, особливостей економічного потенціалу та політики його реалізації, а також цілого комплексу інших факторів.

Орієнтація на ресурсно-функціональний підхід до побудови системи управління економічною безпекою підприємства потребує визначення базових методологічних положень на які слід опиратися в процесі формування та реалізації управлінської політики. *Управління економічною безпекою при цьому слід розглядати як процес цілеспрямованого впливу на різні підсистеми підприємства, – соціально-технічну, економічну, фінансову, структурно-функціональну, який дає змогу уникати чи пом'якшувати вплив зовнішніх загроз та протистояти внутрішнім чинникам дезорганізації, адаптуючись тим самим до нових умов, забезпечуючи якісний розвиток потенціалу підприємства, реалізацію його реальних та потенційних конкурентних переваг.* Система управління безпекою підприємства має базуватися на відповідних принципах, необхідно сформувати дієві механізми її діагностики та моніторингу.

За умов нестабільності середовища діяльності підприємств важливе значення має ефективне управління безпекою в оперативному режимі, забезпечити яке можна лише за наявності цілісної системи управління

економічною безпекою. У [6] *під забезпеченням економічної безпеки підприємства пропонується розуміти безперервний, системний процес, перебіг якого передбачає, діагностику зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, планування, організацію та реалізацію заходів, щодо підтримки стабільного функціонування підприємства у відповідності до його стратегічних, тактичних та поточних цілей, що досягається в першу чергу шляхом найбільш раціонального розподілу та використання ресурсів. Принципово важливим аспектом побудови такої системи на рівні підприємства має бути інтеграція безпекової функції в систему управління на усіх її рівнях.* Необхідно чітко виділити центри відповідальності у даній сфері, вибудувати механізми моніторингу та оцінки загроз безпеці за комплексом критеріїв, які б дозволяли в підсумку оцінювати рівень стратегічної безпеки та вносити відповідні корективи не лише у тактику, але і стратегію розвитку. Управління економічною безпекою підприємства повинне бути ключовою складовою стратегічного управління [4,6].

У ряді літературних джерел описано цілий комплекс задач, які мають вирішуватися в рамках концепції побудови економічної безпеки підприємства [3,4,6]. *В умовах макроекономічної нестабільності до пріоритетних завдань політики забезпечення економічної безпеки підприємства слід віднести такі:* забезпечення дієвості механізмів визначення та оперативного коригування пріоритетів у діяльності підприємства, створення умов для їх реалізації; обґрунтування та розроблення системи альтернативних рішень у розвитку підприємства, – як у окремих функціональних сферах, так і на стратегічному рівні; розвиток гнучкої системи резервування ресурсів, яка б дозволяла здійснювати маневри в оперативному та стратегічному режимах управління і не переважувала систему витрат; розроблення дієвих механізмів управління ризиками підприємства, важливою складовою якої має бути їх прогнозування та моніторинг. Орієнтація на систему наведених пріоритетів у жодному випадку не означає акцентуацію уваги саме на аспектах захисної поведінки підприємства. Мова більшою мірою іде про створення можливостей ефективного управління, що передбачає чітку ідентифікацію складових системи управління економічною безпекою підприємства, їх внутрішньоорганізаційну інтеграцію на різних ієрархічних рівнях.

Незважаючи на гостроту кризових явищ у зовнішньому середовищі, його складність та невизначеність базовою умовою протистояння підприємства зовнішнім дестабілізуючим чинникам є рівень розвитку його ресурсного потенціалу, чітка формалізація системи управління та її зорієнтованість на пріоритети розвитку. *Побудова ж моделі управління економічною безпекою передбачає ефективне впровадження відповідних управлінських механізмів в загальну систему управління. Це одне з ключових завдань при вирішенні проблем сфери економічної безпеки на рівні підприємства.* При цьому підходи до їх реалізації можуть кардинальним чином відрізнитися з огляду на галузеву приналежність підприємства, тенденції розвитку, наяв-

ність ресурсів, особливості конкретного ринку тощо. Будь-яке підприємство, в основі якого покладено певну концепцію розвитку з гнучкою системою управління може досить ефективно протистояти зовнішнім загрозам в умовах макроекономічної нестабільності. Разом з тим, це не дає підстав ігнорувати завдання пошуку механізмів управління його економічною безпекою, оскільки за таких умов реальні та потенційні загрози стають безпосереднім об'єктом управління. Аналіз управлінських процесів саме під таким кутом зору відкриває нові можливості для реалізації потенціалу розвитку підприємства через оптимізацію структури, удосконалення бізнес-процесів, підвищення гнучкості, можливу диверсифікацію діяльності і т.д.

Висновки. Таким чином, побудова ефективної системи управління економічною безпекою підприємства є достатньо складною задачею з точки зору її реалізації у практичній площині, оскільки передбачає всебічну інтеграцію різних підсистем управління та їх цілісну зорієнтованість на пріоритети безпеки. Реалізацію вказаного завдання слід розглядати в якості стратегічно важливої передумови виживання та розвитку будь-якого підприємства в умовах нестабільності. Разом з тим, невизначеність зовнішнього середовища потребує урахування цілого комплексу чинників в процесі управління економічною безпекою підприємства, які прямо або опосередковано її визначають. Побудова системи управління безпекою має враховувати стадію його життєвого циклу та потенціал розвитку вцілому. Важливо уникнути зайвого акцентування уваги на пріоритетах захисної функції. Пасивна модель поведінки може виявитися об'єктивною необхідністю у діяльності підприємства в середньостроковій перспективі.

Література

1. Васильєв О.В., Мейта В.І. Формування системи управління економічною безпекою промислових підприємств / Економічний аналіз. – 2013. – Т.14., – №2. – С. 138–145.
2. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: Монографія. – Львів: Арал, 2008. – 384 с.
3. Козаченко А.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения: [монографія] / А.В. Козаченко, В.П. Пономарьов, А.Н. Ляшенко – К.: Либра, 2003. – 280 с.
4. Ляшенко О.М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства: [монографія] / Олександра Миколаївна Ляшенко. – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2011. – 400 с.
5. Отенко І.П. Економічна безпека підприємства: навчальний посібник / укл. І.П. Отенко, Г.А. Іващенко, Д.К. Воронков. – Х: Вид. ХНЕУ, 2012. – 256 с.
6. Прус Н.В. Теоретичні аспекти забезпечення економічної безпеки підприємства / Н.В. Прус // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2011. – №3 (2). – С. 183–193.
7. Система економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: монографія: в 3 т. Т. 1 / О.М. Ляшенко, Ю.С. Погорелов, В.Л. Безбожний [та ін.]; за заг. ред. Г.В. Козаченко. – Луганськ: Елтон–2, 2010. – 282 с.
8. Системна криза в Україні: передумови, ризики, шляхи подолання: аналіт. доп. / Я.А. Жаліло, К.А. Кононенко, В.М. Яблонський [та ін.]; за заг. ред. Я.А. Жаліло. – К.: НІСД, 2014. – 132 с.

9. Філіппова С.В., Дашковський О.С. Система формування і забезпечення економічної безпеки підприємства / Економіка: реалії часу. – 2012. – №2(3). – С. 17–21.

10. Шемаєва Л.Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. д-ра. екон. наук / Л.Г. Шемаєва. – К., 2010. – 39 с.

11. Ярошенко О.Ф. Визначення рівня економічної безпеки підприємства / О.Ф. Ярошенко // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент. – Черкаси: СУЕМ, 2011. – №2(10). – С. 102–109.

УДК 005.332.4

Макарюк К.С.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ФОРМУВАННЯ НАПРЯМІВ ТА УМОВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розкриваються особливості механізму забезпечення конкурентоспроможності інженерної компанії «ІВІК». Розглядаються підходи та методи аналізу стану підприємства та його базових стратегій. Визначаються зовнішні та внутрішні конкурентні переваги як засоби забезпечення конкурентоспроможності підприємства, проводиться оцінка конкурентоспроможності підприємства за якістю його продукції (робіт або послуг).

Ключові слова: конкурентоспроможність, механізм забезпечення конкурентоспроможності, аналіз конкурентоспроможності.

In this article features a mechanism to ensure the competitiveness of the engineering company «ІВІК». Approaches and methods of analysis of the company and its basic strategies. Identify internal and external competitive advantage as a means of ensuring the competitiveness of enterprises, assesses the competitiveness of the company for the quality of its products (or services).

Keywords: competitiveness mechanism to ensure competitiveness analysis of competitiveness.

Вступ. Загальна проблематика механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства полягає у визначенні таких аспектів, як аналіз конкуренції підприємств з точки зору виділення етапів розвитку конкуренції; факторного аналізу, що впливає на конкурентоспроможність підприємства взагалі і систему регулювання конкуренції з боку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Базовою стратегією визначення механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства є необхідність в ефективному дослідженні щодо використання можливостей підприємства, виявлення наявності сильних та слабких сторін в діяльності

підприємства із врахуванням позиції в галузі, яку воно займає та розробки необхідних заходів. В дослідженні використовувались статті Дунської А.Р., Комаренко І.С., Кудрявського І.В., Півторака Я.І., Філь О.А. та Чорної О., де авторами розглядаються можливості та засоби формування механізмів конкурентоспроможності підприємства, а також методики проведення аналізу.

Постановка завдання. Основними цілями дослідження є вивчення особливості формування механізмів забезпечення конкурентоспроможності інженерної компанії «ІВІК», зокрема виявлення особливостей формування такого механізму, засобів формування, методики аналізу конкурентоспроможності та алгоритмів формування таких механізмів.

Результати дослідження. Відповідно до класифікаційних особливостей підприємств їх діяльність визначається основними базовими стратегіями щодо забезпечення їх конкурентоспроможності. Для різних груп підприємств властивими є різні види застосовуваних конкурентних стратегій. Такими стратегіями, в свою чергу, відзначаються можливості реалізації господарської діяльності підприємства.

Слід відзначити, що для «ІВІК», основними завданнями якого є просування на ринок є обладнання з кондиціонування повітря, вентиляційного обладнання, обладнання для опалення та водопостачання, найважливіші моменти полягають у раціональності поведінки на ринку просування власного продукту. На рис. 1 відображені основні методологічні підходи щодо оцінювання конкурентного стану компанії «ІВІК» [3, с. 178].

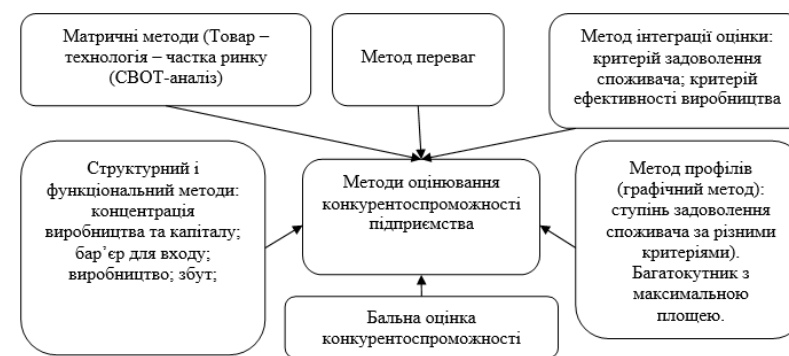


Рис. 1. Методологія оцінювання конкурентоспроможності компанії «ІВІК»

Джерело: складено авторами на основі [3, с. 178]

Зовнішньо-конкурентні переваги компанії «ІВІК» базуються на відмінностях в якості товарів, що створюють цінність для покупців за рахунок

зменшення витрат або підвищення ефективності діяльності за рахунок власних розробок і нових методик. Методика визначення переваг допомагає збільшувати «ринкову силу» підприємства таким чином, що може змусити ринок сприйняти більш високі ціни продажів порівняно з конкурентами. Внутрішньо-конкурентні переваги – це переваги підприємств стосовно витратних статей чи методики управління, які створюють цінність для товаровиробників та дозволяють знижувати собівартість на продукцію в більшій мірі, ніж пріоритетні конкуренти.

Згідно зі структурними підходами оцінити становище компанії «ІВІК» можна за рівнями монополізації галузей, тобто за рівнями концентрації рівня виробництва і обсягу капіталів, а також створення бар'єрів для підприємств, які входять до галузевого ринку [1, с. 197].

Механізм конкурентоспроможності компанії «ІВІК» можна оцінювати за якістю продукції, тобто «методом профілів». За допомогою цього методу аналізуються критерії (способи) задоволення потреб споживачів продукції, проводиться встановлення ієрархії цих критеріїв та провадять порівняльну важливість у межах спектру характеристик, які можуть замінюватись і оцінюватись споживачами.

Для виявлення конкурентного механізму в компанії «ІВІК» використовуються так звані «багатокутники конкурентоспроможності» (рис. 2). Оцінка показників проводиться експертами компанії. Чим більшою є площа багатокутника, формути вищими є показники конкурентних переваг окремого обладнання представленого компанії на ринку.

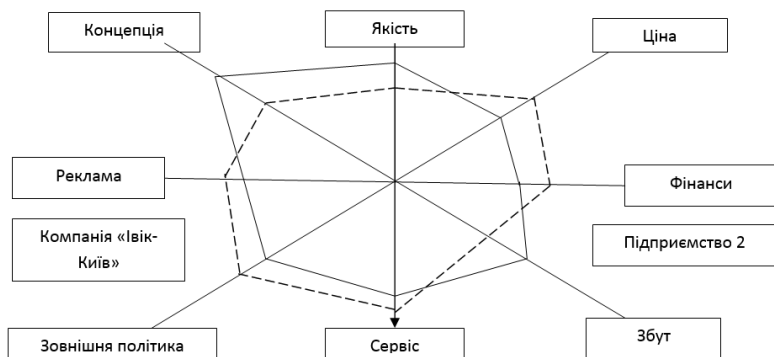


Рис. 2. Багатокутник визначення механізму конкурентоспроможності компанії «ІВІК»

Джерело: складено авторами на основі [3]

Матричними методами виявлення механізму забезпечення конкурентоспроможності компанії «ІВІК» виявляються процеси конкуренції в динамічному розвитку. Теоретичним підґрунтям таких методів виступають концепції життєвих циклів товарів і технологій [5, с. 151].

Матричний аналіз включає SWOT-аналіз, що дає змогу виявляти напрямки маркетингової стратегії, за допомогою якої виникає можливість досягнення конкурентних переваг та уникнення різни загроз, які впливають на діяльність підприємства.

Одним із найсучасніших підходів до конкурентного аналізу компанії «ІВІК» виступає метод бенчмаркінгу, використання якого дає можливість на основі дослідження встановити ймовірність досягнення успіху підприємства. Алгоритм оцінювання механізму забезпечення конкурентоспроможності компанії «ІВІК» відображено на рис. 3 [2, с. 251].

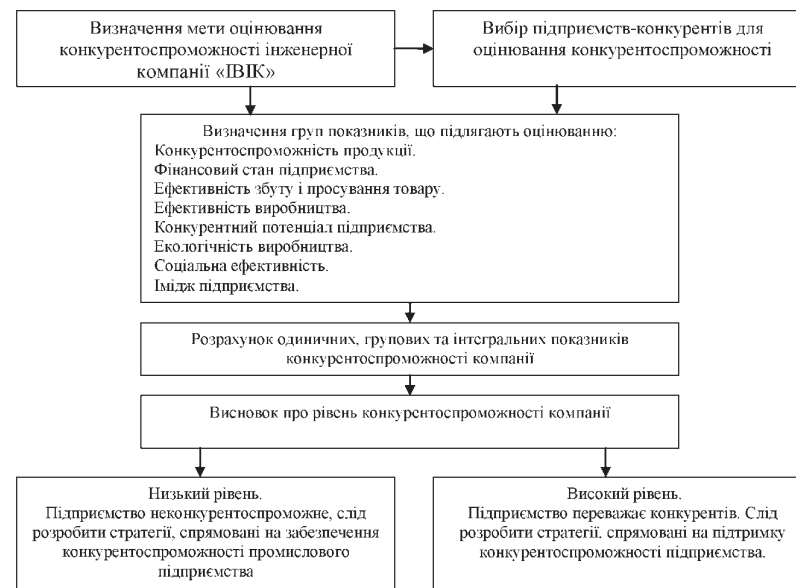


Рис. 3. Алгоритм формування конкурентного механізму компанії «ІВІК»

Джерело: складено авторами на основі [2, с. 251]

Основними заходами, які включає механізм забезпечення конкурентоспроможності компанії «ІВІК» є визначення: техніко-економічних показників та показників якості продукції; організації якісної орієнтації та технічних та економічних параметрів продукції; переваг продукції порівнянні із її заміниками; переваг і недоліків аналогів товарів, які випускаються

підприємствами конкурентами, і використання отриманих результатів у діяльності підприємства; можливих варіантів щодо модифікації товарів, робіт або послуг; конкурентного аналізу цінових факторів; можливостей використання нової пріоритетної сфери реалізації товарів, робіт або послуг компанії; шляхів щодо пристосування продукції компанії до роботи в різних умовах; диференціації наявної продукції [4, с. 289].

Висновки. Для компанії «ІВК» найважливішим в ході формування механізму конкурентоспроможності є визначення особливостей поведінки на ринку просування власної продукції. Методика конкурентного аналізу компанії «ІВК» представляє собою проведення порівняльного аналізу техніко-економічних характеристик компанії, виявлення її властивостей та властивостей інженерної продукції, яка розробляється і просувається компанією у порівнянні із показниками якості продукції компаній-конкурентів. Такі дослідження в компанії проводяться з метою виявлення створених переваг в механізмі забезпечення конкурентоспроможності інших компаній і впровадження у власну практику.

Література

1. Дунська А.Р. Високотехнологічне виробництво як основа конкурентоздатності національної економіки України // А.Р. Дунська. – Сучасні підходи до управління підприємством. – К., 2013. – Т. 2. – С. 197–201.
2. Комаренко І. С. Сутність поняття «конкурентоздатність підприємств» і його особливості для підприємств харчової промисловості України // І.С. Комаренко. – Управління економікою: теорія та практика. – Донецьк, 2011. – С. 251–270.
3. Півторак Я.І. Якість і конкурентоздатність продукції як важливі фактори інтенсифікації економіки. // Я.І. Півторак. – Науковий вісник. – Львів, 2011. – Серія «Економічні науки». – С. 178–180.
4. Філь О.А. Методологічна основа, структура та зміст теоретичної моделі розвитку конкурентоздатності сучасних організацій. // О.А. Філь. – Актуальні проблеми психології. – К., 2012. – Організаційна психологія, економічна психологія, соціальна психологія. – С. 289–296.
5. Чорна О. Методологія та методика дослідження конкурентоспроможності // О.Чорна. – Фінансово-економічний механізм інноваційного розвитку і формування конкурентних переваг підприємств і територій. – Т., 2011. – С. 151–154.

Науковий керівник: *д.е.н., професор Дергачова В.В.*

УДК 658.336:

Максимчук А.О.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто способи та методи мотивації праці на вітчизняних підприємствах. Досліджено та розроблено ефективний мотиваційний механізм для підвищення продуктивності праці робітників. Обґрунтовано необхідність впровадження запропонованого механізму для підвищення продуктивності праці.

Ключові слова: мотиваційний механізм, мотивація праці, система мотивації, мотиваційні методи.

In the article methods and methods of motivation of labour are considered on domestic enterprises. Investigational and an effective motivational mechanism is developed for the increase of the labour of workers productivity. Grounded necessity of introduction of this mechanism for the increase of the labour productivity.

Keywords: motivational mechanism, motivation of labour, system of motivation, motivational methods.

Вступ. Проблема пошуку ефективних мотиваційних інструментів набула особливої актуальності щодо персоналу українських промислових підприємств. Системи мотивації та стимулювання праці в промисловості є практично застарілими системами, де в основі використовується лише матеріальний принцип стимулювання, який у свою чергу є недосконалим. На промислових підприємствах працівники не мотивовані до високоефективної праці, відповідно це знижує загальний рівень конкурентоспроможності підприємств. Тому очевидно є потреба у створенні науково обґрунтованого механізму мотивації праці з метою створення найбільш доцільної системи для українських промислових підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вплив мотивування працівників на ефективний виробничий процес є недостатньо вивченим з позиції стратегічного управління підприємством. Дослідженню зазначеної проблеми присвятили свої праці, зокрема: С.Т. Дуда [1], С.Л. Іванов [4], М.П. Клименко [5], В.В. Співак [7] та ін., що акцентували свою увагу на питаннях мотивування працівників промислових підприємств. Однак, аналіз існуючих досліджень свідчить про потребу більш детального вивчення способів та методів мотивування персоналу та розробку мотиваційного механізму для вітчизняних промислових підприємств.

Постановка завдання. Метою цієї статті є викладення результатів дослідження методів мотивації праці та розроблення мотиваційного механізму персоналу на вітчизняних промислових підприємствах.

Результати дослідження. Мотивація створюється спільними зусиллями працівників і роботодавців за допомогою мотиваційного механізму, який характеризується складною багаторівневою системою виробничих відносин, серцевиною якої є відносини розподілу.

Відносини розподілу (у формі найважливіших засобів мотивації) забезпечують запуск всього мотиваційного двигуна [4]. Мотиваційний механізм включає мотиваційну піраміду, яка демонструє основні групи та рівні найважливіших потреб і засобів мотивації (рис. 1) [3].

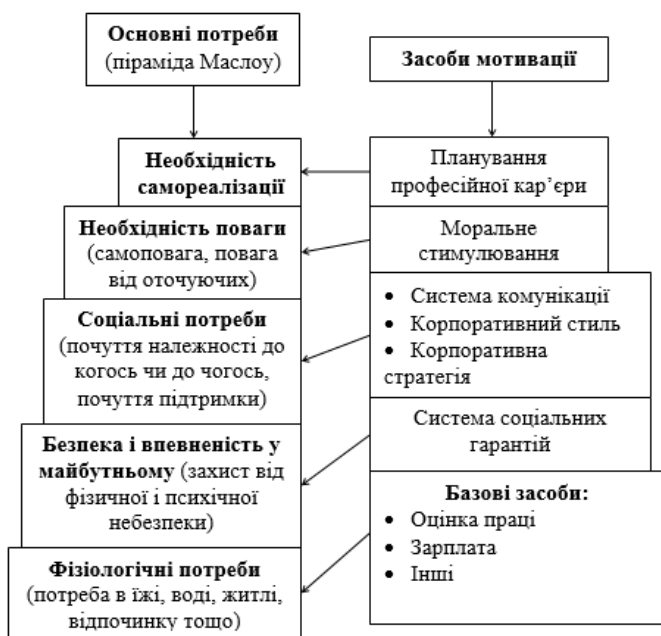


Рис.1. Основні потреби персоналу підприємства та засоби їх мотивації

Джерело: складено автором на основі [4]

В узагальненому вигляді типова система мотивації персоналу містить такі групи мотиваційних чинників: матеріальна, трудова та статусна мотивація. При цьому, в основі матеріальної мотивації лежить задоволення потреби у прагненні людини до поліпшення свого матеріального добробуту;

в основі трудової мотивації – задоволення бажання працювати взагалі та працювати в певній організації, у певному колективі та обіймати певну посаду; в основі статусної мотивації лежить задоволення бажання людини до кар'єрного зростання, задоволення потреби у визнанні досягнень [6].

Для підвищення продуктивності праці робітників у формуванні мотиваційного механізму варто врахувати такі рекомендації: слід сформувати мету працівників підприємства і встановити відповідні показники; необхідно обрати систему мотивації праці, розробити методичне та нормативне забезпечення з урахуванням специфіки персоналу; вдосконалювати організаційну структуру управління колективом і формувати в ньому підрозділи, які взаємодіють між собою; класифікувати роботи, аналізувати чисельний склад персоналу підрозділів; необхідно створити інформаційне і технічне забезпечення системи оплати праці; потрібно вивчати й обговорювати в колективі систему мотивації праці [4].

Добре спланована система мотивації дозволяє суттєво підвищувати ефективність роботи персоналу, збільшувати обсяги продажу, покращувати виробничий процес та обслуговування клієнтів без особливо великих матеріальних затрат з боку компанії. Адже, коли працівник виконує свої посадові обов'язки з повною самовіддачею і його цілі саморозвитку включають розвиток підприємства загалом, тоді коефіцієнт корисної дії зростає в декілька разів. Цікавим способом удосконалення мотивації праці є мотивація вільним часом або модульна система компенсації вільним часом [8].

Система мотивування, повинна, бути простою і зрозумілою для працівника, бути гнучкою, давати можливість відразу ж заохочувати кожен позитивний результат роботи [2]. Розміри заохочення повинні бути економічно та психологічно обґрунтовані. Заохочення персоналу важливо організувати за такими показниками, що сприймаються кожним як правильні.

Системи заохочень повинні формувати у працівників відчуття справедливості матеріальних винагород і сприяти підвищенню зацікавленості працівників у поліпшенні не тільки індивідуальної роботи, але і роботи в ділових стосунках з іншими співробітниками. Працівники повинні бачити чіткий взаємозв'язок між результатами. Разом з тим, вивчення проблеми мотивації трудової діяльності має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє той чи інший працівник свою трудову діяльність і якими мотивами він керується, залежить його ставлення до праці [5].

Вивчення внутрішніх механізмів мотивації є основою для створення ефективної праці для тих, хто дійсно прагне реалізувати свої здібності та можливості, хто щиро зацікавлений своєю працею і результатами діяльності підприємства. При побудові систем мотивації керівники повинні враховувати не тільки взаємозв'язок мотивів людини, але і їх мінливу природу. Ці зміни необхідно розуміти та вміти вчасно на них реагувати [1].

На практиці доцільно використовувати ряд правил ефективної мотивації персоналу: неочікувані, непередбачувані, нерегулярні премії, які мотивують

набагато ефективніше ніж очікувані. Важливим моментом є те, що між виконаною роботою та винагородою не повинен бути великий проміжок часу.

Широко використовуються такі стимули до праці: підвищення на посаді, розширення повноважень, усна подяка керівника у присутності колег, страхування здоров'я, оплата медичних послуг, позачергова оплачувана відпустка, гарантія збереження робочого місця та ін.

Дієвим методом мотивації може бути застосування індивідуального пакету стимулів, що орієнтуються на конкретного працівника:

Покарання. Основна мета покарання – це недопущення дій, які можуть нашкодити підприємству. Матеріальне ж покарання припустиме тільки тоді, коли діями працівника заподіяний пряий матеріальний збиток.

Грошові виплати за виконання поставлених цілей.

Соціальна політика організації також є важливим інструментом економічного стимулювання.

Практичне втілення системи мотивації та стимулювання працівників обов'язково відбувається завдяки використанню широкого кола методів: організаційно-виробничих, соціально-економічних, адміністративних, інформаційно-роз'яснювальних, соціально-психологічних (рис. 2).



Рис. 2. Методи системи мотивації праці

Джерело: складено автором на основі [6]

Система мотивації повинна бути гнучкою і керованою. При зміні ситуації на ринку чи всередині компанії, цілей або завдань керівники повинні приймати негайні рішення, пов'язані з оптимізацією й пристосуванням мотиваційного управління на підприємстві до нових умов зовнішнього та внутрішнього середовища. Загалом, система мотивації праці на підприємстві відіграє одну з провідних ролей з усіх внутрішніх факторів, що впливають на розвиток підприємства, організації [3]. Саме правильне стимулювання робітників і вдале мотивування до виробничої діяльності дає внутрішній поштовх для більш ефективного виробництва та зрештою більш ефективного функціонування.

Висновки. Таким чином, аналіз теоретичних підходів до мотивації праці дозволив визначити, що ефективна організація системи мотивації є важливим чинником прогресу та розвитку підприємства. Система мотивації повинна бути орієнтована на кінцевий результат, мати справедливий характер та бути простою й зрозумілою для кожного працівника. Розробка мотиваційної моделі передбачає необхідність чітко усвідомлювати бажані результати.

Комплексне використання методів стимулювання персоналу дозволить створити умови для переходу на більш високий рівень трудових відносин та підвищити продуктивність праці на промислових підприємствах.

Література

- Биканова О. Мотивація праці як важливий чинник забезпечення ефективного управління персоналом підприємства <http://conf-cv.at.a/forum/53-482-1>
- Данюк В. Мотивування як чинник активізації трудової поведінки // Україна: аспекти праці. – 2008. – №4. – С.32–36.
- Дуда С.Т., Кіцак Х.Р. Мотивація та результативність праці персоналу підприємства: їх сутність та взаємозв'язок/ Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць – 2010 – Вип. 20.14 – С. 188–193.
- Іванов С.Л. Роль нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні / С.Л.Іванов // Наукові праці НДФІ. – 2010. – № 5. – С. 34-38.
- Клименко М.П., Філатова О.О. Мотивація управлінського персоналу в реалізації загальної стратегії підприємства/ Клименко М.П., Філатова О.О.// Сталій розвиток економіки – 2011 – №5 – С. 81 – 85.
- Літинська В.А. Мотиваційні методи кар'єрного просування персоналу підприємств/ Вісник Запорізького національного університету – 2010 – №3(7) – с. 58 – 61.
- Співак, В.В. Мотивація як засіб ефективного менеджменту персоналу підприємств / В. В. Співак // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – №6, Т.2. – С. 178-181.
- Стахів О. Оцінка мотиваційного потенціалу персоналу підприємства в контексті реалізації вимог міжнародного стандарту управління якістю ISO 9001 // Економіка та держава. – 2007. – №7. – С.79-81.
- Різник В.В., Сучасні тенденції мотивації праці управлінського персоналу / Різник В.В // Економічний вісник університету, 15/1 – 2010. – №15/1. – с. 58 – 62.

Науковий керівник: *д.е.н., професор Шульгіна Л.М.*

Марковська О.К.
аспірант

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

КОНКУРЕНТНА БОРОТЬБА ЗА РИНКИ ЗБУТУ ВИДАВНИЧОЇ ПРОДУКЦІЇ

Визначено основні чинниками вдосконалення управління збутом видавничої продукції видавництва та цілі видавничих підприємств щодо управління збутом. Виявлені напрями роботи відділу збуту по удосконаленню управління розповсюдженням видавничої продукції і підвищення ефективності діяльності видавництва. Визначена товарна політика видавничого підприємства.

Ключові слова: видавничі підприємства, збут, купівельна спроможність, маркетингове дослідження, розповсюдження, товарна політика, управління.

The main factors improve sales management and publishing products publishing purposes publishing enterprises on sales management. Identified areas of sales department to improve the management and distribution of publishing products improve the efficiency of the publisher. Defined product policy publishing company.

Keywords: publishing company, marketing, purchasing power, marketing research, distribution, product policy, management.

Вступ. В діяльності будь-якого видавничого та книготорговельного підприємства важливе значення відіграє правильна організація збутової політики. Управління розповсюдженням друкованої продукції є особливо складною роботою, оскільки це один з небагатьох типів ділових відносин, коли керівник не бачить своїх кінцевих споживачів. Як правило, це управління на відстані. Багато видавничих підприємств в країні звільнені від центрального регулювання або приватизовані, а багато державних організацій змушені стати більш уважними до потреб тих, з ким вони працюють. Сучасні умови становлення книжкового ринку в Україні характеризуються загостренням конкурентної боротьби за ринки збуту, зниженням купівельної спроможності населення, зниженням результативності діяльності підприємств. За такої ситуації практично кожне видавниче підприємство прагне посилити свої конкурентні переваги у галузі збутової діяльності методами як цінової, так і нецінової конкуренції, а часто навіть недобросовісної.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед найзначніших праць, що висвітлюють різні аспекти діяльності видавничого підприємства, слід відзначити наукові розробки вітчизняних учених-економістів: О.В. Афоніна, В.К. Кондрашова, Я.В. Котляревського, Л.А. Швайки, Є.М. Пагани, М.І. Сенченка, В.І. Теремка. Дослідивши публікації відомих науков-

ців, таких як І. Ансофф, А. Чандлера, виявлено, що основними чинниками вдосконалення управління збутом видавничої продукції видавництва є ефективна політика управління витратами та ресурсами, побудова ефективної системи управління збутовою діяльністю організації, поліпшення якості обслуговування клієнтів, удосконалення системи розповсюдження (створення нових каналів збуту), активізація маркетингової діяльності, що передбачає проведення заходів, спрямованих на просування, рекламу, популяризацію друкованих видань та проведення маркетингових досліджень, на основі яких може бути побудована ефективна маркетингова збутова програма. Проте багато питань залишаються не вирішеними або дискусійними. Йдеться передусім про обґрунтування методів і прийомів дослідження, на основі яких здійснюють вибір конкурентної стратегії розвитку видавничого підприємства, недостатньо досліджено особливості функціонування видавничого підприємства в Україні

Постановка завдання. Виявлення напрямів та заходів вдосконалення управління розповсюдженням видавничої продукції підприємства в сучасних умовах господарювання на видавничому ринку України, виявлення основних переваг та недоліків організації збутової діяльності підприємства та напрямів удосконалення управління розповсюдженням друкованих видань і підвищення ефективності діяльності видавництва.

Результати дослідження. Мета управління розповсюдженням полягає в досягненні запланованих результатів шляхом вдосконалення товарної, цінової політики, рекламної діяльності видавництва, підвищення рівня обслуговування покупців, стимулювання працівників відділу збуту тощо. Управління розповсюдженням являє собою безперервний, повторюваний процес. Для досягнення успіху в управлінні збутом необхідно постійно слідкувати за умовами зовнішнього і внутрішнього середовища видавництва, вміти вчасно реагувати на можливі зміни цих умов, витратити якомога більше часу на роботу з працівниками відділу збуту. Таким чином, організація і управління збутом видавничої продукції є одним з найбільш важливих елементів системи взаємодії видавництва і споживача, як суб'єктів економічних відносин.

На сучасному етапі розвитку економіки України основними цілями видавництва та видавничих організацій щодо управління збутом є:

- задоволення платоспроможного попиту різних категорій населення;
- забезпечення зростання обсягів продажу;
- оптимізація витрат обігу за рахунок наявних можливостей підприємства та невикористаних резервів його розвитку;
- отримання необхідної величини прибутку за рахунок проведення більш раціональної збутової політики.

Для виявлення сильних і слабких сторін підприємства, можливостей і загроз, а також встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формування стратегії організації можна використо-

увати методологію SWOT – аналізу. Здійснюючи аналіз середовища організації, слід мати на увазі, що можливості й загрози можуть переходити в свою протилежність: нереалізована можливість може стати загрозою, якщо її використає конкурент, або, навпаки, заздалегідь помічена загроза може створити для організації додаткову перевагу у випадку, коли конкуренти її не усунули [4, с.105].

Точна і своєчасна інформація дає підприємству можливість одержувати конкурентні переваги, зменшувати фінансовий ризик, визначати ставлення споживачів, стежити за зовнішнім середовищем, координувати стратегію збуту, оцінювати свою діяльність, приймати обґрунтовані рішення у процесі планування збуту.

Для того щоб вироблений товар або надана послуга були завжди конкурентоспроможними і мали попит, необхідно здійснювати безліч підприємницьких і звичайно, маркетингових рішень, до яких у видавничій галузі одне з головних місць посідає товарна політика підприємства.

Товарна політика є ядром маркетингових рішень, навколо якого формуються інші рішення, пов'язані з умовами придбання товару і методами його просування від виробника до кінцевого покупця [3, с.148].

Таким чином, заходи товарної політики стосовно видавничої продукції охоплюють зміст видання, як основну споживчу вартість, якість редакційно-художньої підготовки та параметри матеріальної форми, якість поліграфічного виконання, визначність автора, популярність видавничої та (чи) торговельної марки, створення відповідних умов товароруху по каналах розповсюдження (зокрема, умови поставки та обсяг книготорговельних послуг), а також рекламно – інформаційну підтримку на ринку та гарантії і послуги після продажного обслуговування.

Ідеї нових тематичних напрямів і окремих видань можуть мати різні джерела і походити від авторів, редакторів чи керівництва видавництва. Частіше за все основою вибору назви і автора нового видання до складу видавничого репертуару є маркетингові дослідження ринку, які переважно використовують при виборі ідей та організації виходу на ринок з новим продуктом з метою зіставити ідеї з реальною кон'юнктурою. Ці дослідження можна орієнтувати на певне видання, на тематичну групу або на певний вид чи жанр видання.

Найпоширенішим методом збирання інформації в маркетингових дослідженнях є метод соціологічного опитування респондентів за допомогою анкетування чи інтерв'ювання.

Також має місце метод обговорення проблеми в фокус – групах (до 10 респондентів), який передбачає опитування або дискусійну бесіду під керівництва дослідника. У видавничій діяльності окрім маркетолога чи маркетингової служби, аналітичні дослідження також виконує редактор. Це здійснюється на початковому етапі створення видання.

Важливою складовою товарної політики підприємств є формування товарного асортименту та номенклатури.

Якість видавничої продукції визначає міру задоволення потреб читачів у інформаційному, художньо-естетичному, ергономічному аспектах. Визначається якість видавничої продукції сукупністю змістових техніко-технологічних, ергономічних, естетичних, економічних параметрів. Для видавничої продукції виділяють п'ять рівнів якості:

Внутрішня якість – інформаційна насиченість видання, якість редакційно – художньої підготовки авторського оригіналу до друку.

Матеріальна якість – папір, формат, якість поліграфічного виконання тощо.

Ринкова якість – відповідність попиту і потребам споживачів.

Якість обслуговування – доступність і достовірність рекламних акцій, добір послуг при обслуговуванні покупців.

Суспільна якість – відповідність потребам інформаційного забезпечення соціально – економічного розвитку суспільства[5, с.202].

Треба враховувати, що при купівлі товару люди фактично купують переваги, що надає їм цей товар. Тому метою підприємства може бути продукція з однією або декількома суттєвими відмінностями, які помічають і цінують покупці. Це означає, що покупці повинні сприймати товар, що має перевагу і є більш вигідним з погляду вартості порівняно з товаром конкурента.

Висновки. В сучасних умовах функціонування підприємства України підвищуються вимоги до гнучкості та адаптивності їх систем управління. Для збереження стійкого положення на ринку підприємство повинне вкладати значні кошти в прогнозування кон'юнктури ринку, впровадження науково-технічних досягнень, удосконалювати організацію виробництва й методи управління. Тільки така політика забезпечить надійну фінансову базу підприємства, дозволить мобілізувати засоби, необхідні для того, щоб нейтралізувати можливі ризики, пов'язані з організаційними, економічними та політичними коливаннями в суспільстві й на ринку, забезпечити конкурентоспроможність підприємства.

Під час реалізації програми збутової діяльності постійно виникають відхилення від раніше визначених заходів, строків та умов їх реалізації. Отже найважливішим фактором успішної діяльності зі збуту є контроль виконання стратегічних і тактичних планів. Своєчасний і грамотний контроль дає змогу керувати видавництвом з орієнтацією на потреби ринку, спрямовувати скоординовані маркетингові заходи та засоби на досягнення цілей підприємства, щоб серед конкурентів бути на першому місці.

Література

1. Глотова Г.І. Організація і економіка книговидавництва: навч.посіб. для студ. вищ. навч. закл./ Г.І. Глотова, О.О. Добровольський.– К.: Університет «Україна», 2006.– 101 с.
2. Комаров Е.И. Эффективное издательство. Менеджмент и маркетинг в издательской деятельности: учеб.-метод. пособие/ Е.И.Комаров, Н.П.Маковеев. – М.: Логос, 2000. – 239 с.
3. Немцов В.Д. Менеджмент організацій: навч.посіб./ В.Д.Немцов, Л.Є.Довгань, Г.Ф.Сініок – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2000. – 392 с.

4. Стюарт Грант. Ефективне управління збутом: Як зробити ваш відділ збуту найкращим? / Грант Стюарт. – Дніпропетровськ : Баланс-клуб, 2002. – 180 с.
5. Швайка Л.А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва: монографія / Л.А. Швайка. – Л.:УАД, 2005. – 432 с.
6. Швайка Л.А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі: підручник / Л.А. Швайка, А.М. Штангрет. – Львів: Українська академія друкарства, 2008. – 478 с.

УДК 331.108.66

Мельник Я.Д.
студент ФММ;
Ведута Л.Л.
ст. викладач

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В статті розглянуті чинники, що обумовлюють ефективність управління персоналом на сучасному підприємстві. Запропоновані критерії оцінки ефективності управління персоналом. Досліджено досвід управління персоналом на закордонних та вітчизняних підприємствах. Проаналізовано проблему управління розвитком персоналу та запропоновано основні шляхи її вирішення.

Ключові слова: управління, підприємство, персонал, розвиток, мотивація праці, оцінка, критерії, чинники впливу на ефективність діяльності персоналу.

In the article the factors that determine the effectiveness of human resource management in modern organizations. Criteria for evaluating the effectiveness of personnel management. The experience of Personnel Management of Foreign and domestic enterprises. The problem of development management personnel and provides the main ways to solve it.

Keywords: management, enterprise staff development, motivation, evaluation criteria, factors affecting the efficiency of staff.

Вступ. Управління підприємством в умовах глобалізації економіки зумовлює пошук нових підходів до управління результатами діяльності підприємства. Питання управління персоналом набуває особливої актуальності, оскільки персонал є ключовим фактором успіху діяльності компанії. Важливими аспектами забезпечення конкурентоспроможності персоналу є розробка сучасних підходів до розвитку персоналу підприємства та визначення ефективності його діяльності. Однак, на даний час недостатньо дослідженими залишається низка питань, які стосуються оцінювання ефективності управління персоналом. Процес трудової діяльності персоналу і управління в тому числі, тісно пов'язані з виробничим процесом і

його кінцевими результатами, соціальною діяльністю суспільства, економічним розвитком організації, у цьому і полягає складність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями управління розвитком персоналу та мотивації праці займається багато науковців, серед яких А. Маслоу, Р. Оуен, Л. Портер, Б. Скіннер. В роботах цих вчених питання процесу трудової мотивації розглядаються відносно цілей діяльності компанії. Наприкінці 70-х-на початку 80-х рр. минулого століття багато уваги приділялося аналізу системи людських відносин, особливо на до-свіді «Дженерал Моторс», ІВМ, японських «гуртків якості». Статті з аналізу концепції ESOP – Employee Stock Ownership Plan – планів виділення співробітникам акціонерної частки в капіталі компанії привернули увагу у другій половині 80-х – початку 90-х рр. На сучасному етапі управління персоналом стало об'єктом дослідження таких учених, як С.А. Баркової [1], Г.А. Дмитренка [2], К. Киллена [5], Р.Л. Кричевського [6], С.В. Шекшні [11].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасних підходів до управління розвитком персоналу. Визначення чинників, що обумовлюють ефективність управління персоналом на сучасному підприємстві. Дослідити досвід управління персоналом на закордонних та вітчизняних підприємствах. Проаналізувати проблему управління розвитком персоналу та запропонувати основні шляхи її вирішення.

Результати дослідження. В основі розвитку персоналу лежить суб'єктивне судження про трудове майбутнє кожного окремо, а саме кар'єру. Тому завдання менеджменту в галузі персоналу компанії, знайти інновацію в мотивації праці, які б повністю розкрили та використовували інтелектуальний потенціал кожного робітника окремо та робітників в загалом. Важливими завданнями, які необхідно вирішити при формуванні сучасних підходів до розвитку персоналу є наступні: визначення ефективності управління персоналом та критеріїв оцінки; проаналізувати існуючі підходи та шляхи щодо оцінки ефективності управління персоналом; визначити чинники, які впливають на ефективність управління персоналом.

Останнім часом, багато вчених досліджували питання про ефективність управління персоналом. Досягати великих результатів при найменших затратах праці, часу, коштів – вважається ефективною працею. Однак, на нашу думку, щоб довести, що система управління персоналом є ефективною, необхідно виробити певний механізм управління, оцінки та контролю по відношенню перш за все до цілей організації і запропонувати комплекс дій для її покращення.

При дослідженні проблеми ефективності управління персоналом, Дж.М. Іванцевич і А.А. Лобанов вважають, що: «оцінку ефективності управління персоналом є чітко формалізований і систематичний процес, що спрямований на вимірювання вигод і витрат, пов'язаних із програмами діяльності по управлінню персоналом і для зіставлення підсумків базового періоду з результатами, з цілями підприємства і з показниками конкурентів» [4, с. 274].

Таким чином, головною ланкою процесу виробництва на підприємстві є персонал. Новітні технології та інноваційні ідеї ніколи не будуть ефективними і приносити максимальну користь без належної підготовки, високо-ефективної роботи, і кваліфікації людського ресурсу. Управління персоналом є складним процесом, тому що людський ресурс наділений інтелектом та здатністю мислити. Він постійно розвиває внутрішні взаємовідносини, які дуже часто впливають на виробництво, продуктивність праці і внутрішній клімат підприємства.

Значимо також, що управління людськими ресурсами повинно захищати права і обов'язки персоналу, відповідати методам розвитку підприємства, забезпечувати дотримання правил при стабілізації, формуванні і використанні людського ресурсу. Підбір персоналу є важливим кроком до досягнення поставлених цілей. На підприємстві існує декілька підходів до підбору кадрів. Самостійне наймання персоналу та звернення до агентств і служб зайнятості є найбільш розповсюдженими підходами. Кожна організація і підприємство застосовує різні методи прийняття на роботу. Зокрема, інтерв'ю, анкетування, система психологічних тестів [1, с.36-39]. Завдання керівництва полягає в знайденні саме таких методів та підходів, які сприятимуть більш ефективній роботі, створенні якомога сприятливіших відносин між підлеглим персоналом. Персонал потрібно спочатку заохотити, створити умови, за яких кожен працівник буде мати бажання працювати плідно і з натхненням. При цьому досить важливу роль відіграє кваліфікованість працівників. Використання таких простих форм заохочень як надання медичних послуг, безкоштовні обіди, організація відпочинку за рахунок підприємства (путівки) дозволять підвищити мотивацію працівників компанії. Сьогодні, основу концепції управління персоналом підприємства складає зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати і направляти у відповідності із завданнями, що стоять перед підприємством [3, с. 105].

Після аналізу наукових концепцій, виділимо три методичні підходи до оцінки ефективності управління людським ресурсом.

Перший підхід. Персонал організації безпосередньо впливає на виробництво і є сукупним суспільним робітником, тому показниками ефективності персоналу повинні бути кінцеві результати виробництва. У якості показників беруться кількісні значення кінцевих результатів роботи за конкретний період (рік, квартал, місяць); собівартість; балансовий і чистий прибуток підприємства; рівень рентабельності; об'єм обслуговування (чол.); об'єм реалізованих продукції і послуг; термін окупності капітальних витрат; дохід підприємства та якість продукції і послуг [5, с. 67].

Другий підхід. Показники повинні відображати результативність, якість і складність живої праці або трудової діяльності. У якості показників оцінки виробничого й управлінського персоналу виділяють: продуктивність праці (виробіток на одного працівника); темпи росту продуктивності (праці і заробіт-

ної плати); відсоток виконання норм виробітки; загальний фонд оплати праці; втрати робочого часу; якість праці робітників; коефіцієнти складності робіт і праці; фондооснащеність праці; загальна чисельність персоналу, тощо [5, с. 69].

Третій підхід. Ефективність роботи більше залежить від форм і методів роботи з персоналом, що визначається організацією його роботи, мотивацією праці, соціально-психологічним кліматом у колективі. У якості критеріїв ефективності роботи персоналу виділяють такі як: рівень кваліфікації людського ресурсу; плинність кадрів; рівень дисципліни (трудова і виконавча); професійно-кваліфікаційна структура; співвідношення у колективі (робітників і службовців); рівень порушення дисципліни під час роботи; соціальна структура персоналу; рівномірність навантаження персоналу роботою; витрати на управління; рівень накладних витрат; витрати на одного робітника; соціально-психологічний клімат [5, с. 72].

Відповідно, існує цілий ряд чинників, які відрізняють управління людськими ресурсами в міжнародних компаніях від управління даними ресурсами в певній країні:

1. Розбіжності ринків праці. В кожній країні існують певні особливості структури робочої сили і витрат на неї. Таким чином, багатонаціональні компанії можуть отримати вигоду, маючи доступ до робочої сили різних країн. Наприклад, на розташованому в Мексиці об'єкті підприємстві корпорації "Дженерал моторз" виробництвом зайняті низькокваліфіковані робітники, в той час як науково-дослідний підрозділ "Ай-Бі-Ем" наймає кваліфікованих фізиків у Швейцарії. Саме тому, коли компанії звертаються до закордонних ринків чи певних ресурсів, один і той самий продукт може бути зовсім різним через розбіжності у ринках праці [7, с. 82].

2. Проблема переміщення робочої сили. При переміщенні робочої сили в іншу країну перед людьми виникають правові, економічні, фізичні й культурні бар'єри. Однак, багатонаціональні компанії, навпаки, одержують вигоду від переміщення робочої сили. У такому випадку компанія повинна розробити власну методичку набору, підготовки, оплати і стимулювання роботи працівників. Це актуально насамперед коли існують певні розбіжності в ринках праці, що призводить до виникнення дефіциту необхідних спеціалістів [8, 116].

3. Стиль і практика управління. В кожній країні стилі і практика управління суттєво відрізняються один від одного. Наприклад, це практично різні соціальні норми взаємовідносин між працівниками й адміністрацією. Аналогічні розбіжності можуть зробити напруженими стосунки між персоналом головної фірми та її філії або знизити ефективність роботи керуючого за кордоном порівняно з його продуктивністю у своїй країні. Саме тому, знайомство з національними особливостями управління персоналом дасть можливість запозичити позитивний досвід з однієї країни в іншу.

4. Контроль. Такі чинники, як територіальна віддаленість і специфічні риси закордонної діяльності, ускладнюють контроль над нею, тому для забезпечення управління виробництвом у закордонних відділеннях компанії

необхідно іноді дотримуватися чітко встановлених принципів кадрової політики. Проте відстані і специфіка країни можуть ускладнювати застосування компанією тієї кадрової політики, якій вона віддає перевагу, і змусити її використовувати різноманітну політику.

5. Оплата праці. Політика і практика оплати праці тісно пов'язані з життєвими і конкурентними спроможностями будь-яких компаній, так як зумовлюють залучення, утримання і мотивацію персоналу. Різниця у витратах на робочу силу в різних країнах призводить до виникнення переваг у конкуренції і стимулює багато компаній до створення виробничих потужностей за кордоном. Саме тому, розмір оплати праці залежить від коштів, вкладених у бізнес; попиту і пропозиції (загальноприйнятний рівень заробітної плати) на певні професії в цьому регіоні; вартості життя; законодавства країни і спроможності профспілок відстоювати інтереси працівників. Тип оплати (заробітна плата, комісійні, премії і додаткові блага) залежить від звичаїв, почуття захищеності, податків і вимог уряду [9, с. 163].

Міжнародні компанії зазвичай сплачують більше, ніж місцеві фірми, в країнах з дешевою робочою силою, але набагато менше від рівня заробітної плати за аналогічну працю в багатих країнах. Чинниками, що впливають на встановлення більш високої оплати праці в міжнародних компаніях є: основоположні принципи управління, а також організаційна структура. Таким чином, застосування методів, що викликають зростання продуктивності праці, призводить до підвищення оплати працівникам. Саме тому, основним принципом управління в міжнародних компаніях, порівняно з національними фірмами, є пропозиція більш високої заробітної плати, що дозволяє залучити висококваліфікованих робітників. Окрім цього, коли компанія вперше з'являється в країні, висококваліфіковані та досвідчені робітники можуть вимагати вищу заробітну працю, тому що не впевнені в успіху нового підприємства.

Висновки. За результатами проведеного дослідження було встановлено, що основою формування конкурентних переваг підприємства є передусім компетенції персоналу даного підприємства у порівнянні з конкурентами. Саме особливості роботи персоналу, їх знання, рівень підготовки і кваліфікації, постійний розвиток, своєрідна організація роботи і стимулювання найманих працівників можуть стати перевагою, недосяжною для конкурентів. Отже, необхідно реформувати систему підготовки і розвитку найманих працівників на підприємстві, що передусім має отримати державне, а саме, законодавче підкріплення з реформуванням існуючої податкової, фінансової, соціальної політики. Таким чином, вказані зміни повинні спиратися на існуючий вітчизняний та закордонний розвиток управління людськими ресурсами.

Література

1. Баркова С.А. Управление персоналом: учеб. пособие для студ. всех спец. / С.А. Баркова. – Новосибирск: СибУПК, 2001. – 87 с.
2. Дмитренко Г.А. Стратегический менеджмент в системе образования: учеб. Пособие / Г.А. Дмитренко. – К.: МАУП, 1999. – 176 с.

3. Гальчинський А.П. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна / А.П. Гальчинський, С.В. Львович, В.П. Семиноженко – Національний інститут стратегічних досліджень. – Київ, 2004. – 261 с.

4. Иванцевич, Дж. Человеческие ресурсы управления / Дж. Иванцевич, А.А. Лобанов. – М.: Дело, 1993. – 304 с.

5. Киллен, К. Вопросы управления / К. Киллен. – М., 1981. – 197 с.

6. Кричевский, Р.Л. Психология руководства и лидерства в спортивном коллективе / Р.Л. Кричевский, М.М. Рыжак. – М., 1985. – 132 с.

7. Кузьмін, О.С. Сучасний менеджмент / О.С. Кузьмін. – Львів, 2003. – 176 с.

8. Мурашко, М.І. Менеджмент персоналу: навчально-практичний посібник / М.І. Мурашко. – К.: «Знання», 2002. – 311 с.

9. Шекшня, С.В. Управление человеческими ресурсами в России и СНГ: сегодня и завтра / С.В. Шекшня. – М., 1998. – 224 с.

УДК: 338

Михайленко І.А.

студент ФММ;

Довгань Л.Є.

к.е.н., професор

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

РОЗВИТОК БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність понять «конкурентоспроможність підприємства», «бенчмаркінг», «бренд-менеджмент» визначено складові наведених понять. Представлено результати щодо оцінювання показників конкурентоспроможності підприємства. Запропоновано підходи бенчмаркінгу з метою підвищення конкурентоспроможності ПП Петрик «Ювелірне виробництво».

Ключові слова: бенчмаркінг, конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, бренд-менеджмент.

The following essence of concepts and their components were considered in this article “the company’s competitiveness”, “benchmarking”, “brand”. The results the results of performance evaluation of enterprise competitiveness were showed. The approaches of benchmarking in order to enhance the competitiveness of enterprises were offered.

Keywords: Benchmarking, competition, competitive, competitive advantage, brand management.

Вступ. Аналіз сутності бренд-менеджменту та практична його реалізація на засадах та методології бенчмаркінгу є доволі актуальним у вивченні економічних дисциплін, адже сучасні ринкові умови вимушують підпри-

ємства запроваджувати і удосконалювати методи управління і організації діяльності.

Вкрай необхідно дослідити теоретичні основи цих понять і визначити шляхи реалізації бенчмаркінгу як методу управління на практиці задля отримання найефективніших результатів з досягнення високих рівнів конкурентоспроможності підприємств. Знання про методи управління брендами кращих фірм, отримані в процесі бенчмаркінгу, є важливою інформацією, яка необхідна для розвитку власних торговельних марок і забезпечення їхньої конкурентоспроможності й прибутковості

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про неабияку увагу до процесу удосконалення механізму застосування бенчмаркінгу у системі управління підприємствами серед наступних авторів: Бориславська Н. О., Довгань Л. С., Жилінська О. І., Кендохов О. В., Файвіщенко Д. С., Козак Н., Соколов О. та ін.

Постановка завдання. Обґрунтування необхідності проведення бенчмаркінгу в ринкових умовах для підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Результати дослідження. Конкурентоспроможність підприємства є найважливішою характеристикою в сучасних ринкових умовах. Однак, високий рівень конкурентоспроможності – це результат, який досягається в процесі виконання певних точних та ефективних дій в управлінні підприємством на основі проведення системного розуміння конкурентів і положення самого підприємства серед інших на ринку. Висока конкурентоздатність забезпечує високі темпи економічного зростання, проте вона не може досягатися без створення та ефективного використання бренд-активів підприємства.

Наразі саме бенчмаркінг стає важливим інструментом аналізу ринкової ситуації, оцінки конкурентних позицій підприємства, на основі яких і приймаються управлінські рішення стосовно створення власного бренду.

Знання про методи управління брендами кращих фірм, отримані в процесі бенчмаркінгу, є важливою інформацією, яка необхідна для розвитку власних торговельних марок і забезпечення їхньої конкурентоспроможності й прибутковості [1, с. 135].

Як зазначає автор Козак Н. «поняття «бенчмаркінг» вперше з'явилося в 1972 році в інституті стратегічного планування Кембріджу під час дослідницької діяльності консалтингової компанії PMIS. Тоді і був сформульований основний принцип бенчмаркінгу : для того, щоб знайти ефективне рішення в сфері конкуренції, необхідно знайти кращий досвід інших підприємств, які досягли успіху у подібних умовах» [2].

Бенчмаркінг являє собою метод управління, який передбачає еталонне співставлення і допомагає підприємствам різних сфер діяльності у вирішенні завдань самовдосконалення.

Об'єктом дослідження бенчмаркінгу є товари, послуги та досвід промислового виробництва; це більше, ніж аналіз потенціалу конкурентів.

Суб'єктом дослідження бенчмаркінгу виступають визнані лідери у своїй галузі (не тільки безпосередні конкуренти) [3].

Ювелірна галузь є доволі специфічною, основним завданням якої є постійне забезпечення різноманітності виробів, щоб привернути увагу вибагливих покупців і задоволення їх потреб. Тому і механізм використання бенчмаркінгу в цій галузі також особливий.

Розглянемо етапи бенчмаркінгового аналізу, що були запропоновані Жилінською О.І. [4], на прикладі підприємства ПП Петрик, що займається виробництвом ювелірної продукції:

По-перше, аналіз отриманої інформації про становище ринку ювелірних виробів, його об'єм та етап розвитку;

По-друге, в контексті проведення бенчмаркінгу визначаємо підприємство-еталон ювелірної галузі, яким виявляється ПАТ «Київський ювелірний завод». Дане підприємство займає лідируючу сходинку за часткою основних виробників ювелірних виробів а також посідає перше місце по популярності магазинів роздрібної торгівлі (за даними 2012 року [5]).

По-третє, пошук предмета вищезазначеного зіставлення. Для ПП Петрик «Ювелірне виробництво» на даному етапі необхідно розглянути у якості предмета саме бренд.

Бренд-менеджмент – це творчість, яка заснована не тільки на глибокому знанні ринку, але й на знанні основних правових питань захисту інтелектуальної власності фірми, психології людини, географічних особливостей тощо. Його результатом є бренд як сукупність матеріальних і нематеріальних категорій, які формують у споживача позитивний імідж товару, послуги або фірми та викликають бажання отримати товар з відповідним маркуванням, зробивши вибір серед різноманітності інших пропозицій [1].

Бренд Київський ювелірний завод (КЮЗ) досить давно відомий на українському ринку.

У 2007, 2008 роках на ВАТ «Київський ювелірний завод» було проведено маркетингове дослідження, метою якого було отримання інформації щодо рівня задоволення покупців ювелірних виробів, яке ґрунтувалось саме на бренд-менеджменті. В результаті дослідження, було визначено наступне:

57% респондентів зазначили, що найчастіше здійснюють покупку ювелірних виробів у фірмових магазинах КЮЗ, оскільки для них важливі такі нюанси, як сучасне оформлення магазинів, стильна уніформа продавців, якісна система підсвічування, створення ансамблів ювелірних виробів на вітринах;

2% опитаних дали високу оцінку торговому асортименту фірмових магазинів, наголосивши на різноманітності дизайну прикрас та диференціації цін на них;

серед факторів, які мають вплив на здійснення покупки, найбільшу значущість отримали: відомість фірми-виробника – 33% опитаних, ціна – 40%, акції та дисконтні програми для постійних покупців – 18% [7, с.39].

Тобто для споживача бренд є інструментом ухвалення рішення.

До того ж, ВАТ «КЮЗ» першим почав створювати власну роздріб. Що допомогло відслідковувати зміну попиту і вчасно на нього реагувати. Паралельно з нею компанія розвиває додаткові сервіси – обмінні пункти, де можна поміняти старі вироби на нові [6].

Що стосується ПП Петрик, це підприємство в основному здійснює реалізацію продукції, не маючи власних торговельних площ, а через інтернет – магазин та ювелірні виставки. Але, що стосується сервісу, підприємство намагається його розвивати. Проте існує чудова перевага даного підприємства серед інших, адже ПП Петрик використовує технологію поєднання металів срібла та золота в одній одиниці прикрас, яка є єдиною інновацією в Україні, що надає можливість створювати рідкі за своїм дизайном прикраси за значно низькою собівартістю, аніж у підприємствах-конкурентів.

По-четверте, розробка плану впровадження – доведення результатів до відома тих, хто повинен мати дану інформацію, формулювання нових цілей. Важливим моментом є одержання ухвали, у разі потреби – перегляду цілей щодо ефективності.

По-п'яте, прийняття стратегічних рішень – прийняття рішення про впровадження низки процесів та методів, які забезпечують високу конкурентоспроможність підприємства – еталону.

По-шосте, впровадження отриманого досвіду – початок дій і здійснення моніторингу прогресу, перегляд контрольних крапок бенчмаркінгу мірою необхідності. Розробляється проект нової конкурентної переваги, де вказуються всі задіяні фахівці підприємства і їх функції у процесі формування нових конкурентних переваг [4, с. 98].

Рівень конкуренції на ювелірному ринку України має запеклий характер. Але виходячи з умов, які склалися в Україні, а саме через політичні умови ПП Петрик «Ювелірне виробництво» втратило 30% ринку. Тому, необхідно впровадити механізм розвитку бренду для завоювання стійкого положення на ринку та стратегію центральної диверсифікації, яка полягає у створенні нової продукції, використовуючи існуючі технології. Дана стратегія полягає у створенні нової продукції, використовуючи існуючі технології, а саме – патріотичних ювелірних виробів. Це допоможе підприємству закласти основу розвитку бренду, у першу чергу, і позиціонувати ПП Петрик як компанію, яка буде привабливою для громадян-патріотів.

Потім проводиться оцінка очікуваної ефективності й стійкості нових конкурентних переваг у рамках проекту [4, с. 98].

Останнє, аналіз поліпшень – аналіз здійснених поліпшень, проведення оцінки бенчмаркінгу як діючого процесу. Даються відповіді на запитання: «Чи інтегровано практику в процес діяльності фірми?», «Чи досягнуто позиції лідера в даній сфері?».

Дослідивши ринок вітчизняних ювелірних виробів, можна прийти до висновку, що використання бенчмаркінгу підприємством ПП Петрик «Ювелірне виробництво» буде доцільним та прибутковим, адже в Україні поки немає

виробників саме з дорогоцінних металів та каменів патріотичної продукції масового виробництва. Слід зазначити, що патріотичні мотиви на зараз в Україні вкрай популярні, тому потенційні споживачі, які будуть зацікавлені у цій продукції зможуть компенсувати той ринок: південь та схід України, який ПП Петрик «Ювелірне виробництво» втратило за цей час.

Опис товару, який пропонуємо ввести в виробництво: золоті та срібні каблучки, сережки та підвіски з зображенням гербу України, золоті сережки а також сережки, каблучки та брошки різного дизайну із жовто-блакитними камінцями : топазом та цирконієм.

Отже, перевагами застосування бренд-менеджменту на засадах бенчмаркінгу і запропонованої стратегії центральної диверсифікації є створення власного бренду на українському ринку ювелірної продукції, продовження відповідального співробітництва із минулими постачальниками, відсутність необхідності в новому технічному обладнанні і додатковому навчанні робітників, що допоможе реалізувати дану стратегію можливо в швидкі строки. І, таким чином, вона надасть можливість розширити ринок, зацікавивши й чоловічу частину населення, адже деякі види продукції будуть орієнтовані саме на них, і таким чином це призведе до збільшення продажів, а отже й прибутку підприємства ПП Петрик «Ювелірне виробництво».

Етап реалізації можна почати із пробної партії продукції, проте майже з 80% впевненістю можна зауважити, що дана продукція буде користуватися попитом.

Висновки. В результаті дослідження, можна зробити висновок, що застосування бенчмаркінгу для оцінювання ефективності бренд-менеджменту є ефективним механізмом за сучасних ринкових умов. Розвиток бренд-менеджменту на засадах бенчмаркінгу в ювелірному виробництві дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємства ПП Петрик «Ювелірне виробництво» на ринку ювелірної продукції. Практичне застосування методик бенчмаркінгу, що ґрунтується на перейнятті досвіду у ВАТ «КЮЗ» у сфері розвитку бренду надасть можливість для ПП Петрик розвиватися за рахунок створення власного бренду патріотичної продукції, тому що в Україні немає жодного підприємства, яке займається саме масовим виробництвом ювелірних прикрас з патріотичною тематикою. До того ж інновація, яка використовується ПП Петрик : поєднання двох металів золота і срібла, дає можливість створювати рідкісні прикраси і знижує собівартість продукції, яка забезпечить високий рівень конкурентоспроможності даного підприємства на ринку.

Наукову новизну проведеного дослідження становить запропонування механізму бенчмаркінгу у ювелірній галузі України.

Література

1. Кендюхов О. В. Оцінювання ефективності бренд-менеджменту на основі бенчмаркінгу [Електронний ресурс] / О. В. Кендюхов, Д. С. Файвішенко // Актуальні проблеми економіки: електронне фахове видання. – 2012. – № 11 (137). – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/ct/ct003.html>.

2. Козак Н. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності компанії [Електронний ресурс] / Н. Козак // Управление компаний. – 2000. – № 1-2. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/ct/ct003.html>
3. Довгань Л. Є. Конкурентоспроможність підприємств.: Монографія / ІВЦ «Видавництво «Політехніка»: 2004. – 144 с.
4. Жилінська О. І. Теоретичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності підприємства на засадах бенчмаркінгу [Електронний ресурс] / О. І. Жилінська, В. Є. Волошина // Бізнес Інформ. – 2012. – № 10. – С. 96-101. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/binf_2012_10_23.pdf
5. Соколов О. Почему стагнирует ювелирный рынок [Електронний ресурс] / О. Соколов // Forbes Україна – 2013. – Режим доступу: <http://forbes.ua/opinions/1353637-rochemu-stagniruet-yuvelirnyj-rynok>.
6. Українські ювеліри відкривають для себе стратегії збуту та маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://alls.in.ua/4333-zoloti-merezhi-ukrainski-yuveliri-vidkrivayut-dlya-sebe-strategi-zbutu-i-marketingu.html>
7. Бориславська Н.О. Інноваційні аспекти імплементації системи інформаційного забезпечення управління торговим маркетингом на ювелірному ринку України та світу / Н.О. Бориславська // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2010. – № 4-5.

УДК 330.341

Морозов О.Ф.

д.т.н., проф., Заслужений діяч науки і техніки України;

Тринадцятко Б. І.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ СТАРТАП КОМПАНІЙ

У статті автором проаналізовано розвиток інноваційної поведінки стартап компанії відповідно до стадій її розвитку. Окрім цього, виділені ключові фактори успішності компанії на відповідних стадіях розвитку, що є відображенням інноваційної поведінки суб'єкта господарювання.

Ключові слова: інноваційна діяльність, стартап, стадії розвитку стартап компанії.

In the article the author examines the development of start-up-company's innovative behavior according to the stages of its development. Also author has highlighted the key factors of company's success at appropriate stages of development, which reflects the innovative behavior of the entity.

Keywords: innovation, startups, stages of development a startup company.

Вступ. На сьогоднішній день у всьому світі прослідковується тенденція до стимулювання діяльності малого та середнього бізнесу. Однією з дієвих

форм реалізації інноваційних науково-технічних розробок й ідей загалом є стартап компанії, що вирізняються відповідною інноваційною поведінкою на кожному з етапів її розвитку. Ключові фактори успішності майбутнього надприбуткового інноваційного бізнесу на кожній стадії розвитку безпосередньо впливають на поведінку та діяльність останнього. Саме тому, проблема взаємовпливу цих двох факторів актуалізується й порушується риторичне питання первинності перебігу цих процесів.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Дослідженням особливостей розвитку та діяльності стартап компанії займалися зарубіжні вчені: Ф. Котлер, Д. Янг, П. Тіль. Ці видатні вчені практики у своїх працях розкрили особливості діяльності стартап компанії.

Постановка завдання. Метою дослідження є інноваційна поведінка стартап компанії відповідно до її життєвого циклу, виокремлення ключових факторів успішності, а також взаємовплив перебігу цих двох процесів.

Результати дослідження. В економічній літературі дуже рідко можна зустріти термін «інноваційна поведінка», адже це поняття має більш дисциплінарний характер, що регламентує його приналежність до різних напрямків діяльності таких як психологія, педагогіка, менеджмент та управління підприємством. На думку авторів інноваційна поведінка – це цілеспрямована діяльність суб'єкта господарювання на основі створення нематеріальних та матеріальних нових суспільних благ. Інноваційно-орієнтована економіка передбачає серед суб'єктів, що продукують «нове знання», наявність стартап компаній, як однієї із форм здійснення інноваційної підприємницької діяльності.

Загальновідомо, що стартап – це новостворена компанія, діяльність якої спрямована на створення інноваційних продуктів, технологій, послуг. Інновації на основі яких будують свій бізнес такі компанії можуть бути як глобальними так і локальними. Глобальні інновації для стартап компаній передбачають роль лідера на певному ринку чи його сегменті всього світу, а локальні – інноваційні в окремій країні, ринку або галузі.

Проте, на наш погляд, варто розуміти головну відмінність стартап компаній від просто новостворених: стартап компанії першочергово створюються з метою швидкого розширення та отримання надприбутків.

Успішність стартап компаній за даними ООН на рис. 1.

На жаль в Україні за статистикою тільки 6% стартап компаній стають успішними на ринку, а середнє значення серед європейських країн, наприклад у Франції, Німеччині, Італії, Швеції та Великобританії складає більше 16%. Звичайно впливають і політичні фактори, але в більшості випадків це зумовлено непрофесійним підходом до управління на ранніх стадіях становлення стартап компаній [1].

Саме тому, ми розглядаємо стадії розвитку стартап компанії та їх інноваційну поведінку в залежності від стадії розвитку.

В стартап компаніях виділять наступні стадії розвитку [2]:

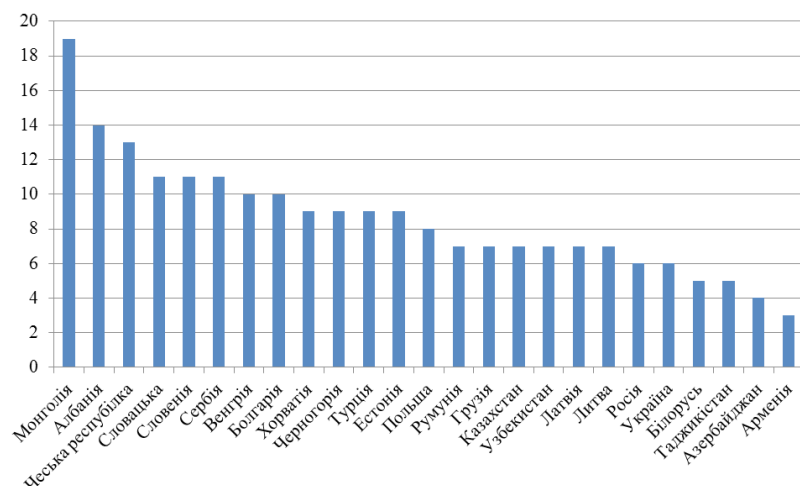


Рис. 1. Успішність стартап компаній у відсотковому співвідношенні

Джерело: складено авторами на основі [1]

Посівну;
 Ранню стадію;
 Початкове зростання;
 Сталий розвиток;

Посівна стадія – стадія на якій формується концепція подальшого розвитку компанії, що включає в себе: пошук ідей, збір та аналіз первинної інформації по ринку, галузі споживачам. Загальновідомо, що на даній стадії відбувається вкладення значної суми коштів, при тому, що операційна діяльність ще відсутня, грошовий потік впродовж даної стадії негативний. Всі кошти в основному витрачаються на дослідження та розробку інноваційного продукту, придбання або створення основних виробничих фондів [3].

Ключовим фактором майбутньої успішності стартап компанії та можливості стрибку на один з наступних етапів її розвитку є в першу чергу вирішення питання забезпечення технічної життєдіяльності: забезпечення створення інноваційного продукту, розробка бізнес-плану, підбір керівного складу.

На нашу думку, окремо треба виділити процес підготовки бізнес-плану та проектної документації, адже по суті стартап є проектом, який з часом масштабуються в велику компанію. Саме професійно сформований бізнес-план, де чітко мають бути визначені такі параметри, як концепція, ринок, стратегія діяльності, управління ризиками (адже стартап надризикова діяльність) та фінансовий план є запорукою не тільки ефективної діяльності

але й основним засобом залучення коштів на реалізацію інноваційної бізнес ідеї. В самому бізнес плані значну увагу варто приділяти саме дослідженню ринку, виявленню основних потреб та каналів збуту. Доцільністю також є виділення в розділі ринок бізнес-плану стартапу найперших майбутніх клієнтів.

Поведінку стартап компанії на ранній стадії можна разом з посівною узагальнити наступним: наявність відтоку грошових ресурсів, залученням додаткових коштів або реінвестування та пере розподілення фінансових потоків від реалізації операційної діяльності [3].

Отже, перехід до ранньої стадії починається з моменту завершення розробки та підготовчих етапів для виходу на ринок. На даному етапі вже розроблені бізнес стратегії у вигляді кінцевого варіанту бізнес-плану, визначені керівні посади, створений прототип і запущене дослідне виробництво, формуються перші партнерські зв'язки з постачальниками та дистриб'юторами.

Варто зазначити, що з появою протопиту варто «заявляти» про себе всіма можливими способами перед інвесторами, експерти та платоспроможною цільовою аудиторією для отримання відгуків, виявлення негативних сторін продукту і подальшого його доопрацювання. Отримання перших відгуків, або «feedback»-у здійснюється шляхом: проведення тестування, опитування, через мережу Інтернет, або через локалізовані спеціалізовані установи. Під час проведення заходів з метою отримання відгуків варто також пам'ятати про захист прав інтелектуальної власності, тобто не розголошувати всіх таємниць інноваційного продукту, підписувати договір про нерозголошення або конфіденційність.

На стадії початкового зростання основною метою поведінки стартапів є завершення першого виробничого циклу та початок реалізації. Як правило, на цій стадії сумарний грошовий потік стає позитивним [4]. На цій стадії відбувається дифузія продукту на ринок із врахуванням уподобань перед споживачами, адже ті стартап компанії, які виходять на стадію початкового зростання вже отримали відгуки, провели перші випробування ринком та створили продукт за який споживач готовий заплатити, адже стартап компанія завжди повинна характеризуватись продукцією, котра змінює стандартні уявлення про вже існуючі продукту на ринку.

Інноваційна поведінка значно активізується на цій стадії, оскільки компанія починає вступати у конкурентну боротьбу за долю ринку, що спонукає до активізації НДДКР, збільшенню бюджету на маркетинг, активізується робота зі зменшення собівартості та операціоналізації бізнес процесів компанії [5].

На стадії сталого розвитку компанія закріплює свої позиції на ринку та збільшує обсяг продажів. Перед компанією починають поставати характерні великим компаніям проблеми. Таким чином, діяльність компанії вже спрямована на утримання та розширення ринку, освоєння нових видів діяльності, оптимізацію операційної діяльності.

Висновки. Доля вдалого стартапа на наш погляд визначається в тому числі і особливо завершуючий стадії першого циклу його становлення та вилупливание из кожурі стартапа в умпешную компанію на основе понимание важности буд боротьби за максимального задоволення уподобань споживачів. Дозвольте закінчити тезою «споживач завжди буде розлучатися з грошима без жалю смачно і красиво» Отже, пріоритетність досягнення цілей стартапа компанії на кожній з стадій її розвитку визначає «інноваційну поведінку», що є ядром навколо якого вибудовується система взаємозв'язків: внутрішніх – робота команди, продуктивність праці, продукування нових ідей, що видозмінюють базову інновацію та зовнішніх – ринок капіталу (інвестори, ментори, бізнес ангели, вен чури і т.п.) й споживачі, що можуть впливати на рішення про кінцевий варіант продукту стартапа компанії або брати безпосередню участь у її розробці, а також є платоспроможними.

Література

1. Обзор инновационного развития Украины // Европейская экономическая комиссия Организации Объединенных Наций. – ООН, Нью Йорк и Женева, 2013 – 144 с.
2. Ицхак Адизес. Управление жизненным циклом корпорации. Пер. с англ. / Адизес И. К. – СПб: Питер, 2008 – 384 с.
3. Котлер Ф. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования. / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, Д. Янг; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 194 с.
4. Шклярчук С.Г. Основні засади венчурного фінансування інноваційних технологій [Електронний ресурс] / С.Г. Шклярчук // Наукові праці МАУП. Випуск 1(36). – С. 144-149. – Режим доступу: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0CEsQFjAurl=http%3A%2F%2Ffirbis-nbu.gov.ua>
5. Брикова І.В. Венчурне фінансування як ключовий механізм комерціалізації інновацій в межах регіональної інноваційної системи [Електронний ресурс] / І.В. Брикова. – Режим доступу: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source>

УДК 615.1: 330.35

Мохонько Г.А.
к.е.н., доцент;
Баранчук А.О.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто стратегічний потенціал підприємства в контексті розвитку фармацевтичної галузі. Досліджено стан фармацевтичної галузі в Україні та виявленні основні проблеми фармацевтичних

підприємств. Подано процес розробки алгоритму забезпечення розвитку стратегічного потенціалу фармацевтичного підприємства.

Ключові слова: фармацевтична галузь, стратегічний потенціал підприємства, забезпечення розвитку стратегічного потенціалу фармацевтичного підприємства.

The article deals with the concept of the strategic potential of the company in the context of the pharmaceutical industry, identifying the main challenges. Posted process of developing an algorithm to ensure the development of the strategic potential of pharmaceutical enterprise.

Keywords: pharmaceutical industry, strategic potential of enterprise software development strategic potential pharmaceutical company.

Вступ. Розвиток економіки України супроводжується низкою невирішених проблем, серед яких однією з важливих для фармацевтичного підприємства є проблема досягнення і збереження певного рівня конкурентоспроможності підприємства відіграє його стратегічний потенціал, об'єктивна інформація про стан і тенденції розвитку потенціалу підприємства дає можливість робити прогнози та розробляти стратегії розвитку, складати плани та приймати ефективні управлінські рішення, тобто підвищувати рівень конкурентоспроможності, тому питання забезпечення розвитку стратегічного потенціалу підприємства є досить актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія розвитку знайшла своє відображення у працях зарубіжних авторів: І. Ансоффа, П. Друкера, М. Портера, П. Самуельсона, У. Ростоу, Р. Харрода. та ін. Серед теоретичних досліджень, які висвітлюють різні аспекти, управління стратегічним потенціалом підприємства, в тому числі механізмів його формування і розвитку слід визначити наукові праці вітчизняних вчених, таких як: А. Бородіна [2], І. А. Ігнат'євої [5], В. В. Микитенка [7], А. Тряпухіна [10], А. Коган [10], С. Ю. Хамініч та ін. В той же час, у фармацевтичній галузі проведені лише нечисленні комплексні дослідження, що стосуються чинників конкурентоспроможності, оцінки потенціалу підприємства з метою підвищення ефективності діяльності підприємств та для прийняття стратегічних рішень перспективного розвитку.

Постановка завдання. Мета статті полягає в розробці процесу розвитку стратегічного потенціалу фармацевтичного підприємства шляхом вирішення таких завдань:

- виявити причини гальмування розвитку високотехнологічних та наукоємних виробництв фармацевтичної галузі;
- розробити алгоритм забезпечення розвитку стратегічного потенціалу фармацевтичного підприємства.

Результати дослідження. Фармацевтичний ринок України включає: виробництво лікарських засобів і виробів медичного призначення, оптовий і роздрібний продаж продукції через аптечні мережі, спеціалізоване зберігання й дистрибуцію.

Серед вітчизняних підприємств-виробників фармацевтичної продукції можна відзначити наступні підприємства корпорація “Фармак”, “Борщівський хіміко-фармацевтичний завод”, корпорація “Артеріум” (“Київмедпрепарат”, “Галичфарм”) – ці корпорації займають високі рейтингові позиції і є лідерами – експортерами фармацевтичної продукції, не відстають також корпорації “Стірол”, “Дарниця”, “Здоров’я”, “Лекхім”, “Київський завод вітамінів” і т.д. В цілому український ринок є досить концентрованим.

В Україні виробництво високотехнологічної фармацевтичної продукції не розвинуто, і тому це є великою проблемою, потреби в оригінальних лікарських засобах (далі ЛЗ) забезпечуються переважно за рахунок імпорту. У загальній кількості зареєстрованих у «Державному реєстрі лікарських засобів України» звичайних лікарських засоби вітчизняні становлять лише 27,3 %. Більшість препаратів на фармацевтичному ринку України є генеричними – їхня частка становить понад 70 %, тоді як у США – 12 %, Японії – 30 %, Німеччині – 35 %, Франції – 50 % [6]. Сьогодні, на державному рівні здійснено низку важливих кроків, які сприятимуть розвитку вітчизняного високотехнологічного виробництва у фармацевтичній промисловості, проте є чисельні проблеми, які перешкоджають цьому розвитку наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Проблеми гальмування розвитку високотехнологічних та наукоємних виробництв фармацевтичної галузі та заходи їх подолання

Проблеми	Заходи
Небезпека лікарських засобів	розглянути та ухвалити Концепцію Державної цільової програми запобігання та протидії виробництву і розповсюдженню фальсифікованих лікарських засобів і медичної продукції на період до 2016 р., розроблену Державною інспекцією з контролю якості лікарських засобів у 2011 р.;
Низька якість лікарських засобів та системи її забезпечення	стимулювати сертифікацію вітчизняних фармацевтичних компаній на відповідність стандартам GMP шляхом надання сертифікованим компаніям преференцій при державних закупівлях лікарських засобів, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних лікарських засобів на внутрішньому та зовнішньому ринках;
Недостатньо розвиненість політики протекціонізму	надання підтримки вітчизняним виробникам лікарських засобів, стимулювання створення технологічних парків із розробки та виробництва інноваційних лікарських засобів; стимулювання, розробка та виробництво основних лікарських засобів та підтримка експорту вітчизняних ліків, в тому числі за рахунок відпрацювання додаткових механізмів фінансування вітчизняних розробок.

Джерело: розроблено авторами на основі [6; 8]

Головною причиною труднощів, з якими зіткнулися вітчизняні підприємства фармацевтичної галузі останнім часом, є недостатня увага питанням дослідження внутрішніх можливостей, управління їх потенціалом і,

відповідно, сильна залежність фармацевтичних підприємств від факторів зовнішнього середовища. При цьому стратегічний потенціал представляється як система, що складається з підсистем – потенціалів різного порядку, тобто потенціал більш високого рівня складається з потенціалів більш низького рівня [3, с.39].

Стратегічний потенціал можна розглядати як ресурсну та інструментальну базу для пошуку і реалізації найефективніших стабілізуючих заходів щодо забезпечення розвитку підприємства.

Суть поняття «стратегічного потенціалу підприємства», на відміну від категорії «потенціал підприємства», полягає не лише у визначенні граничних можливостей виробництва, але й здатності підприємства досягати перспективних цілей шляхом підвищення рівня його використання під впливом зовнішнього та внутрішнього середовищ функціонування на основі удосконалення виробничої, кадрової, фінансової, маркетингової та інших складових [1].

Розвиток підприємства являє собою довгостроковий нелінійний процес, кількісних та якісних змін його потенціалу, які переводять систему у новий якісний стан, що характеризується підвищенням рівня потенціалу і ефективності його використання. У розрізі даної теорії розвитку стратегічний потенціал розглядається як сукупна здатність господарчого суб'єкта використовувати внутрішні фінансові, виробничі, інноваційні і трудові ресурси для реалізації стратегічних цілей [4].

Саме послідовна і вміла реалізація пріоритетів розвитку підприємства з обов'язковим врахуванням інтересів сторін обіцяє у багатьох випадках значний економічний ефект [4].

Забезпечення розвитку стратегічного потенціалу підприємства – це складний процес, який вимагає від керівництва підприємства не тільки управлінського хисту, а також наявності стратегічного мислення. Можна зазначити, що розвиток стратегічного потенціалу підприємства забезпечується процесами аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, визначенням цілей підприємства та безпосереднім виконанням стратегії.

Алгоритм забезпечення розвитку стратегічного потенціалу фармацевтичного підприємства зображений на рис. 1.

Початковим етапом представленого алгоритму є визначення наявності стратегічних цілей розвитку фармацевтичного підприємства, тобто тих покладених перспектив, досягнення яких має вирішальне значення для подальшого функціонування підприємства, проводиться аналіз і ретельне дослідження спільних стратегічних цілей розвитку підприємства, а також визначаються можливі стратегічні напрями і шляхи їх досягнення. На основі вибраних стратегічних напрямів визначаються цілі формування стратегічного потенціалу і його подальшої реалізації.

Наступним етапом є оцінка складових стратегічного потенціалу фармацевтичного підприємства, важливе місце в якій відводиться виробничо-

му, маркетинговому і управлінському блокам. Проведення цього аналізу обумовлене необхідністю визначення сильних і слабких сторін усіх систем підприємства, оскільки від їх стійкого і стабільного функціонування залежить успішність реалізації стратегічних напрямів його розвитку.



Рис.1. Алгоритм забезпечення розвитку стратегічного потенціалу фармацевтичного підприємства

Джерело: доопрацьовано авторами на основі [9]

На основі отриманих даних дається загальна оцінка про поточне ресурсозабезпечення підприємства.

При оцінці поточного стану підприємства переходимо до наступного етапу алгоритму, що передбачає формування варіантів забезпечення реалізації вибраного стратегічного напрямку розвитку.

На основі розроблених варіантів формується тактичний план забезпечення розвитку стратегічного потенціалу підприємства, реалізація якого має супроводжуватись продуманими організаційними заходами. Виконання даного плану повинне супроводжуватись постійним контролем, аби вчасно скорегувати план або виправити помилки при його впровадженні.

Висновки. В умовах посиленої конкуренції на фармацевтичному ринку підприємствам-виробникам лікарських засобів важливо правильно оцінити ситуацію, ринкову обстановку і розробити ефективні способи підвищен-

ня своєї конкурентоспроможності, які відповідали б, з одного боку ситуації на ринку фармацевтичної продукції в Україні, з іншого – особливостям конкретного виробництва. Важливу роль у реалізації цієї задачі приділяється розвитку стратегічного потенціалу підприємства, який є основою для розробки стратегії і тактики підприємства, прийняття управлінських рішень. В результаті проведеного дослідження визначено, що основними проблемами підприємств фармацевтичного сектору є низька якість лікарських засобів та система її забезпечення, недостатньо розвинена політика протекціонізму.

Запропоновано алгоритм забезпечення розвитку стратегічного потенціалу фармацевтичного підприємства, що базується на дослідженні Сущенко О.А. і являє собою поетапний процес дій щодо розвитку стратегічного потенціалу підприємства.

Література

1. Азарова А.О. Математичні моделі оцінювання стратегічного потенціалу підприємства та прийняття рішень щодо його підвищення: монографія / А.О. Азарова, О.В.Антонюк. – Вінниця: ВНТУ, 2012. – 168с.
2. Бородин А. Етапи формування стратегічного потенціалу підприємства / А.Бородин // Проблеми теорії та практики управління. – 2003. – №6. – С.96 – 100.
3. Бузько І.Р. Стратегічний потенціал і формування пріоритетів у розвитку підприємства: монографія / Бузько І.Р, Дмитренко І.Є, Сущенко О.А. – Алчевськ: вид-во ДГМІ, 2002. – 216с.
4. Гузенко О.І. Розвиток стратегічного потенціалу підприємства: зміст та місце у системі управління / О.І.Гузенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/777/Downloads/esprstp_2009_1(1)_76.pdf
5. Ігнат'єва І. А. Методичні аспекти управління стратегічним потенціалом підприємства / І.А.Ігнат'єва // Проблеми виробництва. – 2005. – №1. – С.8-12.
6. Механізми забезпечення розвитку високотехнологічних та наукоємних виробництв у фармацевтичній галузі України [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/846>
7. Микитенко В. В. Діагностика стратегічного потенціалу підприємства / Микитенко В. В., Ігнат'єва І. А. // Вісник економічної науки України. – 2005. – №2. – С. 77-80.
8. Проект Концепції розвитку фармацевтичного сектору галузі охорони здоров'я України на 2010-2020 р.р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.arteka.ua>.
9. Сущенко О.А. Формування стратегічного потенціалу підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / О.А. Сущенко. – Луганськ, 2002. – 20 с.
10. Тряпухин А. Стратегические приоритеты предприятия / Тряпухин А., Коган А. // Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2004. – №2. – С. 4-11.

Пасічник Ю.Р.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглядається проблема управління конкурентоспроможністю підприємства. Запропоновано впроваджувати стратегії диверсифікації діяльності як ефективний метод вирішення зазначеної проблеми. Визначено причини та обґрунтовано варіанти, за якими може бути втілена обрана стратегія. Доведено, що вдале впровадження стратегії диверсифікації діяльності підприємства дозволить подолати можливі кризи, збільшити рівень рентабельності, утримувати та покращувати позиції на ринку.

Ключові слова: управління конкурентоспроможністю, диверсифікація, стратегія, причини диверсифікації.

The problem of power management competitiveness of the enterprise. A diversification strategy implemented as an effective way to solve this problem. The reasons and reasonable options, which may be embodied chosen strategy. It is proved that the successful implementation of the strategy Diversification may help overcome the crisis, increase profitability, maintain and improve market position.

Keywords: management competitiveness, diversification strategy, diversification reasons.

Вступ. Актуальність управління конкурентоспроможністю підприємства на основі диверсифікації його діяльності впливає з ряду причин: по-перше, вже декілька десятиліть така стратегія вдало застосовується багатьма підприємствами провідних країн з ринковою економікою; по-друге, в умовах стабільного економічного середовища, економіка створила вузькоспеціалізовані великі підприємства, яким в сучасних умовах важко пристосуватися до агресивного і мінливого зовнішнього середовища, спеціалізуючись на випуску товарів лише в рамках попередньо обраної спеціалізації. Особливо це стосується підприємств, галузь яких знаходиться на стадії занепаду; по-третє, практика застосування такої стратегії вітчизняними підприємствами ще майже не використовується, проте є приклади дуже вдалих проектів, завдяки яким українські підприємства досягли надзвичайних успіхів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та науково-методичні основи диверсифікації діяльності розглянуті в працях зарубіжних учених Ансоффа І., Аккофа Р., Аронової О.М., Боумена К., Гелбрейта Дж К., Дихтль Е., Друкера П.Ф., Коллера Ф., Маркової В.Д., Шумпетера Й.А., Янга С. Запропоновані ними концепції глибоко опрацьовані та набули розвитку в працях вітчизня-

них учених Борисової В.А., Бутенко Н.В., Гришка В.А., Демченка Г.І., Ілляшенка С.М., Корецького М.Х., Куденко Н.В., Маслак Н.Г., Мельника Л.Г., Моїсеєва В.Г., Немцова В.Д., Шершньової З.Є. та інших. Однак, як свідчить практика, невірними залишаються питання наукового обґрунтування і створення оригінальної, адаптованої до вітчизняних умов господарювання системи управління стратегіями диверсифікації діяльності з урахуванням стану і тенденцій розвитку ринкового середовища, а також стратегічного потенціалу підприємства. Їх вирішення надасть можливість трансформувати стихійний, інтуїтивний пошук ефективних шляхів диверсифікації у науково обґрунтований.

Постановка завдання. Обґрунтування напрямку диверсифікації діяльності підприємства з метою забезпечення його конкурентоспроможності.

Результати дослідження. Сьогодні конкурентоспроможність на товарних ринках стає проблемою державної безпеки. Враховуючи, що критерієм адаптації підприємства до ринкових умов господарювання є рівень конкурентоспроможності, необхідно досліджувати взаємозв'язок між конкурентоспроможністю країни в цілому, підприємств, конкретних товарів. На сучасному етапі у вітчизняних підприємств існують такі проблеми у сфері визначення своєї конкурентоспроможності: низький рівень інформаційного забезпечення, відсутність чітких цілей та завдань оцінювання, інтуїтивний характер проведення оцінки, відсутність єдиної методологічної бази [1, с. 23].

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку допускає з'ясування факторів, що впливають на ставлення покупців до підприємства та його продукції, і як результат – на зміну частки ринку підприємства. Усі фактори конкурентоспроможності можна умовно розділити на зовнішні та внутрішні (рис. 1).

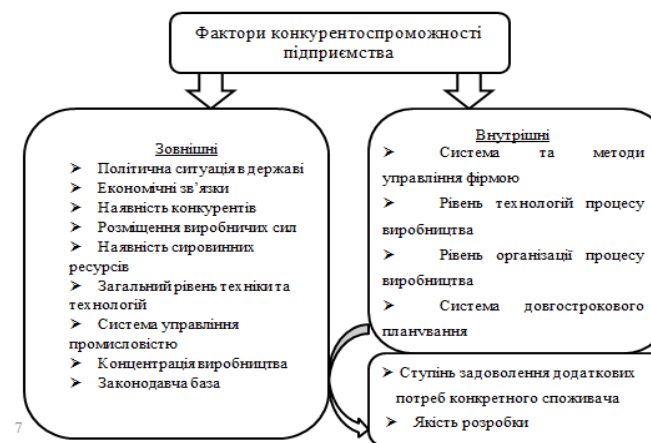


Рис.1. Фактори конкурентоспроможності підприємства

Джерело: доопрацьовано авторами на основі [2,3]

Диверсифікація – це одна з форм концентрації капіталу. Диверсифікуючи своє виробництво, підприємства проникають у нові для себе галузі та сфери, розширюють асортимент товарів і поступово перетворюються на багатогалузеві комплекси. Стратегія диверсифікації – це система заходів, що використовуються для того, щоб підприємство не стало занадто залежним від одного стратегічного господарчого підрозділу чи однієї асортиментної групи (табл. 1) [2, с. 51].

Таблиця 1

Типові стратегії диверсифікації, їх цільове призначення і типові ситуації застосування

№	Стратегії	Цільове призначення	Типові ситуації
1	Концентрична диверсифікація	Створення нових виробництв, які співпадають з профілем організації	Коли нові профільні продукти можуть пропонуватися на ринку за досить високими конкурентними цінами
			Коли традиційні продукти знаходяться на стадії завершення їх життєвого циклу
			Коли організація має сильну управлінську команду
2	Конгломеративна диверсифікація	Освоєння випуску нових продуктів, які не співпадають з традиційним профілем організації	Коли в базовій галузі відбувається зниження обсягів реалізації та прибутку
			Коли існуючі ринки для продукту організації вже є насиченими
3	Горизонтальна диверсифікація	Освоєння випуску нових непрофільних продуктів, але для традиційних споживачів	Коли доповнення нових, але водночас непрофільних продуктів, могло б істотно покращити реалізацію традиційних
			Коли організація конкурує у висококонкурентному і/або нерозвинутому бізнесі
			Коли традиційні канали збуту можуть бути використані для просування на ринок нових продуктів
4	Вертикальна диверсифікація	Освоєння нових непрофільних видів діяльності, пов'язаних із забезпеченням основного бізнесу підприємства	Коли компанія має намір звернутися до більш ранніх стадій діяльності
			Коли організація конкурує в галузі, яка швидко зростає, й очікується продовження розширення ринків збуту
			Коли компанія має намір звернутися до наступних стадій діяльності
5	Спільне підприємство	Об'єднання з іншою компанією для проведення робіт над спеціальним проектом	Коли дві або більше компаній, що спеціалізуються у різних бізнесах, об'єднуються, щоб доповнити одна одну
			Коли існує потреба швидкого виходу на ринок нової технології

Джерело: складено автором на основі [2, с. 51]

На сьогодні, коли зміни технології, структури потреб, географії ринків змінюються з небувалою швидкістю, з метою уникнення загрози банкру-

ства, переважна більшість підприємств у розвинутих країнах зрозуміли значення стратегічного менеджменту і успішно його застосовують, широко використовуючи і диверсифікацію, як засіб стабілізації виробництва.

Таким чином, причин, що спонукають підприємство до диверсифікації діяльності, багато. Але основним мотивом є співвідношення його цілей і можливостей. Виходячи з цього, можна виділити великі групи причин.

Перша. Підприємство не досягає цілей у рамках наявного бізнес портфеля. Тут можливі два варіанти:

1. Якщо аналіз можливостей засвідчує, що навіть після диверсифікації підприємства цілі не будуть досягнутими, це означає, що вони завищені і їх переглядають у бік зменшення.

2. Якщо ж можливості відповідають цілям, але наявна структура бізнес-портфеля не забезпечує їх досягнення, тоді вдаються до диверсифікації.

При цьому враховуються причини нижчого порядку:

- насичення ринку і, відповідно, суттєве зниження попиту, посилення конкуренції;

- старіння товару підприємства;

- втрата гнучкості, яка проявляється;

- у звуженні ринку (непропорційно велика частка продажу, що припадає на одного покупця);

- появі нових технологій (обмежена власна технологічна база).

Друга велика група причин диверсифікації підприємства має місце тоді, коли його можливості перевищують цілі. Якщо з'являються можливості поставити більш високі цілі, підприємство диверсифікується. Тут також є причини нижчого порядку:

- сума прибутку, що залишається, недостатня для виконання планів по розширенню поточної діяльності, хоча підприємство успішно рухається до поставлених цілей, має добрі можливості для розширення виробництва;

- диверсифікація дасть можливість отримувати більші прибутки, ніж просте розширення виробництва, хоча досягаються поточні цілі. Така ситуація може скластися у таких випадках:

- коли ефект диверсифікації великий настільки, що перебиває неминуче зниження синергізму;

- коли керівництво підприємства не зважає на синергізм (у випадку конгломерації) або синергетичні переваги простого розширення над диверсифікацією незначні;

- коли підприємство розробило нові додаткові товари.

Третя група причин диверсифікації має місце там, де керівники не співставляють цілі з можливостями, діють спонтанно, диверсифікація для них самоціль, а не засіб досягнення цілей. У цілому така ситуація має місце, коли приступають до негайних практичних дій без достатньої інформації, діють наосліп, за принципом “добре там, де нас немає” [4, с. 107].

Таким чином, якщо цілі ідеально не співпадають з можливостями підприємства і не завищені, тобто не вимагають перегляду в напрямку зниження, підприємство має велику свободу дій у використанні можливостей для досягнення вищих цілей, у т.ч. і за допомогою диверсифікації. Ступінь цієї свободи залежить від ставлення керівництва підприємства до ризику, який притаманний диверсифікації. А тому консервативні менеджери підуть на диверсифікацію лише у випадку, коли матиме місце перша група причин. В усіх інших випадках ризикувати вони не будуть, за наявності можливостей підуть шляхом простого розширення, а не диверсифікації [3, с. 253].

Приймаючи рішення про диверсифікацію підприємства, вибираючи певні її варіанти, менеджери і власники переймаються бажанням досягти або синергізму, або ж гнучкості.

Прихильники критерію синергізму вибирають диверсифікацію, пов'язану або з новими потребами, або ж з новими технологіями. Названі варіанти диверсифікації менше ніж конгломератна диверсифікація відхиляються від звичайної діяльності підприємства, від її внутрішніх можливостей.

Відповідно таку диверсифікацію називають синергетичною. Прихильники критерію гнучкості підприємства вибирають конгломератну диверсифікацію, вважаючи, що конгломерат має вищу конкурентну стійкість завдяки гнучкості.

Між прихильниками синергетичної і конгломератної диверсифікації і доіснують суперечки. Перші стверджують, що конгломерати не виправдовують себе з точки зору суспільної ефективності, оскільки не мають синергетичних ефектів, що приводили б до зниження цін, ізолюються при цьому від конкуренції. Прихильники конгломератної, в свою чергу, стверджують, що синергетична диверсифікація приводить до того, що підприємства, які раніше працювали в різних галузях, після об'єднання уніфікують технологію, управління, тощо і, внаслідок перебування уже в одному середовищі, стають більш стратегічно вразливими. І це дійсно нерідко має місце, оскільки потенційний синергізм не завжди переростає у реальний внаслідок того, що окремі менеджери ігнорують додаткові зусилля для досягнення останнього [6, с. 137].

Висновки. Аналіз теоретичних основ конкурентоспроможності підприємства дозволяє визначити фактори її підвищення. У досить нестабільний період часу підприємствам стає все важче витримувати конкуренцію, тому вітчизняним компаніям потрібно переймати досвід у зарубіжних та активно впроваджувати диверсифікацію у свою діяльність. Є суттєвий перелік причин, що спонукають до диверсифікації діяльності та варіантів її впровадження. Головним завданням менеджера для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку є вчасне реагування відповідно до ситуації на ринку, визначення причин диверсифікації, вибір стратегії її проведення та ретельний контроль за виконання поставлених завдань.

Правильне застосування диверсифікації діяльності підприємства дозволить вдало витримувати конкуренцію у нинішній нестабільній ситуації на ринку.

Література

1. Богачев В.Ф. Стратегія малого підприємництва / В.Ф. Богачев, В.С. Кабаков, А.М. Ходаток – СПб: Вид-во "Корвус", 2005. – 224 с.
2. Боумен К. Основы стратегического менеджмента / К. Боумен; Пер. з англ. под ред. Л.Г.Зайцева, М.І.Соколовой. – М.: Юнити. 2010. – 174 с.
3. Володькін М.В. Стратегічний менеджмент: уч.посібник / М.В. Володькін – К., 2002. – 365 с.
4. Коваленко С.П. Диверсифікація виробництва – цілі і напрямки діяльності / С.П. Коваленко – 2011. – №1. – С.107–113.
5. Ковтун О.І. Стратегія підприємства : підруч / О.І. Ковтун – Львів : Новий Світ – 2009. – С. 71–79.
6. Корінько М. Д. Диверсифікація: теоретичні та методологічні основи: підруч / М. Д. Корінько – Львів : Новий Світ – 2009. – С. 171.

Науковий керівник: *д.е.н., професор Шульгіна Л.М.*

УДК 338.012

Пащина Н.Г.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВИХ РИЗИКІВ ТА МЕТОДИ ЇХ ВИЗНАЧЕННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто теоретико-методичні засади ідентифікації системи маркетингових ризиків. Визначено причини їх виникнення. Запропоновано методи управління стратегічними маркетинговими ризиками. Доведено, що використання цих методів підприємством сприятиме підвищенню ефективності управління.

Ключові слова: *ризик, маркетингові ризики, система маркетингових ризиків, методи визначення маркетингових ризиків.*

The paper considers theoretical and methodological foundations of the system of marketing risks. The reasons for their occurrence. The methods of strategic marketing management risks. Proved that the use of these methods will improve management efficiency.

Keywords: *risk, market risks, system of market risks, methods of determining market risk.*

Вступ. У ринковій економіці ризик є невід'ємним атрибутом господарювання. Нестабільні економічна та політична ситуації призводять до того, що уникнути ризику неможливо. Тому необхідно навчитися передбачити ризики, їх оцінювати та знаходити заходи для запобігання.

Маркетингові ризики пов'язані з імовірністю втрат чи отримання додаткових прибутків під час розроблення та виконання маркетингової стратегії організації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Від 90-х років ХХ ст. донині не зменшується активність вітчизняних і зарубіжних науковців і практиків у дослідженні маркетингових ризиків. Варто відзначити роботи таких учених: І.Т. Балабанова, О.Л. Устенка, В.В. Вітільнського, В.М. Гранатурова, О.І. Ястремського, Д.А. Штефаніча, С.М. Ілляшенка, В.В. Черкасова, О.С. Шапкина, А.В. Шегди. Найбільш повний перелік методів оцінювання ризиків наводять Солнцев С.О. і Овчиннікова А.В. [4-7].

Постановка завдання. Ціль статті – розроблення теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо створення ефективної системи ідентифікації маркетингових ризиків та зменшення їх негативного впливу.

В даній статті використано такі методи, як статистичний метод кількісної оцінки, але він вимагає значного масиву даних; метод експертних оцінок полягає у можливості використання досвіду експертів в процесі аналізу ризиків й урахування впливу різноманітних якісних чинників. Також застосовано аналізовані методи (пошукові, аналіз сценаріїв) та маркетингові (латентні та прямі оцінки, інтерполяційний метод).

Результати дослідження. Сучасний промисловий ринок України характеризується високим рівнем мінливості, значною кількістю ризиків, що обумовлює наявність великої кількості збиткових підприємств. За даними Державного комітету статистики, 43% середніх і великих підприємств країни у першому півріччі 2013 р. завершили роботу зі збитком, при цьому сума збитку склала 73,7 млрд. грн. Підприємства України, без урахування малих підприємств і бюджетних установ, у тому ж періоді отримали в 3,8 рази менше прибутку до оподаткування, ніж за аналогічний період минулого року. При цьому найбільші обсяги збитку мали підприємства, які спеціалізуються на фінансовій та страховій діяльності – 6,850 млрд. грн.; підприємства сфери оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів – 3,375 млрд. грн.; операцій з нерухомим майном – 0,781 млрд. грн. [1, 2]. Збитковість обумовлена глобалізацією підприємницького середовища, зростанням товарної пропозиції, зменшенням життєвого циклу товарів. Для протидії цим загрозам в систему управління промисловими підприємствами повинен бути вмонтований механізм зниження рівня маркетингових ризиків на основі врахування змін у поведінці споживачів.

Ризик – це ймовірність виникнення збитків або недоотримання доходів у порівнянні з прогнозованим варіантом. Також, під «ризиком» прийнято розуміти ймовірність (загрозу) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат у результаті здійснення певної виробничої та фінансової діяльності [3]. Таким чином, маркетинговий ризик – це ймовірність виникнення збитків або недоотримання доходів у результаті здійснення маркетингової діяльності.

Рівень ймовірності появи маркетингових ризиків на підприємстві залежить від сфери його діяльності, тому за названими двома критеріями усі підприємства можна поділити на три групи. Перша група – це сфера з невеликими маркетинговими ризиками: підприємства торгівлі та послуг. Друга група – це сфера з середніми маркетинговими ризиками: банки, страхові компанії, фонди. Третя група – це сфера з високими маркетинговими ризиками: промислові підприємства в процесі реалізації інвестиційних проєктів та впровадження інновацій [7].

Проведені дослідження дозволяють виділити основні види маркетингових ризиків на підприємствах, а саме: закупівельні, цінові, збутові, комунікаційні, інноваційні (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика основних видів маркетингових ризиків та причин їх виникнення

Види ризиків	Причини виникнення
Організаційні	а) низький рівень організації: - помилки планування та проєктування; - недоліки координації робіт; - слабе регулювання підрозділів підприємства; б) недоліки в організації маркетингової діяльності: - неправильний вибір товарів (невеликий обсяг продажу); - неправильний вибір каналу руху товарів; - неправильний вибір місткості ринку; - неправильна цінова політика (залежувannya товару); в) нестійке фінансове становище.
Закупівельні	- погана репутація постачальників; - підвищення закупівельних цін; - неоптимальний рівень каналу руху товарів.
Цінові	- неправильний вибір цінової стратегії; - неефективна система знижок; - сильна протидія конкурентів.
Збутові	- низький рівень конкурентоспроможності реалізованих товарів; - низький рівень сервісу; - неправильний вибір цінової стратегії.
Комунікаційні	- недостатність фінансових ресурсів; - неефективні рекламні звернення; - неправильний вибір комунікативної стратегії; - незначні витрати на стимулювання попиту.
Інноваційні	- помилковість у виборі інноваційного проєкту; - незабезпеченість інновацій достатнім фінансуванням; - відсутність попиту на інновації, посилення конкуренції.

Джерело: складено автором на основі [4]

Оцінку рівня маркетингового ризику доцільно проводити експертним шляхом за 5-бальною шкалою: 5 балів – значний, 4 – високий, 3 – серед-

ній, 2 – слабкий, 1 – незначний. Як показали дослідження, комплекси видів ризиків у різних підприємств можуть бути подібними, однак, ймовірність виникнення кожного елемента цього комплексу – різна. Рівень маркетингових ризиків значно залежить від масштабу діяльності підприємства. [6].

За кожним критерієм визначається загальна оцінка рівня маркетингового ризику (R) за формулою (1):

$$R = \sum(B_i \cdot W_i), \tag{1}$$

де R – рівень маркетингового ризику;

B_i – коефіцієнт вагомості критерію;

W_i – оцінка в балах.

Чим ближче R до 1, тим менший ризик, а чим він ближче до 5, відповідно ризик збільшується.

Підсумкова оцінка визначається як сума балів за всіма критеріями.

Для оцінки маркетингових ризиків найпоширенішим методом кількісної оцінки ризиків є статистичний. Сутність статистичного методу полягає в тім, що вивчається статистика витрат і прибутків, що мала місце на підприємстві, установлюється величина та частотність одержання того або іншого економічного результату, після чого складається найбільш імовірний прогноз на майбутнє [6].

Збір і обробка даних досить дорого коштує, тому можна використовувати експертний метод. Його сутність полягає в одержанні кількісних оцінок ризику на підставі обробки думок досвідчених фахівців. Застосування цього методу особливо ефективне у вирішенні складних і неформалізованих проблемних ситуацій, коли неповнота та неввірогідність інформації не дозволяють використовувати статистичний метод кількісної оцінки ризику (табл. 2).

Таблиця 2

Методи оцінювання ризиків

Група методів	Сутність методів	Методи
Загальні методи		
1. Пошукові методи	Виявлення потенційних ризиків	Чек-листи (check-list) Попередній аналіз загроз
2. Допоміжні методи	Використовуються як інструмент для реалізації попередніх методів	Структуроване інтерв'ю та мозковий штурм Метод Дельфі Структурований метод «Що, якщо»
3. Аналіз сценаріїв	Виявлення причинно-наслідкових зв'язків	Аналіз впливу факторів ризику на бізнес Аналіз методом дерева помилок Аналіз причинно-наслідкових зв'язків
4. Функціональний аналіз	Заснований на виявленні та усуненні латентних зон ризику	Аналіз характеру та наслідків відмов (ЕМЕА), Аналіз наслідків і критичності відмов (ЕМЕСА) Неправдивий ланцюг

5. Контрольне оцінювання	Оптимізація процесів на підприємстві	Аналіз рівнів надійності засобів захисту Техобслуговування спрямоване на скорочення ризиків
6. Статистичні методи	Дозволяють розрахувати потенційні втрати	Аналіз Байеса, Метод Монте-Карло Аналіз Маркова
Маркетингові методи		
Латентні оцінки	Дослідження реакції покупців на товар	Conjoint Analysis Повнопрофільний аналіз
2. Прямі оцінки	Використовуються для тестування ціни	Сходінка цін Розподілений одиночний план
3. Ринкові тести	Тестування товару з використанням каналів збуту щодо певних ринків.	Стандартний ринковий тест Імітаційний ринковий тест Інтерполяційний метод Контрольований ринковий тест
4. Інтерполяційний метод	Дослідження поведінки споживачів та екстраполяції тенденцій.	Інтерполяційний метод

Джерело: складено автором на основі [5, с. 358–362]

Дані табл. 2 розкривають сутність аналізованих методів. Так, пошукові методи реалізуються через опитування експертів, однак, не дозволяють здійснити кількісну оцінку. Допоміжні – застосовуються для проведення опитувань експертів. Аналіз сценаріїв направлений на виявлення причинно-наслідкових зв'язків, основною перевагою застосування методу є спрямованість на виявлення першопричин ризику та їх усунення. Латентні методи направлені на дослідження реакції покупців на товар, підвищують інформованість щодо рівня попиту на товар та кількісно його оцінюють. Найбільш ефективний результат можна отримати у випадку комплексного використання різних методів зниження ризику. Комбінуючи їх один з одним у різних сполученнях, можна досягти також оптимального співвідношення між рівнем досягнутого зниження ризику та необхідними для цього додатковими витратами [4].

Система ідентифікації та оцінки маркетингових ризиків дозволить запобігти негативним наслідкам, що пов'язані з мінливим маркетинговим середовищем, мінімізувати втрати, пов'язані з високим рівнем організаційних, закупівельних, цінових, збутових ризиків і інноваційних ризиків, а також створить передумови для прийняття обґрунтованих маркетингових рішень.

Висновки. Отже, маркетинговий ризик можна визначити як ймовірність втрат, що виникають за умови вкладення підприємством коштів у реалізацію маркетингових заходів, а також у розробку управлінських рішень, які не принесуть очікуваного ефекту.

При цьому необхідно не лише здійснювати управління маркетинговими ризиками, але і періодично передивлятися заходи і засоби такого управління. Необхідно якомога чіткіше виявляти методи визначення маркетингових ризиків, щоб мінімізувати втрати на підприємстві.

Література

1. Промышленность Украины терпит убытки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mayak.zp.ua/industrial/2583-promyshlennost-ukrainyterpit-ubytki>
2. Индекс объема выполненных строительных работ за 2011 рік – Сайт Держкомстату України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/statinf/kb/ovbr11.htm>
3. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы статистика, 1996. – 192 с.
4. Зозулёв А.В. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: [учеб. пособие] / А.В. Зозулёв, С.А. Солнцев. – М.: Рыбари; К.: Знання, 2008. – 643 с.
5. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій. навч. посібник. / І.Ю. Івченко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
6. Солнцев С.О. Оцінювання маркетингових ризиків при виведенні нового товару на ринок / С.О. Солнцев, А.В. Овчиннікова // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип. Маркетингова освіта в Україні. – К.: КНЕУ, 2011. – С. 356–364.
7. Шегда А.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління / навч. посіб. / А.В. Шегда, М.В. Голованенко; за ред. А.В. Шегди. – К.: Знання, 2008. – 271 с.

Науковий керівник: *д.е.н., професор Шульгіна Л.М.*

УДК 330.332

Редько О.В.

аспірант;

Морозов О.Ф.

*д.т.н., проф., Заслужений діяч науки і техніки України
Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ*

ПРО ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ КОМБІНОВАНОГО ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В статті дані результати досліджень про чотири принципи формування організаційно-економічного механізму комбінованого енергозабезпечення промислового підприємства. Проаналізовані можливості застосування ресурсів природно-кліматичних умов розташованих на території України. Приведені основні порівняльні характеристики паливних теплоенергетичних установок і установок на ВДЕ. Запропонована принципова схема комбінованої системи енергозабезпечення. Викладені принципи оптимального споживання електроенергії.

Ключові слова: Відновлювальні джерела енергії, ексергія, комбіноване енергозабезпечення, оптимальне електроспоживання.

In the paper were analyzed the four principles of organization – economic mechanism combined energy industrial enterprise. the application of resources climatic conditions located in Ukraine was analyzed. Major comparative characteristics of fuel thermal power plants and installations for renewables was conducted. Schematic diagram of the combined system of energy supply was Formed. The principles of optimal power consumption.

Keywords: Renewable energy, exergy, the combined energy, optimal power consumption.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам енергетичної безпеки, процесам реструктуризації енергоринку України і реформування енергетики знайшли своє відображення в роботах таких вчених як Г. Г. Гелетуха, В. В. Бушуев, В. В. Джеджула, А. К. Льїн, А. О. Касич, С. О. Кудря, І. В. Мехович, В. Ф. Резцов, Н. І. Свояк, О. В. Черевко, Є. І. Хомаківський та ін.

Постановка завдання. Дослідити принципи формування організаційно-економічного механізму комбінованого енергозабезпечення промислового підприємства

Результати дослідження. За даними інформаційного порталу, наприклад, в Донецькій області за підсумками роботи 2012 р. за рахунок альтернативних (нетрадиційних, відновлювальних) джерел енергії (НВДЕ) використання складало 1398,85 тис. т умовного палива загальною вартістю 5,22 млрд. грн. [1–3]. Виконання заходів створення альтернативних джерел дозволило замінити використання 361,18 млн. кВт год. електроенергії із ОЕСУ, замінити 1191,49 млн. куб. м російського природного газу, 248,10 тис. т вітчизняного вугілля. Вартість заміщених ресурсів становила 5819,36 млн. грн. За даними [4] станом на 2010 рік технічний енергетичний потенціал НВДЕ за рахунок можливого освоєння відновлюваних джерел енергії складав, наприклад, 3,34 млн. тонн у Донецькій області та 2,57 млн. тонн у Луганській області.

Це означає, що за рахунок ВДЕ відповідно на 9,9% і 24,2% у Донецькій і Луганській областях можливо було суттєво замінити традиційні види палива та електроенергії шляхом комбінованого використання альтернативних джерел енергії.

З урахуванням нетрадиційних джерел енергії у більшості областей України найбільший потенціал за абсолютними показниками мають теплова енергія ґрунту та ґрунтових вод, а також енергія біомаси. При цьому відзначається великий потенціал споживання органічного палива. Проте можливі частки заміщення ТДЕ за рахунок інших видів ВДЕ в Україні також є досить великими [5].

В Україні зосереджено різноманітний енергетичний ресурсний потенціал, який через дефурманість регіональної економіки не використовується у повному обсязі. Зокрема, кожний регіон має:

- свій промисловий і цивільний комплекси, які потребують суттєвої модернізації, зменшення енерговитратності виробництва;

- власну базу мінерально-сировинних, природно-кліматичних ресурсів, розвиток яких вимагає значних інвестицій;
- науковий та трудовий потенціал, який не задіяний у повному обсязі через відсутність робочих місць.

Усе це актуалізує пошук шляхів оновлення і підвищення рівня конкурентоспроможності кожної регіональної економіки за рахунок, в першу чергу зміни організаційно-економічних механізмів енергозабезпечення їх основних підприємств. Це можливо виконати також шляхом комбінованого на кожному підприємстві використання альтернативної енергетики як базової платформи для модернізації уже існуючих галузей промисловості та створення нової виробничої інфраструктури.

Так, наприклад, у межах Донецької області були розміщені ключові підприємства машинобудівної галузі (НКМЗ, ДОНГОРМАШ, Енергомаш-спецсталь, СКМЗ, Дружківський машзавод, Костянтинівський механічний завод, Костянтинівський прокатний завод, «Спецтехскло», «Кварцит», Артемівський машинобудівний завод «Вістек»).

Проведений аналіз дозволив сформулювати перший принцип організаційно-економічного механізму комбінованого енергозабезпечення виробничих підприємств, який полягає в урахуванні можливостей застосування ресурсів природно-кліматичних умов їх розташування на території України. Це принцип «залучення корисності географічно природного розташування».

Це дозволяє орієнтувати підприємства на подальше перспективне використання виключно регіональної природної ресурсної бази і, у свою чергу, що сприятиме зростанню ефективності та продуктивності виробничих потужностей промисловості, надасть реальні можливості для підтримки вітчизняних виробників ресурсозберігаючого обладнання, сприятиме створенню наукомістких робочих місць для працевлаштування молодих фахівців. Створення комбінованого типу енергозабезпечення підприємств вітчизняного виробництва за рахунок альтернативної електроенергії позитивно вплине на собівартість кінцевої продукції, знизить витрати на реалізацію енергозберігаючих проектів, що сприятиме збільшенню привабливості для потенційних інвесторів регіональних проектів з освоєння джерел ВДЕ.

Проводячи оцінку паливних теплоенергетичних установок враховують витрати ексергії при преображенні теплової енергії в електричну, також витрати ексергії на створення установок, і витрати ексергії на створення палива для установок. При аналізі установок, що використовують ВДЕ, потрібно враховувати тільки витрати ексергії на створення установок на основі коефіцієнта ексерговіддачі «будівельної» ексергії, що дорівнює відношенню ексергії, отриманої за період роботи установки, до ексергії, витраченої на створення установки з певного поєднання матеріалів

Таким чином, в теплоенергетичних установках на базі ВДЕ відсутні витрати ексергії при перетворенні природної енергії в електричну і витрати ексергії на створення палива. Через те, що розглянуті установки викорис-

тують низькопотенційну природну енергію, коефіцієнт перетворення відновлювальної енергії в електричну є досить незначним. Це в свою чергу обумовлює велику масу установок на ВДЕ (таблиця 1) по відношенню до 1 кВт одержуваної електричної енергії, що істотно більше маси традиційних паливних установок. З урахуванням цього треба розраховувати ефективність нетрадиційних теплоенергетичних установок, зокрема, і за коефіцієнтом ексерговіддачі, при розробці ТЕО на створення установок.

Таблиця 1

Питома вага основних типів електрогенеруючих установок що базуються на ВДЕ (без урахування неметалевих матеріалів)

Види установок	кг/кВт
Солярні електростанції з низькопотенційним термодинамічним циклом	150 – 200
Солярні фотоелектричні перетворювачі (без систем стеження)	100 – 150 і більше
Солярні фотоелектричні перетворювачі з сучасних матеріалів	До 100
Солярні водонагрівальні установки	50 – 80
Гідроелектростанції	100 – 150
Приливні електростанції	150 – 200
Геотермальні електростанції	100 і більше
Електростанції на біопаливі	70 – 90
Теплові паливні електростанції (для порівняння)	40 – 50
Реактори АЕС	30 – 50

Джерело: складено авторами

Вага допоміжного обладнання залежить від конкретних умов, пов'язаних з величиною одиничної потужності, територіально-географічним розміщенням, наявністю або відсутністю акумулювання енергії, тощо.

Порівнюючи характерні витрати паливних теплоенергетичних установок й установок, що базуються на використанні ВДЕ, очевидним є факт відсутності витрат на паливо при використанні останніх (таблиця 2), але з іншого боку витрати на будівництво установки на ВДЕ значно більші ніж на будівництво традиційних установок на видобувному паливі.

Таблиця 2

Основні важливі порівняльні характеристики паливних теплоенергетичних установок і установок на ВДЕ [6]

Характеристики	Паливні установки	Установки на ВДЕ
Витрати на створення	Істотно менше	У кілька разів більше
Витрати на паливо	Істотна частка від доходу	Відсутні
Питома вага установок, кг/кВт корисної потужності	Відчутно менша	В 4–6 разів більше
Строк окупності	Незначний	В 1,5 і більше разів

Продовження таблиці 2

Відторгненні території	До 40 і вище МВт / км ² з урахуванням територій на здобич, переробку, зберігання та ін. і виду палива	40 до 100 МВт / км ²
Втрати потенційної природної енергії(сонячної) внаслідок займаної території	Втрачається повністю	Використовується для отримання електроенергії
витрати ексергії на отримання корисної ексергії, кДж / кДж	Не менші 0,8	Істотно менші

Джерело: складено авторами на основі [6]

На основі викладеного сформульовано другий принцип формування **організаційно-економічного** механізму комбінованого енергозабезпечення виробничих підприємств – принцип «вибору виду ВДЕ на основі ексергоекономічного аналізу».

Це дозволить здійснити найбільш ефективний вибір виду ВДЕ для конкретних умов географічно-територіального розташування підприємств, при докладному фінансово-економічному аналізі, порівнянні техніко-економічних даних, фінансового стану інвестора, умов кредитування, енергетична ситуація в районі, де створюється джерело енергії, відсутність інших джерел енергії, екологічні обмеження та ін.

Стійка тенденція підвищення цін на енергоносії як на світовому, так і на внутрішньому ринку, з кожним роком загострює проблему енергетичної безпеки промислових підприємств. Одним із шляхів підвищення економічності використання електроенергії є впровадження альтернативних джерел, що дозволяє підвищити ефективність і надійність систем енергоспоживання за рахунок комплексного використання різних відновлюваних джерел енергії.

Аналіз використання інтегрованих систем енергозабезпечення на базі установок відновлюваних джерел енергії провів Г.А. Баласанян [7], який доводить, що їх впровадження є одним з шляхів підвищення ефективності та надійності систем розподіленої генерації. Показано, що при використанні КСЕ основний енергозберігаючий ефект забезпечується за рахунок зняття обмежень, що характерні для централізованих систем енергозабезпечення без залучення відновлюваних джерел енергії.

На рис.1 представлено принципову схему комбінованої системи енергозабезпечення.

Джерелом первинної енергії в системі є ОЕСУ. У якості додаткового – використовується відновлюване джерело енергії (електроенергія сонячна), що за своїм енергетичним потенціалом і питомій вазі нижче за основний, проте дозволяє створити більш гнучкішу та адаптовану систему.

На основі викладеного сформульовано третій принцип комбінованого енергозабезпечення промислових підприємств з використанням власних ВДЕ і централізованої системи (ОЕСУ), за рахунок нової сукупності суттє-

вих ознак забезпечується підвищення ефективності енергозабезпечення промислових підприємств зі зниженням собівартості електроенергії.

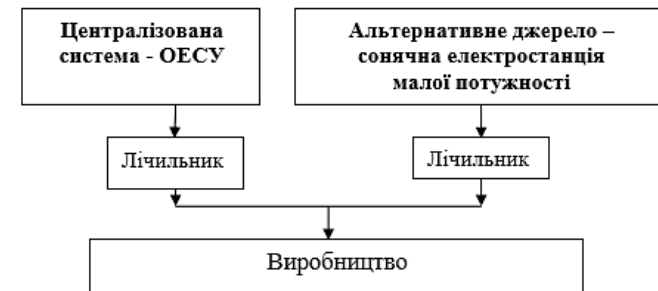


Рис. 1. Принципова схема комбінованої системи енергозабезпечення

Джерело: доопрацьовано авторами на основі [6, 7]

З викладеного вище, виявлено четвертий принцип оптимального споживання електроенергії полягає в тому, що спосіб комбінованого енергозабезпечення споживачів промислових підприємств з використанням відновлюваних і відобувних джерел енергії включає перетворення енергії від щонайменше одного відновлюваного джерела енергії в електричну енергію постійного струму, її акумулювання, перетворення електроенергії постійного струму в електроенергію змінного струму та подачу до споживача, комбіноване споживання промислового підприємства розподіляють за постійною та змінною групами споживання, електроенергію від ОЕСУ направляють до змінної групи споживання, електроенергію від відновлювального джерела енергії першочергово подають до постійної групи споживання, переключають споживача постійної групи споживання до промислової електромережі при зниженні рівня акумульованої енергії до нижнього допустимого значення.

У способі комбінованого енергозабезпечення споживачів промислових підприємств з використанням електроенергії з ВДЕ і ОЕСУ, в якості джерела відновлюваного енергії використовувати перетворення сонячної радіації в електроенергію за допомоги власного обладнання установлено на промислового підприємстві.

Висновки.

1. Досліджено чотири принципи формування організаційно-економічного механізму комбінованого енергозабезпечення промислового підприємства:

- «залучення корисності географічного розташування»;
- «вибору виду ВДЕ на основі ексергоекономічного аналізу»;
- «принцип комбінованого енергозабезпечення»;
- «принцип оптимального споживання електроенергії».

2. Існує істотний потенціал природних можливостей України для заміщення споживання електроенергії з ОЕСУ на енергозабезпечення з ВДЕ.

3. За рахунок нової сукупності суттєвих ознак комбінованості новим організаційно-економічним механізмом забезпечується більш ефективне енергозабезпечення промислових підприємств з одночасним зниженням собівартості електроенергії.

Література:

1. Рейтинг енергоефективності регіонів України [Електронний ресурс] / Ukrainian Energy Index – UEI 2012. – Режим доступу: <http://www.energy-index.com.ua/uk/ratings/2012/regions/luganska/>
2. Програма енергоефективності Донецької області на 2010–2015 роки. Додаток 1 [Електронний ресурс] / Департамент розвитку базових галузей промисловості ДонОДА. – Режим доступу: <http://industry.ci.dn.ua/?lang=ua&sec=05.02&iface=Public&cmd=main&args>
3. Потужність альтернативної енергетики в Україні за рік зросла вдвічі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/-/1/0/all/2013/02/23/297236>
4. Атлас енергетичного потенціалу відновлюваних джерел енергії України / [Н.М. Мхітарян, С. О. Кудря, В. Ф. Резцов, та ін.]. – К.: Інститут відновлюваної енергетики НАН України, 2010. – 80 с.
5. Renewable energy country attractiveness indices: February 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ey.com/GL/en/Industries/Cleantech/Renewable-energy-country-attractiveness-indices_February-2013
6. Ильин А. К. Сравнительная эффективность использования первичной энергии в теплоэнергетических установках различных видов / А. К. Ильин, Р. А. Ильин // Вестн. Астрахан. гос. техн. ун-та. Сер.: Морская техника и технология. – 2009. – № 2. – С. 146–151.
7. Баласанян Г. А. Эффективность перспективных интегрированных систем энергозабезпечення на базі установок когенерації малої потужності: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. док. техн. наук. 05.14.06 – технічна теплофізика і промислова теплоенергетика / Баласанян Геннадій Альбертович; Одес. нац. політехн. ун-т. – О., 2007. – 36 с.

УДК 330.341.1:669

Ріпенко Я.В.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

НАУКОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ

У статті проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку металургійної галузі. Проведено короткий аналіз та виявлено проблеми діяльності металургійних підприємств на вітчизняному ринку. Розроблено перелік рекомендацій щодо підвищення технологічної конкуренції вітчизняних підприємств чорної металургії.

Ключові слова: інновації, конкурентоспроможність, технологія, технологічна конкурентоспроможність, чорна металургія, металопродукція.

In this article current state and trends of steel industry were analyzed. This paper examines the current state and trends in the steel industry. A brief analysis of the problems identified and metallurgical enterprises in the domestic market. Developed a list of recommendations to improve the technological competitive domestic ferrous metallurgy.

Keywords: innovation, competitiveness, technology, technological competitiveness, metallurgy, metal products.

Вступ. В умовах прискорення процесів світової глобалізації та інтелектуалізації виробництва новітні технології стають тією матеріальною основою, яка визначає технічний рівень сучасного виробництва, форми його організації та управління, а також рівень конкурентоспроможності підприємства. Саме тому значне технологічне відставання більшості вітчизняних підприємств, особливо в галузі чорної металургії, яка є фундаментом промисловості України, не залишає сумнівів в актуальності вирішення економічних і організаційних проблем їх технологічного розвитку, адекватного та безперервного вдосконалення механізмів оцінювання, управління, регулювання і стимулювання цих складних, багатоаспектних процесів.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Проаналізовано публікації таких авторів як Піддубна Л. І., Міценко, Н. Г., Венгер В. В. та оброблено і узагальнено статистичну інформацію з Державного комітету статистики України та Світової асоціації сталі.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд проблематики процесу управління технологічною конкурентоспроможністю підприємств металургійної галузі України та шляхів її підвищення.

Результати дослідження. На сьогоднішній день, поняття конкурентоспроможності широко використовується в науковій літературі та має багато значень. Носіями конкурентних переваг можуть бути різні суб'єкти, починаючи окремими видами продукції, закінчуючи певними країнами або їх об'єднаннями. При цьому, в останні роки, технологічні зміни почали розглядатися, як невід'ємна частина процесу економічного зростання та впровадження нововведень, у зв'язку з чим виділилась і категорія «технологічна конкуренція».

Технологічна конкуренція – це процес свідомих дій агентів ринку, який ґрунтується на активному використанні технологічного ресурсу у формуванні їх конкурентних переваг і спрямований на забезпечення прибутковості їх підприємницької діяльності [1, с. 97-98].

Як економічна категорія, технологічна конкуренція має двоїсту природу. З одного боку, вона має загальне методологічне коріння і втілює в собі сутнісні характеристики конкуренції як атрибуту ринкової системи. Разом з тим за походженням, характером, методами здійснення і наслідками вона має суттєві особливості у порівнянні з історично першою і класичною формою ринкового суперництва – ціновою конкуренцією.

Особливості технологічної конкуренції полягають в тому, що вона ґрунтується на властивостях інтелектуального ресурсу забезпечувати досягнення фактично безмежного рівня конкурентних переваг, а отже, долати ті обмеження, які притаманні ціновій конкуренції; у вирішальній ролі в ній таких критеріїв конкурентоспроможності, як якість нововведення і час (швидкість) його ринкової комерціалізації; в значно складніших формах її здійснення, ніж це має місце в умовах цінової конкуренції; у більш позитивних її наслідках для суспільства (розвиток продуктів, створення нових технологічних процесів, нових систем менеджменту тощо).

Дослідження мотивів, які спонукали створення в розвинутих країнах нового технологічного укладу, в якому інтелектуальний ресурс є головним джерелом розвитку, свідчить, що вони пов'язані: по-перше, з кризою так званих «старих» енерго-, матеріало- і трудомістких галузей промисловості розвинутих країн; по-друге – з появою у 80–90-ті роки ХХ століття нового різновиду міжнародної конкуренції з боку нових індустріальних країн і країн, що утворилися на території пострадянського простору; по-третє – зі зростанням соціалізації економіки розвинутих країн; нарешті, по-четверте – ускладненню конкурентних позицій розвинутих країн сприяло зростання ролі транснаціональних корпорацій, що переміщували поза державним контролем величезні виробничі і фінансові ресурси в різні країни світу. Сукупність цих внутрішніх і зовнішніх змін в економіках розвинутих країн виявила проблему пошуку ресурсів розвитку й інструментів їх захисту від зростаючої хвилі міжнародної конкуренції, які б, з одного боку, забезпечували їм динамічну конкурентну перевагу, а з іншого – не порушували головного вектора розвитку світогосподарського життя, його поступової лібералізації. Спираючись на теоретичні обґрунтування Й. Шумпетера про «творчо-руйнівну» роль науково-технологічного прогресу та на роботи таких економістів, як Г. Менш, Р. Солоу, Л. Суте, М. Портер та інші, економічна наука поповнилась новим її розділом – теорією інноваційного розвитку. Практично втілення висновків цієї теорії обумовило появу нової моделі розвитку, в якій технологічні переваги перетворюються в головний засіб формування ефективної структури експорту й інструмент захисту від конкуренції, що ґрунтується на традиційних факторах виробництва.

Аналізуючи існуючі тенденції розвитку вітчизняних суб'єктів господарювання, слід виділити наступні негативні фактори впливу на активізацію процесів технічної перебудови: зниження інноваційної активності, незначні обсяги фінансування господарської діяльності, відсутність державної підтримки, погіршення показників ефективності функціонування та показників фінансового стану, погіршення матеріально-технічної, забезпеченості господарської діяльності, підвищення зношеності основних засобів. Вчений-економіст Я.П. Ухачевич у своїх наукових працях зазначає, що основними проблемами підприємств є наступні: нерозвиненість інфраструктури внутрішнього ринку (відсутність реального моніторингу, дистриб'юторської

системи та фінансового лізингу); недостатній рівень платоспроможності товаровиробників, що негативно впливає на фінансово-економічний стан бізнес-одиниць, застарілість основних засобів базових [2, с. 229]

Ключовими тенденціями розвитку підприємств чорної металургії України є зорієнтованість на ефективну експортну діяльність, що зумовлено глобалізацією та економічною інтеграцією світового господарства, стратегічною роллю якої є формування та реалізація конкурентних переваг на світовому ринку металопродукції та надходження валюти на вітчизняний фінансовий ринок. Зрозуміло, що можливості підприємства виробляти та реалізовувати продукцію мають відповідати вимогам світового ринку як за ціновими та якісними характеристиками, так і за рівнем сервісного обслуговування клієнтів.

Слід зазначити, що номенклатура експортної продукції розвинутих країн не співпадає з традиційною вітчизняною експортною продукцією, оскільки в наслідок інноваційної реструктуризації галузі металургії відбулась переорієнтація з виробництва сталі на випуск готової продукції з високою доданою вартістю, що, в свою чергу, було обумовлено бажанням індустріально розвинутих країн покращити екологічність виробництва. До таких країн відносять – Китай, Індію, Південну Корею, тощо, які і є основними конкурентами вітчизняним виробникам металопродукції на світовому ринку чорної металургії. Особливостями виробництва цих країн є: високотехнологічність, прогресивність структури виробництва та відповідність світовим тенденціям розвитку.

Порівнюючи вітчизняні підприємства чорної металургії з підприємствами розвинутих країн та країн, що розвиваються, зазначимо, що в Україні не будувались технологічно нові виробництва у секторі чорної металургії. Проводилась лише вибіркова модернізація, що була більше зорієнтована на заміну морально та технічно застарілого обладнання для зменшення у структурі собівартості продукції сировинної та енергетичної частки витрат, а не на удосконалення прокатного виробництва, розвиток технологій для випуску складніших і більш якісних видів прокату. Крім того, модернізація проводилась у більшості випадків на базі вітчизняного обладнання, яке є менш ефективним порівняно з іноземними аналогами.

Тобто, вітчизняні підприємства чорної металургії мають значний моральний і фізичний знос обладнання (50 – 85%), низьку продуктивність праці, високу матеріало- та енергозатратність, що характеризується використанням застарілих способів виготовлення продукції, наприклад технологія виплавки сталі в мартенівських печах, що майже не використовується в світі.

Збитки української металургійної галузі від звичайної діяльності до оподаткування в січні-серпні 2014 склали 16,4 млрд. грн. в порівнянні із збитками в 7,7 млрд. грн. за аналогічний період минулого року. Обсяг реалізації продукції в натуральному вираженні знизився на 11%, а ціни на прокат чорних металів в середньому зросли на 25,3% (у гривневому еквіваленті), що дозволило отримати прибуток від операційної діяльності в сумі 5,6 млрд. грн., але через втрати від курсової різниці (при переоцінці валютних

позикових коштів та відсотків по них) отримано негативний фінансовий результат до оподаткування. Таким чином, за рік галузь погіршила фінансовий результат більш ніж в 2,1 рази.

Чистий дохід (виручка) від реалізації збільшився порівняно з аналогічним періодом 2013 року на 20,5 млрд. грн. (+ 21,6%) і склав 115100 млн. грн.

Кредиторська заборгованість з урахуванням короткострокових і довгострокових кредитів та інших довгострокових зобов'язань в порівнянні з аналогічним періодом 2013 зросла на 35,9 млрд. грн. і станом на 1 вересня 2014 склала 136 900 000 000. грн.

Дебіторська заборгованість в порівнянні з аналогічним періодом 2013 зросла на 17 млрд. грн. і склала 69800 млн. грн.

Також повідомляється, що за 8 місяців 2014 було експортовано 17,9 млн. тонн металопродукції на суму 9,3 млрд. дол. проти 17,5 млн. тонн і 9,6 млрд. дол. за аналогічний період 2013 року, що пов'язано з падінням цін на світових ринках.

Частка експорту в загальному обсязі виробленого металопрокату склала близько 87% проти 81% за 8 місяців 2013 року. При цьому 46% експортованої продукції – напівфабрикати.

Експорт металопродукції в країни СНД зменшилася на 26% з 3,4 млн. тонн до 2,5 млн. тонн, у тому числі в Росію – на 27% з 2,5 млн. тонн до 1,8 млн. тонн. При цьому частка СНД в географічній структурі поставок зменшилася з 19% до 14%, в т. ч. частка Росії – з 14% до 10%.

Всього імпортовано 883 тис. тонн металопродукції на суму 877 млн. дол. проти 1460 тис. тонн і 1 млрд. 590 млн. дол. за 8 місяців 2013 року. [4, 5].

Проведення першочергової виробничої і, в окремих випадках, організаційної реструктуризації металургійних підприємств вимагає здійснення комплексу заходів, зокрема: поступове позбавлення від об'єктів соціальної інфраструктури, проведення техніко-технологічного оновлення виробництва, зниження собівартості продукції шляхом зменшення матеріало- і енерговитрат, оптимального використання існуючих потужностей, оптимізації розподілу енерговитрат між доменними печами, впровадження у виробництво технології неперервного лиття заготовок, безперервного розливу сталі, установок «піч-ківш», зниження частки доменного виробництва, підвищення продуктивності праці; підвищення конкурентоспроможності вітчизняних металургійних підприємств шляхом зменшення напівфабрикатів в асортиментних групах та експорті товарів; виділення центрів фінансової відповідальності, центрів прибутку і центрів витрат; використання технології «піч-ківш», яка дозволяє зменшити енерговитрати та скоротити простої, а також підвищити частку виплавленої сталі конверторним способом.

Реалізація наведених змін надасть можливість знизити собівартість продукції чорної металургії, підвищити ефективність їх діяльності, збільшити технологічну конкурентоспроможність та забезпечити успішний розвиток національної економіки.

Висновки. Не зважаючи на ряд недоліків, а саме застаріле виробниче обладнання, високу собівартість металургійної продукції ринок чорної металургії України володіє значним потенціалом. Звісно що рівень конкуренції є дуже високим серед вітчизняних та світових виробників, тому підприємства мають постійно застосовувати методи по підвищенню конкурентоспроможності. Одним із таких методів є впровадження інноваційних технологій у виробництво.

Наступним етапом дослідження повинно стати формулювання механізму ефективного управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства чорної металургії на вітчизняному ринку.

Література

1. Піддубна Л. І. Технологічна конкурентоспроможність підприємства і сучасні стратегії її формування / Л. І. Піддубна // Вісник ХДЕУ. – 2001. – №4 (20) – с. 95-99.
2. Міценко, Н. Г. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / Н. Г. Міценко, О. С. Смик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3.
3. Венгер В. В. Підвищення конкурентоспроможності підприємств чорної металургії [Електронний ресурс] / В. В. Венгер / Веб-ресурс науково-практичних конференцій. – 2011 – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20130214_econ/3.htm
4. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Word steel in figures 2013 [Електронний ресурс] / Word Steel Association. – Режим доступу: <http://www.worldsteel.org>

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Жигалкевич Ж.М.*

УДК 330.37:336

Рупняк М.Я.

к.е.н, доцент

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

ЕКОНОМІЧНА ДОДАНА ВАРТІСТЬ ЯК СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ

У статті обґрунтовано виділення головної фінансової цілі компанії – економічної доданої вартості та здійснено її каскадування на цілі нижчого рівня. Вирішене завдання сприятиме побудові системи фінансового управління компанією із стратегічних позицій.

Ключові слова: економічна додана вартість; середньозважена вартість капіталу; рентабельність капіталу; прибуток до виплати процентів, податків та амортизації; прибуток до виплати процентів та податків; прибуток до виплати податків; прибуток після сплати податків; оборотність капіталу; рентабельність за ЕВІТ.

In the article the main financial goal of the company is defined – economic value added. This goal is cascaded to the lower level goals. Solved problem helps to built financial management system from the strategic point of view.

Keywords: economic value added; weighted average cost of capital; return on capital employed; earnings before interest, taxes, depreciation and amortization; earnings before interest, and taxes; earnings before taxes; earnings after taxes; capital turnover; EBIT-margin.

Вступ. В умовах рецесії питання управління ефективністю стали пріоритетними для бізнесу. Думка про неефективність власного бізнесу відвідує багатьох власників компаній. При цьому виникає питання про те, за допомогою яких показників оцінювати ефективність функціонування компанії або ефективність управління, та за допомогою яких інструментів та управлінських технологій можна управляти ефективністю в ході операційної діяльності. Одними з основних інструментів у системі управління ефективністю є звичні інструменти фінансового менеджменту, що поєднуються із технологіями стратегічного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В епоху глобальної економіки сфера фінансового менеджменту підприємств розширюється за рахунок включення питань стратегічного управління фінансами. Дослідженням процесів формування фінансової стратегії підприємств присвячені праці вітчизняних і зарубіжних авторів. Зокрема теоретичним, методологічним та практичним аспектам стратегічного і фінансового управління присвятили свої роботи такі вчені, як І. Ансоф, М. Портер, П. Друкер, І.А. Бланк, В.П. Савчук, Г.О. Партин, Н.А. Хрущ та інші. Фінансовий директор повинен розуміти поєднання питань стратегії і фінансового менеджменту. Досягнувши такого розуміння, фінансовий директор зможе відчути себе стратегом, навчитись оперувати стратегічними поняттями і побачити роль своєї діяльності у реалізації стратегічних цілей власників.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування головної фінансової цілі компанії, її каскадування на цілі нижчого рівня і побудові на цій основі системи фінансового управління компанією із стратегічних позицій.

Результати дослідження. Як відомо, основною метою фінансового менеджменту є максимізація добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах, що досягається максимізацією ринкової вартості підприємства або його звичайних акцій [1, с. 12]. Визначальною умовою менеджменту є теза про те, що управляти можна тим, що можна кількісно виміряти. Звідси можна зробити висновок що для реалізації основної мети фінансового менеджменту є необхідним володіння менеджером методики кількісної оцінки вартості компанії. В умовах розвиненого корпоративного сектору і ефективного фінансового ринку визначення поточної вартості компанії відбувається автоматично через ринкові котирування її акцій. Проте у вітчизняних умовах, коли компанії не є публічними, не

мають власних акцій у вільному обігу, або коли ринкові котирування акцій не виконують функцію оцінювання реальної вартості компанії, завдання оцінювання ефективності управління з вартісних позицій ускладнюється і потребує окремого вирішення.

В своїй практичній діяльності вітчизняний менеджмент використовує методичну базу оцінки вартості, що була напрацьована західними економістами [2], а також адаптовану західну методику [3]. Можна сказати що всі вони зводяться до трьох основних методів оцінки: затратного, дохідного та методу коефіцієнтів (методу порівняльних компаній). Оскільки процес оцінювання вартості компанії містить багато оціночних факторів, то кінцевий результат міститиме значну частку суб'єктивної складової оцінки ринкової вартості компанії.

Більш продуктивним в цій ситуації є підхід, в якому використовується наступна аксіома. Для того щоб збільшити вартість бізнесу необхідно робити різноманітні покращення (інновації), перевіряючи їх результативність, тобто оцінюючи позитивний вклад інновацій у загальну величину вартості бізнесу [4, с. 74].

В якості основного критерію результативності команди менеджерів пропонується обрати вартість компанії, яка описується за допомогою показника економічної доданої вартості – *Economic Value Added (EVA)*.

Цей показник в сучасних умовах набув широкого розповсюдження, а методика його формування була запропонована американською консалтинговою фірмою Stern Stewart [5, с. 253]:

$$EVA = NOPAT - WACC \times NA, \quad (1)$$

де *NOPAT* – чистий операційний прибуток після оподаткування (*net operating profit after taxes*);

WACC – середньозважена вартість капіталу (*weighted average cost of capital*);

NA – чисті активи компанії (*net assets*).

Проте використання даного показника вітчизняними підприємствами в процесі стратегічного фінансового управління повинне бути пересмислене. Звітні величини прибутку і капіталу повинні бути скориговані у зв'язку з консервативністю облікової політики та цілей власника.

Економічна сутність показника *EVA* полягає у співставленні вартості (ціни) капіталу, що використовується у бізнесі, з віддачею (прибутковістю) від використання цього капіталу, що множиться на величину власного капіталу компанії. Тобто:

$$EVA = (ROCE - WACC) \times Capital, \quad (2)$$

де *ROCE* – рентабельність капіталу (*return on capital employed*).

Capital – власний капітал компанії.

Позначимо через *E* величину власного капіталу компанії, а за допомогою *D* – суму довгострокового боргу. Вартість довгострокового кредиту

складе C_D , а його частка – ω_D . Відповідно вартість власного капіталу компанії – C_E , а його частка – ω_E .

$$WACC = \omega_E \cdot C_E + \omega_D \cdot C_D \cdot (1 - T), \quad (3)$$

Якщо щодо вартості капіталу питань виникати не повинно – ціна капіталу оцінюється за допомогою середньозваженої вартості капіталу, то дискусійним є питання про те, який саме прибуток брати до уваги в процесі управління вартістю компанії? Часто лише одного показника чистого прибутку буває недостатньо для того, щоби оцінити результативність бізнесу. Тому існує кілька показників прибутку, які можуть бути використані для прийняття управлінських рішень – прибуток до виплати процентів, податків та амортизації (*earnings before interest, taxes, depreciation and amortisation – EBITDA*), прибуток до виплати процентів та податків (*earnings before interest, and taxes – EBIT*), прибуток до виплати податків (*earnings before taxes – EBT*), прибуток після сплати податків (*earnings after taxes – EAT*).

Прибуток є різницею між доходами (виручкою від реалізації – *Sales*) і витратами. Якщо з доходу ми відніmemo всі *нормальні витрати* (практично всі витрати, з якими доводиться стикатись менеджерам компанії – *сировина, енергія, зарплата, транспорт тощо*), то отримаємо перший вид прибутку, який у західному фінансовому менеджменті називається *EBITDA*. Показник *EBITDA* враховує у величині прибутку фінансові (відсотки за кредит) і фіскальні витрати (податок з прибутку) і, головне, амортизаційні відрахування. *EBITDA* показує власнику скільки грошей може генерувати його бізнес до того, як з'являться фінансові і фіскальні зобов'язання. Можна сказати, що показник *EBITDA* є ближчим до грошей.

EBIT – другий показник прибутку. Для того щоб його отримати необхідно з доходу (*Sales*) вирахувати всі традиційні витрати, та ще й амортизацію. Цей показник відрізняється від операційного прибутку на величину «прибутку чи збитку від не основної діяльності». Оскільки останній показник звичайно є дуже малим, *EBIT* і операційний прибуток практично завжди співпадають. Показник *EBIT* характеризує результативність бізнесу як деякого економічного організму, що розглядається окремо від фінансового і фіскального середовища, в якому бізнес вимушений жити. Відображаючи у показнику прибутку (*EBIT*) суму відсотків за користування позиковими коштами і величину сплачених податків з прибутку, ми виводимо бізнес зі сфери його фінансових і фіскальних відносин.

Отже, *EBIT* – чистий операційний прибуток, тобто прибуток до виплати процентів і податків [4, с. 76].

Третій показник прибутку – *EAT* (*earnings after taxes*) – це чистий прибуток, який отримується шляхом відрахування від виручки абсолютно всіх витрат, як традиційних, так і нетрадиційних. Це кінцевий результат діяльності всієї команди менеджерів, включаючи фінансових менеджерів і бухгалтерів.

Порівнюючи показники *EBITDA* і *EBIT* можна зробити висновок, що якщо *EBITDA* є ближчим до грошей, то *EBIT* є ближчим до стратегії.

Саме тому що показник *EBIT* є ближчим до стратегії, його доцільно використати при розрахунку *ROCE* та оцінці ефективності управління з позиції вартості компанії.

Прибутковість використовуваного капіталу *ROCE* розраховується як відношення чистого прибутку, скоригованого на величину податкового коректора $(1 - T)$, і розміру залученого у бізнес капіталу. Сума залученого у бізнес капіталу дорівнює підсумку пасиву балансу за виключенням короткострокової заборгованості, або сумі боргового капіталу (D) та власного капіталу (E).

$$ROCE = \frac{EBIT \times (1 - T)}{D + E}, \quad (4)$$

Очевидно, що процентна різниця прибутковості бізнесу і вартості капіталу (*ROCE – WACC*) повинна бути додатною і якомога більшою. Саме в цьому виразі видно основну суть бізнесу: купувати ресурси якомога дешевше та продавати якомога дорожче. Іншими словами, *WACC* показує скільки коштують гроші для компанії (у відсотках), а *ROCE* показує скільки відсотків вдається компанії на них заробити.

Декомпозиція цілі – показника *ROCE* (скористаємось методикою поділу цілей фінансового менеджменту за трьома рівнями [6, с. 153]) дозволить виділити фактори, управляючи якими досягається зростання ринкової вартості компанії. Саме показник *ROCE* дає можливість оцінити ефективність операційної діяльності, тобто наскільки ефективно здійснюється операційний менеджмент компанії незалежно від джерел фінансування господарської діяльності. Загалом на підприємстві відбувається наступний процес: фінансові ресурси (капітал) витрачається на придбання певних ресурсів, які перетворюються на кінцевий продукт чи послугу і реалізуються покупцям та, в кінцевому підсумку, приносять прибуток:

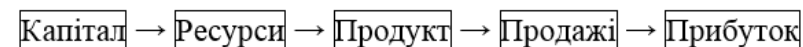


Рис. 1. Трансформація капіталу компанії у прибуток

Джерело: складено автором на основі [7, с. 13]

В процесі цієї метаморфози необхідно знайти відповідь на два питання: 1) «Яка виручка від продажу отримується на кожному гривню капіталу?» та 2) «Який прибуток отримується на кожному гривню продажу?».

Відповіддю на перше питання є показник *оборотності капіталу* (*Capital turnover*), тобто скільки разів капітал проходить через підприємство, генеруючи виручку:

Відповіддю на друге питання є *рентабельність за EBIT (EBIT-margin)*:

$$\text{Рентабельність за EBIT} = \frac{\text{Операційний прибуток}}{\text{Виручка від реалізації}} = \frac{EBIT(1-T)}{Sales}, \quad (6)$$

Використовуючи формули (5) і (6) запишемо рівність для *ROCE*.

$$ROCE = \frac{Sales}{D+E} \times \frac{EBIT(1-T)}{Sales}, \quad (7)$$

Для визначення економічної доданої вартості підставимо формулу (7) і (3) у рівність (2):

$$EVA = \left(\frac{Sales}{D+E} \times \frac{EBIT(1-T)}{Sales} - [\omega_E \cdot C_E + \omega_D \cdot C_D \cdot (1-T)] \right) \times Capital, \quad (8)$$

Таким чином, використовуючи методіку стратегічного управління у статті було побудовано систему стратегічного фінансового управління за цілями. В якості головної цілі було обрано *економічну додану вартість* та здійснено каскадування цілей:

- *ціль 1-ого рівня*: економічна додана вартість (*EVA*).
- *ціль 2-ого рівня*: рентабельність капіталу (*ROCE*), середньозважена вартість капіталу (*WACC*).
- *ціль 3-ого рівня*: оборотність капіталу (*Capital turnover*), рентабельність за *EBIT (EBIT-margin)*.

Висновки. Вартість бізнесу в сучасних умовах сприймається як головний критерій результативності її менеджменту. Саме показник *EVA* як індикатор, що відображає збільшення багатства, повинен цікавити власника в першу чергу. Показник *EVA* повинен бути на вершині стратегічних цілей бізнесу як *ціль*, яка найближча до грошей.

Література

1. Партии Г.О., Селюченко Н.С. Фінансовий менеджмент: Навч. посібник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – 332 с.
2. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов. / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс. – 1342 с.
3. Чиркова Е.В. Как оценить бизнес по аналогии: Методологическое пособие по использованию сравнительных рыночных коэффициентов при оценке бизнеса и ценных бумаг / Е.В. Чиркова. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 190 с.
4. Савчук В. Стратегия + Финансы: уроки принятия бизнес-решений для руководителей. – К.: Companion Group, 2009. – 352 с.
5. Управління фінансами акціонерних товариств [Текст]: навчальний посібник / Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України»; [С.В. Леонов, Н.Г. Пігуль, І.М. Боярко та ін.]. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2013. – 305 с.

6. Хрущ Н.А. Формування фінансової стратегії як складової забезпечення рівня конкурентоспроможності підприємства / Н.А. Хрущ, О.С. Корпан // Бізнес Інформ. – 2011. – №11. – С. 152-154.

7. Черненко М. Управление эффективностью бизнеса / М. Черненко // Финансовый директор. – 2011. – №11-12. – С. 10-17.

УДК 338.124.4 : 005.334

Савицька О.М.

к.е.н., доцент;

Скляр А. Ю.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Стаття присвячена дослідженню організаційно-економічних особливостей антикризового управління на промислових підприємствах. Розкрито сутність поняття антикризового менеджменту, проаналізовано основні організаційно-економічні особливості антикризового управління та розроблено напрями ефективного антикризового управління на промислових підприємствах України.

Ключові слова: антикризовий менеджмент, антикризове управління, антикризові (превентивні) заходи управління, кризова ситуація, контролінг.

The article is devoted to researching organizational and economic characteristics of crisis management in the industry. We unfolded the essence of the concept of crisis management, reviewed the main organizational and economic features of crisis management and elaborated directions of effective crisis management at industrial enterprises of Ukraine.

Keywords: crisis management, crisis management, crisis (preventive) measures the management, crisis situations, controlling.

Вступ. Останнім часом в Україні, в умовах невизначеності та загострення економічної й політичної кризи, промислові підприємства у своїй діяльності зазнають впливу різних факторів: глобалізації економіки, високого рівня конкуренції, недосконалості законодавства та інших чинників, які зобов'язують сучасні компанії, в процесі планування своєї діяльності, враховувати й підвищення соціально-політичної напруженості суспільства у взаємозв'язку зі збільшенням рівня інфляції в країні, й зростання цін на енергоресурси в умовах їх постійного споживання. Кризові ситуації, що виникають на промисло-

вих підприємствах – це найскладніші явища в період їх життєвого циклу, які призводить до зниження показників ефективності їх виробничо-господарської діяльності й фінансової стійкості суб'єктів підприємництва. Але якщо розглядати позитивну сторону їх впливу, то зазначені негативні явища примушують керівників підприємства постійно удосконалювати й впроваджувати нові, інноваційні заходи управління (у тому числі й антикризового менеджменту), що в подальшому можуть вивести підприємство на якісно новий рівень їх розвитку. Сучасні здобутки науковців і практиків антикризового менеджменту можуть застосовуватись керівниками промислових підприємств не тільки в період кризи, але й в умовах невизначеності та нестабільності розвитку економіки в країні. Враховуючи наукові досягнення сучасного теоретико-методологічного інструментарію антикризового управління на промислових підприємствах, його керівництво має можливість мінімізувати негативний вплив зазначених вище факторів. Таким чином, на сьогодні досить актуальним для менеджменту є необхідність врахування організаційно-економічних особливостей антикризового управління на підприємствах з метою оперативного реагування та успішного введення превентивних дій, які б мали можливість попереджувати вплив негативних кризових факторів на фінансово-господарську діяльність промислових підприємств і в майбутньому допомагати його керівництву вирішувати проблемні ситуації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розгляд питань організаційно-економічного спрямування щодо теоретико-методологічного розвитку антикризового менеджменту в економіці не є новими. Тому за останній час все більше науковців-теоретиків і практиків звертаються до сучасних напрацювань теоретико-методологічного інструментарію антикризового управління, що викликано, насамперед, нестабільністю економічного розвитку в нашій країні. Проблематику організаційно-економічного забезпечення антикризового управління розглядають відомі науковці: М. В. Білошкурський, І. О. Бланк, О. В. Василенко, Р. М. Волчек, Ю. Є. Гайворонська, Т. В. Гринько, О. С. Дубинська, Л. І. Єгорова, Н. Ю. Єршова, В. В. Жильченкова, К. І. Залогіна, С. М. Іванюта, Н. П. Карачина, Н. В. Картохіна, А. Л. Колос, В. С. Король, Н. М. Літвін, Л. О. Лігоненко, О. В. Манойленко, Є. В. Міщук, Г. Л. Монастирський, О. О. Плахотнік, О. Ю. Проскура, О. Р. Рудик, Л. С. Ситник, О. А. Сметанюк, О. П. Степаненко, Г. В. Тельнова, О. О. Терещенко, А. М. Ткаченко, Ю. З. Толчєєв, А. Д. Чернявський, О. О. Шапурова, І. В. Шварц, І. О. Щербань, Н. Є. Юрик та ін. Однак, незважаючи на багатоманітність і цілеспрямованість наукових публікацій вище представлених науковців, проблема ранньої діагностики та профілактики кризових явищ залишається не достатньо дослідженою з урахуванням сучасного впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність суб'єктів господарювання в ринкових умовах і воєнно-політичної ситуації в Україні.

Постановка завдання. Дослідити поняття антикризового менеджменту, його організаційно-економічні особливості та актуальність розвитку на

промислових підприємств в умовах невизначеності. Розглянути головні аспекти щодо подолання негативного впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність компаній. Розкрити заходи ефективного функціонування та управління промисловими підприємствами в умовах розвитку антикризового менеджменту та фінансового контролінгу.

Результати дослідження. В умовах нестабільного економічного розвитку вітчизняного ринкового середовища керівництво промислових підприємств змушено кардинально змінювати своє ставлення до процесів управління та регулювання їх фінансово-господарської діяльності. При цьому вони (керівництво) застосовують відновлені форми, методи і процедури в управлінні, що спрямовані на соціально-економічне оздоровлення діяльності з метою виходу суб'єкта підприємництва з кризового стану й одночасного розвитку антикризового менеджменту. Як зазначають Н. В. Карачина і О. О. Савіцька: «Дослідження сутності антикризового управління завжди супроводжується вивченням його характеристик, специфічних особливостей, економічних, управлінських, організаційних і інституціональних відносин, проблем, механізмів та функціональних елементів процесу антикризового управління тощо» [1, с. 3].

Тому, в представленій статті доцільно розкрити сучасні підходи до визначення сутності поняття антикризового менеджменту (табл. 1).

Таблиця 1

Сучасні підходи до визначення поняття «антикризовий менеджмент»

Автор	Поняття
І. Бланк [2]	Система принципів та методів розробки та реалізації спеціальних управлінських рішень, які направлені на попередження та подолання фінансових криз підприємства, а також мінімізацію їх негативних наслідків.
С. Беляєв, В. Кошкін [3]	Сукупність форм і методів реалізації антикризових процедур щодо конкретного підприємства-боржника.
Л. Лігоненко [4]	Постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ і реалізацію генерального плану недопущення поширення цих явищ і стагнації розвитку суб'єкта господарювання протягом усього періоду його функціонування.

Джерело: складено авторами на основі [1]

Як зазначають Н. В. Карачина і О. О. Савіцька [1, с. 4], інші науковці, розглядають антикризове управління більш масштабно, наприклад О. В. Коваленко (рис. 1) [5, с. 44].

Основними принципами, на яких ґрунтується система антикризового управління, є: рання діагностика кризових явищ у фінансовій діяльності підприємства, терміновість реагування на різні кризові явища, адекватність реагування підприємства на ступінь реальної загрози його фінансовому добробуту, а також повна реалізація внутрішнього потенціалу для виходу з кризи [6, с. 258; 7].

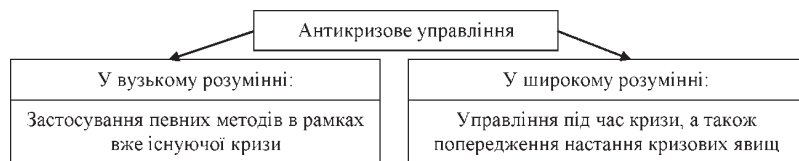


Рис. 1. Визначення поняття «антикризового управління» за масштабністю
Джерело: складено авторами на основі [1, с. 4; 5, с. 44]

Провідні фахівці антикризового менеджменту стверджують, що поведінка менеджера впливає на вирішення кризової ситуації на підприємстві. Вони зазначають, що процес вирішення, котрий проходить під час стресу, може бути досить нелегким, навіть дуже важким, але якщо керівник, який приймає рішення, ставиться до вирішення питання як виклик його здібностям і волі, то ця проблема з легкістю вирішується. Проте, очевидним є те, що рішення, яке затверджують в проблемній ситуації, досить часто є гіршим, ніж коли ці проблеми вирішувалися в існуючих та стриманих умовах.

Головна задача керівництва за таких умов полягає в ефективному та продуктивному вирішенні певних проблем, які дозволили б здобути мріяних результатів, а саме, отримання мінімальних негативних наслідків та раціонального витрачання ресурсного потенціалу підприємства, що є одним з основних особливостей формування організаційно-економічних аспектів антикризового менеджменту на підприємстві. Тому, з метою досягнення підвищеного рівня ефективності господарювання в умовах дії кризи на результати фінансово-господарської діяльності промислових підприємств та необхідності розроблення організаційно-економічних заходів антикризового управління, підприємствам доцільно послідовно впроваджувати спеціальну систему превентивного управління:

- проводити моніторинг зовнішніх та внутрішніх проблемних ситуацій на підприємстві;
- удосконалити організаційну структуру, як на стратегічному, так і на функціональному рівнях;
- адаптувати розроблену систему антикризового управління до внутрішніх умов функціонування підприємства;
- продуктивно використовувати страхові внески працівників і засновників компаній (резервні фонди) для вирішення проблемних ситуацій під час впливу кризових ситуацій на їх підприємницьку діяльність;
- постійно удосконалювати процес оперативного передавання інформації між структурними підрозділами на промислових підприємствах на засадах контролінгу з метою вчасного реагування на виникнення проблем і прийняття управлінських рішень щодо мінімізації впливу кризових ситуацій на діяльність компаній.

Найактуальніші заходи антикризового управління, які застосовуються в провідних компаніях світу є вертикальні та горизонтальні інтеграції, аналіз перспектив передачі на аутсорсинг досить дорогих процесів, раціоналізація технологічних процесів та оподаткування, скорочення витрат, виключення зайвих рівнів управління завдяки перегляду організаційної структури, суворий контроль за кадровою політикою та всіх видів можливих витрат.

Альтернативний варіант щодо впровадження економічної особливості антикризового управління на промислових підприємствах – раціональний об'єм споживання ресурсного потенціалу. Цей фактор позитивно впливає на фінансову рівновагу господарств та забезпечує позитивний чистий грошовий потік. Однак, звернемо увагу, що список заходів для покращення стану фірми є для кожного індивідуальний. У першу чергу, все залежить від сфери бізнесу, кон'юнктури ринку, набору продукції чи послуг, системи управління, технологічних особливостей, регіональної інфраструктури та інших факторів.

Всі вище представлені фактори, прийоми, особливості і заходи антикризового управління виводять важливу «Формулу успіху» для промислових підприємств, від ефективної організації яких залежить подолання кризи та раціональне організаційно-економічне використання ресурсного потенціалу в умовах удосконалення антикризового менеджменту на промислових підприємствах.

Висновки. Підсумовуючи вище зазначене, автори статті вважають, що криза для промислових підприємств є не тільки негативним фактором для них, а й переходом до нового, якісно-ефективного рівня їх життєвого циклу. Напрямок розвитку підприємств за таких умов має два виходи: або ліквідація, або успішне подолання кризи. Тому успішне подолання кризових явищ в компаніях багато в чому залежить від організаційно-економічних особливостей антикризового управління на промислових підприємствах. Висока компетентність менеджерів з антикризового управління дозволяє їм визначити конкретні запобігаючі заходи щодо результативного управління фірмами. Оскільки організаційно-економічні особливості антикризового управління, як і будь-які напрями ефективного менеджменту передбачають реалізацію інтегрованих дій, то подальші дослідження можуть бути спрямовані на реалізацію комплексу антикризового управління на промислових підприємствах та розроблення механізму антикризового менеджменту в контексті розвитку оперативного фінансового контролінгу.

Література

1. Карачина Н. П. Антикризове управління : сучасний категоріальний вимір [Електронний ресурс] / Н. П. Карачина, О. О. Савіцька // Електронне наукове фахове видання Житомирського державного університету ім. Івана Франка у галузі економічних наук «Економіка. Управління. Інновації». – 2014. – 1 (11). – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_1_47.pdf.
2. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. – К.: Эльга, Ника-центр, 2004. – 784 с.

3. Приходько Н. П. Сутність антикризового управління на підприємстві [Електронний ресурс] / Н. П. Приходько // – Режим доступу: <http://www.uran.donetsk.ua/~masters/2011/iem/potatuev/library/article02.htm>.

4. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія / Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2004. – 580 с.

5. Коваленко О. В. Деякі аспекти сучасного антикризового управління промисловими підприємствами / О. В. Коваленко // *Економіка и управление*. – 2013. – № 4. – С. 41 – 46.

6. Теория и практика антикризисного управления / Под. ред. С. Г. Беляева, В. И. Кошкина. – М. : Закон и право: ЮНИТИ, 2005. – 469 с.

7. Жадько А. О. Антикризове управління підприємством: сутність, етапи здійснення та основні антикризові заходи [Електронний ресурс] / Анжела Олександрівна Жадько // Збірник матеріалів міжнародної науко-метричної бази даних – Russian Science Citation Index – RSCI: Наукові конференції: Головна. Архів. Рубрика: Соціум. Наука. Культура. Економіка. – Режим доступу: <http://intkonf.org/zhadko-ao-antikrizove-upravlinnya-pidpriemstvom-sutnist-etapi-zdiysnennya-ta-osnovni-antikrizovi-zahodi>.

УДК 338.984

Салоїд С.В.
ст. викладач;
Давиденко С.О.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

НАУКОВІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто сутність конкурентоспроможності, подано основні підходи до її визначення. Розкрито та удосконалено поняття «конкурентні переваги». Визначено взаємозв'язок конкурентоспроможності та стратегічного планування. Виокремлено основні види конкурентних стратегій, що можуть бути базисом для розвитку конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, підприємство, стратегія, планування.

The article deals with the essence of competitiveness are the main approaches to its definition. Exposed and improved concept of «competitive advantage». Correlation of competitiveness and strategic planning. Author determined basic types of competitive strategies that could be the basis for the development of competitiveness.

Keywords: competitiveness, competitive advantage, business, strategy and planning.

Вступ. Конкуренція є головним механізмом ефективного функціонування та розвитку економіки.

Умови посилення конкуренції на промислових ринках України, а також тенденції росту цін на енергетичні, сировинні та трудові ресурси, викликають потребу безупинного пошуку нових шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств. Глобалізація бізнесу, швидкі зміни споживчого попиту, скорочення життєвого циклу товарів, зростання вимог працівників до умов праці та якості життя змушують підприємства проводити аналіз і оцінку зовнішнього середовища, прогнозувати її зміни в майбутньому.

Стратегічне планування виступає управлінським інструментом прогнозування цілей та шляхів їх реалізації в умовах постійних трансформаційних змін внутрішнього та зовнішнього середовища, що знижують рівень адаптивності підприємств, наслідком чого низький рівень конкурентних позицій на ринку. З огляду на зазначене особливого значення набуває необхідність вирішення проблем організації та інтеграції стратегічного планування розвитку конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі приділяється значна увага проблемам забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Вагомий науковий внесок у розвиток теорії і практики конкурентоспроможності як елемента стратегічного управління підприємством зробили такі зарубіжні вчені: Г.Л. Азоев, І. Ансофф, О.С. Виханский, Д. Дей, П.С. Зав'ялов, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, М. Портер, А.Дж. Стрікланд, А.А. Томпсон та інші. Різним аспектам стратегії та досягнення конкурентних переваг підприємств в умовах загострення конкуренції присвячені праці вітчизняних науковців, зокрема Л.В. Балабанової, А.В. Войчака, О.А. Гавриша, М.О. Данилюка, Л.С. Довгань, О.В. Зозульова, Є.В. Крикавського, Н.В. Куденко, А.Ф. Павленка та інших.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних основ та поглиблення підходів до стратегічного планування конкурентоспроможності підприємства.

Результати дослідження. У загальному розумінні, конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на ринку. Конкурентоспроможність визначає здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними об'єктами на ринку. Конкурентоспроможність підприємства – здатність протистояти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної потреби покупців, так і за ефективністю бізнесу [1].

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства представляє собою складне і комплексне поняття. Так, М. Портер визначає конкурентоспроможність підприємства як «порівняльну перевагу відносно до інших фірм» [2, с.76]. А. П. Градов підкреслює, що «конкурентоспроможність фірми може бути оцінена тільки в межах групи фірм, що відносяться до однієї галузі, або фірм, що випускають товари-субститути. Конкурентоспроможність можна визначити тільки порівнянням між собою цих фірм...» [2, с.77]. Пред-

ставники української школи в своїх працях використовують системний підхід в дослідженні конкурентоспроможності, згідно якого це властивості підприємств змінювати траєкторію руху чи намічений режим функціонування в процесі адаптації до впливу зовнішнього середовища з метою збереження, розвитку тих що є, або створення нових конкурентних переваг [3, с.24-26].

В більшості наукових робіт стверджується, що основу забезпечення конкурентоспроможності складають конкурентні переваги як такі. Конкурентні переваги підприємства лежать в основі збереження його міцних ринкових позицій, а також розширення власного впливу на ринку, це відмінні риси компанії і її продукту в очах споживачів. Основною метою досягнення конкурентних переваг є максимальне забезпечення поєднання інтересів підприємства і споживача. Деякі наукові підходи до визначення конкурентних переваг наведено у табл.1. Отже, під конкурентними перевагами можна розуміти позитивні відмінності підприємства від конкурентів у деяких або усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього середовища та умов конкурентної боротьби що змінюються.

Таблиця 1

Наукові підходи до визначення конкурентних переваг

Автор	Визначення
Г. Азоєв	Концентрований прояв переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які можна виміряти економічними показниками.
А. Войчак	Характеристики чи властивості, які забезпечують підприємству перевагу над прямими конкурентами.
М. Книш	Фірма має конкурентну перевагу, коли вона краще за своїх суперників переборює сили конкуренції й виконує роботу із залучення покупців.
С. Попов	Характеристики, які створюють для організації, що виробляє або реалізує даний продукт, певні переваги над конкурентами; будь-які інновації, що дають реальне підвищення бізнес-успіху.
А. Шевченко	Характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги над прямими конкурентами.
В. Маркова	Унікальні відчутні й невлітими ресурси, якими володіє підприємство, а також стратегічно важливі для даного підприємства сфери бізнесу, які дозволяють перемагати в конкурентній боротьбі.
Ж. – Ж. Ламбен	Це не тільки результат конструктивного мислення; можливість компанії випереджати своїх конкурентів; наслідок відмінностей в операційній ефективності, але й здатність приваблювати споживачів та зберігати їх відданість; нововведення, що дає реальний приріст бізнес-успіху; індикатор положення фірми в конкуренції; реалізована ключова компетенція.
М. Портер	Сукупність факторів, що визначають успіх або поразку підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів.

Джерело: згруповано авторами

Отже, під конкурентними перевагами можна розуміти позитивні відмінності підприємства від конкурентів у деяких або усіх видах діяльності, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді й виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до навколишнього середовища та умов конкурентної боротьби що змінюються.

Визначення форми забезпечення конкурентних переваг передбачає розробку відповідної стратегії. Конкурентна стратегія – це ретельно розроблена програма заходів, що мають бути реалізовані підприємством з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку та адаптації до впливу зовнішнього середовища. В залежності від типу та виду конкурентної переваги це можуть бути виробнича стратегія, інноваційна стратегія, маркетингова стратегія, фінансова стратегія, стратегія управління персоналом, стратегія інформатизації тощо.

При розробці стратегії конкуренції необхідно, з однієї сторони, мати чітке уявлення про сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, його позицію на ринку, а, з іншої сторони, розуміти структуру національної економіки в цілому та структуру галузі, в котрій працює підприємство.

Вибір конкретної стратегії суттєво залежить від стратегічного потенціалу підприємства та можливостей розширення його ресурсів. Саме внутрішнє середовище підприємства, у великій мірі, визначає можливість виконання обраної стратегії.

За М.Портером, розробка стратегії конкуренції значною мірою визначається чітким розумінням суті бізнесу, його цілей та шляхів їх досягнення [2]. Процес формування стратегії конкуренції включає в себе: аналіз структури і рушійних сил галузі (аналіз конкурентів, споживачів та стратегічного потенціалу підприємства); виявлення та оцінка альтернатив досягнення конкурентної переваги; аналіз типів конкурентних стратегій; вибір оптимальних альтернатив і формування системи конкурентних стратегій. Загально визнані конкурентні стратегії підприємства представлено на рис. 1.

Стратегії конкуренції компаній у галузі можуть відрізнятися за багатьма стратегічними показниками, зокрема: спеціалізація, ідентифікація марки, прямий і непрямий маркетинг, підбір каналу розподілу, якість вибору, лідерство в технології, стан за рівнем витрат, вертикальна інтеграція, сервіс, цінова політика, важелі впливу тощо.

Масштаб стратегічних відмінностей за конкретним показником залежить від галузі. Стратегічні показники для конкретної фірми, як правило, утворюють внутрішньо узгоджений перелік. Кожен з них можна описати більш чи менш детально, і для вдосконалення аналізу можна додати інші показники.

Етапність розробки та реалізації стратегії можна подати в наступному порядку: встановлення цілей; аналіз зовнішнього середовища; дослідження внутрішнього середовища підприємства; визначення стратегічної мети і постановки завдань; аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії;

планування реалізації стратегії; реалізація стратегічних рішень. Кожен етап має самостійне значення і вимагає застосування специфічних, з погляду розробки і реалізації конкурентних стратегій, процедур і методик.



Рис. 1. Загальновизнані конкурентні стратегії підприємства

Джерело: складено авторами на основі [5, с. 123]

Вищезазначені етапи розробки стратегії конкурентоспроможності підприємств враховують основні вимоги стратегічного планування діяльності підприємств у сучасних умовах розвитку підприємств, а також можливості розвитку та адаптації.

Отже, стратегічне планування не обмежується лише наявністю стратегії, але ще повинне передбачати механізм її реалізації. Основою реалізації стратегії є функції: методологічна, цілевстановлення, внутрішньої координації, адаптації до зовнішнього середовища, організаційних змін та контролю. А функціональні сфери можна вважати елементами системи стратегічного планування конкурентоспроможності. Таким чином, значущість системного підходу все зростає під час стратегічного планування у сучасних умовах, що означає врахування більшого числа факторів розвитку у їх взаємозв'язку з точки зору системних зв'язків та відносин підприємства у просторі та часі. Розробка стратегії являє собою складний процес, який охоплює визначення стратегічних намірів і повинен мати комплексний характер.

Висновки. Висока конкуренція на міжнародних і вітчизняних ринках продовжує необхідність підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. Спираючись на наявні теоретичні положення вдосконалено поняття «конкурентні переваги». Виявлено взаємозалежність між конкурентоспроможністю та стратегічним плануванням. Важливим напрямом подальшої наукової роботи має стати розробка системи управління конкурентоспроможністю підприємства, що базується на конкурентних стратегіях.

Література

1. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: Монография / А.Н. Тищенко, Ю.Б. Иванов, Н.А. Кизим, Е.В. Ревенко, Т. М. Четогова-Терашвили / Под общ. Ред. А.Н. Тищенко. - Х. : ИД «ИНЖЕК», 2007, –376с.
2. Портер М. Конкуренция: [Учеб. пособие: Пер. с англ.] / М. Портер [Под ред. Я.В. Заблочного] – М. и др.: Изд. дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
3. Экономическая стратегия фирмы: Учеб.пособие /Под ред. проф. А. П. Градова, СПб.: Спец. Лит-ра, 1995. – 415с.
4. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография / Ю. Б. Иванов – Х.: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.
5. Управление конкурентоспособностью предприятия: Пособие / Ю.Б. Иванов, М.О. Кизим, О.М. Тищенко, О.Ю. Иванова, О.В. Ревенко. – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2010. – 320с.

УДК 331.2

Ситник Н.І.
к.б.н., доцент;
Жиганівський А.А.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ГРЕЙДУВАННЯ ПОСАД У СИСТЕМІ МОТИВАЦІ ПЕРСОНАЛУ

У статті розглядається проблема впровадження системи грейдування як форми оплати праці на вітчизняних підприємствах. Показано, що грейдування є прогресивною сучасною технологією матеріальної мотивації персоналу вітчизняних організацій. Досліджуються переваги використання системи грейдування посад порівняно зі стандартними тарифікаційними процедурами в умовах ринкового середовища. Визначений загальний алгоритм впровадження системи грейдування на підприємстві.

Ключові слова: мотивація персоналу, оплата праці працівників, система грейдів, грейдування посад, тарифна система.

The problem of implementation of grading system as a form of payment at national enterprises is considered. It is shown that grading system is an effective modern tool to enhance extrinsic motivation of personnel working at Ukrainian

enterprises. The advantages of grading system as compared to traditional payment systems under existing market conditions are studied. The general algorithm for implementation of grading system is considered.

Keywords: motivation of staff, salaries for staff, grade system, grading of posts tariff system.

Вступ. В умовах наростаючої ринкової конкуренції українські компанії все більше уваги приділяють питанням мотивації персоналу – як матеріальної, так і нематеріальної.

За умов розвитку підприємництва та існування різних форм власності заробіток працівника вже не визначається розміром гарантованого фонду оплати праці, а все більше залежить від кінцевих результатів і доходів від діяльності підприємства. Обираючи певну систему заробітної плати, роботодавець отримує можливість управляти інтенсивністю та якістю праці конкретних працівників, а отже і результатами діяльності підприємства.

Форми та системи оплати праці, які використовуються в даний час на більшості вітчизняних підприємств морально застаріли. Це виявляється в тому, що більшість з них не враховують ні специфіку роботи підприємства в ринковій економіці, ні відповідальність та результати праці працівників. Як показує досвід матеріального стимулювання працівників закордонних фірм, вирішення цієї проблеми полягає у розробці та впровадженні альтернативної системи посадових окладів – системи грейдів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем організації оплати праці, визначення її сутності в умовах формування ринкових відносин приділяли увагу такі вчені економісти, як Базилюк А.В., Богиня Д.П., Данюк В.М., Бойко Є.І., Колот А.М. та інші. Проблема вибору ефективних форм і систем оплати праці розглядається вже давно та різними авторами економічних науково-дослідницьких видань, зокрема Грішновою О.А., Завіновською Г.Т., Калиною А.В., Котвицьким А.А. та іншими. Однак питання побудови ефективної системи мотивації в українських компаніях і зокрема застосування системи грейдування залишається мало дослідженим і потребує подальшої уваги фахівців-дослідників.

Постановка завдання. Цілями даної роботи було дослідити переваги використання системи грейдування та визначити загальний алгоритм розроблення системи грейдування в сучасних вітчизняних організаціях.

Результати дослідження. Організувати оплату праці працівників – означає розробити, задіяти і постійно підтримувати в працездатному стані інструментарій, який забезпечує грошову оцінку виконаної роботи, нарахування і виплату заробітної плати у відповідності з цією оцінкою. У загальному вигляді всі використовувані форми і системи оплати праці мають: найповніше враховувати результати праці; створювати передумови для постійного зростання ефективності та якості праці; сприяти підвищенню матеріальної зацікавленості працівників у постійному виявленні і використанні резервів підвищення продуктивності праці і якості продукції.

Однією з сучасних систем оплати праці виступає система грейдів. У середніх і великих компаніях управління фондом оплати праці є складною проблемою, крім того, «непрозора» або несправедлива система оплати праці може істотно знижувати продуктивність співробітників. Тому розробка ефективної, прозорої системи стимулювання персоналу – актуальна проблема для багатьох компаній [1].

Визначення рівня оплати праці вітчизняних умов становлення ринкової економіки виключно на основі ринкових даних є складним завданням, оскільки в країні відсутній розвинений ринок бенчмаркінгових досліджень. Економісти запропонували безліч методик для розробки корпоративних систем оплати праці, але однією з найпопулярніших продовжує залишатися грейдинг. Найбільш відомі системи грейдингу, запропоновані компаніями Watson Wyatt і Hay Group, але використовуються й інші варіанти.

Система грейдів є свого роду корпоративним «табелем про ранги», в якому кожному кластеру (грейду) посад відповідає свій рівень заробітної плати. Грейдинг – це метод створення універсальної ієрархії посад (рангів) для всього персоналу компанії; система оцінки, що дозволяє визначити прийнятні для всіх працівників рівні компенсації на основі зіставлення відносної цінності для компанії різних ділянок роботи (посад). Процедура грейдування слід розглядати як практичний інструмент, який дає змогу повніше врахувати індивідуальні потреби підприємства у диференціації постійної частини заробітної плати [2, с.237].

Головною перевагою системи грейдування є переклад нематеріального показника «цінність роботи співробітника» в грошовий еквівалент. Рішення про впровадження в компанії системи грейдів передбачає організацію крупного проекту, достатньо фінансово- і трудомісткого. Незалежно від того, реалізується проект силами фахівців компанії або зовнішнім провайдером, потребується проведення великого комплексу аналітичних, методичних, оціночних та інших робіт. Окрім прямих витрат на ці дослідження й розробку корпоративної системи грейдів, необхідно передбачити витрати, пов'язані з впровадженням нової системи оплати праці та її адмініструванням. Не менш важливо передбачити втрати, пов'язані з опором людей нововведенням, неминучим при будь-яких організаційних змінах, а тим більше в таких важливих для кожної людини питаннях, як зарплата.

Грейдування – не аналог тарифної системи, а точніше тарифно-розрядна сітка. Грейди представляють собою ієрархічну структуру посад, де оклади виставлені по принципу зростання. Порівняно зі стандартними тарифікаційними процедурами, грейдування є більш досконалою формою заробітної плати, оскільки дозволяє у повній мірі врахувати індивідуальні потреби підприємства в диверсифікації заробітної плати.

Перш ніж ухвалити рішення про запровадження грейдингового підходу до формування основної заробітної плати, треба обґрунтувати його доцільність з огляду на вид економічної діяльності, його організаційно-

правову форму, розміри, структуру, специфіку діяльності підприємства, чисельність персоналу, наявність філій, регіональних представництв тощо.

Розрізняють два підходи до грейдування:

1. Оцінювання компетенцій працівника й віднесення його до відповідного грейду залежно від результатів такого оцінювання (грейд, до якого належить працівник, залежить від компетенцій, якими він володіє). Даний підхід доцільно застосовувати у консалтингових, тренінгових, IT-компаніях, тобто у компаніях з високою часткою інтелектуального капіталу.

2. Оцінювання посад і формування грейдів за результатами такого оцінювання (грейд, до якого належить працівник, залежить від посади, що він обіймає). Цей підхід краще впроваджувати на промислових підприємствах, у фінансовій діяльності, страхуванні, торгівлі тощо.

Кожна грейдингова система (НАУ, Mercer, Towers тощо) має свій набір показників, за якими оцінюються посади, але ці показники частково перетинаються один з одним. При первинному грейдуванні рекомендується взяти будь-яку з існуючих систем за основу, хоча б для того, щоб потім порівняти рівень заробітної плати та рівень компенсацій з ринковими даними (які надаються в рамках будь-якої стандартної грейдингової структури) [3, с.29-31].

Також слід зазначити, що при всій своїй гнучкості, система грейдування не повинна зазнавати будь-яких змін, доповнень чи адаптації щонайменше 18 – 36 місяців. Саме такий строк є достатнім для апробації, впровадження і виявлення слабких та сильних сторін подібних нововведень [4, с.26].

Грейдова сітка має суто індивідуальний характер і відображає особливості організації виробничих відносин на конкретному підприємстві. Ця сітка підноситься до рівня корпоративної політики, а готовність до її запровадження залежить від рівня забезпечення підприємства фінансовими, інформаційними, людськими та іншими ресурсами [5, с.71].

Впровадження грейдової системи оцінювання посад та оплати праці дає можливість вирішити такі завдання: визначення відносної цінності існуючих посад з погляду стратегії підприємства; оптимізація системи оплати праці; проведення оцінювання працівників щодо відповідності посадам, які вони займають; створення додаткових умов для кар'єрного зростання тощо.

Фахівцями пропонується такий алгоритм розроблення системи грейдування посад в організації.

Спочатку формується список усіх передбачених структурою організації посад. У ході низки інтерв'ю, анкетування та бесід з працівниками підприємства складаються описи посад. Потім останні ранжуються – залежно від їх важливості для компанії та складності роботи.

Для визначення цінності посад може бути використаний факторно-бальний підхід, який дає можливість кількісно оцінити значимість посад за низкою факторів і зіставити їх один з одним. Для впорядкування посад за їх внутрішньоорганізаційною цінністю розробляються головні фактори

оцінювання та їх описові рівні (рівні складності), котрі враховують специфіку діяльності підприємства, є простими для розуміння та єдиними для всіх посад.

Одночасно встановлюється вагомість (значимість) обраних для створення системи грейдування факторів. Визначення вагомості здійснює група експертів, які оцінюють важливість факторів шляхом розподілу певної суми балів між ними з урахуванням їх значущості.

Залежно від кількості набраних балів за факторно-бальним методом посади можна розташувати ієрархічно. Після цього їх необхідно об'єднати (згрупувати) у кваліфікаційні групи (грейди). Для об'єднання посад у грейди було визначено діапазони (інтервали) оцінок (балів) у кожному грейді на підставі групування посад, що належать до однієї категорії (професійної групи) і мають незначні розбіжності в балах [6, с.55-56].

Таким чином, кожний грейд має свій діапазон оплати. Діапазон може бути побудований у формі «вилки» для встановлення міжкваліфікаційних співвідношень (посадових окладів) для кожного грейду.

При встановленні «вилки» посадових окладів необхідно враховувати як зовнішні (ринкові значення заробітних плат і посадових окладів фахівців відповідних професійних груп), так і внутрішні фактори (цінність відповідних посад, фінансові можливості).

Діапазони можна формувати двома способами:

1) встановлювати для кожного грейду «вилку» посадових окладів;

2) визначати інтервали міжкваліфікаційних співвідношень (коефіцієнтів). Встановлені другим способом інтервали коефіцієнтів переводяться у «вилку» посадових окладів шляхом множення мінімального і максимального коефіцієнтів у «вилці» на встановлену на підприємстві мінімальну заробітну плату.

Завершальною процедурою є порівняння фактичних посадових окладів працівників підприємства з «вилками» посадових окладів, установлених для відповідного грейду.

На етапі впровадження системи грейдування важливо поінформувати працівників підприємства про зміну посадових окладів. Основні положення про систему оплати праці повинні бути відображені у відповідних внутрішніх документах (колективному договорі, положенні про оплату праці тощо). Інформація про грейдову систему може бути розміщена на сайті підприємства.

Висновки. Грейдування є сучасною технологією матеріальної мотивації персоналу вітчизняних організацій.

На сьогоднішній день система грейдів є однією з найбільш прогресивних систем нарахування посадових окладів, що створена на основі бально-факторного методу і матрично-математичних моделей.

Грейдування дає можливість підприємству мати прозору систему посадових окладів, яка буде зрозуміла і менеджменту і працівникам.

Останнє є важливим, оскільки працівник, відчуваючи причетність до організації та поінформованість про внутрішньоорганізаційні процеси, стає більш відданим підприємству.

Перспективами подальшого дослідження та розвитку грейдуння є всесторонній аналіз досвіду підприємств, що вже запровадили систему грейдів, розробка й адаптація на цій основі системи грейдів для більшості сучасних українських підприємств, які націлені на те, щоб відповідати світовим вимогам управління підприємством.

Література

1. Беззуб Л.О. Мотивування персоналу за допомогою впровадження системи грейдів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/1494>
2. Колот А.М. Економіка праці та соціально-трудова відносини: підручник / А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін. // К.: КНЕУ, 2009. – 711 с.
3. Савочкин Д. Формирование грейдинговой сетки компании / Д. Савочкин // Управление персоналом – Украина. – №10 (229). 2012. – С. 29 – 31
4. Повседневный А. Опыт внедрения системы грейдов / А. Повседневный // Управление персоналом – Украина. – №10 (229). 2012. – С. 26 – 28
5. Данюк В. М. Грейдинг у системі управління персоналом / В.М. Данюк, О.О. Чернушкіна // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4, Т. 3. – Ст. 70–73.
6. Гончаренко А. Грейдуированная шкала / Гончаренко А. // Бизнес. – № 49 (672). – С. 55–56.

УДК 658.14(075.8)

Скоробогатова Н.Є.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДІВ ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ ВИТРАТ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В ході дослідження проаналізовано принципи традиційних і сучасних методів обліку та контролю витрат підприємства. Визначено основні недоліки методичних підходів до калькулювання собівартості продукту, які покладені в основу фінансового обліку. Досліджено особливості та переваги сучасних систем управління витратами (калькуляція цільової собівартості, система Кайзен-костинг, ABC-система калькуляції). Надано пропозиції щодо застосування оптимальних методів управління підприємством в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: витрати, контролінг, собівартість, калькуляція, фінансовий облік, управлінський облік.

The principles of traditional and modern methods of accounting and control enterprise's costs during research were analyzed. The main disadvantages of the product cost calculation that formed the basis of financial accounting were identified. The features and advantages of modern management systems costs (calculation of target costs, system kaizen costing, AVS system costing) were studied. A proposal for the use of best management practices now in the current economic conditions were presented.

Keywords: costs, controlling, cost, costing, financial accounting, management accounting.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою підвищення ефективності діяльності підприємства через удосконалення механізму управління витратами та пошуком оптимальних сценаріїв його розвитку займалося багато вітчизняних, так і закордонних науковців, серед яких слід відзначити Акоффа Р.[1], Аткинсона Ентоні А. [2], Друрі К. [3], Фольмут Х.Й. [6], Хорнгрен Ч. [7] та інші. Аналіз літературної бази в даній сфері свідчить про достатню кількість напрацювань щодо механізму управління витратами, особливостей його реалізації з врахуванням галузевої специфіки. Існуючі методичні розробки засновані на застосуванні традиційних методів калькулювання собівартості продукції, які широко використовуються в межах фінансового обліку. Проте на даний час в Україні відсутній системний підхід до управління витратами підприємства з врахуванням сучасних умов господарювання при високому ступені ризику та невизначеності.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз традиційних та сучасних методів обліку та контролю витрат на підприємстві задля пошуку ефективного механізму управління витратами в умовах високого ступеня ризику і невизначеності. У статті поставлено та вирішено наступні завдання – визначено переваги і недоліки традиційних та сучасних методів калькулювання собівартості продукту, надано пропозиції щодо підвищення ефективності методичних підходів до управління витратами на вітчизняних підприємствах з врахуванням специфіки національної економіки.

Результати дослідження. На підприємствах України показники ефективності їх господарської діяльності та вимірювання прибутковості продуктів засновані на даних про собівартість продукту (виробів, робіт, послуг), отриманих у виробничому обліку з метою підготовки фінансової звітності. Така модель обліку і контролю витрат (рис. 1) є моделлю повернення вартості використаних економічних ресурсів і призначена для вирішення поточних проблем і завдань, пов'язаних з оцінкою капіталізованих витрат, що впливають на вартість активів, і минулих витрат підприємства, що визначають рентабельність продажів.

Схема розрахунку собівартості продукту передбачає встановлення нормативів прямих і непрямих виробничих витрат, згрупованих у відповідності зі структурою підприємства та дискретною або потоковою організацією

технологічного процесу виготовлення продукту. Всі основні витрати списуються безпосередньо на рахунок виробництва певного продукту, накладні витрати спочатку враховуються фінансовою бухгалтерією згідно з місцями та часом їх виникнення, а потім списуються на продукт підприємства (товар, роботу, послугу), згідно з наперед обумовленим алгоритмом.

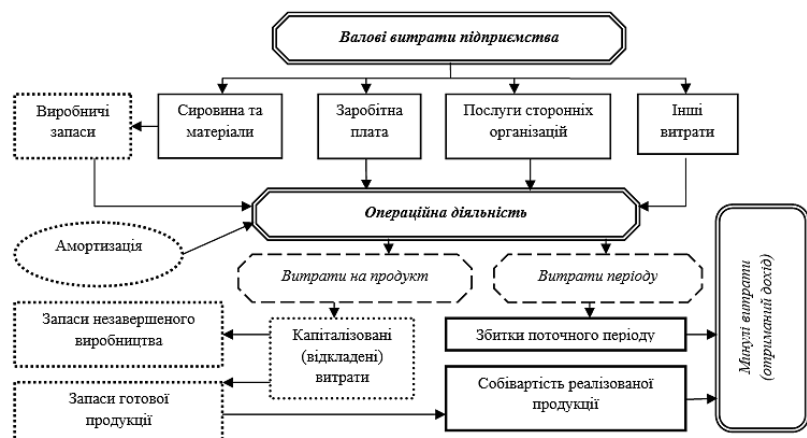


Рис. 1. Схема обліку витрат у фінансовому обліку

До істотного недоліку застосування даного методу калькуляції слід віднести той факт, що при такому підході відбувається усереднення непрямих витрат, що виникають в різних сферах діяльності підприємства, між продуктами, які відрізняються між собою за рівнем споживання певних видів економічних ресурсів. Продукти можуть відрізнятися за розмірами, якістю, складністю технології виготовлення, за витратами на дизайн та після-продажне обслуговування тощо.

Окрім того, інформація про собівартість продукту, використовувана в фінансовому обліку, дозволяє виміряти спожиті підприємством кошти за умови припущення, що основним джерелом виникнення витрат є вироблений продукт. Суб'єктивний і досить спрощений підхід до визначення ставки поглинання продуктом загально-виробничих витрат призводить до різної вартісної оцінки собівартості продукту в частині непрямих витрат, і відповідно, до необ'єктивної оцінки його рентабельності [8, с. 12-28]. Інша проблема пов'язана з плануванням і контролем непрямих витрат, які в короткостроковому періоді відносяться до постійних витрат, тобто не залежних від зміни обсягів виробництва. Спроби скорочення даного виду витрат приводять до зворотного результату, оскільки даний вид витрат не виникає сам по собі, а є відображенням існуючих виробничих потужностей

підприємства і ступеня ефективності його організаційної структури. У таблиці 1 охарактеризовані основні недоліки традиційних методів контролю витрат, що базуються тільки на інформації, отриманій в рамках виробничого обліку [5, с. 32-34].

Таблиця 1

Основні недоліки традиційної системи управління витратами

Недостовірність інформації для прийняття рішення	Традиційні фінансові показники відображають результати діяльності в попередні періоди. Інформація такого роду може призвести до прийняття рішень, що не відповідають цілям.
Нездатність врахування сучасних вимог організації бізнесу та стратегії компанії	Завдання фінансового контролю суперечать завданням стратегічного планування. Проблема полягає в узгодженні довгострокових і короткострокових цілей.
Опора на інформацію, отриману в системі бухгалтерського обліку	Бухгалтерський облік ведеться відповідно до законодавчо встановлених вимог. Одні лише фінансові показники не дають повної та адекватної картини розвитку бізнесу.
Недостовірність інформації про розподіл витрат і контроль інвестицій	Виробництво різних видів продуктів на тих же або частково співпадаючих технологічних лініях ускладнює розрахунок рентабельності кожного окремого виробу, часто не можна визначити повну вартість розробки продукту в довгостроковому аспекті.
Надання працівникам лише уривчастої інформації	Фінансові показники занадто складні для розуміння і перешкоджають прийняттю швидких заходів у разі потреби.
Недостатня увага до ділового середовища, в якому функціонує компанія	Традиційна система фінансових показників не відображає можливої поведінки споживачів і конкурентів у майбутньому, а отже, не може попередити про можливі зміни в галузі та діловому середовищі.
Орієнтація на поточні результати діяльності	Орієнтація на короткострокову перспективу підготує менеджера до маніпулювання фінансовими показниками для прикрашання поточного стану компанії

Джерело: складено автором на основі [5, с. 32-34]

У 80-90-х роках минулого століття сформувався цілий ряд нових концепцій і інструментів управлінського контролю: концепція гнучкого виробництва, концепція загального контролю якості, концепція реінжинірингу виробничих процесів та ін. Функції системи управлінського контролю розширювалися за рахунок аналізу зовнішніх чинників і накопичення стратегічної інформації, що дозволяє судити про перспективи збереження компанією конкурентоспроможності в майбутньому. Управлінські системи обліку та контролю витрат містять набір певних параметрів (норм та нормативів у різних варіаціях), спрямованих на досягнення результативних цілей підприємства. В залежності від концептуальних підходів до контролю витрат в зарубіжній економічній практиці розглядають сукупність контрольних параметрів з трьох аспектів: вартість, якість і сервісний потенціал (повний продукт), під яким перш за все розуміють термін служ-

би продукту. Сучасні методи розрахунку витрат – цільова калькуляція, розрахунок витрат в системі безперервного вдосконалення (кайзен – костинг) і калькуляція екологічних витрат використовують переваги розгляду всього ланцюжка створення вартості.

Цільова калькуляція, або калькуляція цільової собівартості – це метод планування прибутку і управління витратами, який фокусується на продуктах з дискретними виробничими процесами. Цільова калькуляція застосовується як комплексний підхід до планування прибутку та управління затратами. Визначення цільової ціни реалізації та цільового обсягу продажів залежить від того, яка суттєва (сприймана) цінність продукту для клієнта. Цільовий прибуток, отриманий при довгостроковому аналізі прибутку, часто базується на показнику рентабельності продажів, оскільки цей показник може бути більш тісно пов'язаний з прибутковістю кожного продукту. Відповідно, цільова собівартість (target cost) – це різниця між цільовою ціною реалізації і цільовим (граничним) прибутком. На базі цільової собівартості визначаються цільові витрати по кожному компоненту.

Система Кайзен-костинг (калькуляція в системі безперервного удосконалювання) спрямована на скорочення витрат на виробничій стадії повного життєвого циклу продукту. У Японії кайзен-костинг діє поза рамками системи калькуляції стандартних витрат, яка орієнтована на відповідність стандартам фінансового обліку. Мета даної системи контролю витрат – зменшити фактичні витрати по відношенню до запланованих (базових) витрат шляхом постійного їх зниження за рахунок впровадження новаторських пропозицій членами гуртків якості. При аналізі відхилень у системі стандарт-костинг зазвичай порівнюються фактичні і стандартні витрати. В системі кайзен аналіз відхилень – це зіставлення цільового скорочення витрат з фактичними сумами економії.

В Основі Концепції системи обліку витрат за видами діяльності (функціями, елементами, операціями, АВС-метод калькуляції) лежить твердження про те, що кожен вид продукту є споживачем видів діяльності, визначених технологією його виготовлення та структурною організацією підприємства. Мета АВС- методу обліку витрат – порівняти витрати на продукт з доходами від його продажів впродовж життєвого циклу продукту. Для цього вивчаються причини і виправданість виникнення накладних витрат підприємства від початкової до останньої стадії виробництва і реалізації продукту. Якщо у фінансовому обліку одержують відповідь на питання де і коли виникли витрати, то АВС – калькуляція дає відповідь на питання навіщо і у зв'язку з чим виникли дані витрати. Таким чином, система АВС – калькулювання в порівнянні з традиційною системою обліку витрат на продукт: підвищує прозорість виникнення витрат; є передумовою підвищення ефективності організації господарської діяльності підприємства; дає механізм достатньо об'єктивної оцінки прибутковості витрат на продукт в довготривалому періоді; є дієвим інструментом планування накладних витрат підприємства залежно від змін масштабів його діяльності.

Висновки. Таким чином, традиційна система обліку та контролю витрат, застосовувана на підприємствах України, припускає, що витрати на етапі виготовлення продукту є єдиним релевантним вимірником ефективного їх функціонування. Планування і контроль витрат здійснюється за допомогою подальшого їх скорочення переважно в частині оплати праці, що призводить до негативних результатів внаслідок низької мотивації працівників, випуску дорогої та неякісної продукції тощо. На противагу такому підходу застосовуються управлінські системи обліку та контролю, які оцінюють повні витрати на продукт протягом усього його життєвого циклу. АВС – калькуляція витрат базується на концепції системи обліку витрат за видами діяльності і є одним із кращих інструментів для вдосконалення калькуляційних систем. Облік витрат за видами діяльності, в порівнянні з калькуляцією витрат у виробничому обліку, більше відповідає критерію причино – наслідкового зв'язку. Тому вважаємо, що цей метод калькуляції витрат є об'єктивною передумовою удосконалення принципів організації господарської діяльності на підприємстві.

Література

1. Акофф Р.Л. Планирование будущего корпорации / Р.Л. Акофф; Пер. с англ.- М.: Сирин, 2002. – 256 с.
2. Аткинсон Энтони А. Управленческий учет / А. Аткинсон Энтони, Д. Раджив Банкер, С. Роберт Каплан, С. Марк Янг; Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 878 с.
3. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет: Учеб. пособие для вузов / К. Друри; Пер. с англ. под ред. Н.Д. Эриашвили. 5-е изд. – М.: Аудит, Юнити, 2006. – 783с.
4. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvart & Partners; Пер. с нем. – 3-е изд.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 269 с.
5. Ольве Н.-Г. Оценка эффективности деятельности компании: Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей / Н.-Г. Ольве; Ж. Рой, М. Ветер; Пер. с англ. – М., СПб, К.: Изд. дом «Вильямс», 2004. - 304 с.
6. Фольмут Х.Й. Инструменты контроллинга от А до Я / Х. Й. Фольмут; Пер. с нем. под ред. и с предисл. М.Л.Лукашевича и Е.Н. Тихоненковой – М.: Финансы и статистика, 2001. – 203 с.
7. Хорнгрен Ч. Управленческий учет, изд. 10-е / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар; Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2005. – 1008 с.: ил.
8. Шик Л.М. Управлінський облік: Навчальний посібник / в двох частинах / Л.М. Шик, Н. Є. Скоробогатова. – Запоріжжя: ЗНУ, 2010. Частина 1: с.96.

Тарянік В.С.
студент ФММ;
Давиденко В.В.
к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розкривається роль антикризового управління у діяльності підприємства. Охарактеризовано основні етапи розробки фінансової стратегії. Проаналізовано взаємозв'язок фінансової стратегії та антикризового управління. Також досліджено необхідність антикризового управління та запропоновані варіанти подальшого розвитку.

Ключові слова: управління, криза, антикризова стратегія, управління розвитком.

The article reveals the role of crisis management in the enterprise. The main stages of financial strategy development were characterized. The relationships between financial strategy and crisis management were also analyzed. Moreover, were investigated the need of crisis management and proposed options for the further development.

Keywords: management, crisis, crisis strategy, development management.

Вступ. Проблема можливостей функціонування в умовах кризи більшості підприємств України актуальне питання сьогодення. Економічні, технологічні, фінансові фактори стримують подальший розвиток фірм та вимагають адаптування до тих умов, що створені у зовнішньому середовищі за рахунок визначення можливостей керівниками всередині підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Створенням стратегій управління в кризових умовах займалися такі вчені-економісти: Е. І. Альтман, І. Ансофф, В. А. Василенко, М. К. Колісник, Е. М. Короткова, Д. Дж. Майерс, Т. С. Петер, Л. І. Федулова. Формуванню фінансових стратегій для підприємств вчені, як Віханський О.С., Градов А.П., Наливайко А.П. [2], Осовська Г.В., Пономаренко В.С., Стрікленд А.Дж., Томпсон А. А., Шинкаренко В.Г. [3].

Подоланню фінансово-економічних проблем на підприємстві та виведенню їх з кризового стану. Вченими, що досліджували проблематику є: Бланк І.А. [1], Герчікова І.Н., Градов А.П., Лігоненко Л.О., Телін С.В. [4] та інші.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення взаємозв'язку антикризового управління та фінансової стратегії, з метою розробки шляхів підвищення прибутковості підприємства та зниження рівня фінансових ризиків.

Результати дослідження. В даний час на шляху втрати Україною значних інвестицій, грошових потоків, крах банківської системи, вимагає від приладобудівних підприємств швидкого реагування. Формування нових стратегій є важливим напрямом в діяльності компаній. Вони спрямовані допомогти адаптуватися організації до мінливих умов господарювання. Завдання управління полягає у виборі кращих способів досягнення поставлених цілей за допомогою впливу на керовані об'єкти з урахуванням дії на них різних факторів. Ефективне розв'язання цих проблем можливе за допомогою створення і реалізації конкурентних переваг підприємства.

Управління розвитком – процес, направлений на перспективу, тобто формування довгострокових стратегій розвитку підприємства [3].

Управління функціонуванням – це управління підприємством в короткостроковому періоді. Саме тут головним є відслідковування показників фінансового стану підприємства з метою запобігання виникненню кризових ситуацій [3].

Головне завдання антикризового фінансового менеджменту полягає в ефективному використанні фінансового механізму з метою запобігання банкрутства та забезпечення фінансового оздоровлення підприємства.

Антикризова діяльність підприємства «ПАТ «НТК Електроприлад» залежить від кількості нових замовлень на авіаційні прилади управління та контролю. Займається цими питаннями відділ маркетингу та «Конструкторське бюро контрольних приладів». Участь у міжнародних виставках, аналіз політичної ситуації та пошук компаній виготовлення кінцевого продукту дасть змогу знайти нових стратегічних партнерів.

Втрата російського ринку на 80% вплинула на прибутковість заводу. Співпраця з Росією неможлива, а тому необхідно шукати нові ринки збуту серед виробників авіаційної техніки, транспортного машинобудування, переробної промисловості, видобувної галузі, для яких важливий високий рівень надійності.

Розрахуємо прогнозне значення з кількості випущених виробів на 2015 рік.

Таблиця 1

Поставка виробів ПАТ «НТК «Електроприлад»

Рік	Виріб	Кількість	Ціна за одиницю товару без НДС, грн.
2012 рік	БУК-МС2	19	158 400,00
2013 рік	БУК-МС2	5	158 400,00
2014 рік	БУК-МС2	13	174 200, 00
Σ	-	37	6 003 000,00

Джерело: складено авторами на основі звітності підприємства

Таблиця 2

Трендове прогнозування кількості товарів на 2015 рік

Рік	Кількість, Y	Період часу, X	X	X*Y
2012 рік	19	1	1	19
2013 рік	5	2	4	10
2014 рік	13	3	9	39
Σ	37	6	14	68

Джерело: складено авторами на основі [Таблиці 1]

$$Y = a + bx \quad (1),$$

$$X_{\text{ср.}} = \frac{6}{2} = 3$$

$$Y_{\text{ср.}} = \frac{37}{3} = 12,33$$

$$b = \frac{\sum xy - n\bar{y}\bar{x}}{\sum x^2 - nx^2} \quad (2)$$

$$b = \frac{68 - (3 \cdot 2 \cdot 12,33)}{14 - (3 \cdot 4)} = \frac{-5,98}{2} = -2,99$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x} \quad (3),$$

$$a = 12,33 + (2,99 \cdot 2) = 18,31$$

$$Y = 18,31 - (2,99 \cdot 4) = 6,35 \approx 6$$

Тобто, на 2015 рік очікується зниження замовлень 6 блоків БУК-МС2 порівняно з попередніми роками, а тому слід вживати заходів для підвищення прибутковості, таких як:

- диверсифікація виробництва,
- пошук нових ринків збуту,
- створення нової фінансової стратегії підприємства.

Для розробки нової фінансової стратегії необхідно реалізувати наступні етапи [1, с. 105-109]:

1) визначення періоду формування стратегії на основі періоду, прийнятого для формування корпоративної стратегії, по відношенню до якої фінансова стратегія носить підлеглий характер (3 – 5 років);

2) дослідження факторів зовнішнього фінансового середовища (економіко-правових умов фінансової діяльності підприємства та можливого їх зміни, кон'юнктури фінансового ринку в цілому та окремих його сегментів);

3) оцінка сильних і слабких сторін підприємства, що визначають особливості його фінансової діяльності, в першу чергу, достатності потенціалу для реалізації інвестиційних можливостей;

4) комплексна оцінка стратегічної фінансової позиції підприємства;

5) формування стратегічних цілей фінансової діяльності: головних і деталізованих;

6) розробка цільових стратегічних нормативів фінансової діяльності;

7) прийняття основних стратегічних фінансових рішень, виходячи з цілей і цільових стратегічних нормативів, результатом є портфель альтернатив стратегічних підходів;

8) оцінка розробленої фінансової стратегії по системі спеціальних економічних і позаекономічних критеріїв;

9) забезпечення реалізації фінансової стратегії і організація контролю реалізації.

Проект з Машинобудівним науково-виробничим об'єднанням ім. М. В. Фрунзе дасть змогу переорієнтуватися на вітчизняного виробника, країни СНГ, дальнього зарубіжжя. Завод співпрацює з Росією, Болгарією, Узбекистаном, Туреччиною, Республікою Білорусь. Підприємство володіє достатнім інженерно-технічним потенціалом для виготовлення систем автоматичного управління. Це наукоємні процеси виготовлення, що потребують значних капіталовкладень. Але існує проблема відсутності замовлень від нафтогазової галузі України на протязі більше ніж 10 років на автоматизацію.

В процесі розробки фінансової стратегії враховуючи динаміку макроекономічних процесів, можливості диверсифікації діяльності підприємства та тенденції скорочення фінансових ринків, у цих умовах серійне виробництво дасть змогу лише підтримати підприємство. На виробництві використовують майже 90% імпоротної мікроелектроніки. Скоротити собівартість без високих втрат якості (не більше ніж 10%) можливо при кооперуванні та створення спільної власної мережі з ІНКОМ, може бути першим кроком у імпортозаміщенні. Це дозволить знизити імпорتنу складову на 7-8%. Внутрішня уніфікація виробничих процесів, дозволить знизити собівартість виробів, в залежності від обсягу серії від 12% до 48%.

Висновки. Підприємство може співпрацювати з нафтопереробною, хімічною, енергетичною промисловістю, це дасть змогу локалізувати виробництво в Україні, дозволить знизити ризики залежності від зовнішніх факторів у виготовленні продукції підприємств, підвищити конкурентну стійкість на внутрішньому та зовнішніх ринках. Для цього «ПАТ «НТК Електроприлад» необхідно використовувати тонку зважену спільну маркетингову політику. Вчасне реагування керуючої ланки та антикризова політика повинна будуватися на основі різностороннього врахування фінансових можливостей та об'єктивної оцінки зовнішніх та внутрішніх факторів, розробки нових напрямів розвитку, розподілення фінансових ресурсів між різними напрямками економічної діяльності, вибору найбільш оптимальних шляхів їх досягнення, що забезпечить фінансову стійкість підприємства.

Література

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент [Текст]: Учебный курс. – 2-ге вид., перероб и дооп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
2. Наливайко Анатолий Петрович. Теоретичні засади стратегії підприємства: Дис. д-ра екон. наук: 08.06.01 / Київський національний економічний ун-т. – К., 2002. – 373, 46 арк., табл. – Бібліогр.: арк. 359-372.
3. Красношапка В.В., Моргун О.В. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» журнал № 2 (2015): Фінансові стратегії у контексті антикризового управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1834> – Назва з екрана.
4. Телін С.В. Антикризове управління як одне з напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства / А.М. Ткаченко, С.В. Телін; Економічний вісник Донбасу, 2010. – № 3. – с. 122-124.

УДК 338.2

Тишкун В.С.
студент ФММ;
Ведуга Л.Л.
ст. викладач

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ОСНОВІ КОНТРОЛІНГУ

Розглянуто проблеми вдосконалення механізму управління підприємством на основі контролінгу. Показана потреба підприємств в інтегрованій методичній та інструментальній базі для підтримки основних функцій менеджменту і зведення управлінської інформації в єдине ціле. Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення управління підприємством.

Ключові слова: управління, контролінг, управлінський облік, координація, інформація, менеджмент, управління персоналом

Mechanismimprovementproblems of operatingont hebasis ofcontrolling were considered. The needs of enterprises inintegrated methodic and instrumental base for the support of basic control function and management data integration were shown. The results of researchescanbeusedforthepurpose of development of controlling theory and operating technology improvement.

Keywords: management, controlling, management accounting, coordination, information management, human resource management

Вступ. Сучасні умови функціонування господарюючих суб'єктів потребують удосконалення процесів управління на підприємстві. Насамперед це стосується оптимізації та упорядкування управлінських впливів на еконо-

мічну сферу, вибору альтернативних варіантів досягнення поставлених цілей. При цьому рівень оперативності, надійності обліку і контролю, якість аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства повинні бути настільки високі, що виникає необхідність у створенні єдиного інформаційно-го забезпечення цих функцій управління та їх інтеграції в єдину систему.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Одним з найважливіших напрямів в розвитку теорії та практики управління та вдосконалення організації планування, обліку, контролю та аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства є концепція контролінгу, реалізація якої дозволяє в потрібні терміни якісно надавати необхідну інформацію на різні рівні управління. Дане питання привертало до себе увагу багатьох науковців, серед яких Данілочкіна Н.Г., Мазур І.І., Шапіро В.Д., Майер Е., Піч Г., Шерм Е. У, Пяткіна Л. В., Й. Вебер, О.Є. Кузьмін, С.Н. Петренко, М.Г. Чумаченко та інші. Проте, до сьогоднішнього дня проблема реалізації концепції контролінгу є недостатньо вивченою, що призводить до необхідності подальших досліджень у цій сфері.

Постановка завдання. Метою даної роботи є представлення результатів досліджень, пов'язаних з питаннями впровадження концепції контролінгу для підвищення ефективності управління підприємством за допомогою, в тому числі, практичного використання наукових знань і досвіду персоналу підприємства, а також вдосконалення механізму управління підприємством на основі контролінгу.

Результати дослідження. Впровадження контролінгу в практику управління підприємствами пов'язано з низкою проблем. В першу чергу це неоднозначне тлумачення самого терміна «контролінг». Незважаючи на те що термін «контролінг» в 50-і роки зародився в США, в 70-і сформувався в Німеччині, а на початку 90-х з'явився в СНД вже в якості субдисципліни економіки підприємства, досі щодо його розуміння існує безліч самих різних думок. Одні трактують його як систему підтримки управлінських рішень [1, с. 41], інші – як систему збору інформації для підтримки процесу управління [2, с. 13], треті – як філософію і спосіб мислення [3, с. 5].

Причини подібного різноманіття, на наш погляд, полягають у наступному [4, с. 58]:

- історичні етапи розвитку контролінгу охоплюють досить тривалий період (з XV ст.), протягом якого пропонувалося кілька концепцій;
- власне поняття контролінгу еволюціонує з розвитком науки і техніки;
- автори різних тлумачень акцентують увагу на різних аспектах контролінгу;
- концепції розрізняються співвідношенням теоретичних обґрунтувань і прикладних досліджень.

Множинність визначень пояснюється також прихильністю різних авторів до різних наукових шкіл організаційного управління. Традиційно виділяють німецьку та американську школи. У Німеччині переважає наукове обґрунтування принципів і методів контролінгу, а в США і деяких європей-

ських країнах більша увага приділяється його інструментам та їх практичного застосування в різних ситуаціях.

До теперішнього часу сформувалися шість концепцій контролінгу (рис. 1). В рамках кожного підходу контролінг трактується по-різному, і більш пізні концепції розвивають попередні, акцентуючи увагу на різних аспектах.



Рис. 1. Еволюція концепцій контролінгу

Джерело: систематизовано авторами на основі [1]–[3]

Особливу складність у процесі впровадження контролінгу в промислове виробництво представляє змістовний розрив у розумінні контролінгу науковцями і практиками–управлінцями. Якщо в галузі науки контролінг концептуалізується як координатор всієї управлінської системи або гарант раціональності управління, то на багатьох підприємствах контролінгові служби займаються в основному тим, що виправляють грубі помилки в розрахунках внутрішньофірмових витрат та облік отриманих результатів (в силу цього контролерів іноді називають просто «рахівниками»).

Невідповідність між науковими дискусіями з даного питання і становленням контролінгу в практиці підприємств («контролінг – це те, що робить контролер») не дозволяє ефективно застосовувати на практиці системи управління діяльністю підприємств, які б відповідали сучасним вимогам. У зв'язку з цим необхідне переосмислення та розширення теоретичної та інструментальної бази таких основоположних функцій управління, як планування, контроль, облік і аналіз [4, с. 124].

Контролінг, на нашу думку, відрізняється єдністю двох взаємопов'язаних характеристик:

- контролінг як головна функція координації системи менеджменту з метою забезпечити дії, спрямовані на цільове управління [2, с. 31];
- контролінг як інформаційне забезпечення управління підприємством орієнтованого на результат [7, с. 138].

Іншими словами, аналіз наведених підходів до змісту контролінгу в контексті управління результатами роботи підприємства дозволяє глумачити контролінг як:

- функцію контролю (нагляду) за здійсненням функцій управління з метою координації системи менеджменту (функція координуючого контролю);
- метод інформаційного забезпечення управління результатами підприємницької діяльності.

Можливості контролінгу в здійсненні контролю за функціями управління з метою координації системи менеджменту на підприємстві забезпечуються завдяки створенню інформаційної системи підтримки прийняття управлінських рішень на базі даних, що надходять із структур підприємства. Ці інформаційні потоки забезпечують процеси планування і контролю, на яких базується управління за результатами. Джерелом отримання інформаційних ресурсів служить система кількісних показників, розроблених для постановки і вимірювання досягнення управлінських цілей [6, с. 140].

Необхідність застосування контролінгу в цілях управління результатами діяльності підприємства обумовлено потребою в координації і контролі, з одного боку, і необхідністю регламентації та формалізації управлінських процедур по досягненню заданих результатів – з іншого.

Варто відзначити відповідність менеджменту і контролінгу зважаючи на наявність координуючої складової у того й іншого, тоді як координація як міжбласна функція в рамках процесу управління була названа «сутністю менеджменту». Через розділення системи менеджменту на дві незалежні підсистеми – координацію і контролінг – зростає необхідність саме координації. Хоча деякі підсистеми менеджменту, подібні організації та плануванню, виконують спеціальні координуючі завдання щодо оперативної системи, залишається ще одне завдання координації всередині самої системи менеджменту як окремої системи менеджменту [1, с. 42].

На даному етапі координація ніяк не пов'язується з системою менеджменту в цілому, а адресується до оперативної систем. Більш того, зростаючі ускладнення і нестабільність навколишнього середовища підсилюють внутрішнє диференціювання системи менеджменту і потребу в об'єднуючій ролі координування. У цих умовах теорія контролінгу швидше неявно, ніж явно, говорить про те, що класичні інструменти координації (ієрархія, планування, програмне управління та персональне лідерство) не здатні забезпечити необхідний результат. Отже, виникає проблема внутрішньої координації системи менеджменту, яку і покликаний вирішувати контролінг за допомогою своєї інструментальної та методичної бази. Його завдання здійснювати контроль (нагляд) за виконанням функцій управління з метою координації системи менеджменту та ув'язки інформаційних потоків окремих структур підприємства в єдине ціле. У даному контексті контролінг може розумітися як функція координуючого контролю, заснованого на методі інформаційного забезпечення управління за результатами [3, с. 7].

В рамках реалізації методики контролінгу потрібний комплексний підхід до визначення джерел інформаційних ресурсів. Основним джерелом даних у системі контролінгу служить внутрішня облікова інформація, сформована в рамках фінансового та (або) управлінського обліку.

Облікова інформація як основний інструмент контролінгу повинна містити, насамперед, фактичні дані про витрати та обсяги обороту за видами продукції на базову дату. Ці дані, в поєднанні з передбачуваними характеристиками інтенсивності їх вимірювання, використовуються як основа для розрахунку цільових планових показників витрат і обсягів обороту на планові дати. У ході контролінгу проводяться контрольні заходи – фактичні значення показників зіставляються з плановими завданнями [6, с. 145]. На основі аналізу виявлених відхилень розробляються пропозиції про доцільність запровадження корегуючих заходів. Крім того, одним з найбільш ефективних методів впровадження управлінських технологій є поетапна зміна інформаційних і керуючих потоків підприємства. Його застосування означає послідовне проведення ряду кроків, ефективність кожного з яких можна оцінити відразу після його здійснення.

Висновки. Формування механізму інформаційно-аналітичної підтримки управління результатами діяльності підприємства, регламентація і формалізація (модельювання) управлінських процедур по досягненню результатів покладається на контролінг, який являє собою функцію контролю (нагляду) за здійсненням функцій управління. У методичному аспекті роль і місце контролінгу в системі управління результатами полягає у визначенні системи кількісних показників, використовуваних для опису цілей у процесі їх постановки і фіксації, вимірювання та оцінки їх досягнення.

Таким чином, проблеми вдосконалення механізму управління підприємством на основі контролінгу характеризуються потребою в інтегрованій методичній та інструментальній базі для підтримки основних функцій менеджменту – планування, контролю, обліку та аналізу, координації різних аспектів управління бізнес-процесами і необхідністю ув'язки управлінської інформації в єдине ціле.

Література

1. Калайтан Т. В. Контролінг: проблеми термінології / Т. В. Калайтан // Вісник Львівської комерційної академії. – 2011. – № 30. – С. 40–44.
2. Яковлев Ю.П. Контролінг на базі інформаційних технологій : навч. пос. / Яковлев Ю.П. –К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 318 с.
3. Чумаченко М. Г. Контролінг у дію / М.Г. Чумаченко // Економіка та держава. – 2007. – № 11. – С. 4–8.
4. Давидович І.С. Контролінг: навч. посіб. / І. С. Давидович – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 552 с.
5. Підлипна Р.П. Стратегічне планування та контроль у системі контролінгу на підприємстві / Р.П. Підлипна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.2 – С. 255–261.
6. Терещенко О. О. Поняття “контролінг” та “управлінський облік” у теорії і практиці / О. О. Терещенко // Фінанси України. – 2013. – № 8. – С. 137–146.

7. Морозов Д.М. Сучасна концепція контролінгу в контексті корегування фінансових планів / Д. М. Морозов // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – 11(53). – С. 136–148.

УДК 658.012.4:621

Тупкало В.М.
д.т.н., професор;
Вальчук Т.Л.
к.т.н., доцент

Державний університет телекомунікацій, м. Київ

ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ЩОДО СТВОРЕННЯ МЕХАНІЗМУ КОНТРОЛІНГУ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У даній статті викладений напрямок вирішення науково-практичної проблеми розробки методології механізму контролінгу економічної стійкості провесно-орієнтованого підприємства на засадах комплексного процесно-орієнтованого підходу створення бізнес-цінності підприємства.

Ключові слова: контролінг, економічна стійкість, системний підхід, провесно-орієнтоване управління.

In this article the direction of solving scientific-practical problems of development methodologies mechanism controlling economic sustainability process-based on the principles of integrated process-oriented approach creating business-enterprise value.

Keywords: controlling, economic stability, systematic approach, process-oriented management.

Вступ. Конкурентна боротьба на світовому ринку телекомунікацій загострила проблему забезпечення економічної стійкості вітчизняних телекомунікаційних підприємств, що зумовила необхідність пошуку та розробки ефективних механізмів застосування контролінгу, як складової системи управління процесом досягнення кінцевих цілей і результатів бізнес діяльності компанії, тобто в економічному відношенні, з деякою часткою умовності, як систему управління прибутком підприємства. Вирішення цієї проблеми, на наш погляд, доцільно здійснювати через формування комплексного провесно-орієнтованого механізму контролінгу економічної стійкості на засадах концепції створення бізнес-цінності телекомунікаційного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним, методологічним і практичним аспектам впровадження контролінгового механізму економічної стійкості підприємств різних видів бізнес діяльності присвячено багато наукових праць як вітчизняних [1,2,3] так і зарубіжних [4,5] вчених. Їх робо-

ти, як правило, присвячені аналізу і визначенню методологічної сутності поняття «контролінг». При цьому відомі результати дослідження з контролінгу та його методів і засобів носять або узагальнюючий характер, або ж навпаки – розглядають специфіку контролінгу окремої галузі виробництва.

Постановка завдання. Метою статті є викладення авторського бачення вирішення науково-практичної проблеми розробки методології механізму контролінгу економічної стійкості провесно-орієнтованого підприємства на засадах комплексного провесно-орієнтованого підходу створення управлінської цінності по вертикалі менеджменту та технологічній горизонталі ланцюжка створення споживчої цінності підприємства з подальшим формуванням і постійною актуалізацією бази знань про систему менеджменту підприємства згідно концепції вимог нової версії міжнародного стандарту ISO 9001: 2015 щодо якості системи менеджменту.

Результати дослідження. Виходячи з аналізу відомих результатів наукових досліджень в області методології контролінгу, пропонується в якості методологічної основи розробки механізму провесно-орієнтованого контролінгу економічної стійкості підприємства обрати концепцію створення цінності бізнесу підприємства не в одній, як по відомій ідеї М. Портера («Ланцюжок створення вартості компанії» [6]), а в системній зв'язці з чотирьох ланцюжків цінності (рис.1):

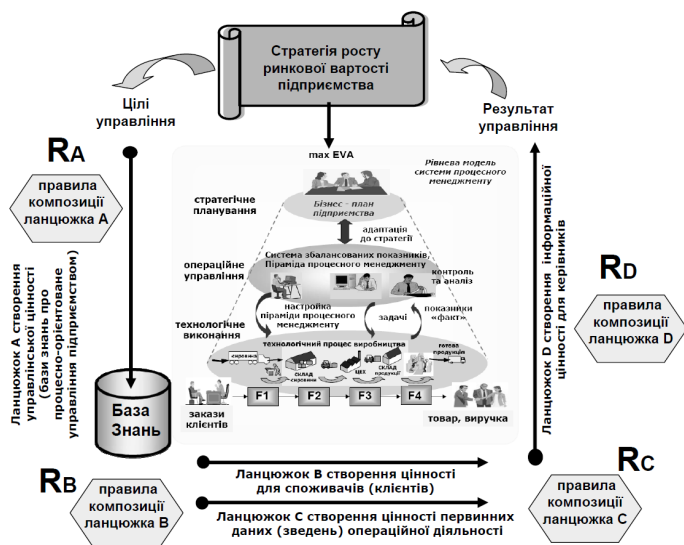


Рис.1. Система створення ланцюжків цінностей підприємства
Джерело: складено авторами на основі [6]

- ланцюжка створення управлінської цінності підприємства (бази знань про провесно-орієнтоване управління на стратегічному (TOP – management) і операційному рівнях (Middle -, Down – management) даного підприємства);

- технологічного ланцюжка створення споживчої цінності;
- ланцюжка створення цінності первинних даних (зведень, звітів) в технологічному ланцюжку створення споживчої цінності;
- ланцюжка створення управлінської інформаційної цінності для керівників підприємства згідно піраміді процесного менеджменту.

Ланцюжок А. Сутність ланцюжка А створення управлінської цінності підприємства відображає послідовність (технологію) рішення задачі відображення дерева бізнес-цілей підприємства у провесно-орієнтовану організаційну структуру управління підприємством згідно запропонованої авторської моделі відображення «структура слідує за стратегією» та базової множини R_A правил композиції цього ланцюжка, внаслідок чого створюється цінність для управлінського персоналу підприємства як постійно актуалізована база знань про організацію системи менеджменту даним провесно-орієнтованим підприємством на стратегічному і операційному управлінському рівнях. При цьому задачу контролінгу пропонується звести до реалізації відповідного процесу щодо об'єктивного контролю за встановленими ключовими показниками контролінгу якості і своєчасної актуалізації контенту бази знань менеджменту.

Ланцюжок В. Суть ланцюжка В створення цінності для споживачів підприємства відображає взаємодію (відповідну модель) за встановленою базовою множиною R_B правил композиції цього ланцюжка всіх видів операційної (технологічної) діяльності підприємства (базові бізнес-функції F_i технологічних бізнес-процесів ланцюжка), що вносять свій внесок до створення споживчої цінності для кінцевого споживача цільового ринку підприємства. При цьому задачу контролінгу пропонується звести до реалізації відповідного процесу об'єктивного контролю за встановленими ключовими показниками контролінгу якості всіх видів операційної (технологічної) діяльності підприємства (базові бізнес-функції F_i технологічних бізнес-процесів ланцюжка), що вносять свій внесок до створення споживчої цінності для кінцевого споживача цільового ринку підприємства. При цьому задача контролінгу пропонується звести до реалізації відповідної системи бізнес-процесів об'єктивного контролю за встановленими ключовими показниками контролінгу якості протікання системи бізнес-процесів всіх видів операційної діяльності підприємства за встановленим критерієм (генеральна бізнес-ціль / інтегрований показник досяжності цілі) максимізації прибутковості бізнесу підприємства.

Ланцюжок С. створення цінності первинних даних (зведень) операційної діяльності для керівників підприємства за встановленою базовою множиною R_C правил композиції цього ланцюжка пропонується визначити

як кортеж дій (технологічний процес) з документального відображення господарських операцій (бухгалтерський і управлінський облік) в кортежі технологічних бізнес-процесів ланцюжка В створення цінності для споживачів підприємства згідно прийнятої на підприємстві політики бухгалтерського і управлінського обліку. При цьому задачу контролінгу пропонується звести до реалізації відповідного процесу об'єктивного контролю за встановленими ключовими показниками контролінгу якості (повноти, достовірності, своєчасності тощо) формування первинних даних (зведень) операційної діяльності в технологічних процесах всіх видів операційної (технологічної) діяльності підприємства (ланцюжка В).

Ланцюжок D створення управлінської інформаційної цінності для керівників підприємства за встановленою базовою множиною R_D правил композиції цього ланцюжка пропонується визначити як кортеж дій зі збору, обробки і документального відображення інформації для центрів ухвалення управлінських рішень по всій піраміді процесного менеджменту підприємства, використовуючи первинні дані (зведення) операційної діяльності, які формуються у ланцюжку С. При цьому задачу контролінгу пропонується звести до реалізації відповідного процесу щодо об'єктивного контролю за встановленими ключовими показниками контролінгу якості (повноти, достовірності, своєчасності тощо) формування управлінської інформації в управлінських бізнес-процесах по всій піраміді процесного менеджменту підприємства.

Виходячи з вищезазначеного, у якості основи створення механізму контролінгу економічної стійкості підприємства в контексті задачі формування його бази знань про організацію системи менеджменту пропонується обрати комплексну бізнес-модель синтезу системи процесно-орієнтованого управління підприємством [7], яка представлена на рис.2.

У даній комплексній моделі процесний аспект формування механізму контролінгу безпосередньо зводиться до розробки чотирьох моделей: моделі піраміді процесного менеджменту, моделі ланцюжків створення цінності для внутрішніх споживачів підприємства і його зовнішніх (цільових) клієнтів, моделі управлінських бізнес-процесів (УБП) в їх системному управлінському сенсі взаємодії, моделі технологічних бізнес-процесів (ТБП).

Висновки. Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що запропонований методологічний підхід до розробки методології механізму контролінгу економічної стійкості процесно-орієнтованого підприємства ґрунтується на концепції (моделі) системи причинно-наслідкових зв'язків ланцюжків створення бізнес-цінності підприємства як по вертикалі менеджменту, так і горизонталі ланцюжка створення споживчої цінності підприємства. Це дає можливість забезпечити високу ймовірність своєчасного виявлення джерел бізнес-ризиків, які впливають на економічну стійкість підприємства. Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є питання, пов'язані з розробкою моделі ризик-менеджменту процесно-орієнтованого підприємства.

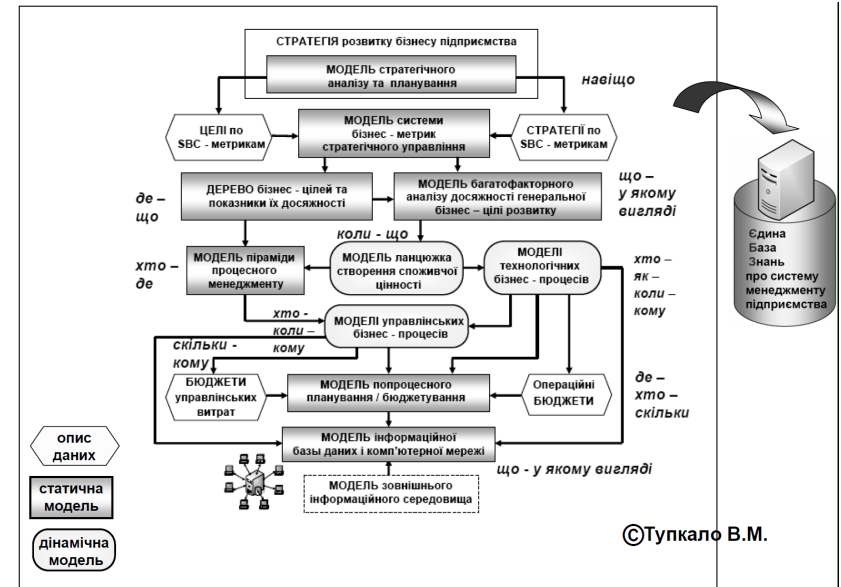


Рис.2. Комплексна бізнес-модель синтезу системи процесно-орієнтованого управління підприємством

Література

1. Ареф'єва О. В., Дякон Л. Л. Механізми контролінгу бізнес-процесів промислових підприємств / Е. В. Ареф'єва, Л.Л.Дякон: Монографія. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, – 2008. – 92 с.
2. Дубинская Е. С. Анализ современных моделей и методик прогнозирования кризисного состояния предприятия / Е.С. Дубинская // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2009. – №2 (16). – С. 84-89.
3. Петренко, С.Н. Контроллинг / С.Н. Петренко. – К.: Эльга; Ника-Центр, 2004. – 205 с.
4. Гусева И. Б. Контроллинг в системе управления предприятием. – Н. Новгород : РИО НГТУ, 2007. – 245 с.
5. Ходасевич Т.Г. Теоретические аспекты контроллинга: История возникновения / Т.Г.Ходасевич //Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2004. – N 4. – С. 105-107.
6. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость/ пер. с англ. Е.Калининой. – М.: «Альпина Паблишер», 2005. – 720с.
7. Тупкало С.В. Модель системи процесного управління підприємством та мова її описання / С.В.Тупкало // Формування ринкової економіки. – 2011. – №25 – С.539 – 547.

Чорний В.В.

асистент;

Сяч О.О.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

АНАЛІЗ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В ОСТАННІ РОКИ ТА ОСНОВНІ ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

У статті здійснено аналіз зміни рентабельності підприємств в Україні за останні роки та розглянуто чинники, що спричинили ці зміни. Визначено найбільш збиткові галузі підприємств та запропоновано пріоритетні шляхи підвищення рентабельності на цих підприємствах з урахуванням сучасного стану економіки України.

Ключові слова: рентабельність, прибуток, витрати, підприємство, операційна діяльність підприємств, рентабельність виробництва, прибутковість підприємства.

The article carries out the analysis of changes in profitability of Ukraine in recent years and considers the factors that caused these changes. The most detrimental industries are determined and it is suggested the priority ways to improve profitability of these enterprises considered the current state of the economy in Ukraine.

Keywords: profitability, revenue, expenses, the company operating business activity, profitability, profitability of the company.

Вступ. Оцінка ефективності функціонування підприємств є важливим показником, що дає змогу проаналізувати, в які з них доцільно вкладати кошти та розвивати в подальшому, а в яких необхідно здійснити певні зміни, щоб підвищити їх конкурентоспроможність і прибутковість. Для оцінювання ефективності діяльності підприємств використовуються різноманітні показники, такі як обсяги виготовленої та реалізованої продукції, величина прибутку, розміри інвестицій тощо. Поряд з ними застосовується також показник рентабельності підприємства, який більш комплексно відображає результати діяльності, оскільки включає в себе не тільки доходи, а й витрати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До питання рентабельності підприємства зверталися такі науковці: Короткевич О. В., Тітов М.В., Шарова А. В., Мазаракі А. А., Бугуцький О. А. та інші. Праці цих вчених стали методологічною та теоретичною основою проведеного дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз останніх статистичних показників рентабельності підприємств в Україні по галузям та визначення тих, які є найбільш збитковими. В статті досліджується сутність рентабельності та основні напрямки її підвищення для підприємств України в сучасних умовах.

Результати дослідження. Рентабельність – це співвідношення прибутку з понесеними витратами (один із основних показників ефективності діяльності суб'єктів господарювання різних форм власності, який характеризує інтенсивність їх роботи) [1, с. 223]. Вона означає прибутковість підприємства і визначається шляхом зіставлення прибутку або валового доходу з витратами або неживаними ресурсами. Це відносний показник, який вимірюється у відсотках.

Показники рентабельності більш повно, ніж прибуток, відображають остаточні результати господарської діяльності підприємства. Вони характеризують ефективність роботи підприємства в цілому, прибутковість різних напрямів діяльності. Саме тому їх значно доцільніше використовувати для аналізу сучасного стану та тенденцій функціонування підприємств.

Але при цьому рентабельність підприємства напряму залежить від його прибутку. Для одержання максимального прибутку підприємство повинне найбільш повно використовувати ресурси, що знаходяться в його розпорядженні. Збільшення випуску знижує витрати на одиницю продукції, тобто витрати на її виготовлення в розрахунку на одиницю продукції знижуються, а отже, знижується собівартість, що в остаточному підсумку веде до збільшення прибутку від реалізації продукції [2].

Показники рентабельності можливо об'єднати у декілька груп:

- показники, що характеризують окупність витрат виробництва та інвестиційних проектів;
- показники, що характеризують прибутковість продажів;
- показники, що характеризують прибутковість капіталу та його частин.

Всі показники можуть розраховуватись на основі балансового прибутку, прибутку від реалізації продукції та чистого прибутку.

Залежно від рівня економічного розвитку країни, спрямованості економіки в цілому, смаків та вподобань споживачів, що купують ті чи інші товари та послуги, ступеня залучення інвестицій та багатьох інших факторів складаються певні закономірності у рентабельності діяльності підприємств. Так, серед видів економічної діяльності найвищий рівень рентабельності мають підприємства, що займаються фінансовою діяльністю (73,0%), а також підприємства торгівлі, з ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку (19,6%), в тому числі підприємства торгівлі автомобілями та мотоциклами, їх технічне обслуговування та ремонт (26,8%) [3].

Проаналізуємо останню статистику рентабельності підприємств (за 2014 рік), беручи до уваги такі показники як результат та витрати операційної діяльності підприємства. Результати наведені у таблиці 1.

У 2014 році найменшу рентабельність мали підприємства професійної, наукової та технічної діяльності (-37,8%), у них було залучено багато коштів, але прибуток виявився найменшим з усіх видів діяльності. Найбільш рентабельною галуззю в Україні за останній час є освіта (18,9%).

Рентабельність операційної діяльності великих та середніх підприємств за січень-вересень 2014 року (млн. грн.)

	Результат від операційної діяльності	Витрати операційної діяльності	Рівень рентабельності (збитковості), %
Усього	-34750,9	1754985,0	-2,0
сільське, лісове та рибне господарство	-619,8	8360,6	-7,4
промисловість	34897,7	1045832,8	3,3
будівництво	-1694,5	47451,9	-3,6
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	-7770,1	202208,7	-3,8
транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність	3292,4	137284,6	2,4
тимчасове розміщування й організація харчування	-3005,4	10412,0	-28,9
інформація та телекомунікації	771,4	51868,5	1,5
фінансова та страхова діяльність	-1805,5	56644,7	-3,2
операції з нерухомим майном	-7473,5	29637,8	-25,2
професійна, наукова та технічна діяльність	-47674,9	126004,5	-37,8
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-2602,1	20005,8	-13,0
освіта	79,2	418,4	18,9
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	-62,1	3803,2	-1,6
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-938,5	13975,5	-7,0
надання інших видів послуг	-100,2	976,0	-10,3

Джерело: складено авторами на основі [4]

Однак, порівняно з попередніми роками, загальна рентабельність підприємств в Україні зменшилась. Після кризи в 2008 році, що значно вплинула на діяльність економічних суб'єктів, а також в умовах сучасної політичної та економічної кризи, підприємства отримують значно менші обсяги прибутку, ніж раніше.

Багато підприємств зачинаються, зменшуються інвестиції та капіталовкладення, зокрема з-за кордону, росте інфляція, що чинить вплив на попит на різноманітні товари та послуги. Ці та багато інших процесів негативно відображаються на загальних доходах підприємств, що призводить до зменшення їх рентабельності. Це відображено у таблиці 2, де наведено рівень рентабельності підприємств по галузям за останні п'ять років.

Таблиця 2

Рентабельність операційної діяльності підприємств за видами економічної діяльності за 2010-2014 роки

	Рівень рентабельності (збитковості), %				
	2010	2011	2012	2013	2014
Усього	4,0	5,9	5,0	3,9	-2,0
сільське, лісове та рибне господарство	22,9	23,2	21,7	11,3	-7,4
промисловість	3,5	4,7	3,4	3,0	3,3
будівництво	-1,5	0,2	-0,1	0,0	-3,6
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	9,8	15,0	12,2	10,2	-3,8
транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність	5,6	6,1	5,4	3,5	2,4
тимчасове розміщування й організація харчування	-1,8	-0,1	-1,1	-2,8	-28,9
інформація та телекомунікації	7,4	7,6	10,5	11,8	1,5
фінансова та страхова діяльність	3,5	6,2	6,1	5,9	-3,2
операції з нерухомим майном	0,3	-3,6	2,8	3,1	-25,2
професійна, наукова та технічна діяльність	-6,6	0,5	0,3	-1,3	-37,8
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-3,3	-2,7	-2,9	-2,5	-13,0
освіта	4,9	7,4	8,2	8,4	18,9
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4,0	2,6	2,7	3,1	-1,6
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-26,9	-24,4	-17,6	-8,0	-7,0
надання інших видів послуг	4,3	3,1	2,6	-0,9	-10,3

Джерело: складено авторами на основі [4, 5, с. 74]

Так, у 2011 році порівняно з 2010 зріс загальний рівень рентабельності підприємств (на 1,9%), а от починаючи з 2011 року почався спад цього показника і у 2014 році він досягнув від'ємного значення (-2,0%).

Найбільш збитковими галузями підприємств є професійна, наукова та технічна діяльність, операції з нерухомим майном, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування, тимчасове розміщування й організація харчування. І якщо у випадку з операціями з нерухомим майном це пояснюється значним зниженням попиту на нерухомість в умовах кризи 2014 року, то інші галузі є нерентабельними вже протягом останніх п'яти років. Це свідчить про необхідність проведення змін у підприємствах даних галузей.

Для підвищення рентабельності підприємства необхідно в першу чергу збільшувати прибуток, а цього можна досягти наступними шляхами:

- зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції, тобто знижувати її собівартість;
- максимально використовувати ресурси та потенціал підприємства;
- нарощувати обсяги виробництва та реалізації продукції.

Також до шляхів підвищення рентабельності підприємства можна віднести:

- покращення маркетингу, пов'язане з коригуванням стратегії і тактики маркетингу;
- усунення каналів втрати прибутку (виплата різних штрафів, неустойок);
- підвищення оптових або інших відпускних цін на продукцію, але так, щоб ці ціни відповідали якості продукції тощо [6].

Для підвищення рентабельності підприємств професійної, наукової та технічної діяльності необхідно впроваджувати інновації та розробки, а також підкріплювати їх інвестиціями. Інвестори повинні бути зацікавлені у наданні коштів, тому нові наукові та технічні розробки повинні бути конкурентоспроможними на ринку.

Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування включає в себе оренду, прокат та лізинг, діяльність туристичних агентств та туристичних операторів, обслуговування будинків і територій тощо. Для підвищення рентабельності цих підприємств потрібно збільшувати попит на товари та послуги, що надаються ними шляхом підвищення їх якості або розширення асортименту та зацікавленням споживачів у продукції (проведенням рекламної кампанії та різноманітними акціями) тощо.

Висновки. Рентабельність як показник ефективності функціонування підприємства дає уявлення про розмір прибутку, отриманого шляхом реалізації товарів та послуг або в результаті іншої діяльності, що приносить дохід по відношенню до витрат на виготовлення цих товарів та послуг. Проведений аналіз показників рентабельності підприємств України за останні п'ять років показує, що наразі підприємства усіх галузей переживають спад, зумовлений негативним впливом кризових явищ на економіку. Для підвищення прибутковості підприємств необхідно в першу чергу врегулювати економічну ситуацію в країні шляхом законодавчих реформ, а потім звертатися до основних шляхів, що допоможуть збільшити прибуток, наприклад, зменшення собівартості виробництва, більш повного використання наявних ресурсів підприємства, залучення інвесторів, підвищення попиту на продукцію та її конкурентоспроможності на ринку.

Література

1. Непочатенко Олена Олександрівна. Фінанси підприємств: підручник / О.О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 504 с.
2. Тітов М. В. Моделювання ефективності використання активів підприємства на основі методології розв'язання зворотних задач. // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №11. – с. 32-41.
3. Короткевич Ольга Василівна. Рентабельність господарської діяльності підприємств // Економіка і прогнозування. – 2008. – №3. – с. 61-69
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Діяльність суб'єктів господарювання за 2013 рік: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 474 с.
6. Васильов В. В. Шляхи підвищення результативності українських підприємств // Фондовий ринок. – 2007. – №12. – С. 11-14.

УДК 658.013

Чулкова О. О.
студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

У статті розглянуті проблеми адаптивного управління сучасним підприємством, проаналізовано необхідність формування управлінської політики забезпечення адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища, обґрунтовано базові методологічні принципи побудови системи адаптивного управління підприємством.

Ключові слова: нестабільність зовнішнього середовища, адаптація, адаптивне управління підприємством, фактори зовнішнього середовища, адаптивна стратегія.

The article deals with the problem of adaptive management of modern enterprise, analyzed the necessity of forming policies for enterprise adaptation to environmental conditions, basic methodological principles of adaptive enterprise management system considered.

Keywords: instability of the environment, adaptation, adaptive enterprise management, environmental factors, adaptive strategy.

Вступ. Визначальною особливістю ринкової економічної системи є нестабільність, яка може мати різну природу і обумовлюватися цілим комплексом чинників. Відображаючи об'єктивні закономірності розвитку економічної системи, нестабільність суттєво ускладнює діяльність підприємств, дезорієнтує у виборі стратегічних пріоритетів, обґрунтуванні моделей управлінської політики, підходів до її формування і реалізації.

В умовах відсутності повноцінних інститутів ринку, нестабільність середовища несе значно більші реальні та потенційні загрози для ефективного і конкурентоспроможного розвитку підприємств. Зазначена особливість яскраво відрізняє економічну систему України. Протягом багатьох років середовище діяльності підприємств тут характеризується складністю та значною невизначеністю, про що свідчать різні міжнародні рейтинги, – зокрема рейтинг глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму та рейтинг Doing Business. Причиною такої ситуації є абсолютно неадекватна, непослідовна та непередбачувана політика держави як суб'єкта регулювання. Відтак, все більшою актуальністю набувають завдання пошуку моделей адаптивного управління підприємствами, які б дозволяли ефективно протистояти впливові зовнішніх дестабілізуючих факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми адаптації підприємств до умов зовнішнього середовища широко висвітлюються у працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема значний доробок у даній сфері належить А.А. Богдановій, О.О. Кравченко, М.В. Мельніковій, П. Друкеру, А. Чандлеру, П. Сенге, Ф. Котлеру, І. Ансоффу та багатьом іншим. Науковцями комплексно та ґрунтовно розкрито сутність адаптивного управління, підходи до побудови адаптивних управлінських систем, запропоновано критерії оцінки ефективності їх реалізації тощо. Однак, певною мірою поза увагою залишаються окремі аспекти забезпечення адаптації підприємств саме в умовах значного потенціалу макроекономічної нестабільності.

Постановка завдання. Розглянути особливості адаптивного управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища, обґрунтувати загальні методологічні принципи формування моделей адаптації з урахуванням реальних та потенційних загроз середовища підприємств у даний час.

Результати дослідження. Діяльність будь-якого підприємства визначається специфікою зовнішнього середовища, яке являє собою складну соціально-економічну систему і формується під впливом комплексу чинників. Дуже часто зовнішнє середовище характеризують специфікою міжфакторних взаємозв'язків, складністю, динамічністю, невизначеністю тощо. Саме здатність керівництва та менеджерів оптимізувати внутрішньоресурсний потенціал підприємства відповідно до зовнішніх параметрів і визначає його ефективність та конкурентоспроможність протягом визначеного періоду часу. Реалізація вказаного завдання в практичній площині неможлива без побудови відповідного організаційно-управлінського механізму, який би раціонально інтегрував усію сукупність управлінських підсистем і дозволяв підлаштовуватися під умови, що змінюються, тобто адаптуватися. Гнучкість, адаптивність є визначальними передумовами конкурентоспроможного розвитку сучасного підприємства.

Актуальність зазначених проблем для вітчизняних підприємств очевидна. Аналіз рейтингу Глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму [10] дає підстави стверджувати про наявність

цілого комплексу чинників, які ускладнюють їх ефективну діяльність. Це в першу чергу стосується таких складових індексу як макроекономічна стабільність, інститути та розвиненість фінансового ринку. У рейтингу Doing Business [10], який відображає регуляторні, фінансові та ринкові обмеження, що ускладнюють або сприяють веденню бізнесу в країні, Україна суттєво відстає від постсоціалістичних країн. Так, згідно з рейтингом Doing Business 2013 країна займала 137 позицію, при цьому Казахстан – 49, Білорусь – 58, Азербайджан – 67, Грузія – 9. Досягнення в останній рік певних позитивних зрушень у даному рейтингу принципового значення не має.

Умови господарської діяльності в Україні значно ускладнені через неформованість повноцінної моделі ринкової економіки та суперечливість політики ринкових перетворень протягом багатьох років. В останній час ситуація набула критичного характеру у зв'язку з посиленням макроекономічної нестабільності та загостренням військово-політичної ситуації. Відтак, прогнозувати можливі зміни кон'юнктури ринків та розробляти ефективні стратегії виявилось практично неможливо. Виникла об'єктивна необхідність орієнтуватися на пасивну модель управлінської політики, яка звісно ж пов'язана з недовикористанням ресурсного потенціалу, однак забезпечує певною мірою від впливу можливих загроз. Однак, виходячи з необхідності стратегічної орієнтації будь-якого підприємства, об'єктом особливої уваги має стати пошук моделі ефективного адаптації.

У науковій літературі наводяться різні підходи до визначення сутності поняття «адаптація підприємства» [2; 6; 9]. Науковці розглядають адаптацію з точки зору ефективності функціонування підприємства, економічної безпеки, з точки зору стратегічної стійкості [1; 6]. Найчастіше сутність адаптації трактують як процес пристосування підприємства до зовнішніх мінливих умов, що включає в себе систему організаційно-економічних та соціальних регуляторів і має на меті забезпечення стійкості функціонування організації у довгостроковій перспективі [6].

Адаптація суб'єктів господарювання – це пристосування їх параметрів до невизначених умов зовнішнього середовища, яке забезпечує підвищення ефективності функціонування на протязі усього життєвого циклу. Поряд із цим поняттям існує поняття адаптивного управління, – передбачає управління у середовищі з неповною інформацією, у процесі, який змінюється при накопиченні нових даних для збереження цілісності системи [2; 4].

Адаптивне управління – вибір оптимального способу досягнення цілі, це спосіб управління, при якому цільові показники залишаються незмінними, а поточні, короткострокові і середньострокові плани і бюджети можуть бути скориговані за наявності відхилень. Метою адаптивного управління є отримання та аналіз інформації, що надходить, і вироблення на її основі альтернатив розвитку підприємства. Головне завдання, – збереження стабільного розвитку в умовах змін зовнішнього середовища.

Адаптація може бути спрямована на пристосування зовнішнього середовища до потреб підприємства. Така адаптація називається зовнішньою. Властивість системи пристосовуватися до змін навколишнього середовища шляхом зміни характеристик внутрішнього середовища називається внутрішньою адаптацією. Деякі автори зовнішню адаптацію називають активною, а внутрішню – пасивною [1, с. 24].

Розглядаючи адаптацію підприємства з точки зору реалізації конкурентних переваг у [9] пропонується виділити такі її види: адаптація до дій конкурентів; адаптація до впливу держави; адаптація до зміни попиту на продукцію; адаптація до дій постачальників; адаптація до змін ринків збуту. При цьому, реалізація зазначених напрямів адаптації в частині підвищення конкурентоспроможності підприємства може здійснюватися за такими секторами діяльності: структурно-фондовим, науково-технічним, якісним, експлуатаційним, ресурсозберігаючими, економічним та організаційно-управлінським.

У [6] акцентується увага на тому, що адаптація, як і будь-який інший управлінський процес має свою логіку, – мету, завдання, принципи, види, моделі поведінки та інструменти. Так, мета адаптації розглядається з точки зору забезпечення виживання та ефективного функціонування підприємства в умовах зовнішнього мінливого середовища, досягнення стратегічної стійкості. Що стосується моделей адаптивної поведінки, то автором виділяється лише три: активна, – адаптація до нововведень, змішана, – адаптація до зміни кон'юнктури ринку, консервативна, – адаптація до соціально-культурних і політико-правових умов. В якості інструментів пропонується реструктуризація, реінжиніринг, управління на основі імпульсів, модернізація, управління «за слабкими сигналами». Зазначена автором структура механізму адаптації більшою мірою відповідає умовам повноцінного ринку. Якщо ж зважати на специфіку середовища діяльності вітчизняних підприємств, то моделі адаптивної поведінки слід доповнювати, так само як і інструментарій. Основою їх розроблення має бути змішана модель, яка допускає певний вибір варіанту поведінки залежно від виду, інтенсивності впливу факторів середовища.

Багато науковців характеризують адаптивність об'єкту такими характеристиками як стійкість та гнучкість [8]. Стійкість – це здатність системи ефективно функціонувати в умовах зовнішнього впливу і внутрішніх збурень. Під гнучкістю розуміють властивість підприємства переходити, в результаті впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, з одного робочого стану в інший, з оптимальними затратами ресурсів і часу [6, с. 65].

У загальному вигляді сутність адаптаційної стратегії, як правило, полягає в проведенні часткових, незначних змін в межах підприємства, що дозволяє удосконалити раніше освоєні продукти і технологічні процеси та ринки. Варто також відзначити, що основна принципова відмінність адаптивної стратегії від інших полягає в її готовності до змін внутрішнього і зовнішнього середовища у вигляді готового набору можливих варіантів поведінки.

До основних елементів адаптивного управління слід віднести внутрішні змінні підприємства, що формують його потенціал і дозволяють оцінити адаптаційні можливості «виживання» та адаптаційні можливості розвитку [2]. Внутрішні змінні звичайно називають соціотехнічними підсистемами, тому що вони мають соціальний і технічний компоненти. Функції системи адаптивного управління безпосередньо пов'язані з базовими, такими як, прогнозування і планування; організація роботи; активізація і стимулювання; координація і регулювання; контроль, облік і аналіз. У [3], де розглядаються окремі аспекти побудови організаційно-економічного механізму адаптації підприємства, виділяються такі його функції: збір інформації про стан середовища та функціонуванні підприємства, аналіз та виявлення змін середовища, побудова моделей можливих ситуацій, побудова моделей функціонування об'єкта в можливих ситуаціях, вибір цільової ситуації, формулювання комплексу заходів досягнення цільової ситуації (адаптації), реалізація заходів з адаптації підприємства, контроль і оцінка результатів адаптації.

Формування адаптивної стратегії підприємства потребує комплексної оцінки середовища його діяльності. При цьому до уваги слід брати динамічний характер чинників, відтак відомі методи стратегічного аналізу, такі як PEST-аналіз, SWOT-аналіз, метод SPACE та інші не даватимуть вичерпної інформації. При усіх недоліках, подібні оцінки мають базуватися на експертних судженнях, що звичайно ж і відображає складність їх здійснення. З цією метою можна використовувати методіку І. Ансофа, Р. Дункана. Саме остання базується на проведенні експертних оцінок. Разом з тим, вибір методіки залежить від специфіки середовища, природи його нестабільності, тенденцій змін, потенціалу загроз, їх взаємообумовленості та взаємозалежності.

Адаптивна стратегія підприємства повинна поєднувати кілька варіантів розвитку, враховувати особливості вітчизняної макроекономічної ситуації, стан галузі, регіональне оточення підприємства і внутрішній потенціал. В цілому, вибір правильної стратегії вже сам по собі представляє форму адаптації підприємства до можливих негативних факторів зовнішнього середовища.

Реалізація адаптивної стратегії як комплексу технічних, організаційних, інформаційних, правових та управлінських структурних заходів управління дозволяє утримувати організацію на шляху сталого розвитку, адекватно і швидко реагуючи на стан і зміни зовнішнього середовища, забезпечуючи оперативну перебудову діяльності всіх структурних одиниць.

Адаптивна стратегія повинна бути гнучкою і передбачати необхідні резерви і можливості перерозподілу ресурсів у разі відхилень фактичних параметрів діяльності підприємства від планових [7, с.51–59]. Відтак вона завжди певною мірою пов'язана з додатковими витратами, з недовикористанням ресурсів організації, потенціалу в цілому. Саме тому, формуючи стратегію, необхідно орієнтуватися на досягнення балансу інтересів між пріоритетами безпеки підприємства та рівнем використання ресурсного потенціалу. Зазначений аспект суттєво ускладнює пошук відповідної моде-

лі адаптації, обґрунтування механізму його реалізації, потребує часто нестандартних підходів до розроблення тих чи інших рішень.

Безумовно, адаптація є складним процесом, вона неможлива без комплексного та системного стратегічного аналізу діяльності підприємства. Важливою особливістю адаптації в умовах значного потенціалу нестабільності є тимчасовий характер її цілей, оскільки непередбачуваність змін середовища завжди обумовлюватиме перегляд базових орієнтирів. З огляду на це, ефективність адаптації визначається дотриманням ряду принципів [6]: принципу комплексності – передбачає врахування усіх сфер та аспектів діяльності підприємства; принципу системності – зумовлює необхідність застосування системного підходу до вивчення, аналізу та запровадження заходів по адаптації; принципу результативності – передбачає наявність кінцевого результату процесу пристосування; принципу ефективності – передбачає оцінювання бюджету адаптації та його порівняння з можливими втратами підприємства у випадку відсутності проведення заходів; принципу стратегічної спрямованості – орієнтація на забезпечення стійкості підприємства у довгостроковій перспективі; принципу контрольованості – враховує наявність контролю на усіх етапах проведення адаптаційних змін; принципу основної ланки – передбачає орієнтацію на першочерговий пошук і розв’язання основної проблеми. Лише послідовна орієнтація на реалізацію зазначених принципів, незважаючи на їх загальний характер, може забезпечити реалізацію поставлених цілей в процесі адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища, вчасний перегляд цілей та внесення відповідних змін у ті чи інші підсистеми управління.

Висновки. Таким чином, формування стратегій адаптації та побудова гнучких адаптивних систем управління підприємством в умовах ринкової, конкурентної економіки є об’єктивно необхідністю. Адаптивність підприємства, будучи важливою передумовою конкурентоспроможності, завжди пов’язана з певним витратами, що вимагає зваженої оцінки в системі факторів «внутрішнє – зовнішнє середовище». В умовах значної нестабільності, зумовленої негативною динамікою макроекономічних складових адаптивні стратегії формувати значно важче, оскільки цільові орієнтири можуть швидко змінюватися, а перехід на пасивну модель поведінки забезпечувати виживання.

Література

1. Антонов В.Н., Терехов В.А., Тюкин І.Ю. Адаптивне управління в технічних системах. – СПб.: СПбУ, 2001. – 244 с.
2. Грунін О.А., Купрін А.А. Формування адаптивності систем управління організацією підприємницького типу. – СПб: «Астеріон», 2010. – 188 с.
3. Ефендієв Б.А. Розробка і функціонування адаптивних систем управління організацією // Російське підприємництво. – 2008. – №11. Вид. 1 (122). – С. 21–25.
4. Кравченко О. Принципи побудови адаптивної системи управління підприємства в умовах нестабільності економіки / Збірник наукових праць ДЕУТ. Скрія «Економіка і управління», 2010. Випуск 15. – С. 213–218.

5. Орлова К.С. Визначення механізму адаптації підприємств до умов зовнішнього середовища / К.С. Орлова // Інноваційна економіка: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – № 5. – С.174–178.

6. Погорелов Ю.С. Моделювання розвитку підприємства / Ю.С. Погорелов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 10. – С. 51–59.

7. Самочкін В.Н. Гнучкий розвиток підприємства. Аналіз і планування. – М.: Діло, 1999. – 336 с.

8. Харитоновна А.В. Основные направления механизма адаптации на металлургическом предприятии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://teoriapractica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2011/7/ekonomika/haritonova.pdf

9. Галушко С.С., Галушко С.А. Обоснование организационно-экономического механизма адаптации предприятия / Вісник СевНТУ: зб. наук. пр. Вип. 130/2012. Серія: Економіка і фінанси. – Севастополь, 2012. – С. 43–47.

10. Інформація Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>

Науковий керівник: *к.е.н., доцент Коцко Т.А.*

УДК 339.137:338.33

Шульгіна Л.М.

д.е.н., професор;

Безносюк А.В.

студент ФММ

Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗА РАХУНОК АСОРТИМЕНТУ ПРОДУКЦІЇ

У статті виокремлюється одна із головних складових конкурентоспроможності підприємства – асортимент продукції. Обґрунтовано, що вдало підібраний асортимент є запорукою успіху підприємства. У статті визначені чинники ступеня задоволеності запитів покупців, наведений зміст характеристик асортименту товару. Розглянуті заходи, здійснення яких передбачені системою формування асортименту.

Ключові слова: конкурентоспроможність, асортиментна політика, асортиментна концепція.

The article singled out one of the main pillars of competitiveness of the company – product range. Proved that well-chosen assortment is the key to the success of the enterprise. In the article the factors satisfaction of customers requests, given the characteristics of the product range. Consider measures which implement a system product range.

Keywords: competitiveness, assortment policy, assortment concept.

Вступ. Конкуреноспроможність та ефективність роботи кожного підприємства залежить не лише від правильного використання виробничого потенціалу, а й від асортименту продукції, яка реалізується.

Питання правильного формування асортиментної політики є актуальним, адже саме товар є результатом діяльності підприємства та джерелом отримання його прибутків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці визначення чинників, що впливають на формування конкуреноспроможності підприємства, та вивченню питання формування асортименту продукції приділяли увагу як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. Вагомий внесок у дослідження питань підвищення конкуреноспроможності підприємства за рахунок розширення асортименту продукції зробили І. Акімова, І. Ансофф, Я. Базиліук, В. Винокуров, А. Воронкова, Ю. Іванов, М. Кизим, Дж. Макартур, Ф. Котлер, Е. Дихтля, Л. Балабанова, О. Оснач, А. Павленко та ін.

Постановка завдання. В умовах конкурентного середовища без оновлення асортименту неможливо обійтися, тому що новизна товарів – це один із найважливіших критеріїв конкуреноспроможності підприємства. Тому важливим є своєчасний та постійний аналіз попиту для розробки вдалої структури асортименту.

Результати дослідження. За визначенням І. Ансоффа, конкуреноспроможність одночасно є і результатом конкурентної боротьби, і основою розвитку економіки окремого суб'єкта господарювання та суспільства в цілому [1, с.316]. Тому з розвитком суспільства потрібно розширювати вибір нових товарів.

Щоб досягти високого рівня конкуреноспроможності всі підприємства мають головне завдання: вибір такого товарного асортименту, який би повністю задовольняв споживачів і приносив підприємству максимум прибутків. Для досягнення бажаного результату, керівництво підприємств має впроваджувати ефективну асортиментну політику.

Асортиментна політика – це система поглядів на розвиток асортименту та адекватна система заходів щодо її реалізації у сфері виробництва, обміну і споживання [2].

Головною метою асортиментної політики є отримання прибутку і забезпечення високої ефективності роботи торгових підприємств за рахунок відповідності структури та обсягу асортименту попиту споживачів.

Формування асортименту на підприємстві є досить складним процесом, на який впливають дуже багато факторів. Якщо ігнорувати ці фактори, то підприємство не зможе сформувати вдалий асортимент. Одним з найголовніших чинників, що впливають на формування асортименту, є споживчий попит.

Для успіху на ринку необхідно забезпечити конкуреноспроможність товару. Конкуреноспроможний товар повинен задовольняти запитами покупця (потенційного споживача) на більш високому рівні, більшою мірою відповідати їх уподобанням, ніж товари конкурентів [2]. Ступінь задово-

лення запитів покупців залежить від цілого ряду чинників: економічних, соціально-демографічних, технічних, національно-побутових (табл. 1).

Таблиця 1

Чинники ступеня задоволеності запитів покупців

Чинник	Склад чинника
Економічні чинники	грошові доходи населення і розподіл їх між окремими групами, рівень роздрібних цін і їх співвідношення між окремими групами товарів, ступінь забезпеченості населення предметами тривалого користування.
Соціально-демографічні чинники	соціальну і професійну структуру населення, рівень освіти й культурного розвитку, статеві віковий склад населення.
Технічні чинники	технічна досконалість продукту, ступінь втілення в ньому новітніх науково-технічних досягнень, якість товару: міцність, естетичні характеристики, безпека, функціональність, інше.
Національно-побутові чинники	національний склад населення, звичаї.

Джерело: складено авторами на основі [1-5]

Особливе місце в комерційній діяльності підприємства займає асортиментна політика. Система заходів, по визначенню переліку товарних груп, які мають найбільшу перевагу для успішної діяльності на ринку і які забезпечують економічну ефективність діяльності підприємства в цілому.

Основними завданнями асортиментної політики є такі: задоволення потреб споживачів, завоювання нових покупців, оптимізація фінансових результатів підприємства та ін.

Основна сутність асортиментної політики полягає у такому:

- визначенні наборів товарних груп (видів, підвидів, марок),
- оптимальному співвідношенні базових моделей та їх модифікацій,
- встановленні співвідношення присутності на ринку товарів, що знаходяться на різних стадіях життєвого циклу товару [3].

До основних характеристик асортименту товару належить ширина, глибина, насиченість і гармонійність (рис. 1).

Формування асортименту – це проблема конкретних товарів, їх окремих серій, визначення співвідношень між «старими» і «новими» товарами, товарами одиничного та серійного виробництва, «наукомісткими» і «звичайними» товарами, упередженими товарами і / чи ліцензіями та «ноу-хау». Під час формування асортименту виникають проблеми цін, якості, гарантій, сервісу, які залежать від того, чи збирається виробник відігравати роль лідера в створенні принципово нових видів продуктів, чи змушений слідувати за іншими виробниками.

Формуванню товарного асортименту передують розроблення асортиментної концепції. З останньою ототожнюють побудову оптимальної асортиментної структури товарного пропонування. За її основу беруть

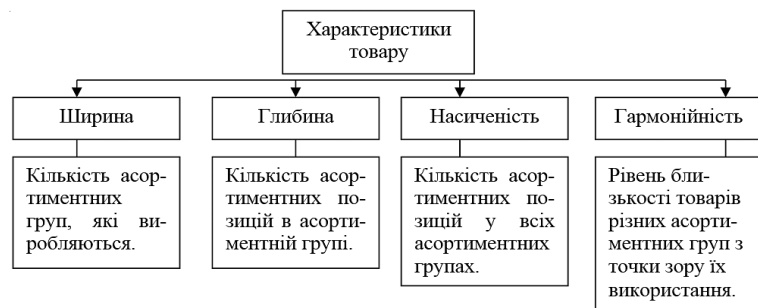


Рис. 1. Характеристики асортименту товару

Джерело: складено авторами на основі [3]

споживчі вимоги певних груп (сегментів ринку), а також необхідність забезпечити підприємству найефективніше використання сировинних, технологічних, фінансових та інших ресурсів для виготовлення продукції з низькими витратами.

Метою асортиментної концепції є спрямування підприємства на випуск товарів, які найбільше відповідають структурі та різноманітності попиту конкретних покупців. Отож, асортиментна концепція – це своєрідна програма управління розвитком виробництва та реалізації товарів. Цільова частина цієї програми стосується оптимізації структури асортименту, а програмна – передбачає систему заходів для досягнення такої структури у заздалегідь визначений період. Досягнення відповідності між асортиментним пропонуванням товарів і попитом на них базується на визначенні та прогнозуванні структури асортименту.

За прискорення науково-технічного розвитку виробництва та значної диференціації потреб прогнозування тенденцій розвитку асортименту на віддалену перспективу має недостатню вірогідність. Тому прогноуються лише головні напрямки розвитку, що допоможуть забезпечити майбутній ринковий попит. Сутність формування асортименту полягає у плануванні всіх видів діяльності, спрямованих на відбір продуктів для майбутнього виробництва та реалізації на ринку, а також приведення властивостей цих продуктів у відповідність до вимог споживачів. Зрозуміло, що це безперервний процес, який здійснюється протягом усього життєвого циклу продукту, починаючи з моменту зародження задуму аж до вилучення продукції з товарної програми.

Формування товарного асортименту підприємства неможливе без визначення його принципової спрямованості, обсягів і супутніх послуг. У сучасному виробництві всі ці напрямки тісно взаємозв'язані і не диференціюються, що потребує досягнення компромісу між різними сферами виробничо-комерційної діяльності підприємства.

У найзагальнішому вигляді система формування асортименту передбачає здійснення таких заходів [4]:

- визначення поточних і перспективних потреб споживачів, аналіз наявних способів використання продукції і особливостей споживчої поведінки на відповідних ринках;
- оцінка товарів-аналогів, що їх виробляють конкуренти, за тими самими напрямками;
- критична оцінка власних виробів та аналогічної продукції конкурентів з позицій покупців;
- коригування асортименту у зв'язку зі змінами рівня конкурентоспроможності окремих товарів;
- вивчення пропозицій щодо створення нових продуктів та поліпшення властивостей вироблюваної продукції, а також нових способів та сфер використання товару;
- розроблення специфікацій нових або поліпшених продуктів відповідно до вимог покупців;
- вивчення можливостей виробництва нової або модернізованої продукції з урахуванням можливих цін, собівартості, рентабельності;
- розроблення спеціальних рекомендацій для виробничих підрозділів щодо якості, найменування, упаковки продукту згідно з результатами проведених випробувань виробу;
- оцінювання всього асортименту та внесення змін до нього.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що асортимент продукції – це одна із головних складових конкурентоспроможності підприємства, вдалий асортимент є індивідуальним для кожного підприємства. Організація асортиментної політики на підприємстві – це важливий та кропіткий процес, спрямований на якомога краще задоволення потреб споживача та отримання очікуваного прибутку. Для розробки асортиментної політики керівникам підприємства необхідно застосовувати стратегічні рішення, за допомогою яких формується асортимент.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. Ю.Г. Каптуревско-го. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: підручник/ Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. – К.: Хрещатик, 2009.
3. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навчальний посібник/ Н.В. Бутенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://buklib.net].
4. Гірченко Т.Д. Маркетинг: навчальний посібник/ Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик. – Київ: Центр навчальної літератури, 2007. – 255 с.
5. Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В.; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Баранівського, Шк. маркетингового менеджменту. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010.

Наукове видання

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

**Збірник наукових праць
VI Всеукраїнської науково-практичної конференції
з міжнародною участю**

*Статті друкуються в авторській редакції.
Автори опублікованих матеріалів несуть повну
відповідальність за підбір і точність наведених фактів,
цитат та інших відомостей. Погляди авторів
можуть не співпадати з поглядами редакції.*

Підписано до друку
Формат 60x84 ¹/₁₆, Папір офсетний,
Умов. друк. арк. 33,4.
Гарнітура Times New Roman.
Зам. № 1246. Тираж 300.

Видавець: Чабаненко Ю. А.
Свідоцтво про внесення
до Державного реєстру видавців
серія ДК № 1898 від 11. 08. 2004 р.
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашкевича, 39.
Тел: 0472/45-99-84; 56-46-66
E-mail: office@2upost.com

Друк ФОП Чабаненко Ю.А.
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашкевича, 39.
Тел: 0472/45-99-84
E-mail: office@2upost.com