МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ХІМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ВРОЦЛАВІ (ПОЛЬЩА)
ПІВДЕННО-КАЗАХСТАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМ. М. АУЕЗОВА (КАЗАХСТАН)
БІЛОРУСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (БІЛОРУСІЯ)
РУСЕНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ «АНГЕЛ КЬНЧЕВ» (БОЛГАРІЯ)
МОЛДАВСЬКА ЕКОНОМІЧНА АКАДЕМІЯ (МОЛДОВА)

Тези доповідей

І Міжнародної науково-практичної конференції

# СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

З нагоди 20-річчя економічного факультету
ДВНЗ УДХТУ

21–22 квітня 2016 року
м. Дніпропетровськ

УДК 338.242.2
ББК 65.050
С 91

*Рецензенти:* ***Булєєв І.П.*** *д.е.н., проф., заступник директора з наукової роботи інституту економіки промисловості НАН України;*
***Старостіна А.О.*** *д.е.н., проф., завідувач кафедри міжнародної економіки та маркетингу Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

*Рекомендовано до друку*
*на засіданні Вченої ради ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*(протокол № 2 від 23.03.16 р.)*

ISBN 978-966-8018-78-7

Сучасні проблеми економіки та управління підприємствами України в умовах європейської інтеграції / Збірник тез доповідей І Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ: ДВНЗ УДХТУ, 2016. – 292 с.

Збірник містить тези доповідей учасників І Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми економіки та управління підприємствами України в умовах європейської інтеграції» що відбулася 21–22 квітня 2016 р. у м. Дніпроперовськ, Україна.

*Редакційна колегія*

*Голова редакційної колегії:*

*Чуприна Н.М.* *к.е.н., доц., декан економічного факультету ДВНЗ УДХТУ*

*Члени редакційної колегії:*

*Паршина О.А.* *д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ УДХТУ (керівник секції № 1)*
*Дубницький В.І.* *д.е.н., проф., академік АЕН України, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ УДХТУ (керівник секції № 2)*
*Комірна В.В.* *д.е.н., доц., завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ УДХТУ (керівник секції № 3)*
*Ткаченко А.М.* *д.е.н., проф., академік АЕН України, завідувач кафедри менеджменту та фінансів ДВНЗ УДХТУ (керівник секції № 4)*
*Колесніков В.П.* *к.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу ДВНЗ УДХТУ (керівник секції № 5)*
*Стрельченко І.І.* *к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ УДХТУ – відповідальний редактор*

УДК 338.242.2
ББК 65.050

ISBN 978-966-8018-78-7

© Економічний факультет
ДВНЗ УДХТУ, 2016

**ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ**

**Голова оргомітету:**

**Півоваров Олександр Андрійович**, д.т.н., професор, ректор ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

**Співголови оргкомітету:**

**Харченко Олександр Васильович**, д.х.н., професор, проректор з наукової роботи ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

**Чуприна Наталія Миколаївна**, к.е.н., доцент, декан економічного факультету ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

**Члени оргкомітету:**

**Колесніков Володимир Петрович**, к.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

**Комірна Віталіна Віталіївна**, д.е.н., доцент, завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

**Паршина Олена Анатоліївна**, д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

**Ткаченко Алла Михайлівна**, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту та фінансів ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»

**Дянко Мінчев,** д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки Русенського університету «Ангел Кънчев» (Болгарія)

**Негру Іван**, к.е.н., доцент кафедри менеджменту Молдавської економічної академії (Молдова)

**Ольферович Андрій Богданович**, к.е.н., доцент, декан інженерно-економічного факультету Білоруського державного технологічного університету (Білорусія)

**Сейдахметов Марат Канімбекович,** к.е.н., доцент, декан факультету економіки та фінансів Південно-Казахстанського державного університету ім. М. Ауезова (Казахстан)

**Януш Ліко**, д.е.н, професор, декан факультету управління, економіки і фінансів Економічного університету у Вроцлаві (Польща)

**Каніщенко Олена Леонідівна**, д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки та маркетингу Київського національного університету імені Тараса Шевченка

**Клебанова Тамара Семенівна**, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної кібернетики Харківського національного економічного університету

**Матвійчук Андрій Вікторович**, д.е.н., професор кафедри економіко-математичного моделювання, директор Інституту моделювання та інформаційних технологій в економіці ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

**Романюк Михайло Дмитрович**, д.е.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

**Старостіна Алла Олексіївна**, д.е.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри міжнародної економіки та маркетингу Київського національного університету імені Тараса Шевченка

***Шановні учасники конференції!***

*Матеріали цього збірника є результатом спільної роботи учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми економіки та управління підприємствами України в умовах європейської інтеграції», що відбулася з нагоди 20-річчя економічного факультету ДВНЗ УДХТУ.*

*Безперечно, такі заходи є одним із інструментів мобілізації зусиль вітчизняних і зарубіжних науковців-економістів задля вироблення найбільш дієвих засобів адекватного управління підприємствами, забезпечення їх фінансової стабільності та інноваційного розвитку в умовах Європейської інтеграції.*

*Основна мета конференції – обмін науково-практичним досвідом в області управління економічними процесами на промислових підприємствах України, які мають міжнародні господарські зв'язки з іноземними партнерами.*

*Яскравою і свіжою сторінкою багатолітньої історії Українського державного хіміко-технологічного університету є розвиток економічного факультету: примноження класичних традицій якісної підготовки фахівців з економіки підприємства, економічної кібернетики, маркетингу, менеджменту та фінансів для національної економіки. Реалізація державної інноваційної політики, що спрямована на відродження духовного та інтелектуального потенціалу нації, створення економічних і організаційних умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни вимагає найякісніших фахівців з економіки.*

*Шановні колеги! Від імені університету щиро вітаємо учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми економіки та управління підприємствами України в умовах європейської інтеграції», бажаємо плідної праці, творчих успіхів, наукових досягнень.*

*Ми сподіваємося, що дана конференція стане традиційною у нашому вищі.*

*Голова оргкомітету*

*ректор ДВНЗ УДХТУ*
*д.т.н., професор* *О.А. Півоваров*

**Dr Joanna Kacała**
*assistant professor*
*Wroclaw University of Economics,*
*Komandorska 118/120,*
*53-345 Wrocław*
joanna.kacala@ue.wroc.pl

# ORGANIZATIONAL EXCELLENCE OF THE ENTERPRISE

**Keywords:** excellence, implementation, EFQM model

## Introduction

In the present world, in the era of globalization and the Internet, customer can easly and simply decide which company, the quality of the product , reliability and price to choose. For an organization to succeed, it is not enough any longer, for it to be good on the market, but also should improve in every area and strive for excellence. Models of Excellence in organizations are designed to strengthen the capacity of the company, to create added value, and finally to achieve planned results. Depending on the part of the world in which organizations operate, they are using various concepts and models of governance, such as the Deming model, M.Baldriga's Model, EFQM model, or other, individually tailored to the characteristics and organizational culture of the organization. These models help modern the organizations to measure, predict, monitor the needs and requirements of stakeholders and to follow other organizations' results. These results are the basis for the implementation of improvement activities within the organization. Implementation of models of excellence is an attempt at holistic approach to the issue of organization excellence and effective tool for managers focused on improving management. Implementing a model of excellence in the organization is not an easy process. This is confirmed by research conducted in Poland and in the world (Gomez-Gomez J, et al., Bou-Llusar, J. et al, Haffer R.).

## Characteristics of the EFQM model

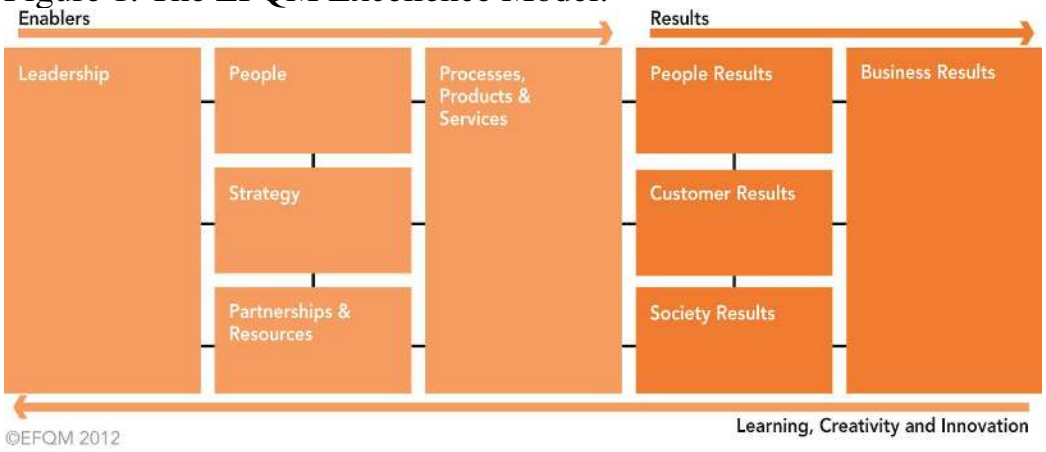
The EFQM Excellence Model has been developed by the European Foundation for Quality Management (EFQM). It is a comprehensive and powerful tool to improve organization. It includes all major areas of the organization and spells out what requirements must be fulfilled in these areas. Thanks to this, the model is used as a tool for self-assessment and at the same time as an excellence model to be achieved by taking action in each of the highlighted areas. The self-assessment of the organization points out its strengths and identifies areas that need to be improved. The EFQM Excellence Model does not prescribe or suggest ready-made solutions, but allows many approaches to achieving sustainable excellence in all aspects of the organization.

The EFQM model is shown graphically in a diagram (Fig. 1). The figure shows that customer and employees satisfactions and the impact on the environment are achieved through leadership (CEO, directors, management companies). Leadership defines and establishes policies and business strategies and manages human

resources, its resources and processes, ultimately leading to success.

Criteria relating to results of the company provide answers to questions about what the company has achieved and achieves by good managing of its potential. To give a meaningful assessment, in granting awards and distinctions, the percentage value of each of nine criteria was determined which was then translated into a score.

Figure 1. The EFQM Excellence Model.




Source: www.efqm.org

This tool can give an instant picture of the place in which the business is located and point the way to its continuous improvement.

**Advantages of the EFQM Model**

The use of model facilitates the implementation of modern management system and furthers the improvement of the organization by:

– obtaining a view of the whole organization;
– identifying the organization's strengths and areas for improvement;
– enabling the testing of the effectiveness of the actions taken;
– enabling the comparison with other organizations;
– assisting in identifying and sharing best practices across the organization;
– increasing employee involvement in continuous improvement;
– improving internal communication and integration of various quality enhancement initiatives.

It can give an instant picture of the place in which the business is located and point the way to its continuous improvement. This is achieved through two key elements of the implementation of the EFQM model, i.e. self-assessment and benchmarking.

It seems that the self-esteem of enterprises based on the EFQM Excellence Model, in comparison with other systems of assessment, takes into account slightly richer range of issues relating in a comprehensive manner to a variety of quality measures.

In addition, the criterion of "Results of operations" is imposed by the need to evaluate such competitiveness of company in the market, as well as its ability to meet the expectations of shareholders. During the assessment, the non-financial factors, such as the least effective working time and productivity should also be taken into

account.

This model enables organizations to improve operations in areas such as:

- strategic management through the creation of a set of key performances needed to monitor progress of the implementation of the vision, mission and strategy, enabling leaders to make effective decisions;
- value for the customer by clearly defining and communicating it, as well as involving him in the process of the design of the product
- development of leadership skills to adapt, respond and obtain the commitment of all stakeholders to ensure the continued success of the organization
- organizing processes to implement the strategy of balance between the strategic objectives of the organization and the expectations and aspirations of its employees
- stakeholders as a potential source of creativity and innovation by developing and engaging their cooperation
- partner relationships through sustainable development and mutual benefits, in addition to the supply chain
- responsibility for the actions taken by the organization and the management of the impact caused in the society.

Effective implementation of the principles of the EFQM model should provide better performance and positive results in pursuit of the business in the short and long terms.

Implementing a model of excellence in the organization is not an easy process. This is confirmed by studies carried out in Poland and in the world (Gomez-Gomez J, et al., Bou-Llusar, J. et al, Haffer R). And although today entrepreneurs mainly see the difficulties and costs resulting from the implementation of such model, in the future global market, where competitiveness and innovativeness, will tilt the scales toward the benefits and advantages of the model, as it is one of the key tools supporting the management of the organization. The form of the model undoubtedly facilitates a holistic view of a very complex organization. The evaluation of organizations under the criteria of global models can help in maintaining the objectiveness of self-assessment. It can be assumed that the lack of use of similar tools interferes with the vision of reality, because there is a real risk of systemic perception of the organizations.

**Bibliography**

EFQM Excellence model, EFQH Publications, 2013.

Buchacz T.(2005) Zastosowanie Modelu EFQM do doskonalenia organizacji. Problemy Jakości, Kwiecień 2005, 33–35.

Iñaki Heras Saizarbitoria, Frederic Marimón Viadiu, Martí Casadesús Fa.(2010) ISO 9001 Vs. EFQM: A comparative analysis based on external independent data, 4th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management XIV Congreso de Ingeniería de Organización Donostia- San Sebastián , September 8th -10th.

Krajowa Organizacja Partnerska Umbrella. (2006). Model Doskonałości EFQM. Materiały Promocyjne Umbrella, 2006.

Haffer R.(20110, Samoocena i pomiar wyników działalności w systemach zarządzania przedsiębiorstw, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.

Kacała J., Kołaczyk E.(2012), Efektywność wdrażania modelu doskonałości EFQ, w : Trendy transformacji modelu organizacyjnego przedsiębiorstwa, red. Wierzbic A., Wąsowicz M., Prace Naukowe UE nr 274, Wrocław 2012.

Gómez- Gomez J, Costa M, Martínez-Lorente A.R, (2011) "A critical evaluation of the EFQM model", International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 28 Iss: 5, pp.484 – 502.

Bou-Llusar, J. C., A. Escrig-Tena, V. Roca-Puig and I. Beltrán-Martín (2005), "To what extent doenablers explain results in the EFQM excellence model? An empirical study", International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 22, No. 4/5, pp. 337-353.

http://www.iso.org.pl/efqm

http://www.efqm.pl/

http://www.efqm.pl/index.php/model-doskonalosci-efqm/podstawowe-zasady-doskonalosci

**Koczar J.**
*PhD, Assistant Professor*
*Department of Theory of Accounting and Financial Analysis*
*Wroclaw University of Economics*
*Poland, Wroclaw*
**Кочар И.**
*кафедра теории бухгалтерского учёта и финансового анализа*
*Экономический университет во Вроцлаве*
*Польша, г. Вроцлав*

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПОЛЬШЕ

Социально-экономические перемены 90-х годов прошлого века стали причиной того, что в Польше начал стремительно развиваться малый и средний бизнес (далее – МСБ). Можно сделать вывод, что, хотя вначале он был небольшим, своего рода "противовесом" для государственных крупных предприятий, то теперь МСБ рассматривается как важная часть экономики.

Одним из первых шагов на пути развития сектора МСБ было вступление в силу закона о предпринимательской деятельности [2] и изменение 6 статьи Конституции Польши. Они продекларировали гарантии экономической свободы независимо от формы собственности [3]. Благодаря новым правилам создание субъектов предпринимательской деятельности значительно упростилось.

По данным за 2013 г. в Польше ведёт хозяйственную деятельность 1,77 млн активных нефинансовых организаций, среди которых 99,8% относится к сектору малого и среднего бизнеса. Развитие этих предприятий основывается на базе собственного капитала предпринимателей, и в большинстве случаев - также на их личном труде (самозанятость). Предприятия сектора МСБ вырабатывают 48,5% суммы ВВП Польши.

По сравнению с предприятиями сектора МСБ в других странах ЕС польские предприятия этого сектора являются конкурентоспособными благодаря низким расходам на вознаграждение работников. Однако следует подчеркнуть, что, как и в других странах ЕС, по сравнению с крупными предприятиями субъектам МСБ намного труднее получить доступ к капиталу, они не могут воспользоваться преимуществами эффекта масштаба, а доля расходов на оплату труда в добавленной стоимости выше, чем на больших предприятиях.

В ходе проведённых исследований были выявлены основные препятствия в развитии субъектов малого и среднего бизнеса в Польше. Они включают в себя:

– слишком высокие расходы, связанные с заработной платой (стоимость рабочей силы),

– нестабильность и отсутствие гибкости трудового законодательства,

– долгий и многократно сложный процесс оформления и получения различных разрешений и лицензий,

– конкуренция со стороны теневой экономики,

– проблемы с нахождением новых клиентов [1].

В связи со значимостью сектора МСБ в доле ВВП дальнейшее содействие субъектам малого и среднего бизнеса с целью облегчения условий ведения их хозяйственной деятельности должно быть приоритетом для польских законодателей [4,с. 35]. Следует также подчеркнуть, что сами предприниматели для развития своей деятельности должны заботиться о повышении уровня собственных знаний и квалификации работающих.

## Литература

1. Доклад о состоянии сектора малых и средних предприятий в Польше, PARP, Варшава 2011.

2. Закон от 23 декабря 1988 года о хозяйственной деятельности,1988.41. 324.

3. Закон от 29 декабря 1989 о внесении изменений в Конституцию Польской Народной Республики,1989.75.444.

4.Koczar J., Актуальные проблемы на пути развития малого и среднего бизнеса в Польше, /Актуальные вопросы развития национальной экономики, 2/, Пермь 2013, С. 28–36.

**Warzocha G.**
*PhD, Assistant Professor*
*Department of Financial Accounting and Control*
*Wroclaw University of Economics*
*Poland, Wroclaw*

## IFRS IN EU LEGISLATION FINANCIAL REPORTING IN POLAND

International Financial Reporting Standards (IFRS) are important quality communication tool for commercial companies and their stakeholders.

They are developed and issued by International Accounting Standards Board (IASB) and must go through due process of endorsement before becoming law in the EU and EU Member States.

IASB is not-for-profit international public interest organisation with oversight by a Monitoring Board of public authorities.

Its mission is to develop International Financial Reporting Standards (IFRS) that bring transparency, accountability and efficiency to financial markets around the world by fostering trust, growth and long-term financial stability in the global economy.

IFRS bring transparency by enhancing the international comparability and quality of financial information, enabling investors and other market participants to make informed economic decisions.

IFRS strengthen accountability by reducing the information gap between the providers of capital and the people to whom they have entrusted their money.

IFRS contribute to economic efficiency by helping investors to identify opportunities and risks across the world, thus improving capital allocation. For businesses, the use of a single, trusted accounting language lowers the cost of capital and reduces international reporting costs.

In EU all the standards and interpretations are adopted in the form of Regulation.

Based on Commission Regulation (EC) No 1126/2008 of 3 November 2008 (and subsequent regulations) adopting certain international accounting standards in accordance with Regulation (EC) No 1606/2002 of the European Parliament and of the Council, EU adopted IFRS are financial reporting standards in force in EU Member States.

In Poland this obligation is fully implemented and at the same time limited to the consolidated financial statements of the capital groups controlled by the entities listed in EU financial markets.

### Literature

1. Commission Regulation (EC) No 1126/2008 of 3 November 2008 (and subsequent regulations) adopting certain international accounting standards in accordance with Regulation (EC) No 1606/2002 of the European Parliament and of the Council.

**Wawrzynek L.**
*Assistant professor, Department of Management System Design, Faculty of Management, Economics and Finance*
*Wroclaw University of Economics*
*Wroclaw, Poland*

## THE USE OF NETWORK ANALYSIS ORGANIZATIONAL TO BUILD COMPETITIVE ADVENTAGE

Research examines the possibility of using organizational network analysis to identify the potential of building a competitive advantage.

Today's organizations within the market economy, are forced to be competitive, not only for the efficient, everyday operation. Thinking about the possibility of achieving a competitive advantage in the future, organizations must focus on the factors that create value for the customer and the owner. Competitiveness is generally understood to achieve a better market position than their competitors. Porter [1] indicates that competitiveness is created through innovations that increase gradually in the organization. However, the factors which are the guarantee of success of innovations are not so far explicitly identified. The concept of competition also does not answer, what the source of advantage.

Looking for sources of competitive organization needs to look at its interior, the potential in building innovation and the possibility of its use. For make good use of the organization's resources it is worth concentrate on their properties and creating synergies between people and search for to improve the efficiency of their activities.

Organizational network analysis derives from the social sciences. Currently it is not very much related to the management, however, many researchers have defined this approach as an area of identification dependence existing in the systems, also in the organization. Methods related to the organizational network analysis (ONA - Organizational Network Analysis, or SNA - Social Network Analysis) allow for identification relationships which are relevant to management system. SNA is based on observations of actual social phenomena and the organization may identify dependence its participants. As shown Borgatti and Foster [Borgatti, Foster 2003 s.1000], in a study using ONA / SNA networks are seen as defining environmental actor (employee, participant organizations) or as a context for actor actions forming a opportunities and limit their behavior. It provides the ability to understand the relationship of these networks and their internal relations. This approach is consistent with a structural approach by Mayhew [2]. Unlike the area responsible for the investigation of network variables, standing in opposition to the structured approach, it deals with the explanation dependence the network in terms of personalities, actors, networks, and other hidden tendencies [3]. SNA /ONA allows understanding of actual relationships in the organization actual behavior of the participants. And also allows understanding the internal structure of information and communication and cooperation and trust. Innovations in the organization based on the assumption the flow of knowledge, develop precisely on the basis of the network of communication,

commitment, sense of trust between employees. Talking about the innovative potential management system it is necessary to identify the structure of the information processing systems and "patterns" of communication between people, along with the identification of trust and commitment and potential of key people performing specific roles in the commercialization of innovation.

Research conducted in an international company helped to identify specific potential areas of innovation, which are important for building the competitiveness of the organization based on the relationship organizational network.

A result of research organization has taken a number of decisions related to organizational changes, focusing on modeling work teams based on specific elements from the network analysis. They were separated project teams and task forces, which were characterized by high levels of internal trust, a high level of cooperation within groups but also the organization received information on how to choose the person in the group to strengthen communication and cooperation between groups.

Organizational network analysis became the basis for the reconstruction of the organization on the path to reach a higher level of competitiveness, and today is used as a tool for the diagnosis of the current situation and analysis of changes in conjunction with the analysis performance through the organization of market effects.

**Literature**

1. Porter, M. E. The Competitive Advantage of Nations / Harvard Business Review, March-April 1990, P. 71-91.

2. Mayhew, B. 1980. Structuralism versus individualism. Part 1: Shadowboxing in the dark. Social Forces, 80, P.335–365.

3. Mehra, A., Kilduff, M., Brass, D. J. 2001. The social networks of high and low self-monitors: Impli-cations for workplace performance. Administrative Science Quarterly, 46, P.121–146.

**Анарбаева С.О.**
*магистрант кафедры экономики*
*Южно-Казахстанский государственный*
*университет им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*

## АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

В статье обосновывается необходимость повышения конкурентоспособности отраслей и предприятий в условиях глобализирующейся экономики. Строительная отрасль является одной из основных отраслей деятельности малого предпринимательства. Строительство как отрасль экономики участвует в создании основных фондов, их расширенном воспроизводстве для всех отраслей национального хозяйства, обеспечивая тем самым общее экономическое развитие страны и региона.

На сегодняшний день вопрос конкуренции – главная проблема современной рыночной экономики. Именно поэтому возникает необходимость в поиске и разработке новых методических подходов к совершенствованию механизма конкуренции организаций, занимающихся различными сферами производственной деятельности, и строительных предприятий в частности.

Строительство является одной из наиболее важных отраслей экономики. По объему производимой продукции и количеству занятых людских ресурсов на строительную отрасль приходится примерно десятая часть экономики страны. Мировая практика показывает, что малые предприятия благотворно влияют на состояние строительной отрасли: они способствуют динамике строительного рынка и усиливают конкурентную среду; их включение в состав крупных корпораций делает последних мобильными; малые предприятия обеспечивают широкую трудовую занятость. Строительная отрасль является одной из основных отраслей деятельности малого предпринимательства [1].

В настоящее время проблема повышения конкурентоспособности в сфере строительной отрасли становится все более актуальной. Строительство как отрасль экономики участвует в создании основных фондов, их расширенном воспроизводстве для всех отраслей национального хозяйства, обеспечивая тем самым общее экономическое развитие страны и региона.

Другой проблемой повышения конкурентоспособности строительных предприятий является общая экономическая ситуация в стране в целом и в регионах в частности. Самым конкурентоспособным товаром в Казахстане было и остается сырье, нефть, газ и т.д. Новое, инновационное производство развивается медленными темпами, что, негативно сказывается на конкурентоспособности строительных предприятий, так как заказы от промышленных предприятий на строительство новых объектов незначительны, кроме того, с целью снижения больших затрат на строительство новых объектов предприятия и организации предпочитают использовать ранее построенные объекты, с их возможной реконструкцией [2].

Многие казахстанские предприятия, конкурирующие на строительных рынках, еще не готовы к активному ведению конкурентной борьбы. Основными причинами этого являются недостаточное внимание к вопросам конкурентоспособности, отсутствие у предприятий эффективных управленческих и организационно-экономических механизмов реагирования на изменения внешней и внутренней среды предприятия

Продукцией (товаром) в строительной отрасли являются законченные и введенные в эксплуатацию объекты и предприятия: заводы и фабрики, железные и автомобильные дороги, электростанции, гидротехнические сооружения, порты, жилые дома и другие объекты, образующие основные фонды для всех отраслей национального хозяйства.

Стоит учесть, что сектор малого предпринимательства – это неотъемлемый элемент развитой хозяйственной системы. Малые предприятия в условиях развития рыночных отношений играют важную роль в формировании антимонопольной структуры рынка, в преодолении ведомственного

экономического монополизма, а также оказывают большое влияние на развитие национальной экономики.

Среди главных причин, негативно влияющих на развитие строительной отрасли, следует выделить высокий уровень налогов и высокие цены на материалы, конструкции, изделия [3].

На сегодняшний день используются различные методы оценки конкурентоспособности предприятия и продукции, но далеко не каждый из них применим для оценки конкурентоспособности строительного предприятия, действующего на рынке жилья и производимой им продукции (квартир), так как многие из методов не учитывают особенности строительного производства.

Основными экономическими целями строительного предприятия являются обеспечение выживания и развития, повышение эффективности производства, максимальное получение прибыли, завоевание новых рынков и удовлетворение потребностей рынка. Вместе с тем возрастает влияние фактора хозяйственного риска. Проведение инновационных преобразований и развитие конкурентоспособного потенциала предприятия должны осуществляться на основе внедрения новейших технологий, повышения уровня профессиональной подготовки персонала, знания и навыков стратегического управления, маркетинга, экономики, развития организационной культуры. Все это вызывает острую необходимость формирования новой конкурентоспособной концепции, которая обеспечит выживание и устойчивое положение предприятий строительной отрасли в рыночных отношения.

## Литература

1. Мамедов Ш.М. Систематизация признаков конкурентоспособности строительной организации. // –2010. –№2. – с. 84.

2. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. – М.: Издательство «Альфа-Пресс». –2011. – 160с.

3. Михайлов В.Ю.Расчет величины конкурентоспособности строительного предприятия // Промышленное и гражданское строительство. –2010. – №8.–С.41–42.

4. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – СПб: Вильямс, 2001. – 495 с.

**Бейсенова М.У.**
*д.э.н., профессор кафедры «Экономика»*
*Южно-Казахстанский государственный университет им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*
**Илашева С.А.**
*к.э.н., доцент кафедры «Экономика»*
*Южно-Казахстанский государственный ниверситет им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*
**Бекманова Г.У.**
*ст. преподаватель, магистр кафедры «Экономика»*
*Южно-Казахстанский государственный ниверситет им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*

# ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

В современное время индикатором развития АПК любой страны является развитое сельскохозяйственное машиностроение. Высокая механизация труда является залогом роста объемов и качества производимой сельхозпродукции.

Сельскохозяйственное машиностроение Казахстана формировалось как составная часть машиностроительной отрасли СССР. Предприятия сельскохозяйственного машиностроения республики обеспечивали своей продукцией многие регионы страны, отрасль складывалась и развивалась с узкой специализацией, без учета приоритетности интересов народного хозяйства Казахстана в удовлетворении потребности в сельскохозяйственных машинах и запасных частях к ним, значительная часть техники в республику завозилась.

Основными производителями техники и оборудования для АПК были Россия, Украина, Беларусь и лишь около 10% от необходимой номенклатуры производилось в Казахстане.

Начиная с 1993 года произошло резкое снижение объемов производства основной профильной продукции предприятий сельскохозяйственного машиностроения. Основными причинами падения производства стали ухудшение финансового состояния сельскохозяйственных производителей и снижение их платежеспособного спроса, нарушение хозяйственных связей с поставщиками и потребителями, недостаточный уровень либо отсутствие оборотных средств [1].

Еще одна причина связана с потерей значительной части рынка СНГ, который открылся для импорта сельскохозяйственной техники и оборудования для различных отраслей АПК из стран дальнего зарубежья.

В настоящее время в республике существует комплекс предприятий сельскохозяйственного машиностроения, в основном объединенных в составе акционерной компании "Сельхозмаш", включающей, в частности, такие крупные предприятия, как АО "Павлодартрактор", АО "Казсельмаш", АО "Кустанайский дизельный завод", АО "Поршень" и другие. Предприятия

сельскохозяйственного машиностроения производят свыше 100 наименований различной техники для сельского хозяйства и всего агропромышленного комплекса [2].

Развития сельхозмашиностроения РК по заданному сценарию позволит формированию следующих конкурентных преимуществ в перспективе (таблица 1).

Таблица 1

Основные направления формирования конкурентных преимуществ сельхозмашиностроения РК в перспективе

| Конкурентные преимущества развития сельскохозяйственного машиностроения на современном этапе | Приоритетные направления сельскохозяйственного машиностроения на ближайшую перспективу |
|---|---|
| - приоритетное развитие сельскохозяйственного комплекса страны;<br>- индустриализация всех отраслей Агропромышленного комплекса;<br>- имеющийся производственный потенциал для развития отрасли;<br>- сложившийся достаточно емкий рынок сельскохозяйственной техники, с ожидаемым в перспективе ее ростом спроса;<br>- имеющийся производственный потенциал и соответствующая инфраструктура, способные обеспечить создание и развитие отрасли сельскохозяйственного машиностроения. | - развитие совместного с машиностроительными предприятиями стран СНГ производства гусеничных и колесных тракторов;<br>- организация совместного с машиностроительными предприятиями стран СНГ производства зерноуборочных и кормоуборочных комбайнов;<br>- разработка и организация производства почвозащитного комплекса машин для возделывания и уборки сельскохозяйственных культур;<br>- разработка и организация производства высокотехнологичных машин, оборудования и запасных частей для производства и переработки сельскохозяйственной продукции;<br>- разработка и организация производства машин и оборудования для возделывания, уборки и переработки зерновых и кормовых культур. |

Для успешного формирования наиболее оптимальной модели развития казахстанского сельхозмашиностроения необходимо также решение следующих стратегических задач:

1. Обеспечить финансовую и организационную поддержку спроса на все виды сельскохозяйственной техники [3].

2. Создать в стране благоприятные финансовые и организационные условия для развития экспорта сельскохозяйственной техники.

3. Обеспечить создание отечественных конкурентоспособных образцов сельскохозяйственной техники, отвечающих современным требованиям эксплуатации, используемых агротехнологий, безопасности труда путем стимулирования инновационного развития отрасли и инвестиций в НИОКР.

4. Повысить уровень локализации производства сельскохозяйственной техники и комплектующих всех производителей до 50%.

5. Обеспечить создание в Казахстане производства сельскохозяйственной техники, соответствующее международным стандартам, путем модернизации существующих производственных мощностей и/или создания новых.

6. Способствовать совершенствованию системы подготовки инженерных кадров и рабочих специальностей для агропромышленного комплекса в целом и сельскохозяйственного машиностроения в частности.

**Литература**

1. Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы // Казахстанская правда - 17 мая 2003 года.
2. Назарбаев Н.А. Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства // Казахстанская правда – 15 декабря 2012г.
3. Программа по развитию машиностроения в Республике Казахстан на 2010-2014 годы // Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 сентября 2010 года, № 1002

**Бигельдиева З.А.**
*к.э.н., доц., зав.кафедрой «Финансы»*
*Южно-Казахстанского государственного*
*университета им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Казахстан*
**Жошыбаева Д.А., Дырка С.**
*Южно-Казахстанский государственный*
*университет им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Казахстан*

## ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Прошедшие годы реформирования экономики были насыщены крайне сложными процессами как для страны в целом, так и для отдельных предприятий. Изменения затронули практически все сферы хозяйственной жизни, но особенно значимыми они были в тех областях, где содержание экономических отношений между государством и субъектами предпринимательской деятельности претерпело кардинальные изменения.

Сложившаяся ситуация в стране, а именно слабая конкуренция отечественной продукции с иностранной продукцией вызывает спад в различных отраслях производства отечественной экономики. Одним из факторов государственного воздействия на развитие индустриально-инновационной деятельности может выступить налогообложение, через налоговые льготы. Система налоговых стимулов обеспечит перенацеливание продуктивной части казахстанской науки на государственные приоритеты, будет способствовать концентрации ресурсов на приоритетных направлениях.

В настоящее время деятельность по управлению налоговыми потоками превратилась в один из важнейших компонентов финансового менеджмента и один из наиболее доходных видов бизнеса для организаций, оказывающих налогоплательщикам соответствующие консультационные услуги. Учитывая, что динамика и направление развития налогового законодательства расширяют круг проблем, связанных с налогообложением, определение основных приоритетов в сфере налоговых отношений является одной из важнейших задач, стоящих перед всеми хозяйствующими субъектами [1, с.5].

В условиях стабилизации экономической ситуации возрастает интерес к разработке налоговой политики предприятия, позволяющей наилучшим

образом реализовывать его целевые установки в заданных условиях налогообложения. Кроме внутренних факторов на формировании налоговой политики предприятия неизбежно сказывается действие внешних факторов, основным из которых является государственная политика в области налогообложения. В экономике, где налоговые платежи являются основным источником финансирования государственных расходов, налоговая политика государства имеет преимущественно фискальный характер, который не удалось преодолеть в ходе налоговых реформ. В качестве основных недостатков современной государственной политики в области налогообложения были выделены:

– разрыв между декларируемыми целями налоговой политики и ее практическим содержанием;

– несоответствие между целями налоговой политики государства и средствами достижения этих целей;

– отсутствие единой методологической позиции и скоординированности действий различных органов государственной власти, ответственных за разработку и реализацию государственной налоговой политики.

Налоговая политика подразделяется на налоговую политику, которая может стимулировать инвестиции, и политику, ограничивающую инвестиций в экономические процессы. Необходимо классифицировать налоговую политику и по другим характеристикам (рисунок 1).

Рисунок 1. Классификация налоговой политики

Государство если огранивается объемы инвестиционных средств в экономическое развитие, тогда применяются инструменты налогового регулирования, увеличивающие налоговую нагрузку (увеличивая размер налоговых ставок, отмены инвестиционных налоговых льгот, введение авансовых платежей по налогам, увеличивая количество налогов и др.) [2, с.58].

Таким образом, динамичное развитие экономики республики, а также ориентация на европейскую и западную модель отношений обуславливают необходимость дальнейшего совершенствования налогового законодательства, формирования такого налогового законодательства, которое создает благоприятные возможности для интеграции в Европейский союз.

**Литература**

1. Байдусенов А.Д. Налоговая система Казахстана // Финансы Казахстана Каржы-Каражат. 2009. – № 5. – С. 5–9.

2. Омирбаев С.М., Ыntыкбаева С.Ж., Адамбекова А.А.// Государственный бюджет// Учебник.2011. Алматы, с.58–63.

**Братута О.Г.**
*к.е.н., доцент кафедри*
*економіки промисловості та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ОБ’ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Характерною особливістю сучасного етапу еволюції економічної сфери буття є поглиблення змісту її базових інститутів, виникнення нових господарських процесів і організаційних структур, а також прогресуюче урізноманітнення вже існуючих. Зокрема, це стосується такого економічного явища, як об’єднання підприємств. Об’єднання підприємств слід розглядати як певну організаційну структуру здійснення підприємницької діяльності, у межах якої підприємства – її учасники – мають можливість набути специфічним способом додаткових конкурентних переваг для реалізації власного економічного інтересу та забезпечення неперервності свого життєвого циклу. Особливість полягає у тому, що рівень конкурентоспроможності підприємств підвищується не унаслідок використання традиційних способів (залучення й концентрації додаткових економічних, фінансових і нематеріальних ресурсів), а шляхом консолідації вже наявних у кожного з них конкурентних переваг щодо власності на той чи інший вид ресурсу або спільно створених завдяки концентрації наявних ресурсів.

Використання об’єднання підприємств, як форми підприємництва,

вітчизняними підприємствами як у коротко-, так і довгостроковій перспективі є особливо нагальним, враховуючи як депресивний стан економіки України, так і незадовільний фінансово-економічний стан багатьох промислових підприємств. Активізація процесу впровадження окремих форм об'єднання підприємств у практику господарювання на теперішній час спостерігається, головним чином, в економічно розвинутих країнах. Поряд з цим слід відмітити, що зазначений процес у більшій мірі має стихійний, а ніж цілеспрямований характер. Проблеми стихійності й недостатнього розповсюдження у практиці господарювання підприємств зазначеної організаційної структури підприємництва обумовлені у першу чергу тим, що об'єднання підприємств, як економічне явище, недостатньо досліджене у теоретичному плані.

У спеціальній літературі, як закордонній так і вітчизняній, у тому чи іншому складі окреслюється відповідна теоретична проблематика та здійснюються певні дослідження щодо її вирішення. У той же час слід констатувати, що немає завершеності й однозначності щодо її вирішення на рівні такої форми наукового пізнання, як наукова теорія [1-3]. Практика свідчить лише про не чисельні розробки певних варіантів – на рівні наукової концепції, що мають компілятивний та поверховий характер.

Основна причина зазначеної ситуації полягає у неадекватності методологічного підходу щодо онтологічного вирішення вище окреслених теоретичних завдань та нагальних проблем господарської практики. В основу проведених наукових досліджень закладено метафізичний підхід, унаслідок чого ігноруються історичні умови виникнення та чинники еволюції відповідного економічного явища, диференціація категорії одиничного у контексті взаємообумовленості із категоріями особливого й загального, системний взаємозв'язок із зовнішнім економічним середовищем. Об'єднання підприємств як родову стосовно власних форм категорію особливого необхідно розглядати у діалектичному взаємозв'язку з підприємством, що є аналогічною за рівнем категорією, як єдності та боротьби протилежностей. Єдності – як елементів, що складають економічні системи певного рівня, протилежностей – як альтернативних форм підприємницької діяльності, яка виступає основним чинником процесу еволюції економічних систем, а боротьби – у формі конкуренції. Відповідно форми об'єднання підприємств слід розглядати у діалектичному взаємозв'язку єдності та боротьби протилежностей із сучасними формами підприємства як певних рівнів так і типів економічних систем господарської сфери буття, у межах яких здійснюється підприємницька діяльність відповідними економічними суб'єктами у процесі їх конкурентної взаємодії.

Об'єднання підприємств слід трактувати як певний тип організаційної структури підприємництва у формі некомерційної структури, утвореної добровільно зацікавленими підприємствами для координації їх господарської діяльності щодо спільного використання наявних або формування нових конкурентних переваг з метою реалізації економічних інтересів окремо кожного з учасників цього об'єднання.

За метою створення можна виділити наступні класифікаційні форми об'єднання підприємств: асоціація, картель, консорціум, перехресний холдинг, галузево-фінансова (промислово-фінансова) група, економічний кластер, стратегічний альянс. Різноманіття видів об'єднання підприємств пов'язане безпосередньо з певними типами процесу розширеного відтворення підприємства, а також його розмірами та цілями господарської діяльності. У процесі економічного зростання підприємствам доцільно використовувати такі форми, як асоціація, картель, консорціум, економічний кластер; а у процесі економічного розвитку – галузево-фінансова група, перехресний холдинг, стратегічний альянс.

**Література**

1. Гаррет Б. Стратегические альянсы/ Б. Гаррет, П. Дюссож. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 332 с.

2. Гиль О.О. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств/ навч. посібник.: Гиль О.О., Гришина Л.О., Карась П.М. – Львів.: Вид. «Новий світ-2000», 2009. – 248 с.

3. Теория организации / Под ред. Б.З. Мильнера; учеб. – [6-е изд. перер. и доп.] – М.: ИНФРА – М, 2008. – 797 с.

**Velychko O.P.**
*PhD in Economics, Associated Professor*
*Head of Management and Law Department,*
*Dnipropetrovsk State Agrarian and*
*Economic University, Ukraine*

## MODEL OF LOGISTICAL MANAGEMENT IN MULTIFUNCTIONAL GRAIN PROCESSING COOPERATIVE

In the world the most widespread forms of carrying out agrarian entrepreneurship are a private-corporate and farm-cooperative. On their basis two main models of logistical organization of the agrarian business are formed: corporate and cooperative. One of the most effective systems for realizing this purpose can be a logistically-organized "pulling" operational system Fortschrittzahlen.

Nowadays different logistically-organized operational systems are used in the world practice with focus on coordinative activity of subgroups in time to make necessary amounts of produce and at a certain period of time. At that within the system the "pushing" initiative belongs to lower links of the supply chain, which push objects in the material flow, at the same time the initiative of placing orders in the "pull" system is shown by higher links.

The former system implies "pushing" of the early planned party of material objects on the following operations (processes) and it cannot be predicted in what quantity (amount) these objects are necessary at each specific period of time. The latter system is built on the directly opposite approach. If in the "pushing" system on the "output" we receive what was at the "input", in the "pulling" system in business processes in the "input" we have what is needed at the "output". In practice it means

that in the latter example objects in the material flow come in the corresponding amount at the exact necessary moment. Application of the processed methodology for implementation of the logistical system FZ should be carried out concerning separate processes in the links of the supply chain in the multifunctional grain serving cooperative (Fig. 1).

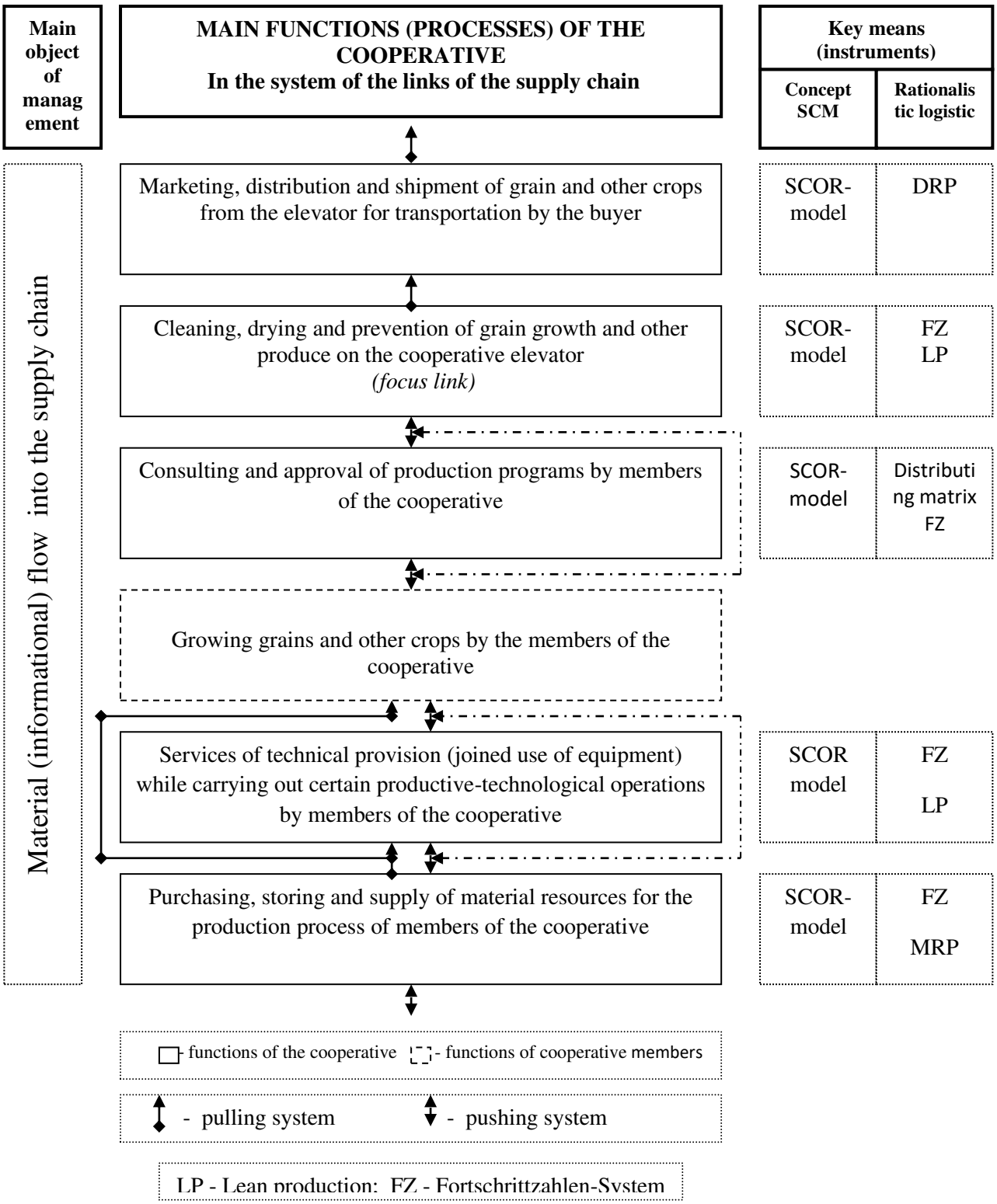



Fig. 1. Model of logistical management in multifunctional grain processing cooperative

Source: author's development

In business processes management in the grain cooperative it is reasonable to use such a type of the "pulling" logistical system as Fortschrittzahlen. It provides efficient logistical integration of information system links in the cooperative supply chain. At that the cooperative elevator should be considered as a focus line for this chain.

In business processes management in the grain cooperative it is reasonable to use such a type of the "pulling" logistical system as Fortschrittzahlen. It provides efficient logistical integration of information system links in the cooperative supply chain. At that the cooperative elevator should be considered as a focus line for this chain.

Further researches are reasonable to be focused on methodological means of realizing other "pulling" systems in the logistical supply management chain [1, pp. 142-145].

**References**

1. Velychko O. (2015) Logistical system Fortschrittzahlen in the management of the supply chain of a multi-functional grain cooperative. *Economics and Sociology*. Vol. 8, No. 1, pp. 127-146 Available from Internet: http://www.economics-sociology.eu/files/ES_Vol8_1_Velychko.pdf

**Дідик А.М.**
*к.е.н., здобувач кафедри менеджменту*
*і міжнародного підприємництва*
*Національного університету «Львівська політехніка»*
*м. Львів, Україна*

## ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ПОДАТКОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ПОЛІВЕКТОРНОГО РОЗВИТКУ

У ринкових умовах господарювання з метою ефективного використання податкових важелів забезпечення полівекторного розвитку підприємств керівники цих суб'єктів господарювання повинні орієнтуватись у своїй вихідній конкурентній «податковій» позиції. Тільки за таких умов (коли відомий рівень «розриву» між фактичним і можливим станом) доцільно стверджувати про можливість здійснення дієвих заходів у сфері податкового оптимізування, забезпечення податкової безпеки, податкового планування, управління податковими ризиками тощо. Таку вихідну «податкову» позицію якраз і дає змогу виявити податкова конкурентоспроможність підприємства.

Із урахуванням обґрунтованих у вітчизняній та іноземній літературі положень щодо визначення сутності і змістового наповнення поняття конкурентоспроможності, податкову конкурентоспроможність підприємства слід трактувати як здатність його податкової системи за певними параметрами відповідати можливостям зовнішнього податкового середовища з урахуванням

просторово-часового чинника.

Попри чималий інтерес теоретиків і практиків до проблем оцінювання та підвищення конкурентоспроможності як підприємства загалом, так і його окремих сфер, слід зауважити, що поняття «податкова конкурентоспроможність підприємства» у науковій літературі зустрічається вкрай нечасто та ще й у суперечливому трактуванні. Варто звернути увагу на те, що у літературі спробу розглянути подібні до запропонованого поняття «податкова конкурентоспроможність підприємства» за назвою інші поняття зроблено. Так, Я.В. Самусевич у своїй праці [2, с. 32] вживає поняття «податкова конкуренція», однак чітко не окреслює його межі та розглядає його як «процес суперництва на різних рівнях державної влади (у складі учасників виділяючи регіони, держави та об’єднання держав) за залучення певного виду ресурсів, що, як наслідок, провокує зміну національних податкових систем». Очевидно, що таке трактування не відповідає обґрунтованому у роботі авторському трактуванню поняття «податкова конкурентоспроможність підприємства».

Із наведеного трактування поняття «податкова конкурентоспроможність підприємства» можна зробити висновок про те, що його зміст передбачає взаємодію двох сторін (що є необхідним для конкурентоспроможності як такої): податкової системи підприємства та зовнішнього щодо суб’єкта господарювання податкового середовища і його можливостей для бізнесу. Характеризуючи першу сторону, слід зауважити, що податкова система підприємства (подібно до товару) наділена певними т. зв. «податковими» властивостями, які можуть бути параметром порівняння. Для керівництва і власників кожна з таких властивостей – це окремий об’єкт управління. Якщо у традиційному розумінні конкурентоспроможності параметри порівняння ідентифікуються споживачами, ринком, цільовою аудиторією, маркетинговими аспектами, стратегічним чинником тощо, то у випадку податкової конкурентоспроможності підприємства такі параметри повинні бути ідентифіковані можливостями, що представлені у зовнішньому податковому середовищі. Таким чином, для підвищення рівня такої конкурентоспроможності слід шукати не шляхи підвищення привабливості товару для цільової аудиторії (як у випадку продукції), а шляхи підвищення «привабливості» податкової системи підприємства можливостям ринку.

Враховуючи те, що літературі традиційне поняття конкурентоспроможності пов’язують з товарними, ресурсними чи ринковими чинниками [1, с. 128], можна стверджувати, що податкова конкурентоспроможність підприємства більшою мірою орієнтована саме на ринкові чинники, однак їхній перелік та змістове наповнення значною мірою також визначені підприємством та його особливостями (що є абсолютно мінімальним за умов визначення конкурентоспроможності продукції, коли акцент повністю зроблений на ринок і потреби споживачів). Мова йде про те, що у випадку оцінювання податкової конкурентоспроможності суб’єкта підприємництва на вищих щаблях відповідних алгоритмів буде етап ідентифікування параметрів податкової системи підприємства з урахуванням особливостей функціонування суб’єктів

господарювання цієї сфери (наприклад, обов’язкові законодавчі обмеження щодо окремих форм підприємництва, використання тих чи інших методів амортизації тощо), а не етап ідентифікування можливостей зовнішнього податкового середовища (іншими словами, такі можливості ідентифікуватимуться за ідентифікованими параметрами податкової системи суб’єкта підприємницької діяльності).

Таким чином, на підставі вищенаведеного можна зробити висновок, що податкову конкурентоспроможність підприємства можна структурувати, оцінити, моделювати та прогнозувати для забезпечення полівекторного розвитку підприємств. Впливаючи за результатами такого оцінювання на слабкі боки податкової системи суб’єкта підприємницької діяльності, можна зменшувати рівень «розриву» між фактичними її параметрами й максимально можливими.

**Література**

1. Космина О.М. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах / О.М. Космина // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – № 1(2). – С. 125-131.

2. Самусевич Я.В. Розвиток науково-методичних підходів до розуміння сутності податкової конкуренції / Я.В. Самусевич // Вісник Української академії банківської справи. – 2013. – № 2 (35). – С. 32–35.

**Дідченко О.І.**
*к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту и фінансів ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет Дніпропетровськ, Україна*

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ УКРАЇНИ: ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Україна протягом своєї незалежності послідовно розвивала зовнішні економічні зв'язки з країнами всіх континентів. Як незалежна держава, зберігши висококваліфіковані кадри, здатні до наукомісткої праці, володіючи значними земельними та сировинними ресурсами, маючи сприятливий клімат, вигідне географічне положення у Центральній Європі, кордони з багатьма державами, вихід до моря, Україна мала достатньо потужний потенціал для ефективної інтеграції до світової економіки, а отже, і успішного розвитку. Але політико-економічна криза останніх років наклала свій відбиток на цей процес. Вона знижає конкурентоспроможність вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках та призводить до змін структури експорту та імпорту, зникненню цілих

галузей. Однак зовнішня торгівля була і залишається пріоритетним напрямком зовнішньоекономічної стратегії України, оскільки сьогодні вона повинна забезпечити значні надходження до державного бюджету країни для забезпечення золотовалютних резервів, погашення значного зовнішнього боргу, забезпечення країни енергоносіями та предметами першої необхідності, що не виробляються в Україні (наприклад – інсулін).

Україна до 2010 року належала до країн із високою експортною квотою у валовому внутрішньому продукті (ВВП), але в тридцятку лідерів за даними ВТО не входила. Також країну відносили до держав з відкритою економікою, на яку припадало від 0,41% у 2010 році до 0,38% у 2014 році світового ВВП і майже 0,3% світового експорту [1; 2]. Зовнішній торгівлі України було притаманне випереджальне до 2014 року зростання імпорту товарів порівняно з їх експортом, що формувало стійку тенденцію до дефіцитності зовнішньоторговельного балансу. Ситуація змінилася в 2014–2015 роках у зв'язку зі значним ослабленням національної грошової одиниці – по відношенню до долару США майже в 3,5 разів. Крім того, треба відзначити слабку диверсифікацію структури експорту та імпорту товарів як наслідок неефективної моделі міжнародної спеціалізації, оскільки в структурі українського експорту переважають товари із низьким ступенем обробки.

Негативний вплив воєнно-політичної та економічної кризи 2013–2014 років мав не таке значення на падіння обсягів зовнішньої торгівлі України, як попередня криза 2008–2009 років, навіть з урахуванням 5–6% зовнішньо торгівельного обороту, що належав Автономній республіці Крим і м. Севастополю, анексованих Росією у 2014 році. Його наслідки найбільш повно країна почала відчувати тільки у 2015 році. Так, за січень-листопад 2015 р. експорт товарів становив 34,5 млрд дол. США, імпорт – 34,3 млрд дол. Порівняно із 11 місяцями 2014 р. експорт скоротився на 30,9% (на 15421,3 млн дол.), імпорт – на 31,2% (на 15576,4 млн дол.). Позитивне сальдо становило 249,5 млн дол. (у січні-листопаді 2014 р. також позитивне – 94,4 млн дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 1,01 (за 11 місяців 2014 р. – 1,00). Кардинально змінюється і географічна структура зовнішньої торгівлі України. Основні причини: торгівельна війна та закриття Російського ринку для багатьох українських товарів та втрата великого промислового експортно орієнтованого комплексу в Донецькій та Луганській областях, зниження конкурентоспроможності вітчизняних товарів.

Якщо звернути увагу на останні тенденції в зовнішньоекономічній торгівлі [3], то необхідно відмітити наступне.

1. Товарний експорт переходить до країн що розвиваються. Сьогодні розвинені країни основний дохід вони отримують від експорту послуг і технологій, які мають високу додану вартість. У зовнішній торгівлі України превалює продаж товарів до 85%, включаючи сільськогосподарську. Варто з цього приводу також відзначити, що незважаючи на безумовно високий рівень розвитку сфери сільського господарства в Європі, у структурі ВВП країн ЄС воно займає не більше 1%–3%. Натомість у країнах, що розвиваються, частка

сільського господарства у ВВП варіюється на рівні 7%–15% (в Україні в 2014 році частка у ВВП склала 12,1%, а доля експорту – 30,9%).

2. Ліберальний протекціонізм розвинених країн, який полягає в тому, що розвинені країни, незважаючи на ліберальні підходи до організації економічної діяльності, «закривають» свої ринки для експортерів з інших країн за допомогою тарифних і нетарифних бар'єрів. Крім іншого, на ринках розвинених країн дуже висока конкуренція. Це продиктовано двома основними причинами: насиченість ринків розвинених країн якісною продукцією, висока прибутковість. Таким чином, вартість виходу на ці ринки (приведення виробництва у відповідність до критеріїв, побудова логістичного ланцюжка, отримання всіх необхідних сертифікатів), а також потреба в часі і ресурсах робить їх недосяжними для багатьох експортерів з країн, що розвиваються, у тому числі й українських аграріїв.

**Література**

1. Держкомстат України [електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.

2. Світовий банк [електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.worldbank.org/.

3. Як змінюється структура світового та українського експорту [електронний ресурс] // ПУМБ : персона-клуб. – Режим доступу: http://persona.pumb.ua/ua/club/digest/.

**Доценко Г.Є.**
*викладач кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Проблематика конкурентоспроможності та її зв'язок з інноваційною діяльністю була і залишається предметом особливої уваги як закордонних, так и вітчизняних економістів.

Різні теоретичні аспекти конкурентоспроможності та інноваційного розвитку розглядаються у працях багатьох вітчизняних та закордонних вчених, таких як І. Ансофф, Л. Антонюк, З. Варналій, А. Гальчинський, В. Геєць, С. Глазьєв, П. Друкер, О. Жилінська, О. Кабанов, М. Крупка, І. Макаренко, В. Осецький, М. Портер, С. Поляков, В. Сизоненко, Р. Фатхутдинов, В. Шевченко, Й. Шумпетер та ін. [1, с.166] Тенденції сучасного НТП, новітні технології розглядаються в роботах Д. Белла, присвячених постіндустріального розвитку; Ю.В. Яковця, Б.Н. Кузик, В.І. Кушліна, які виділили основні інноваційні напрями у світовій економіці; Л. Брауна, який розглядає еко-інновації як інновації майбутнього; Б. Гейтса, який присвятив свою роботу

інформаційним технологіям.

Головними чинниками забезпечення конкурентоспроможності підприємства можна виділити конкурентоспроможність товарів і конкурентоспроможність самого господарюючого суб'єкта, яка включає в себе підвищення якості управління, вдосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем, впровадження стратегічного маркетингу, вдосконалення інноваційної діяльності та ін. [2, с.7] Ці фактори будуть основою формування стратегії підприємства, яка націлена на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

На сучасному етапі розвитку суспільства вважається, що головними механізмами створення і підтримки інноваційної діяльності є фінансові інструменти. Але існує цілий ряд обов’язкових заходів по налагодженню ефективної інноваційної діяльності підприємства, які потребують організаційно-управлінських інструментів, наприклад, аналіз діяльності підприємств-конкурентів, виявлення схильностей споживачів, формування культурного середовища на підприємстві та інші. Тому важливо враховувати, що інноваційний підхід до формування механізму конкурентоспроможності передбачає ефективне використання фінансових ресурсів з врахуванням потенціалу підприємства в цілому.

До конкурентоспроможних інновацій слід відносити будь-які перетворення, пов’язаних з виявленням та реалізацією потенційних можливостей підприємства, які направлені на зростання, універсалізацію процесів виробництва і задоволення попиту споживачів [5, с.80]. Важливим фактом є те, що в цьому процесі фундаментом вважаються науково-технічні і організаційно-управлінські розробки. Але вони мають характерні ознаки новацій, а інноваціями стають тільки після впровадження. Сутність інноваційної діяльності полягає у максимізації соціально-економічного ефекту за рахунок з врахуванням ефективності використання наявного інтелектуального потенціалу.

Отже, можна дійти висновку, що до комплексу інноваційних заходів необхідно включати такі заходи, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності:

- розробка кількісних та якісних показників діяльності конкретного підприємства (з врахуванням його специфіки);
- адаптація інноваційних рішень з використанням маркетингових досліджень ринку для виявлення і відстеження коливань споживчих запитів, соціологічних опитувань робітників для формування політики позитивного сприйняття інновацій, розробка індивідуальної політики підприємства на існуючому ринку, сегментування, позиціонування, визначення потенціалу підприємства і наявності «вузьких місць»;
- розробка заходів по зменшенню ризиків впровадження інновацій до мінімально можливого рівня;
- аналіз економічної ефективності запроваджуваних інновацій, які сприяють зростанню конкурентоспроможності.

Таким чином, одним з головних факторів у формуванні механізму конкурентоспроможності вважають саме інновації, які спрямовані на створення нової або поліпшення існуючої продукції, послуг або технологій. Позитивний вплив інновацій можна дослідити як на рівні окремих підприємств, так і на рівні регіону та країни в цілому.

**Література**

1. Богма О.С. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності національної економіки / О.С. Богма, О.В. Болдуєва // Економічні науки. Вісник Запорізького національного університету – 2010 - № 3 (7) – С. 166-170.

2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

3. Бойко Є.І. Механізми регулювання розвитку промислового виробництва регіону / Є.І. Бойко, М.П. Горін // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональна політика: досвід ЄС та його адаптація до умов України : зб. наук. праць. – Львів : НДІСЕП, 2003. – Вип. 5. – Ч. І. –458 с.

4. Колесник Ю.В. Организационно-экономический механизм управления новыми формами инновационных предприятий//Інтелектуальні системи прийняття рішень та прикладні аспекти інформаційних технологій: Матеріали Міжнародної наукової конференції. Євпаторія, 18-21 травня 2005 р.– Євпаторія, 2005. – С. 79–82.

**Дугінець Г.В.**
*к.е.н., доцент*
*доцент кафедри міжнародної економіки КНТЕУ*
*м. Київ, Україна*

## УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС В ГЛОБАЛЬНІЙ МЕРЕЖЕВІЙ ЕКОНОМІЦІ

В сучасних умовах ключовими питаннями для української економіки є наступні: як ефективно конкурувати в глобальній економіці та як інтегрувати в потенційні вигоди глобалізації більшу частину національного бізнесу, який все ще залишається маргінальним в цьому процесі? Слід пам'ятати, що конкурентоспроможність в кінцевому рахунку залежить від продуктивності, яка в сучасних умовах розвитку економіки знань, залежить від здатності зробити саме знання, обробити інформацію, і перетворити її в користуються попитом всередині країни і на міжнародному рівні.

В результаті аналізу статистичних даних та відкритих джерел можна відзначити значний український потенціал, багатий талантами в інженерній науці та програмному забезпеченні, що є найбільш важливими ресурсами в нових економічних умовах. Це добре знають компанії Силіконової Долини, які даний час активно використовують українських програмістів. Україна також

має значну кількість молодих підприємців, готових ризикнути, якщо їм дати шанс. Але для ефективного використання цих підприємницьких та технологічних ресурсів, потрібна відповідна державна політика, що здатна захищати і лібералізувати ринок венчурного капіталу, який міг би надійно і безпечно направити національні заощадження в українську економіку.

Одним з напрямків такої політики повинні стати заходи, що спрямовані на підтримку інтеграції українських підприємств у глобальні виробничі мережі, які є одним з важливих факторів інноваційної трансформації країн та регіонів. Саме за рахунок їх формування та розвитку інноваційна діяльність набуває глобального характеру, припиняючи бути монополією індустріально розвинених країн, що є особливо актуальним для країн, що розвиваються і країн з перехідною економікою, які бачать в інноваційному розвитку базис для довгострокового, стабільного економічного зростання, модернізації господарства, подолання технологічного відставання від індустріально розвинених країн.

З метою створення умов для ефективного включення українських суб’єктів у глобальні виробничі мережі на нашу думку необхідна реалізація науково-технологічної політики, яка повинна включати в себе чотири основних напрямки.

По-перше, необхідно визначити цілі технологічного та наукового розвитку країни і обрати ті шляхи, які вважалися найбільш перспективними. Це дозволить сконцентрувати ресурси в ключових галузях економіки. Сьогодні стало ясно, що однакова ресурсна підтримка всіх галузей науково-технологічного комплексу країни не під силу навіть найбагатшим державам світу. Тому необхідно визначення таких галузей, які будуть пріоритетними для майбутнього науково-технологічного та економічного розвитку країни. Ці галузі повинні отримати пріоритетне забезпечення фінансовими, трудовими та інформаційними ресурсами.

По-друге, необхідна реальна збалансована підтримка системи освіти, науки, регіональної інфраструктури з боку держави за рахунок збільшення витрат на її розвиток. Наприклад в ряді країн Азії (Індія, КНР, Малайзія та ін.) в останні роки спостерігається стрімке зростання державних витрат на науку і освіту. Так у Китаї прийнято урядові програми зі стимулювання повернення вчених з США і країн ЄС і, одночасно, заохочується викладацький і студентський обмін з іншими країнами світу. Наявність висококваліфікованих кадрів стає одним з факторів інтеграції регіону в світову виробничу та інноваційну систему.

По-третє, здійснення політики по залученню в українські регіони прямих іноземних інвестицій. Створення інноваційних регіонів без присутності в них елементів глобальних виробничих мереж неможливо.

Резюмуючи вищесказане, можна зробити висновок, що глобальні виробничі мережі є одним з важливих проявів сучасного розвитку світової економіки, а також одним з факторів успішного економічного розвитку країни. Вони є тим каналом, по якому йде трансфер глобальних знань і технічних ноу-

хау в національні структури. Саме за рахунок участі в глобальних виробничих мережах українських підприємств у нашої країни є шанс перетворитися на новий інноваційний регіон світу, зі спеціалізацією в секторі виробництва наукомісткої продукції та генерування наукових знань.

**Література**

1. Гладій І.Й., Зварич І.Я. Міжнародні виробничі мережі в Європі. – Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, 2011. – 292 с.

2. Глобальні виробничі мережі як чинник інноваційного розвитку / Г.В. Дугінець, Ю.В. Орловська// Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки /Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Вип.1 (40). – Донецьк: ДЕГІ, 2013. – С. 88-92.

3. Schamp E. Globale Wertschopfungsketten // Geographische Rundschau. – № 9. – 2008. – C. 36–42.

**Yesbolova A.E.**
*PhD student of A.Yassawi International Kazakh-Turkish University*
**Ibraimova S.S.**
*Head of "Business and Commercialization" Department,*
*M.Auezov South-Kazakhstan State University*
**Akhelova A.L.**
*"Business and Commercialization" Department,*
*M.Auezov South-Kazakhstan State University*

## AN ANALYSIS OF OPPORTUNITIES AND CHALLENGES IN POULTRY SECTOR IN KAZAKHSTAN PERSPECTIVES

The Poultry industry has emerged as the fastest growing segment of the livestock sector in the world. As the world human population grows, expected to reach 9.5 billion by 2050, consumption of livestock products is also increasing. Influenced by various other consumption drivers, diets are changing in favour of products of animal origin, particularly the poultry products. However, the various challenges, threats and weaknesses of the sector including: diseases, high feed costs, poor marketing infrastructure, regional imbalances in production, among others should be diligently addressed and the strengths of the sector well exploited so as to harness the opportunities. Otherwise, the poultry sector offers a bright future. A future right is in our hands to shape [1].

An important role in food security of the Republic of Kazakhstan is played by the poultry market which is functioning under the free economy rules. It should be noted that today poultry breeding in Kazakhstan is one of the most important branches of agriculture. At the same time, development of poultry breeding branch in many respects depends on the inputs directed on improvement of productive and breeding qualities, creation of new breeds and lines as well as the full and balanced feeding and introduction of new highly effective technologies. Conducting poultry

breeding on an industrial basis gives the chance to receive high-quality production output with high efficiency of payment of feeds. Development of this branch is influenced by a lot of aspect: adverse ecological situation, new diseases, and insufficient financing [2, 3].

During the Soviet period in Kazakhstan worked 80 poultry farms. Annually 3, 5 million eggs and 150 thousand tons of poultry meat were made [6]. After the year 1990 the bird livestock in Kazakhstan was sharply reduced. By 1997 the crisis phenomena were overcome and the gradual growth of a livestock of a bird began. In process of revival of the large poultry-breeding enterprises which kept production base with the finished production cycle, and also developments of poultry breeding in the private sector, in recent years the livestock of birds in all categories of farms in the Republic of Kazakhstan increases. The sharp rise in the production of fowl was observed in 2006-2007. In 2005 its production amounted to 40 thousand tons, in 2006 – 65 thousand tons, and in 2007 – 76 thousand tons, which is 190% over 3 years.

Based on the above presented data there could be SWOT analysis presented which highlights main aspects of the conditions for strategic developments and policy implementations for the poultry branch in Kazakhstan (table 1).

Table 1. SWOT- analysis of meat poultry industry

| Strengths | Weaknesses |
|---|---|
| – Producers–large agricultural formations;<br>– Existence of labor resources in rural areas;<br>– Lower prices for grain compare with world prices | – Weak equipment for advanced technology of production;<br>– Weak marketing of the made production;<br>– Shortage of qualified personnel |
| **Opportunity** | **Threat** |
| – Increase in production by introduction of innovations and advanced technologies of poultry meat production;<br>– Import decrease in due to transition to frozen poultry meat production;<br>– Development of production of other types of meat ( turkey, duck, goose);<br>– Increase of sale to other countries ( turkey meat);<br>– Processing of waste of the poultry-farming enterprises | – The competition from the countries of the Customs Union;<br>– Import of poultry meat from the USA, Russia and Brazil;<br>– Volatility of the prices of the grain undermines financial stability of the producer;<br>– Considerable decrease in volumes of subsidizing can be fatal to some enterprises;<br>– Accession to WTO[1] can reduce competitiveness of local poultry enterprises |

Source: own elaboration

As the SWOT-analysis shows now the situation with import of poultry meat to Kazakhstan is aggravated. It has impact on volumes of production. According to statistical data, the population of Kazakhstan is expected to grow to 18.7 million people by 2020. At the same time, taking into account the recent outlook and world trends of consumption growth, the poultry meat consumption index it likely to

[1] WTO – World Trade Organization

increase to 21 kg/person/year. Considering these estimates, by 2020 the Kazakhstan population could consume 336,000 – 400,000 MT of poultry meat annually. Given that on average the industrial enterprises operate at 80 percent of their peak capacity, it may be assumed that the total maximum production capacity must vary between 336,000 and 436,000 MT of poultry products per year. With the level of imports expected by 2020 (about 56,000 MT of poultry meat per year), the planned production output should amount to at least 250,000 MT of poultry meat annually.

**References**

1. Iisa Augustine (2015), Analysis of opportunities and challenges in poultry sector in global and Indian perspectives/ International journal in management and social science http://www.ijmr.net. IJMSS vol.03 issue-01, ISSN: 2321-1784.

2. Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan. Source: http://www.stat.gov.kz/faces/home (Date views: 15.09.2015).

3. Nuraliyev S.U. (2009), Competitiveness of production of agro-industrial complex in the conditions of globalization and liberalization of the economic relations in the world market//Rural economics and the overworking enterprises. Volume: 1, Issue: 1-2. Pages: 14–17.

**Іванова М.В.**
*к.х.н., доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Остапчук А.О.**
*студент-магістрант*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ: ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ

Економічна безпека підприємства, засоби і методи її досягнення визначаються загрозами ринку та підприємницькими ризиками. Загрози економічній безпеці за джерелом походження можна поділити на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх загроз у сфері господарювання відносять недобросовісні заходи спеціальних служб вітчизняних та іноземних держав та протиправну діяльність організованих злочинних формувань з метою заволодіння майном суб'єктів господарської діяльності:

Внутрішні загрози безпеці підприємства більш різноманітні [1]:

– протиправні дії персоналу, що загрожують функціонуванню та економічному розвитку підприємства;

– порушення встановленого режиму захисту інформації, у томі числі і комерційної таємниці;

– порушення порядку використання технічних засобів;

– порушення правил режиму безпеки, діловодства, які створюють передумови для реалізації протиправних цілей злочинних елементів чи інших зацікавлених фігурантів;

– низький рівень кадрового, організаційно-правового, інформаційно-аналітичного забезпечення управління потенційними ризиками.

Цим небезпекам повинен протистояти певний захист – заходи із забезпечення діяльності та функціонування підприємства. Головним засобом економічного захисту є управління ризиками господарювання. Технологія управління ризиками передбачає аналіз і оцінку їх ймовірності, реальність кожного ризику, визначення питомої ваги кожного з видів економічних ризиків та розробку системи заходів для їх компенсації.

Основними критеріями оцінки управлінських рішень в умовах ризику вважають:

– очікуване значення економічного результату;

– очікуване значення економічного результату у поєднанні з мінімізацією його дисперсії;

– відомий граничний рівень економічного результату;

– найбільш вірогідна подія в майбутньому.

*Критерій очікуваного значення* застосовують у випадках, коли необхідно визначити екстремальні значення (min або max) результативного економічного показника (прибутку, витрат, тощо). Цей критерій дає достовірні оцінки у випадках прийняття одного й того же рішення багато разів, що витікає із властивостей математичного очікування.

*Критерій очікуваного значення у поєднанні з мінімізацією його дисперсії* застосовують, якщо необхідність в прийнятті рішення зустрічається рідко і вибіркове значення економічного показника може значно відрізнятися від математичного очікування. В цьому випадку застосування критерію очікуваних значень приводить до помилкових результатів.

*Критерій граничного рівня* не дозволяє отримати оптимальне господарське рішення: знайти максимум прибутку і мінімум витрат. Але цей критерій дає можливість визначити допустимий спосіб дій, не визначаючи оптимального рішення, оскільки одна з наступних пропозицій може виявитися більш вигідною, ніж прийнята. Перевагою критерію граничного рівня вважають відсутність необхідності завдання густини розподілення випадкової величини (наприклад, розподілення ринкових цін на певний товар).

*Критерій найбільш вірогідної події* заснований на перетворенні випадкової ситуації в детерміновану шляхом заміни випадкової економічної величини визначеним значенням з найбільшою вірогідністю реалізації.

Таким чином, математична модель задачі прийняття управлінського рішення визначається множиною станів, планів (стратегій), матрицею можливих результатів та ризиків. Елементи матриці ризиків $||r_{ji}||$ зв'язані з елементами матриці корисності наступним співвідношенням [2]:

$$r_{ji} = V_i - V_{ji}\,, \qquad (1)$$

де $V_i = \max V_{ji}$ – максимальний елемент у стовбці $i$ матриці корисності.

Якщо матриця можливих результатів являє собою матрицю витрат, то елементи матриці ризиків визначаються за формулою

$$r_{ji} = V_{ji} - V_i \,, \qquad (2)$$

де $V_i = \min V_{ji}$ – мінімальний елемент у стовбці $i$ матриці витрат.

Безпосередній аналіз матриць корисності $||V_{ji}||$ або ризиків $||r_{ji}||$ не дозволяє прийняти рішення з вибору оптимального плану економічного розвитку підприємства. Для обґрунтування управлінських рішень в умовах невизначеності застосовують критерії Лапласа, Вальда, Севіджа, Гурвіца та ін. Вибір конкретного критерію вважають найбільш складним і відповідальним етапом в дослідженні ризиків господарських операцій. Загальних порад і рекомендацій, на думку авторів [2], не існує. Отже, для захисту економічної безпеки підприємств, управлінські рішення з мінімізації господарських ризиків повинні прийматися висококваліфікованим фахівцем, яких має позитивний досвід і розвинуту інтуїцію з визначення оптимальних економічних ситуацій.

**Література**

1. Раєвський Р. Погрози економічній безпеці підприємства міста і завдання служби безпеки з їхньої нейтралізації // Приватний розшук. – 2003. – № 4. – С. 21–26.

2. Бережная Е.В., Бережной В.И. Математические методы моделирования экономических систем. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.

**Коць І.І.**
*асистент кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності*
*Національного університету «Львівська політехніка»*
*М. Львів, Україна*

## ТОЛІНГОВІ ОПЕРАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

В сучасних умовах активного функціонування всеохоплюючої та поглибленої зони вільної торгівлі з Європейським Союзом дедалі більше національних бізнес-структур прагнуть долучитись до європейського ринкового середовища на засадах розвитку їх зовнішньоекономічної діяльності. Водночас, слід констатувати той факт, що під впливом існуючої соціально-економічної кризи в державі значна частина вітчизняних підприємств демонструє наявність ґрунтовних проблем у фінансовій, виробничій, матеріально-ресурсній, техніко-технологічній, соціально-кадровій сферах їхнього функціонування. Це, своєю чергою, значною мірою знижує конкурентоспроможність національних товаровиробників, адже за таких обставин вкрай складно виготовляти конкурентоспроможну продукцію за усіма її параметрами та демонструвати високий рівень фінансово-економічної,

виробничої й комерційної ефективності функціонування, і таким чином не дає змоги вступати у боротьбу за споживачів на висококонкурентних європейських ринках. При цьому, у різних галузях національної економіки існують потужні господарюючі структури, що на фоні загрози згортання виробничих процесів та банкрутства володіють незавантаженими виробничими потужностями, прогресивним техніко-технологічним забезпеченням, висококваліфікованим кадровим складом. У вищевикладеному контексті найбільш привабливим та об’єктивно зумовленим видом зовнішньоекономічної діяльності для вітчизняних суб’єктів господарювання є толінгові операції, що ґрунтуються на взаємодії з іноземними контрагентами, котрі надають давальницьку сировину для виготовлення на її основі готової продукції за певну плату. Слід також зазначити, що з огляду на сучасний доволі невтішний стан значної частини українських підприємств, що склався головним чином під впливом несприятливих подій у розвитку національної економіки, вітчизняні товаровиробники в основному виконують роль переробних підприємств в межах толінгової взаємодії. Таким чином, слід з’ясувати, яким чином толінгові операції впливатимуть на конкурентоспроможність вітчизняних суб’єктів господарювання як толінгових виконавців.

Для переробного підприємства толінгові операції характеризуються широким спектром переваг, оскільки чинять вплив на різні сфери його функціонування, зокрема:

– у виробничій сфері – дають змогу максимально використовувати виробничі потужності і таким чином уникнути загрози згортання виробничих процесів або повної зупинки виробництва, завантажувати вільні виробничі площі;

– у матеріально-постачальницькій сфері – забезпечують достатній рівень запасів матеріальних ресурсів та знижують матеріальні витрати;

– у техніко-технологічній сфері – дають можливість максимально завантажувати вільне обладнання та використовувати наявні прогресивні технології виробництва;

– у фінансово-економічній сфері – покращують фінансовий стан (в тому числі, підвищують рівень платоспроможності та рентабельності, дозволяють уникнути загрози банкрутства, покрити збитковість та існуючі заборгованості), підвищують рівень інвестиційної привабливості з точки зору доступу до інвестиційних ресурсів, а також кредитоспроможності з позиції доступу до кредитних ресурсів;

– у соціально-кадровій сфері – дають змогу зберегти висококваліфікований склад працівників, забезпечити їхню зайнятість, уникнути звільнень та подолати соціальну напругу в колективі з огляду на існуючу загрозу звільнення;

– у маркетингово-логістичній сфері – дають змогу нарощувати частку ринку, знизити витрати на збут, забезпечити реалізацію продукції споживачам;

– у зовнішньоекономічній сфері – забезпечують розвиток зовнішньоекономічної діяльності, зміцнюють імідж підприємства у

міжнародному діловому колі, дають змогу налагодити контакти з різними іноземними контрагентами (потенційними партнерами, посередниками, фінансово-кредитними установами, постачальниками, збутовиками, тощо).

Як бачимо, спектр очевидних переваг здійснення толінгових операцій для вітчизняних переробних підприємств є доволі широким та привабливим, особливо в сучасних умовах динамічної європейської інтеграції. Реалізація толінгових операцій національними товаровиробниками дозволяє, насамперед, уникнути таких вкрай загрозливих явищ як банкрутство та згортання виробництва, поступово покращувати та зміцнювати різні сфери їхнього функціонування, і таким чином формує перспективні можливості для самостійного виготовлення власної конкурентоспроможної продукції, котра буде затребувана на європейських ринках.

**Куцинська М.В.**
*к.е.н., доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ САНАЦІЙНОСПРОМОЖНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Здійснення економічних відносин та взаємодії між суб'єктами господарювання на мікро-, мезо- та макрорівнях за сучасних умов функціонування, притаманних сьогоднішньому етапу трансформації усіх галузей економіки України, вимагають від керівників різних рівнів управління застосування сучасних удосконалених підходів до керування різноманітними процесами, зокрема й до управління процесами фінансового оздоровлення санаційноспроможних підприємств різних галузей української економіки з метою подолання наявних проблем у напрямку підвищення або відновлення їх конкурентоспроможності, прибутковості, ліквідності та платоспроможності.

Одним із дієвих засобів фінансового оздоровлення санаційноспроможних підприємств за сучасних умов функціонування є реструктуризація.

Згідно з нормами чинного в Україні законодавства щодо відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом, реструктуризація підприємства – це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зокрема шляхом його поділу з переходом боргових зобов'язань до юридичної особи, що не підлягає санації, на зміну форми власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню підприємства, підвищенню ефективності виробництва, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції та повному або частковому задоволенню вимог кредиторів.

Перед тим, як приймати рішення щодо проведення реорганізації як засобу фінансового оздоровлення санаційноспроможного підприємства, необхідно здійснити аналіз фінансового стану такого суб'єкта господарювання, що перебуває у фінансовій кризі, як обов'язкового етапу санаційного аудиту. Якщо

за результатами проведення санаційного аудиту прийнято рішення щодо реорганізації підприємства, необхідно розробити план проведення реорганізаційний заходів, який, зазвичай, має містити таку інформацію: обгрунтування економічної доцільності проведення реструктуризації; обгрунтування конкретних пропозицій щодо форм та методів здійснення реорганізації; розрахунок загальних витрат на здійснення реструктуризації та обгрунтування наявних джерел фінансування таких заходів; перелік конкретних заходів, котрі спрямовані на реалізацію запропонованого та розробленого плану; оцінку ефекту та ефективності сформованого проекту реорганізації суб’єкта господарювання.

Як свідчать результати проведеного аналізу спеціальної та нормативної літератури, на сьогоднішній день в Україні можливі до використання три види реорганізації, а саме:

– реорганізація, спрямована на укрупнення підприємства (злиття, приєднання, поглинання);

– реорганізація, спрямована на подрібнення підприємства (поділ, виділення);

– реструктуризація без змін розмірів підприємства (перетворення).

У разі здійснення реорганізації санаційноспроможного підприємства як засобу його фінансового оздоровлення слід враховувати існуючі законодавчі передумови та вимоги (порядок державної реєстрації (перереєстрації) та ліквідації суб'єктів господарювання; вимоги антимонопольного законодавства; вимоги щодо захисту інтересів кредиторів підприємства, його власників, персоналу тощо; порядок емісії акцій (у разі реорганізації акціонерного товариства); можливі екологічні, демографічні та інші наслідки локального масштабу та ін.).

За сучасних умов функціонування українських суб’єктів господарювання з метою відновлення конкурентоспроможності, прибутковості, ліквідності та платоспроможності санаційноспроможного підприємства, частіш за все, використовують форми реорганізації, спрямовані на укрупнення підприємства (злиття, приєднання, поглинання). Такі форми застосовують, коли підприємство-боржник не в змозі розраховуватися за своїми боргами та змушене шукати санатора, який погасить або візьме на себе зобов’язання щодо погашення таких боргів. Такий санатор бере на себе, як правило, не лише зобов’язання зі сплати заборгованості, а й контроль над боржником, який втрачає свій юридичний статус у результаті приєднання, поглинання чи злиття із санатором. Ефект від запровадження таких форм реструктуризації, як свідчать результати санаційної практики, досягається за рахунок синергізму суб’єктів господарювання, що підлягають реструктуризації шляхом укрупнення.

Реструктуризацію розукрупненням шляхом поділу або відокремлення застосовують у таким випадках:

– у підприємства наявні нарівні з прибутковими сегментами діяльності значні за оборотами збиткові сегменти (частиш за все, це стосується сегментів

виробничого типу);

– у разі наявності високого рівня диверсифікації сфер діяльності підприємств, які підлягають санації;

– у разі підготовки державних підприємств до приватизації (з метою підвищення інвестиційної привабливості);

– у разі зловживання підприємством монопольним становищем на ринку.

Загалом формування обґрунтованих підходів з урахуванням норм чинного законодавства щодо проведення реструктуризації санаційно спроможних українських суб’єктів господарювання дозволить сформувати комплекс заходів щодо можливих напрямків підвищення або відновлення конкурентоспроможності, прибутковості, ліквідності та платоспроможності діючих підприємств різних галузей економіки України.

**Куцинська М.В.**
*к.е.н., доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Кононенко О.С.**
*студент-магістрант*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

За сучасних умов функціонування світового економічного простору, української економіки та окремих її галузей для забезпечення постійного оновлення продукції і вдосконалення виробничих процесів на підприємствах різної спрямованості та профілю, підвищення прибутковості та конкурентоспроможності таких суб’єктів господарювання слід постійно виявляти шляхом проведення моніторингу у рамках здійснення економічної діагностики їх діяльності поточні та можливі майбутні проблемні аспекти, пов'язані зі зміною життєвого циклу продукції й технології.

Такий стан питання підкреслює важливість здійснення пошукової інноваційної діяльності в різних напрямах з виокремленням різних інноваційних проектів, пріоритетних на час їх актуалізації. Розробка та впровадження інновацій будуть доцільними за умови, що вони внесуть у товар чи послугу такий елемент чи складову, котрі вигідно відрізнятимуть такий товар чи послугу від аналогічних товарів конкурентів, тобто створять йому конкурентні переваги. З цією метою, погоджуючись з думкою автора дослідження [1], необхідно ретельно досліджувати ринок і його наявні та приховані потреби у коротко- та довгостроковій перспективі.

Будь-які інноваційні зміни на підприємстві слід здійснювати з певною

метою, яку визначає вище керівництво як бажану модель стану підприємства у майбутньому, можливість досягнення котрої оцінюється з урахуванням різних внутрішніх факторів (особистих якостей працівників, рівня професіоналізму вищого керівництва, співвідношення мотивів, стимулів тощо) і факторів зовнішнього середовища, що встановлює ресурсні та інституційні обмеження, за яких можливе досягнення цілей, або вказує засоби її досягнення. Чітке визначення цілей інноваційної діяльності дає змогу обрати засоби їх здійснення, контролювати процес їх реалізації. Інноваційна політики за таких обставин має формувати умови для створення і збереження тривалих конкурентних переваг підприємства, що, в свою чергу, вимагає прогнозування розвитку ринкової ситуації у довгостроковому періоді [2].

Загальновідомо, що кожне підприємство здійснює діяльність з метою максимізації свого прибутку. На ринку, якщо не запроваджувати інновації у практичну діяльність, підприємство поступово перестає конкурувати у своїй галузі, бо у нього немає конкурентних аутентичних переваг. Це відбувається тому, що науково-технічний прогрес не стоїть на місці, і якщо користуватися постійно своїми старими технологіями та стандартами, то можна залишитись поза ринком взагалі.

Норми прийнятого в Україні Податкового кодексу [3] ще більше ускладнюють ситуацію в країні стосовно інноваційних процесів. На бік правдивості такого твердження свідчать відсутні положення щодо такого елемента інноваційної інфраструктури, як технологічні парки, порушеність взаємодії між малими підприємствами, які використовують спрощену систему оподаткування, та іншими суб'єктами господарювання. Задекларовані податкові пільги для деяких галузей (зокрема, судно- та авіабудівельної) не вирішують проблеми, оскільки ці галузі є збитковими, тому використовувати прибуток на власний розвиток вони зможуть не скоро.

У зв'язку із вищезазначеним, виконання Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні виглядає поки що проблематичним. Зараз в Україні нестабільні економічні умови функціонування для суб’єктів господарювання різних галузей економіки та масштабів діяльності, за наявності яких принципово дуже складно вести якусь мову про інновації. Але в більшості випадків розробка та запровадження інновацій у практичну діяльність є шансом виходу з такої кризи.

У зв’язку з цим доцільно підкреслити важливість розгляду на сучасному етапі трансформації економічних відносин в Україні проблемних аспектів формування інноваційної політики в державі на макро-, мезо- та мікрорівнях з метою виявлення та формування напрямків та шляхів підвищення конкурентних переваг вітчизняних виробників та суб’єктів господарювання на українському та світовому ринках.

Інноваційна політика держави має бути спрямована на підвищення ефективності діяльності підприємств, котра зорієнтована, у першу чергу, на випуск високотехнологічної продукції. Заходи щодо підтримки, стимулювання інновацій, формування (зміни) відповідної нормативно-правової бази,

створення адекватної системи управління на принципах інноваційного менеджменту повинні включати підтримку малого і середнього бізнесу.

**Література**

1. Бурлака В. Пріоритети інноваційного розвитку в українській економіці / В. Бурлака // Діловий вісник. – № 12 (199). - 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ucci.org.ua/synopsis/dv/2010/dv1012131.ua.html.

2. Семенов А.С. Венчурное финансирование инновационной деятельности / А.С. Семенов, А.И. Каширин // Инновации. – 2006. – № 1 (88). – С. 29–37.

3. Податковий кодекс України зі змін. та доп. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

**Кучкова О.В.**
*ст. викладач кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, України*

## ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

Протягом останніх років бурхливо розвиваються засновані на інформатиці нові логістичні технології. Інформаційні системи займають у цих технологіях центральне положення. Промислові підприємства є відкритою системою, яка матеріальними і інформаційними потоками зв'язана з постачальниками, споживачами, експедиторами і транспортними організаціями.

Інформаційне забезпечення логістичного управління є однією з найбільш важливих і актуальних проблем. Інформація стає логістичним виробничим фактором. Завдяки їй може скоротитися складування (краще керування запасами, погодженість дій постачальника і споживача, заміна складування готової продукції складуванням напівфабрикатів чи сировини). Завдяки інформації вдається прискорити транспортування (погодженість усіх ланок транспортного ланцюжка). Недолік своєчасної інформації викликає нагромадження матеріалів, оскільки непевність споживача, як і непевність постачальника, звичайно викликає бажання страхуватись [1, с. 22].

Центральною ідеєю логістики є планування, керування і контроль підприємницької діяльності, усіх матеріальних і інформаційних потоків позв'язаних з цією діяльністю. Інформаційні системи в логістики припускають швидку адекватну реакцію на вимогу ринку, спостереженням за часом доставки, оптимізацію функцій у ланцюгах доставки і постачання й інше.

Але і тут виникають труднощі і проблеми створення інформаційних систем на підприємстві. Однієї з перших проблем – відсутність збору інформації на підприємствах. В основному інформація носить не точний, не оперативний і не спадкоємний характер. Найчастіше компанії терплять крах через несвоєчасну, або недостовірну отриману інформацію.

Необхідно створити галузеві і внутрівиробничі центри, що будуть керувати одночасно інформаційними і матеріальними потоками на підприємстві. Також необхідно застосувати логістичну інформаційну систему в сфері підготовки вантажів до перевезення з застосуванням електронних перевізних документів у внутрішніх і прямих міжнародних повідомленнях. І нарешті, налагодження логістичної взаємодії постачальників і покупців транспорту і виробництва, створити гнучкі методи керування з орієнтацією на економію витрат ресурсів і енергії.

Наступною проблемою створення логістичної інформаційної системи є відсутність технічного забезпечення на підприємствах. Це відсутність ЕОМ, які б збирали, зберігали і перетворювали інформацію, а також полегшували сам процес керування. Адже саме за рахунок зростаючої швидкості й ефективності реакції на керуючі дані вигідніше комп'ютеризовані системи зв'язку в економічних і виробничих структурах [2, с. 14].

Ще однією проблемою, є проблема в сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства, при подоланні митних бар'єрів, а особливо для держав, що знаходяться в безпосередній близькості один від одного і які практично щодня мають зв'язок.

Для того щоб полегшити відносини в цій області потрібно ввести єдину міжнаціональну комунікаційну інформаційну систему. Вона буде призначена для передачі інформації про матеріальні потоки і контроль за їхнім рухом.

Ця інформаційна система буде поєднувати комунікаційні системи багатьох країн і в зв'язку з цим вона зменшить час перебування вантажів на прикордонних станціях і пов'язані з цим витрати. Ця система повинна бути постійно відкрита для користувачів із приводу обміну даними, а також для користування цією системою потрібно створити загальну мову, як єдину.

Система матиме в наявності самостійну комунікаційну мережу і ця мережа, не буде залежати від інших державних інформаційних систем. Також вона повинна забезпечувати цілодобовий обмін інформацією між користувачами. Крім того, буде розвиватися при збільшенні потоків інформації і числа абонентів [3, с. 120].

При інформаційному забезпеченні всіх промислових підприємств необхідно замінити деякі паперові документи, електронними аналогами, що дозволяє синхронізувати рух матеріальних і інформаційних потоків, а також скоротяться витрати при підготовці паперових документів.

При раціоналізації логістичних процесів у минулому основна увага, як правило, приділялась фізичному підйомно-транспортному процесу. Сьогодні, увага усе більш звертається на інформаційний потік, за допомогою якого планують матеріальний потік, керують ним і контролюють його. Поліпшення інформатики й організації принесе більший ефект, чим технічні інновації.

**Література**

1. Крикавський, Є.В. Логістика. Основи теорії: підруч / Є.В. Крикавський // Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, Інтелект-Захід, 2006. – 454 с.

2. Хаджинова, О.В. Логістична стратегія управління витратами великого багатопрофільного промислового підприємства/ О.В. Хаджинова// автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.06.01 „Економіка, організація і управління підприємствами" / О.В. Хаджинова. – Донецьк, 2006. – 23 с.

3. Забуранна, Л.В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку / Л.В. Забуранна // Сталий розвиток економіки. – 2010. – № 7. – С. 120–123.

**Македон В.В.**
*к.е.н., доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва*
**Фурдуй С.Г.**
*магістр ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ВПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Для ефективного та безперервного функціонування комерційного банку необхідні кваліфіковані кадри, які здатні виконувати поставлені перед ними задачі. Однак, якщо ці кадри зібрані в необхідний колектив, не варто вважати, що він працюватиме максимально ефективно, не слід забувати про процес постійного мотивування. Ефективність роботи персоналу це завжди резерв, який можна використовувати для покращення конкурентної позиції на ринку.

Для початку ми визначимо, що слід розуміти під мотивацією. Мотивація – сукупність зовнішніх та внутрішніх рушійних сил, які спонукають до реалізації управлінських рішень, надають діяльності цілеспрямованості, задають її форми та межі [1, с.8].

Загальну характеристику процесу мотивації ми можемо представити, за рахунок наступних категорій:

1. Потреби – це необхідність підтримки стабільності оптимальних параметрів життєдіяльності організму – комфортного стану. Потреби є джерелом активності людини, причиною її цілеспрямованих дій.

2. Мотиви – це спонукання людини до дії, спрямовані на результат (мету).

3. Цілі – це бажаний об'єкт або його стан, до володіння якого прагне людина.

4. Стимули – це певні важелі впливу, які викликають дії відповідних мотивів [2].

Автори визначають наступні особливості дієвого механізму мотивації банківського персоналу:

– неочікувані бонуси та винагороди мотивують краще та глибше (оскільки, якщо ти знаєш заздалегідь, то вважаєш, що це частина твоєї

заробітної плати, а не заохочення до подальшого самовдосконалення);

– винагорода повинна бути своєчасною та невідкладною;

– винагорода повинна бути рівноцінна внеску працівника або колективу в ефективність роботи (прибутковість) організації;

– в системі мотивації краще більш позитивне заохочення ніж негативне (оскільки покарання змушує працювати на рівні встановлених нормативів, а винагорода дає стимул до зростання та самовдосконалення, яким немає меж) [3];

– необхідно використовувати усі можливі комбінації стимулів: матеріальних та нематеріальних, з урахуванням національних, релігійних та індивідуальних особливостей працівника.

Побудуємо спрощену модель мотивації персоналу на основі загальної характеристики та особливостей процесу мотивації персоналу (Рис. 1.).

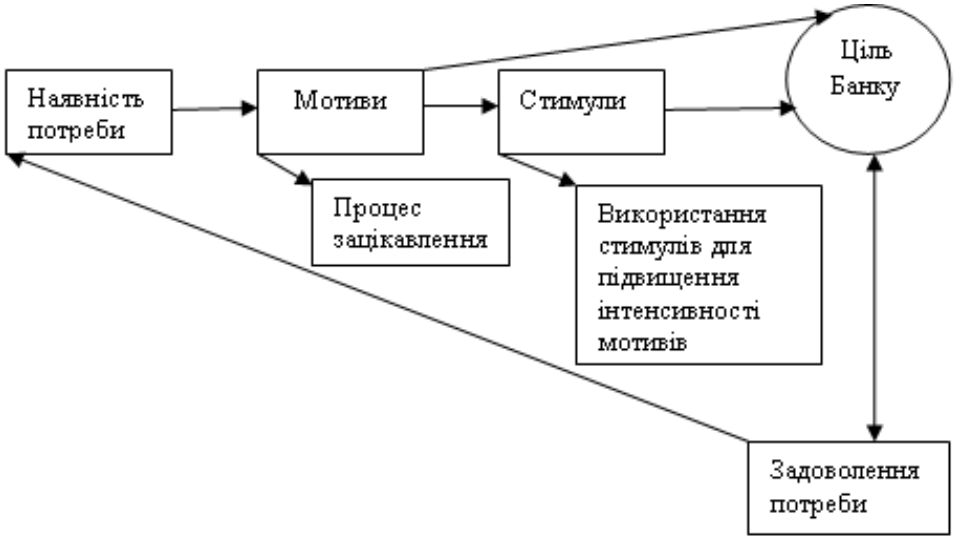



Рис. 1. Агрегована модель процесу мотивації персоналу комерційного банку

Таким чином, и можемо констатувати, що необхідно використовувати комбінований механізм ефективної мотивації банківських робітників, а саме: постійна та змінна (бонуси) оплата праці, в залежності від рівня ефективності працівника; заохочення за виконання і перевиконання нормативів (як дисциплінарних, так і професійних); гнучкий графік роботи; сучасні та ефективні методи оцінки якості роботи; забезпечення необхідних умов праці та комфорту; можливість кар’єрного зростання; статус (професійне визнання); можливість безкоштовного підвищення кваліфікації та постійний розвиток; гнучка система адаптації нових працівників; наявність зворотного зв’язку та інформації, що дозволяє оцінити свою працю; позитивне ставлення керівників до підлеглих; можливість перебувати у резерві та пропонувати креативні рішення проблем.

На останньому етапі працівник задовольняє свою потребу через досягнення цілі банку і на цьому етапі формується нова потреба.

**Література**

1. Васюренко О.В. Персонал банку в умовах конкурентного середовища: мотивація та стимулювання: зб. наук. праць / О.В. Васюренко // Вісник Університету банківської справи Національного банку України / Університет банківської справи НБУ. – К, 2008. – Вип. 1. – С. 127–132.

2. Кабаченко Т.С. Психология в управлении человеческими ресурсами : учеб. пособ. / Т.С. Кабаченко. – СПб. : Питер, 2003. – 400 с.

3. Кебас М. Системность эффективной мотивации / М. Кебас // Управление персоналом: Украина. – 2010. – № 4. – С. 52– 55.

**Мячин В.Г.**
*к.т.н., доцент кафедры экономики промышленности и организации производства*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

## ЭВОЛЮЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В свое известной работе Р.С. Каплан и Д.П. Нортон определили магистральную идею, которая заключается в следующем - предприятие, которое поставило перед собой цели стратегического развития, должно отдавать себе отчет в том, что достижение стратегических преимуществ в современной экономике возможно только при внедрении инноваций. По их мнению инновации являются генераторами количественного и качественного роста компаний, они переводят внутренние бизнес-процессы компаний на качественно новый уровень [1].

Основные этапы эволюции представлений об индикаторах инновационного развития промышленных предприятий представлены в табл. 1.

На сегодняшний день статистическая отчётность науки и инноваций в Украине в Украине представлена следующими основными формами статистического наблюдения [2]:

1) форма № 1-інновація (річна) "Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства", утверждённая приказом Держкомстата від 11.11.2014 №332, которая представляет собой специализированную анкету и является базой для детального исследования инновационніх процессов в статике и динамике;

2) форма № 1-технологія (піврічна), утверждённая приказом Держкомстата 12.11.2014 №342, которая предоставляет сведения про создание новых передових технологий, их назначение, степень новизны;

3) форма № 1-наука (річна), утверждённая приказом Держкомстата 20.11.2012 №471, которая предоставляет информацию о расходах на исполнение научных и научно-технических работ.

Таблица 1

Основные этапы эволюции представлений об индикаторах инновационного развития промышленных предприятий

| 1-ое поколение показателей инновационного развития (1950–1970 гг.) | 2-ое поколение показателей инновационного развития (1970–1990 гг.) | 3-ое поколение показателей инновационного развития (1990–2000 гг.) | 4-ое поколение показателей инновационного развития (2000-е гг. - настоящее время) |
|---|---|---|---|
| ■ расходы на НИОКР<br>■ расходы на образование и обучение<br>■ уровень развития технологии | ■ количество патентов<br>■ количество публикаций<br>■ количество продуктовых инноваций<br>■ количество выпускаемой высоко-технологичной продукции | ■ инновационный бенчмаркинг<br>■ расходы на инновационные исследования<br>■ расходы на фундаментальные исследования | ■ оценка прибыли / риска<br>■ качество инновационного менеджмента<br>■ уровень инновационной культуры<br>■ уровень организационной культуры<br>■ стоимость нематериальных активов |

Показатели, представленные в данных формах отчётности, можно разбить на группы, характеризующие уровень инновационной активности, использование инновационного потенциала и эффективность инновационной деятельности.

Можно констатировать, что среди показателей, используемых в рассмотренных формах отчётности, присутствуют показатели 2-го и 3-го поколения согласно классификации, предложенной в табл. 1. Среди таких показателей можно отметить затраты на внутренние НИР, затраты на приобретение внешних НИР, количество используемых изобретений, передовых технологий, моделей и промышленных образцов и др.

Исходя из вышеизложенного, существует насущная необходимость в создании и развитии новых инструментов оценки уровня инновационного потенциала и инновационной активности промышленных предприятий, базирующихся на индикаторах 4-го поколения. Представляется [3], что наиболее актуальным в этом контексте является создание системы сбалансированных показателей инновационной деятельности, включающей показатели 4-го поколения в сочетании с современными методами обработки данных и представления информации (нечёткая логика, искусственные нейронне сети).

## Литература

1. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Роберт С. Каплан, Дэйвид П. Нортон. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», – 2003. – 214 с.

2. М'ячин В.Г. Групування показників, що містяться в джерелах статистичної звітності, для оцінки інноваційного потенціалу промислових підприємств / В.Г. М'ячин // Фактори сталого розвитку сучасної держави в

умовах інноваційної економіки: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (4-5 грудня 2015 року). У 2-х частинах. – Дніпропетровськ: НО "Перспектива", 2015. – Ч.І – С.103-106.

3. Myachin, V.G. Definition of indicators for calculating innovative potential of enterprises // Scientific journal "Economic and finance" 2015. – Actual problems of modern economy development, Thorpe-Bowker, Melbourne, Australia, 2015. – PP. 219-124.

**Ниязбекова Р.К.**
*д.э.н., профессор*
*Южно-Казахстанский государственный университет*
*имени М. Ауезова*
*г. Шымкент, Казахстан*
**Тулеметова А.С.**
*к.э.н., профессор кафедры «Экономика»*
*Южно-Казахстанский государственный университет*
*имени М. Ауезова*
*г. Шымкент, Казахстан*

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА В СООТВЕТСТВИИ С ПРОГРАММОЙ ГПФИИР

В целях стабильного экономического развития областей функционирующая ГПФИИР (Государственная программа форсированного индустриально-инновационного развитития), в которой предусматриваются диверсификация действующих производств, но и повышение их конкурентоспособности, планируется организация инновационных производств – экономики будущего. Так на Западе Казахстане будут выпускаться широкий ассортимент продукции, товаров и услуг, планируется разделение производств по выпуску нефтегазового машиностроения, различные строительные материалы, будут развиваться транспортно-логистическая инфраструктура, что приведет к сокращению разницы в использовании инвестиций [1, с.34].

На развитие регионов и реализацию программы ГПФИИР предположительно затраты составят 6,5 трлн тенге. Инвестиции будут обеспечены средствами частных внутренних и внешних инвесторов, национальных управляющих холдингов, госбюджета.

Реализация данной программы позволит равномерно развивать все регионы страны, таким образом, уменьшит диспропорции, повысит устойчивость отечественной экономики. Это связано с нехваткой средств для проведения структурно-инвестиционной политики в приоритетных направлениях, таких как топливно-энергетическая, металлургическая, нефтедобывающая и нефтеперерабатывающая, золотодобывающая промышленность, транспорт и коммуникации, насыщение внутреннего рынка товарами народного потребления и продовольствием. Инвестиционная политика является важнейшим элементом экономической стратегии страны и определяется ее целями и задачами [2, с. 46].

Таблица 1

Развитие регионов Казахстана в соответствии с программой ГПФИИР

| **Регионы** | **Виды продукции, прогнозируемые в ГПФИИР** |
|---|---|
| Западный Казахстан: | |
| Актюбинская область | Горнометаллургический комплекс (феррохром), фармацевтическая промышленность, строительство и модернизация заводов строительных материалов, комбинат индустриального строительства, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| Атырауская область | Производство полиэтилена, полипропилена, нефтегазовое машиностроение, строительство и модернизация заводов стройматериалов, переработка зерна и мяса, энергопроизводящие предприятия, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| Западно-Казахстанская область | Нефтегазовое машиностроение, строительство и модернизация заводов, стройматериалов, энергопроизводящие предприятия, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| Мангистауская область | Производство битума, строительство и модернизация заводов стройматериалов, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| Северный Казахстан: | |
| Акмолинская область | Производство серной кислоты, переработка уранового сырья, производство электровозов, строительство и модернизация заводов стройматериалов, переработка зерна и мяса |
| г. Астана | локомотивносборочный завод, фармацевтическая промышленность (строительство фабрики), комбинат индустриального строительства, формирование продовольственного пояса, наукоемкие технологии, информационные технологии, биотехнологии |
| Северо-Казахстанская область | производство различных видов машин, производство грузовых вагонов, переработка зерна и мяса |
| Костанайская область | горнометаллургический комплекс: производство стали, производство сельскохозяйственной техники, производство дорожно-строительной техники и автобусов, переработка зерна и мяса |
| Павлодарская область | горнометаллургический комплекс: производство релье и проката, производство алюминия, спецхимикатов, потребительской химии, каустической соды и горнорудное машиностроение, переработка зерна и мяса |
| Восточный Казахстан: | фармацевтическая промышленность, строительство и модернизация заводов стройматериалов, предприятия легкой промышленности |

Продолжение таблицы 1

| | |
|---|---|
| Восточно-Казахстанская область | горнометаллургический комплекс (титановые слитки) катодной меди, спецхимикатов бытовой химии, переработка уранового сырья, производство тракторов марки «Беларусь», различные виды машин, горнорудное машиностроение, производство легковых автомобилей |
| Южный Казахстан: | |
| Алматинская область | электротехническое машиностроение, переработка зерна и мяса, предприятия легкой промышленности, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| г. Алматы | производство спецхимикатов, бытовой химии, различные производства машиностроения, фармацевтическая промышленность, комбинат индустриального строительства, формирование продовольственного пояса, наукоемкие технологии, информационные технологии, биотехнологии, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| Жамбылская область | Производство ферросиликомарганца, серной кислоты, строительство и модернизация заводов стройматериалов, переработка мяса, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| Южно-Казахстанская область | добыча уранового сырья, электротехническое машиностроение, фармацевтическая промышленность, строительство и модернизация заводов стройматериалов, комбинат индустриального строительства, переработка мяса, предприятия легкой промышленности, энергопроизводящие предприятия, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| Кызылординская область | нефтегазовая промышленность: производство нефти и газа, серной кислоты, строительство и модернизация заводов стройматериалов, переработка зерна и мяса, развитие транспортно-коммуникационной инфраструктуры |
| Центральный Казахстан: | |
| Карагандинская область | горнометаллургический комплекс (производство стали, спецстали) спецхимикатов, потребительской химии, резинотехнических изделий, электротехническое машиностроение, фармацевтическая промышленность, строительство и модернизация заводов стройматериалов, энергопроизводящие предприятия |
| Источник [3, с. 8] | |

Целенаправленная Государственная политика привлечения международного капитала и инвестиций в экономику государства соответствует стратегии экономических реформ и исходит из необходимости

максимального содействия структурной перестройки производства в условиях кризиса и высокой инфляции, а также развитию рыночных отношений [4, с.42].

В настоящее время в Казахстане сформирована необходимая экономическая среда и система гарантий для привлечения иностранного капитала.

**Литература**

1. Регионы Казахстана в 2015 году. Статистический сборник //Агентство Республики Казахстан по статистике / Под редакцией А. Смаилова. – Астана, 2015.

2.Оперативные статистические данные. Сайт Агентства Республики Казахстан по статистике //www.stat.gov.kz.

3. Интернет-издание «Ranking.kz» (www.ranking.kz).

4. Коварда, В. В. Эволюция дефиниции «капитал» и состава факторов производства / В. В. Коварда // Интеллект. Инновации. Инвестиции № 3, 2013. – С. 39–43.

**Паршина О.А.**
*д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпропетровськ, Україна*
**Курдіна Д.О.**
*студентка*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## МОТИВАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В Україні, що має значний кадровий і інтелектуальний потенціал в світі, компанії недостатньо використовують інструменти, пов'язані з підвищенням мотивації персоналу, роблячи основний акцент на «маніпулюванні зарплатою»: підвищуючи або знижуючи залежно від успіхів структури на ринку. Лише провідні компанії сьогодні пропонують фахівцям високого рівня не лише високу зарплату, але і соціальний пакет.

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх закономірностей, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації [1].

В управлінській науці розроблені та знайшли широке практичне застосування в провідних фірмах розвинених країн різні мотиваційні моделі. Найширше розповсюдження серед них отримали такі:

– раціональна мотиваційна модель, яка в своїй основі ґрунтувалась на широкому використанні матеріальних стимулів, тобто за допомогою

нагороджень або стягнень за наслідками роботи;

– мотиваційна модель самореалізації, яка реалізується через активізацію внутрішніх мотивів людини, можливості самовираження, творчість у праці, визначення заслуг, розширення самостійності і відповідальності, перспективи кар'єри і професійного зростання;

– мотиваційна модель співучасті (причетності), яка втілюється через розвиток співпраці, партнерства, участь в управлінні, власності, делегування повноважень.

В кожній країні запроваджують різні методи мотивації персоналу. Основними складовими мотивації праці в Японії є: система довічного найму; неформальні міжособистісні стосунки співробітників; колективізм у роботі; корпоративна філософія; трудова мораль[2].

А от, наприклад, в США важливе мотиваційне значення в діяльності передових фірм має надання працівникам лікарських послуг. Вони надаються для працівників і членів їх сімей через місяць після початку роботи в фірмі.

У Великобританії на сьогоднішній день існує дві модифікації системи оплати праці, залежать від прибутку: грошова та акціонерна, що передбачає часткову оплату у вигляді акцій.

Німецька модель мотивації праці виходить з того, що в її центрі перебуває людина зі своїми інтересами як вільна особистість, яка знає свою відповідальність перед суспільством. Свобода в економічному сенсі означає розуміння інтересів суспільства і знаходження свого місця в системі виробництво – споживання [3].

На нашу думку, сьогодні, в умовах обмеженості фінансових ресурсів на національних підприємствах, коли досить важко встановити високу заробітну платню, особливу увагу можна зосередити саме на нестандартних методах стимулювання праці, ефективно поєднуючи стандартні та нестандартні мотиваційні заходи. При застосуванні нематеріальних стимулів необхідно звертати увагу на культурні, ментальні та психологічні особливості працівників для пошуку найефективнішого методу мотивації.

**Література**

1. Колот. А. М., Мотивація персоналу [Текст] : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.

2. Байда О. Мотивація праці як складова успіху організації / О.Байда // Вісник національного Хмельницького університету. – 2010. – № 14. – С. 55-57.

3. Козаченко А. Мотивация труда и системы оплаты труда мировой опыт / А. Козаченко // Бизнес-журнал BizKiev. Режим доступа: сайт http://bizkiev.com/content/view/992/591/.

**Паршина О.А.**
*д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпропетровськ, Україна*
**Лютова Л.С.**
*магістр кафедри економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», м. Дніпропетровськ, Україна*

# СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У сучасних умовах переходу до ринкових відносин, розвитку глобалізації економіки в світовому зв'язку найбільш важливими факторами національної конкурентоспроможності не є природні і фінансові ресурси, а ресурси людські, тобто люди, їх професійні і особистісні якості, їх трудова мораль і прагнення до досягнення поставлених цілей, їх знання і вміння, їх творчі та новаторські здібності. Співробітники – головне надбання організації, яке треба зберігати, розвивати і використовувати для успіху в конкурентній боротьбі.

Управління персоналом організації – цілеспрямована діяльність керівного складу організації, фахівців підрозділів системи управління персоналом, включно з розробкою концепції і стратегій кадрової політики, принципів і методів управління персоналом.

Під кадрами підприємства розуміється сукупність працівників різних професійно-кваліфікаційних груп, зайнятих на підприємстві і входять до його облікового складу [3]. Розрізняють такі поняття, як «кадри», «персонал» і «трудові ресурси підприємства».

Кадри підприємства, пов'язані з процесом виробництва продукції, представляють промислово-виробничий персонал.

Професійно-кваліфікаційна структура службовців підприємства знаходить своє відображення в штатному розкладі. Штатний розклад підприємств і організацій бюджетної сфери – це документ, щорічно затверджується керівником підприємства і представляє собою перелік згрупованих по відділах і службам посад службовців з зазначенням розряду (категорії) робіт і посадового окладу [1, 2].

В умовах ринку з'явилася нова класифікація персоналу – менеджери, до яких відносяться керівники всіх ланок управління, а також фахівці управлінських служб.

Набір кадрів в майбутньому підприємства повинні більш інтенсивно займатися дослідженнями на ринку праці, щоб заздалегідь оцінити можливості свого кадрового забезпечення.

Сьогодні персонал розглядається як основний ресурс організації, в значній мірі визначає успіх всієї її діяльності і являє собою один з основних ресурсів організації, яким треба грамотно управляти, створювати оптимальні

умови для його розвитку, вкладати в це необхідні кошти.

На мій розсуд щоб поліпшити кадрову політику потрібно: посилити системність в підборі кадрів: від найму до звільнення працівника, покращити процедуру висування: інформація про вакансії, кандидатів, відповідальність рекомендують регламентація права висувати кандидатів, процедури обговорення, призначення та введення в посаду. Ці моменти в сукупності дозволяють підняти на новий рівень всю роботу по підбору кадрів.

**Література**

1. Управление персоналом организации / Под ред. А.Я. Кибанова – М.: ИНФРА-М. – 2003. – 638 с.

2. Управление персоналом организации / В.Н. Федосеев, С.Н. Капустин – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 368 с.

3. Управление персоналом организации / Под ред. А.Я. Кибанова – М.: ИНФРА-М. – 2003. – 184 с.

**Паршина О.А.**
*д.э.н., проф. кафедры экономики промышленности и организации производства*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*
**Мицюк А.В.**
*студентка*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

## МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В УКРАИНЕ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Занятие собственным делом и реализация его гражданских прав формирует самостоятельную общественную прослойку предпринимателей. Малое предпринимательство дает рыночной экономике гибкость, мобильность финансовых и производственных ресурсов, является главным носителем антимонопольного потенциала, а также обеспечивает прорыв в научно-техническом прогрессе [5].

Всемирный банк опубликовал аналитический доклад «Ведение бизнеса в 2015 году» в котором по 10 критериям: регистрация предприятий, получение разрешений на строительство, подключение к системе электроснабжения, регистрация собственности, кредитование, защита инвесторов, налогообложение, международная торговля, обеспечение исполнения контрактов, ликвидация предприятий, провели анализ и статистику приемлемости климата ведения бизнеса, где Украина заняла 96 место [2].

Проблемам развития малого бизнеса в Украине следует уделять особое внимание, по-скольки он является главным фактором борьбы с безработицей, а также малый и средний бизнес в Украине по количеству предприятий составляет основу предпринимательства. Из общего количества предприятий 93,7% – это малые предприятия, 5,8% – средние предприятия и только 0,5% – крупные предприятия. Кроме того, в Украине осуществляет деятельность более 2,4 млн. физических лиц – предпринимателей.[3]

По официальной статистике в Украине 90% малого и среднего бизнеса «умирает» в первые 2-3 года жизни. Из оставшихся 10% –70% не доживает до 7 лет.[1]

Становление малого предпринимательства Украины проходило (и ныне проходит) в динамических, часто изменяющихся условиях. Поскольку ситуация на внутреннем рынке является трудно предсказуемой для отечественного предпринимателя, такое положение вещей не могло не сказаться на уровне развития малого бизнеса в целом. Так, например, доля малого бизнеса в ВВП стран с развитой экономикой (США, Япония, Германия) составляет от 50 до 57%, в то время как в Украине эта цифра колеблется в пределах 5–6% ВВП. Социально-экономический климат ведения бизнеса в украинском обществе не является совершенным, и существует ряд проблем которые следует разрешить [4].

К главным проблемам относятся, во-первых, трудности нормативно-правового характера, т.е. непродуманность государственной политики в отношении малых предприятий, неэффективность налогового законодательства, слабая система государственной поддержки малых предприятий, воздвигнутые административные барьеры, например - устойчивая тенденция к сохранению высоких затрат времени на прохождение официальных процедур для создания собственного бизнеса в Украине (получение разрешений, лицензий, прохождение проверок). Количество рабочих дней, затрачиваемое предпринимателями на прохождение официальных процедур, составляет в Украине 27 дней, тогда как в странах ЕС на прохождение аналогичных процедур тратится в среднем 16 дней, в Македонии - 3, Венгрии - 4, Албании и Беларуси – 5; рост временных и денежных затрат предпринимателей на регистрацию собственности в Украине. Другая серьезная проблема законодательной сферы – неэффективность украинской системы налогообложения, ведущая к развитию теневого сектора экономики. Также на сегодняшний день не маловажной – является дороговизна выдаваемых кредитов, а так же большие риски их не возврата. Проводя анализ, было выявлено, что на 1 квартал 2015 года объем выдаваемых денежных средств, по сравнению с 1 кварталом 2014 года сократился с 85 206 тыс.дол. до 38219 тыс.дол. Также следует отметить военное состояние экономики, начало разрыва торговых связей с главным клиентом-импортером украинских товаров и услуг Россией. На 2014 год объем экспорта в Россию составлял 9798226,2 тыс. дол, а на 2015 этот показатель сократился, примерно, на 50%.

Предприятие часто испытывают недостаток квалифицированных

специалистов. После опроса многих предпринимателей стало ясно, что основной причиной закрытия предприятий в условиях меняющейся информационной, экономической, политической и законодательной среды является низкая квалификация и большое количество совершающих ошибок учредителями, руководителями подразделений на данном предприятии [6].

Поэтому для эффективной деятельности бизнеса необходимо обеспечить оптимальное сочетание интересов всех субъектов экономической системы: государства, предпринимателей и потребителей. А для этого следует создать результативную нормативно-правовую базу, которая будет создавать приемлемые условия для ведения собственного дела и его стимулирования.

**Литература**

1) Правильная технология бизнеса [Электр.ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://www. sokolov-pozharova.ua.

2) Исследование всемирного банка: ведение бизнеса в 2015г. [Электр. ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www. gtmarket.ru.

3) Роль и развитие малого бизнеса в экономике Украины: к.э.н. Лавров Ю.В; Кинзерская К.С. [Электр. ресурс]. – 2015. – Режим доступа: http://www.russnauka.ru.

4) Малый бизнес в Украине тенденции, развитие и проблемы налогообложения: Панасюк О.Р. [Электр. ресурс]. – 2014. – Режим доступа: http://www.business-inform.net.

5) Проблемы малого бизнеса в Украине: Кузнец С. [Электр.ресурс]. – 2013. – Режим доступа: http://www.business-inform.net.

**Паршин Ю.І.**
*к.т.н., доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Ливада Р.І.**
*студент ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## СКЛАДОВІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ

В умовах сучасної ринкової економіки банківська система є важливою складовою економічної системи держави. Інтеграційні процеси України у світову фінансову систему неможливі без удосконалення вітчизняної банківської системи. Саме банки є одним із головних джерел інвестування фінансових ресурсів в економіку країни.

Необхідно зазначити, що існують дві групи проблем у банківській сфері України. До першої групи можна віднести зовнішні проблеми, які пов'язані з розміром облікової ставки Національного банку України, низький рівень довіри

населення до банківських установ, недостатній рівень захисту прав вкладників, викривлення окремими банками статистичної звітності, непрозора структура власності, непродумана політика регулятора, що призвела до посилення кредитного дефіциту у національній економіці. До внутрішніх проблем треба віднести недостатній рівень управління в банках, низький рівень управління банківськими ризиками, недостатній рівень капіталізації, недостатню прозорість діяльності з населенням тощо.

Одним з важливих аспектів успішної діяльності комерційного банку, отже і всієї банківської системи країни відіграє підвищення ефективності фінансової діяльності банку.

Прибутковість банку залежить від ефективності використання його власних і залучених коштів. Рівень доходності банк може підняти шляхом зміни структури активних операції і співвідношення між позичковими та інвестиційними операціями на користь більш вигідних, а також через регулювання своєї короткострокової заборгованості й депозитних рахунків [1, с.368]. Потрібно раціонально й ефективно розміщувати кошти банку для забезпечення його фінансової стійкості. Виконання цієї умови дозволить банківській установі бути достатньо ліквідною, надійною та прибутковою.

Для підвищення фінансової ефективності банку, треба максимізувати прибуток, знижуючи при цьому витрати. В зв'язку з цим можна запропонувати наступні основні заходи щодо підвищення доходів банківської установи: збільшення доходних активів в сукупних активах, банк повинен збільшувати так звані «працюючі активи», які приносять найбільші доходи банку і скорочувати «непрацюючі». Залучати більше платоспроможних позичальників. Потрібно ефективно розміщувати кошти банку для забезпечення його фінансової стійкості. Такі заходи дозволять позбавитися суперечностей між ліквідністю, надійністю та прибутковістю банку. Збільшуючи власні кошти банк збільшую власний ресурс, а отже у банку зростає інвестиційний потенціал, що збільшує фактор незалежності банку. Важливою умовою підвищення фінансової ефективності банку також є раціональне фінансове планування. Фінансовий план дозволяє спрогнозувати доходи, витрати і прибуток банку як на поточний рік, так і на перспективу. Як відомо [1, 2], для успішного функціонування банку необхідно приділяти увагу аналізу та систематизації поточної інформації, а це на нашу думку дозволить суттєво знизити кредитні ризики. Необхідно також зазначити, що важливою задачею є формування професійної команди яка буде професіонально вирішувати поставлені задачі та ефективно працювати в цьому напрямку.

**Література**

1. Мороз А.М. Банківські операції: Підручник / А.М. Мороз, М.Ф. Пуховкіна та ін. – К.: КНЕУ, 2000. – 368 с.

2. Банківська справа: Навчальний посібник / За ред. Проф. Р.І. Тиркала. – Тернопіль: Карт-бланш, 2001. – 314 с.

**Прялін М.А.**
*професор кафедри економіки промисловості*
*та організації виробництва*
*ДВНЗ "Український державний хіміко-технологічний університет"*
**Гуцалова В.І.**
*старший викладач кафедри економіки*
*та соціально-гуманітарних дисциплін*
*Національна металургійна академія України*
*Інститут інтегрованих форм навчання*

# ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ШЛЯХОМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Важливим напрямком підприємницької діяльності є підвищення ефективності промислових підприємств, що забезпечує збільшення прибутку та підвищення рентабельності виробництва продукції Це може бути забезпечено шляхом розширення ринків збуту продукції оскільки підвищення цін в умовах конкуренції не завжди може привести до прибутковості роботи підприємства. Підвищення ціни на продукцію без поліпшення її якісних показників в умовах конкуренції на ринку приведе тільки до зменшення обсягів реалізації. Комплекс якісних показників разом з ціновою політикою обумовлює конкурентоспроможність продукції та виробничу діяльність підприємства з її випуску. Важливим напрямком забезпечення конкурентоспроможності виробів є підвищення їх якості за рахунок використання науково-технічних нововведень. Збільшення рівня наукомісткості виробів є додатковою ознакою забезпечення їх конкурентоспроможності.

В процесі аналізу умов впровадження нововведень для створення конкурентоспроможної продукції необхідно враховувати стан ринку її збуту з метою виявлення тенденцій можливого споживання. Це є основою для розробки заходів з розширення обсягів реалізації продукції. На ринку може мати успіх тільки конкурентоспроможна продукція, що обумовлює необхідність пристосовуватись до потреб покупця і виробляти тільки такі вироби, які відповідають цим вимогам. При наявності конкуренції виникає необхідність забезпечення привабливості продукції.

На основі отриманої інформації з аналізу процесу збуту продукції приймається рішення про визначення сегменту ринку та забезпечення таких властивостей виробів, які можуть відповідати потребам споживачів з урахуванням їх купівельних можливостей та мотивів придбання продукції даного типу. При цьому враховується конкуренція на ринку, яка є суттєвим фактором упорядкування цін та стимулом впровадження нововведень. Вона сприяє витісненню з ринку неефективних підприємств, раціональному використанню ресурсів, запобігає диктату виробників-монополістів по відношенню до споживача. Конкуренція передбачає конкурентну боротьбу за

споживача продукції, формами якої можуть бути:

– підвищення якості продукції та зменшення цін;

– широке використання реклами, розвиток сервісного та гарантійного обслуговування;

– використання нововведень при створенні нових виробів.

Однією із традиційних форм конкурентної боротьби може здійснюватись шляхом зниження цін, локальних змін, сезонних розпродаж, наданням більших сервісних послуг при діючих цінах.

Зменшення ціни на продукцію призводить до збільшення попиту і таким чином характеризує підвищення конкурентоспроможності виробів. Підвищення попиту на конкретну продукцію може бути обумовлено зовнішніми причинами. Наприклад, зростання ціни на аналогічну продукцію інших товаровиробників може збільшити попит на продукцію підприємства, ціна на яку залишилась на попередньому рівні. Тим самим збільшився рівень конкурентоспроможності продукції конкретного виробника.

Внутрішнім чинником збільшення конкурентоспроможності продукції може бути зменшення її ціни на конкретному виробництві.

Цінова конкуренція здійснюється для розширення сегментів існуючих ринків та виходу на нові ринки збуту продукції. Дуже ефективною формою конкурентної боротьби є впровадження заходів за підвищення якості товарів. Реклама певним чином впливає на формування думки споживачів, що теж збільшує чи зменшує рівень конкурентоспроможності конкретних зразків продукції. Підвищення технічного рівня нових виробів за рахунок впровадження конструктивно-технологічних нововведень та поліпшення сервісного обслуговування є також дуже важливими чинниками підвищення конкурентоспроможності продукції.

Розробка та впровадження нововведень, без яких не може бути конкурентоспроможною продукція і розвиватись економіка, потребує значних інвестицій. Труднощі з інвестуванням обмежують впровадження нововведень. Така ситуація не може сприяти підвищенню конкурентоспроможності продукції.

Ефективність впровадження у практику нововведень може проявлятися у різних сферах діяльності і віражаться у підвищення різних оціночних показників:

– зростання фондовіддачі, рентабельності виробництва продукції;

– збільшенні рівня механізації виробництва та підвищенні продуктивності праці;

– поліпшенні використання матеріально-сировинних і фінансових ресурсів;

– поліпшенні якості продукції, скороченні терміну окупності капітальних вкладень.

Таким чином, конкурентоспроможність продукції та науково-технічний рівень нововведень так взаємно пов’язані між собою, що оцінку конкурентоспроможності продукції необхідно здійснювати з урахуванням

ступені інноваційної діяльності на підприємстві. Впровадження нововведень у виробництво забезпечує удосконалення технічного рівня підприємств, зростання обсягів випуску продукції, підвищення економічності використання природних ресурсів і поліпшення якості виробів. Можна вважати, що рівень наукомісткості продукції певним чином впливає на її конкурентоспроможність.

В умовах конкуренції товаровиробників в результаті впровадження заходів з підвищення конкурентоспроможності продукції зростає ефективність функціонування підприємства. Тому врахування чинника конкурентоспроможності є важливим напрямком підприємницької діяльності на промисловому підприємстві.

**Шукіс І.З.**
*к.т.н., доц., доцент кафедри*
*менеджменту та маркетингу*
*Університету митної справи та фінансів*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ОРГПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі перебудови нашого суспільства у зв’язку з високим рівнем динаміки політичних та економічних перебудов дуже актуальними є питання адаптації та ефективної перебудови систем управління організацій, підприємств незалежно від виду їх діяльності. Для багатьох підприємств сучасна та ефективна перебудова системи управління взагалі стає питанням їх «життя». Крім того, перехід до багатоукладної економіки та євроінтеграція вимагають перегляду концепцій формування організаційних систем управління з метою адекватного відображення динаміки процесів, що відбуваються. З цієї позиції знання принципів та методів проектування систем управління є необхідною умовою забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

У вітчизняній та зарубіжній теорії та практиці управління методичні розробки у галузі організаційного проектування систем управління майже не зустрічаються [1]. У колишньому СРСР питання організаційного проектування систем управління розроблялися у 1970–80 рр. Але в умовах жорсткого нормування витрат на управління, використання типових організаційних структур, типових схем функціональної регламентації управлінської праці розробки мали обмежене застосування і не виходили за рамки стандартних рішень. В економічній літературі розглядаються окремі питання, що стосуються розрахунків нормативів чисельності управлінського персоналу, функціональної регламентації управлінської праці, організації та автоматизації інформаційного забезпечення для типових структур систем управління [2-3]. Організаційні структури, як правило, створюються самим апаратом управління. При цьому за основу беруться не наукові рекомендації, а насамперед особисті інтереси. Такий підхід досить розповсюджений серед вітчизняних організацій, але він не

є ефективним, тому що майже ніколи не приводить до здійснення цілей організації. Оргпроектування здійснюється за допомогою наступних основних підходів: нормативно-функціональний, функціонально-технологічний, системно-цільовий. *Нормативно-функціональний підхід* – розроблений НДІ праці Держкомпраці СРСР[4]. За часів радянської влади цей підхід був найбільш розповсюдженим. Його взято за основу при розробці методичних рекомендацій до формування типових структур апарату управління. Класифікація функцій управління та розробка на її основі типових варіантів організаційних структур дозволяли забезпечити єдиний підхід до визначення складу структурних підрозділів. Регламентація структури і штатів підприємства не дозволяла враховувати особливості та умови діяльності конкретного підприємства. Пошук оптимальних рамок типізації привів до ідеї блочного підходу до формування організаційної структури управління. При блочному підході типові рішення застосовували не до структури в цілому, а до окремих її частин – блоків. Нормативний характер цього підходу, орієнтація на використання існуючих організаційних рішень практично виключає його застосування в сучасних умовах. *Функціонально-технологічний підхід* розроблено завдяки дослідженням С.А. Валуєва, А.С. Казарновського, С.Є. Каменицера та інші [3]. Цей підхід базується на формуванні сітьових моделей, що описують організаційну технологію підготовки та руху інформаційних документів, які є основою для прийняття рішень та регламентації діяльності підрозділів і працівників підприємства. Раціоналізація потоків інформації та технології її обробки дозволила позбавитись дублювання в роботі, більш чітко розподіляти повноваження та відповідальність між підрозділами та посадами, економити адміністративно-управлінські витрати та раціоналізувати апарат управління в цілому. Цей підхід, на відміну від попереднього, може застосовуватись при створенні нових організацій, а також для реструктуризації або докорінного покращення організаційних структур. Недоліки його – висока трудомісткість, використання стабільної номенклатури функцій управління, підпорядкованість організаційної структури схемі документообігу. Перелічені недоліки обмежують сферу застосування цього підходу для побудови структур, що орієнтовані на виконання робіт з визначеним зовнішнім організаційним середовищем. Він також обмежено може застосовуватись для організацій зі складними схемами управління та майже зовсім не може застосовуватись для формування структур, що орієнтовані на нововведення та їх швидку реалізацію. *Системно-цільовий підхід* полягає у побудові структури цілей, закріпленні за ними функцій та організаційному їх оформленні. Така структура будується на основі системного підходу до процесів постановки цілей, збору, передачі, отримання та аналізу інформації, формування альтернатив розвитку, виробки та реалізації рішень. Вона дає можливість прогнозувати організаційні структури управління. Такий підхід може застосовуватись для формування структур управління, що не мають аналогів за своєю сферою діяльності. Формування ефективної організаційної структури, як результат оптимальної реалізації принципів побудови

організаційних структур управління, стає одним з найголовніших інструментів забезпечення конкурентоспроможності організації.

**Література**

1. *Редіна Н.І., Шукіс І.З.,* Дисципліна «Організаційне проектування систем управління та її роль у підготовці фахівців з управління персоналом. / Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. т.2. Управління персоналом в організаціях. – К. : КНЕУ, 2005.– с. 245–247.

2. Совершенствование организационных структур управления предприятий и производственных объединений. Межотраслевые методические рекомендации НИИТруда. – М.: Экономика, 1991.

3. Соловьев В.С. Организационное проектирование систем управления. – М.: ИНФРА – М. Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002.

**Яворська О.Б.**
*старший викладач кафедри економіки промисловості та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В АСПЕКТІ РОЗВИТКУ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

Основною метою будь-якого товаровиробника в умовах ринкової економіки є збереження і розширення своїх позицій на ринку, стабільне отримання прибутку. Головним засобом досягнення вказаної мети виступає забезпечення високої конкурентоспроможності. В сучасній науковій літературі існує безліч визначень поняття конкурентоспроможність підприємства. Д.С. Воронов розглядає її як узагальнюючу характеристику діяльності підприємства, що відображає рівень ефективності використання економічних ресурсів щодо ефективності використання економічних ресурсів конкурентами [1]. Деякі вчені трактують конкурентоспроможність як можливість. Так І.О. Миргородська визначила конкурентоспроможність як деяку можливість пристосування до змін, підкресливши при цьому, що її необхідно розглядати тільки в середовищі суперництва: «Конкурентоспроможність – це можливість пристосуватися до умов, що змінюються, з точки зору утримання або поліпшення позицій серед тих, що змагаються [2]». За інтерпретацією П.С. Зав'ялова конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективної господарської діяльності та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку [3]. Ще одним ключовим словом при визначенні конкурентоспроможності підприємства є здатність: «…його здатність до досягнення власних цілей в умовах протидії конкурентів і мірило конкурентоспроможності – співвідношення сил між конкретним підприємством і його основними конкурентами на ринку» – В.Д. Шкардун [4], або «здатність

проводити успішну конкурентну боротьбу. Під конкурентоспроможністю підприємства автор розуміє оцінку його внутрішнього потенціалу (стану) щодо конкурентів» – Люкшинов А.Н. [5]. Таким чином, за наявністю розмаїття визначень поняття конкурентоспроможність підприємства, смислове навантаження даного терміну зводиться до можливості та здатності, що є характеристикою того чи іншого суб’єкту господарювання.

Конкурентоспроможність виявляється лише в умовах конкуренції і через конкуренцію, яка є стрижнем ринкових відносин, що виражає їх сутність.

Наявність можливостей та здатності господарюючого суб’єкту в повній мірі залежить від зовнішнього оточення, тобто великої кількості чинників мікро- і макросередовища. Тому рівень конкурентоспроможності – це показник дуже динамічний, мінливий, потребуючий постійного відстеження та підтримання. Опускаючи історичний аспект еволюції понять конкуренції та конкурентоспроможності, має сенс звернути особливу увагу на роль і значення деяких їх складових в умовах розвитку продуктивних сил XXI сторіччя. З розвитком промисловості в ринковому середовищі визрівають нові конкурентні умови, які міняють напрям конкуренції від порівняльних національних переваг до переваг, заснованих на науково-технічних досягненнях, інноваціях на всіх стадіях від створення товару до просування його від виробника до споживача. Індустріальне суспільство перетворюється у постіндустріальне, яке стає відмінною рисою XXI ст. Постіндустріальне суспільство, що формується з середини 70-х рр. XX ст., базується на виробництві наукомістких товарів і інтелектуальних послуг; найвище цінуються знання, інформація, на базі яких розвиваються інформаційні технології, – основа нового електроніфіцированого типу виробництва, принципово інших, ніж раніше, управлінських систем, інфраструктурних мереж господарства, фінансових потоків.

Світовий економічний форум, який відбувся 20-23 січня 2016 р. у Давосі назвав Четверту промислову революцію цунамі технологічних досягнень, які трансформують економіку.

Четверта промислова революція полягає в адаптації до тенденцій суспільства для зміни способу виготовлення продукції. Це орієнтована на попит революція, в якій пропозиція створюється з урахуванням очікувань споживачів. Четверта промислова революція характеризується наступними аспектами:

– суспільне виробництво, яке об’єднує усіх учасників проекту з метою підвищення продуктивності і стимулювання конкурентоспроможності;

– гнучке виробництво, яке забезпечує точну відповідність бажанням споживачів, а також дозволяє контролювати витрати і отримувати прибуток;

– інтелектуальне виробництво, яке об'єднує продукти, машини, установки та людей;

– виробничі послуги, які надають споживачам кращий досвід і ширші допуски.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що конкурентне середовище стає все більш жорстким та складним, воно потребує нових методів та технологій нового покоління для досягнення конкурентних переваг,

збереження та зростання можливостей перемоги у конкурентній боротьбі. В умовах розвитку виробництва постіндустріального суспільства сучасні технології, результати (продукти) їх використання поступово витісняють вирішальний чинник виробництва – людину. Трансформація економіки, пов'язана з технологічними досягненнями, матиме вплив на ринок праці. Безумовно, не всі ті люди, працю яких замінять машини, знайдуть собі роботу. Наслідок – зростання безробіття і нерівності. Необхідно передбачити соціальні зміни, враховувати людський чинник, планувати безпеку.

**Література**

1. Воронов Д.С. Оценка, анализ и выявление путей повышения конкурентоспособности предприятий / Д.С. Воронов; дис. канд. экон. наук: 08.00.05 – Екатеринбург, 2002. – 145 с.

2. Миргородская Е.О. Конкурентоспособность как интегральное свойство рыночной системы хозяйствования // Философия хозяйства. – 2005. – № 4-5. – С. 203 – 212.

3. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах / П.С. Завьялов. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 496 с.

4. Шкардун В.Д. Интегральная оценка конкурентоспособности предприятия // Маркетинг. – 2005. – № 1 (80). – С. 38–50.

5. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие для вузов / А.Н. Люкшинов – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 375 с.

**Баюра Д.О**.
*д.е.н., проф., професор кафедри економіки підприємства*
*Київського національного університету*
*імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна*

## КОРПОРАТИВНА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ В УКРАЇНІ

Розвиток теорії та практики корпоративного управління в більшості зарубіжних та вітчизняних компаній у складних диференційованих умовах ринкового середовища передбачає необхідність здійснення різних форм, типів та видів реструктуризації. Особливо це актуально для великих та середніх підприємств України в умовах євроінтеграції та необхідності забезпечення їх стійких конкурентних переваг.

Термінологія та сама категорія «корпоративна реструктуризація» у вітчизняних наукових дослідженнях носить неоднозначний характер, і сьогодні існують лише перші наукові пошуки щодо визначення її сутності та механізмів. Це зумовлено тим, що практично функціонування вітчизняних підприємств корпоративного типу здійснюється без прямого впливу на їх формування ринкових механізмів та зарубіжних фондових ринків. Однак, відштовхуючись

із кращої зарубіжної практики корпоративних відносин, слід наголосити, що корпоративна реструктуризація пов'язана передусім із реалізацією ринкових корпоративних стратегій та нарощування ринкової капіталізації, або вартості компаній.

Не вдаючись у глибокий науковий аналіз категорій та понять корпоративної реструктуризації, в той же час, нині у ринковій економіці є практично загальноприйнятий підхід до формування та реалізації двох видів стратегій: корпоративної та бізнес-стратегій окремих одиниць підприємства. Зокрема, відомий фахівець у сфері формування конкурентних переваг компаній Майкл Портер, відзначає, що в результаті еволюції практики стратегічного планування для більшості компаній виокремлюються два види стратегій – стратегії бізнес-одиниць, або підрозділів компаній та корпоративна стратегія. Стратегія бізнес-одиниць охоплює діяльність компаній в окремо взятих галузях, тоді як корпоративна стратегія націлена на весь фірмовий портфель бізнес-одиниць [1, с. 437].

Виходячи з цього посилу, можемо з впевненістю заявити, що корпоративна реструктуризація має за мету наближення компаній до реалізації загальної корпоративної стратегії, яка. на наш погляд, повинна синтезувати у собі усі інші напрями та види бізнес-стратегій компаній за рахунок здійснення вчасних кардинальних структурних змін.

У подальшому будемо виходити із застосування теорії систем, щоб адекватно розкрити назву цього матеріалу. Певна цілісність сукупності взаємозалежних частин ефективної корпоративної реструктуризації дозволяє досягти ефекту у формуванні економіки знань в Україні. Зупинимося лише на великих підприємствах та компаніях, які найбільш суттєво впливають на конкурентоспроможність, занятість населення та економічну безпеку держави. Нині усі вони потребують корпоративної реформи з урахуванням Міжнародних стандартів корпоративного управління ОЕСР та наявних національних особливостей корпоративних відносин та кращої практики.

Формування економіки знань в Україні неможливе без попередньої корпоративної реструктуризації підприємств (рис.1). В результаті таких змін компанії будуть більш зацікавленими у інвестуванні в людський капітал та формуванні корпоративної соціальної відповідальності. Звичайно, критерії, які визначають вартість компанії можуть змінюватися залежно від галузі, в якій компанія функціонує та стейкхолдерів, на яких вона орієнтується. Однак, завжди на вартість компанії впливає чітка корпоративна стратегія та її реалізація. Тобто, до формування економіки знань в Україні потрібен системний прагматичний підхід, починаючи від уряду, і закінчуючи громадянським суспільством.

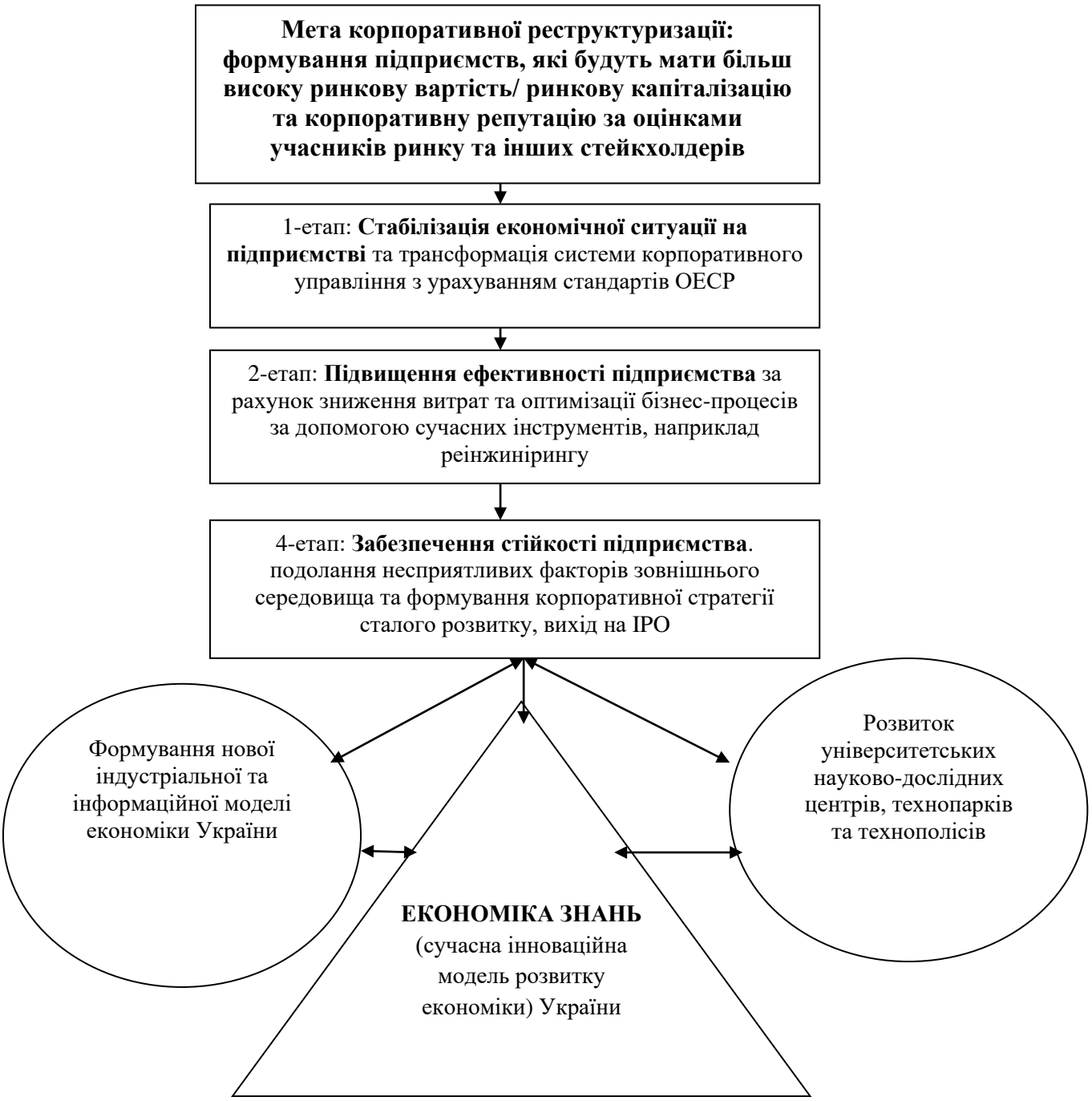



Рис.1. Модель формування економіки знань в Україні внаслідок корпоративної реструктуризації підприємств з урахуванням міжнародних стандартів (складено автором)

## Література

1. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь результата и обеспечить его устойчивость/Майкл Е.Портер; Пер. с англ. – М.:Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.

**Айдарова А.Б.**
*к.э.н., доцент, кафедры «Экономика»*
*Южно-Казахстанский государственный*
*университет им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*
**Досмуратова Э.Е.**
*ст. преп., магистр кафедры «Экономика»*
*Южно-Казахстанский государственный*
*университет им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*

# СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТРАНЗИТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

В начале года президент Казахстана Н.А. Назарбаев обнародовал стратегию развития Республики Казахстан до 2050 года, в которой удалось не только наметить принципиально новые подходы в управлении транспортным комплексом государства с переходной экономикой, но встретить понимание попыток реформирования транспорта в международных организациях. Президентом страны дан четкий ориентир: "…нам предстоит в ближайшие годы: проложить новые транспортные схемы на международные рынки; модернизировать стратегические и транзитные магистрали; активнее строить схемы в направлении "Запад – Восток" и "Север – Юг", опережающими темпами подтягивать инфраструктуру Каспия, активно вести реконструкцию автодороги Алматы – Астана" [1, с. 35].

Международные транспортные коридоры имеют важное значение для каждой страны. Это оценивается не только с точки зрения коммерческой выгоды, но с более широких позиций национальной безопасности, таких ее составляющих, как: военная, экономическая, промышленная, технологическая, продовольственная, демографическая.

Вхождение Республики Казахстан в клуб наиболее развитых государств мира предполагает опережающее развитие транспортного комплекса республики из-за ряда ее территориальных особенностей:

– обширности пространства и его неоднородной экономической обеспеченности;

– выдающихся транзитных функций Казахстана;

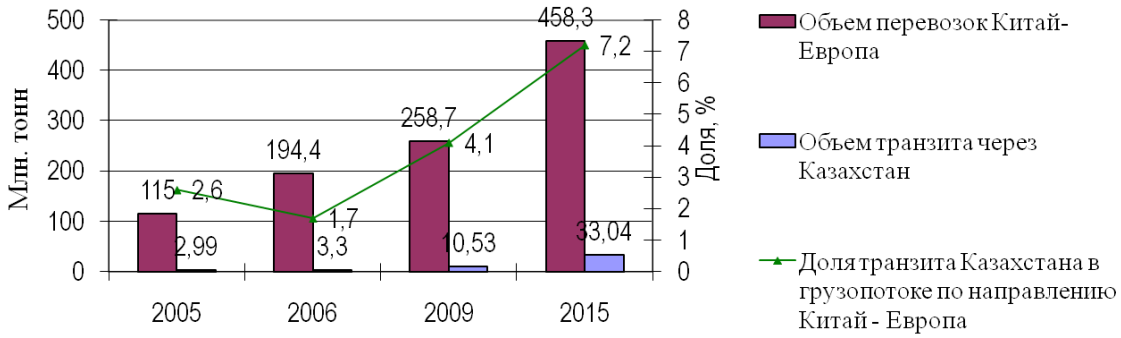
– значительной дифференциации природно-ресурсного потенциала;

– переноса столицы.

Основной доход Казахстана в структуре его международных услуг приходится на перевозки, в том числе транзитные. Как правило, удельный вес объёмов перевозок, осуществленных транспортными средствами Казахстана, колеблется от 54 до 70%, а нерезидентами – в пределах 39–45%. Причем, использование территории Казахстана в качестве транзитной выгодно отдельным странам и по экономическим соображениям. По мнению

специалистов, осуществление международного контейнерного сервиса на трансконтинентальной железнодорожной магистрали «Европа – Казахстан – Китай» имеет серьезные экономические преимущества из-за меньшего, примерно на 30%, расстояния перевозок по сравнению с транспортировкой по Транссибирской железнодорожной магистрали [2, с. 12]. По оценкам экспертов размер возможных доходов от транзитных перевозок через территорию страны можно обозначить суммой в два миллиарда долларов в год. В 2013 году объем внешней торговли Китая со странами ЕС составил 636 млн тонн, при этом объем транзитных перевозок по территории Республики Казахстан в данном направлении составил около 5 млн тонн.

Изучив данные Агентства по статистике РК, можно отметить, что удельный вес объёмов перевозок, которые производятся транспортными средствами Казахстана, составляют примерно от 57–73%, а нерезидентами – в пределах 35–45%. Однако при этом, использование территории в качестве транзита по экономическим соображениям выгодно соседним странам. Осуществление международного контейнерного обслуживания на трансконтинентальной железнодорожной магистрали «Европа – Казахстан – Китай» по мнению ведущих экономистов страны, имеет огромные экономические преимущества из-за меньшего расстояния перевозок по сравнению с транспортировкой по Транссибирской железнодорожной магистрали (около 30%). По данным источника ТЭО создания «СЭЗ ПТЭЗ «Хоргос – Восточные ворота», доход от транзитных перевозок через территорию нашей страны может составлять сумму 2 млрд долларов в год. В 2009 году объем внешней торговли Китая со странами ЕС составил 258,7 млн тонн, при этом объем транзитных перевозок по территории Республики Казахстан в данном направлении составил около 10,53 млн тонн, а к 2015 году этот объем достиг 458,3 млн тонн, объем транзитных перевозок через страну составит 33,04 млн тонн (рис. 1).




*Источник: ТЭО создания «СЭЗ ПТЭЗ» «Хоргос – Восточные ворота».*

**Перерасчет на контейнерный грузопоток в TEU**:
2006 – 35,4 тыс. TEU,
2009 – 113,1 тыс. TEU
2015 – 355 тыс. TEU

Рис. 1. Рост грузопотоков по направлению Китай – Европа через Казахстан

Ниже, хотелось бы привести несколько статистических данных, которые действительно подтверждают о необходимости развития транспортно-логистической инфраструктуры и по этим данным дать прогноз о дальнейшем росте транспортной отрасли и росте грузооборота. Такое развитие приведет не только к улучшению уровня жизни населения, но и будет способствовать росту экономики всей нашей страны в целом.

Транспортный коридор ЗАПАДНЫЙ охватывает территории Уральской, Актюбинской, Атырауской и Мангистауской областей – основной нефтедобывающий регион Казахстана. В пределах коридора пролегает железная дорога с сортировочными станциями Макат и Атырау. Там же имеются контейнерные терминалы для переработки крупнотоннажных контейнеров. Наиболее интенсивные железнодорожные перевозки в границах коридора осуществляются на участке Атырау-Аксарайская, наименее интенсивные – на участке Бейнеу-Мангышлак. Доля транзита в железнодорожных грузопотоках колеблется от 35% на подходах к Бейнеу до 14% у Аксарайской [3, с. 5].

Транспортный коридор ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ТАЖМ проходит по промышленно развитым районам Юго-Восточного и Южного Казахстана. В пределах коридора имеется железнодорожная сеть с альтернативным участком и сортировочными станциями Актогай, Алматы, Шу, Луговая, Жамбыл, Шымкент, Арысь. Крупные контейнерные терминалы, осуществляющие переработку крупнотоннажных контейнеров, расположены на станциях Достык, Алматы, Жамбыл и Шымкент.

Главное преимущество, которым обладают транзитные коридоры, проходящие через территорию Казахстана, заключается в существенном сокращении расстояний. При осуществлении сообщения между Европой и Китаем через Казахстан расстояние перевозок грузов уменьшается в два раза по сравнению с морским путем и на тысячу километров по сравнению с транзитом по территории России [4, с. 29].

Мы имеем все шансы занять значимое место на рынке международных транзитных перевозок. В свою очередь, развитие этой сферы привлечет валютные поступления в страну. Крайне важно, что наши транспортные коридоры проходят по регионам, богатым полезными ископаемыми и перспективным в плане их освоения. Развитие транзита, как и модернизация коммуникаций, будет поднимать производство, содействовать занятости населения, решая тем самым ряд социальных проблем.

**Литература**

1. Назарбаев Н.А. Послание Главы государства народу Казахстана. «Новое десятилетие – новый экономический подъем, новые возможности Казахстана» от 29 января 2010 года.

2. Преимущества особенности развития: 3PL [Электронный ресурс] // Международная группа компаний ApplyLogistic.

3. Агентство по статистике Республики Казахстан 2015 год.

4. Сморчков, И. Основные тренды в становлении рынка логистических услуг / И. Сморчков, Д. Титюхин [Электронный ресурс] // Логинфо: журнал о логистике в бизнесе.

**Бородіна О.А.**
*к.н. держ. упр., доц., заступник декана економічного факультету*
*ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»*
*м. Маріуполь, Україна*

## РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАДИ. МЕХАНІЗМ ПРЕФЕКТІВ

Сучасна державно-суспільна думка вважає головним завданням державного управління розвитком регіонів «розблокування» місцевого розвитку. У квітні 2014 року Кабінетом Міністрів України була затверджена концепція реформування місцевого самоврядування, яка містить, зокрема, положення про формування об'єднаних громад [1]. Надмірна частина ресурсів у таких громадах витрачається на утримання управлінського апарату, а для реалізації серйозних проектів місцевого розвитку коштів не вистачає. Тому реформа місцевого самоврядування передбачає об'єднання (укрупнення) територіальних громад [2].

Окреслюючи проблеми нерівномірного розвитку на регіональному рівні, слід наголосити на ситуації із населеними пунктами сільської місцевості. За останні 16 років з карти України зникли 393 сільських населених пункти. Кількість сільських громад чисельністю до 1000 чоловік складає 46% у загальному їх обсязі [3]. Але, за дослідженнями за останні 5 років економічно спроможними мають вважатися тільки громади із кількістю населення понад 5 тис. чол. Таких громад в Україні – 8,5% від загальної кількості. Отже, переважна більшість сільських та селищних громад є безумовно дотаційними і рівень їх дотаційності з державного бюджету складає від 70% до 90%. А це означає, що при консервуванні існуючої ситуації, відбувається штучне «вимивання» коштів із Державного бюджету, адже неспроможні територіальні громади стають безумовно дотаційними. Отже, значно збільшується податкове навантаження в цілому по країні на платників податків всіх рівнів.

Саме сьогодні, коли країна розпочала системну реформу органів місцевого самоврядування, питання доцільності організації державного контролю визиває нові наукові дискусії. Інститут представника держави на території існує в більшості європейських країн. Зазвичай це орган загальної юрисдикції, основна компетенція якого – державний контроль та координація діяльності органів місцевого самоврядування. Донедавна в Україні ця місія покладалася на прокуратуру, однак із середини 2015 року останню було позбавлено функцій загального нагляду. І органи місцевого самоврядування взагалі залишилися поза професійним державним контролем.

Таким чином, у системі балансу влади утворився певний вакуум. За

умови прийняття та втілення в життя системи префектур, буде запроваджено класичну європейську систему побудови ефективної влади через інститут префекта.

В Україні префект – місцевий орган виконавчої влади системи органів виконавчої влади. Префект області є одночасно і префектом району, територія якого включає територію обласного центру. Експерти-науковці, автори реформи місцевого самоврядування вважають, що для країни найкраще використати (як модель) досвід Франції, Польщі та інших європейських країн, адже система органів місцевого самоврядування в Україні має «континентальний» тип, споріднений вищенаведеним країнам.

Згідно із «Проектом Закону про внесення змін до Конституції України (щодо децентралізації влади)», префект має бути державним службовцем і строк перебування його на посаді однієї адміністративно-територіальної одиниці не може перевищувати 3 роки. Він підзвітний перед Президентом України та Кабінетом Міністрів України, його призначення не пов’язується з вступом на посаду Президента України. Відмова префекта від переведення на роботу в іншу префектуру може бути причиною для його звільнення [4].

*З приводу префектур у Франції*. Префект, як представник держави в департаменті, призначається Указом Президента ухваленим на засіданні Ради Міністрів за поданням Міністерства внутрішніх справ. Префект в своїй кар`єрі повністю залежить від державного керівництва і може бути переведеним на роботу в будь-який інший департамент, на іншу роботу чи в резерв до призначення незалежно від бажання. Робота на посаді префекта не пов'язана з політичними уподобаннями і не залежить від членства в партії, обрання Президента чи Прем`єра [4].

*З приводу префектур (воєводств) у Польщі*. Воєвода є представником Ради міністрів у воєводстві (як область), керівником органів урядової адміністрації подвійного підпорядкування та органом урядової адміністрації у воєводстві. До його повноважень належать питання, не віднесені законодавством до компетенції інших органів, є органом нагляду за діяльністю органів територіального самоврядування з позиції законності, представником державного скарбу [5].

На відміну від французького префекта, його український колега не керуватиме територіальними органами міністерств і відомств. Проектом Конституції передбачено їх координування, що знижує вимоги до рівня його підготовки та досвіду. Однак це не означає, що український префект – слабкий. Він здійснює контроль за актами територіальних органів виконавчої влади, однак після зупинення сумнівних звертається не до суду, а до відповідного міністерства з проханням скасувати такий акт.

**Висновки**. Отже, Європейський досвід реформування системи публічного управління має важливе значення для України, показує необхідність реорганізації системи державного управління на місцевому рівні, обумовлює необхідність запровадження в країні інституту префектур на основі перерозподілу повноважень між місцевим самоврядуванням і місцевими

органами виконавчої влади, на засадах децентралізації державного управління та субсидіарності на основі Європейської хартії місцевого самоврядування.

**Література**

1. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» від 01.04.2014 №333-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p#n8.

2. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» від 05.02.2015 № 0915 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

4. Проект Закону України «Про внесення змін до Конституції України (щодо децентралізації влади)» від 01.07.2015 №2217а [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55812.

5. Прокопенко Л.Л. Досвід реформування місцевих органів виконавчої влади Польщі. Режим доступу: http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2010-01/10pllvvp.pdf.

**Брюховецька Н.Ю.**
*д.е.н., професор, завідуюча відділом проблем економіки підприємств Інституту економіки промисловості НАН України*

## ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ

Складна економічна ситуація в промисловості, недостатній рівень капітальних інвестицій, високий ступінь зносу основних засобів, обмежений доступ до довгострокових кредитних ресурсів та висока вартість зовнішнього фінансування підприємств, відсутність дієвих стимулів щодо вкладання коштів у новітні технології стримують економічне зростання та розвиток підприємств. Усунення недоліків може бути досягнуто шляхом виробництва продукції високої доданої вартості, що потребує задіяння механізмів забезпечення та стимулювання підприємств до високої інвестиційної активності.

На теперішній час вітчизняні підприємства не мають дієвих стимулів для здійснення капітальних інвестицій. Основні фонди зношені на 83,5%, у тому числі у промисловості – на 65,3%, в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур`єрської діяльності – на 97,9% [1]. Амортизаційна політика не створює зацікавленості підприємців до оновлення основних фондів, впровадження наукових розробок та новітніх технологій у виробництво. Введення нових виробничих потужностей супроводжується в 4–5 разів меншим виведенням фізично та морально застарілого устаткування,

що призводить до загального старіння устаткування, неефективного використання навіть нових виробничих заходів та наукової організації праці.

Експорт високотехнологічної промислової продукції в Україні у 2013 році складав 5,9% від загального обсягу експорту, при тому, що у європейських країнах він досягає 15–27% [2]. Однак саме розвиток виробництва продукції з високою часткою доданої вартості є основним чинником створення бази для нарощування обсягів та поліпшення структури українського експорту в напрямі збільшення в ньому питомої ваги високотехнологічних товарів. Цей процес, хоча і потребує значного обсягу інвестицій в оновлення технологій, у кінцевому результаті буде забезпечувати зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках.

В науці та на практиці під інвестиційною активністю розуміють співвідношення обсягів, динаміки, структури та ефективності інвестицій.

В даний час інвестиційна активність підприємств в Україні характеризується її низькими обсягами, неефективною структурою інвестицій, недостатньою спрямованістю на забезпечення виробництва високотехнологічної конкурентоспроможної продукції. Індекси капітальних інвестицій (у порівнянних цінах) до попереднього року склали: у 2011 р. – 118,9%, у 2012 р. – 108,5, у 2013 р. – 88,9%. У 2014 р. їх обсяг склав 75,9% рівня 2013 р. [3]. Відношення капітальних інвестицій до ВВП склало 20%, 18% та 13 % у 2012, 2013та 2014 рр. відповідно, тоді як мінімальне порогове значення цього показника як рівня достатності інвестицій для забезпечення економічного розвитку на засадах технологічної модернізації промислового виробництва, за оцінками фахівців, має становити не менш, ніж 25% [4, с. 4].

Інвестиційну активність вітчизняних підприємств до створення умов виробництва продукції з високою доданою вартістю стримують також нестабільність економічного розвитку та політична обстановка в країні, нерозвиненість фінансового ринку, наявність лише невеликої частини біржових угод, що мають інвестиційний характер, обмежений доступ до довгострокових ресурсів та висока вартість зовнішнього фінансування, відсутність дієвих стимулів щодо вкладання коштів у новітні технології.

Після падіння на 14,8% у 2009 р., майже нульового зростання у 2012–2013 р., зниження на 6,1% у 2014 р. [5], ВВП України знизився на 16% за результатами І півріччя 2015 р. [6]. Як наслідок, відбувається зниження внутрішнього споживання та капітальних інвестицій.

ВВП України, оцінений за паритетом купівельної спроможності в постійних цінах 2011 р. (*GDP, PPP (constant 2011 international $)*) до 2014 р., знизився до 0,34 % від загальносвітового та 1,42% від загального показника Європи та Центральної Азії [7] в результаті трансформацій економіки 1991–2014 рр. Для порівняння, у 1990 р. цей показник становив 1,17 % та 3,19 %, відповідно.

У 2016 р., за прогнозом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, не очікується значних змін ВВП. У 2016 р. його рівень становитиме

99,7–102,0% відносно рівня 2015 р. при зростанні інфляції на 14,2–16,6% [8]. За прогнозами Світового банку, ВВП у 2016 р. досягне 101,0% рівня 2015 р. при зростанні інфляції до 23,4% [6]. У 2017–2019 рр. очікується поступове (зростання ВВП до 1% на рік) пожвавлення економічних процесів при збереженні рівня інфляції на рівні 5,5–12,6%. Такі умови можуть бути сприятливими для вітчизняних товаровиробників для розширення внутрішнього ринку збуту і виходу на зовнішні ринки. Однак скористатися ціновими перевагами можна лише за умови розробки та реалізації політики активізації інвестиційної діяльності на мікро- і макрорівнях, переходу до виробництва наукоємної продукції з високою доданою вартістю та високим ступенем обробки, формування нової інфраструктури більш високого рівня технологічного укладу, що потребує задіяння економічних, фінансових, соціальних та інституціональних механізмів стимулювання інвестиційної активності підприємств до виробництва продукції з високою доданою вартістю.

*Тому актуальною є* розробка концептуальних основ, науково-методичних положень і практичних рекомендацій щодо формування механізмів забезпечення інвестиційної активності підприємств для виробництва продукції з високою доданою вартістю.

Досягнення мети має містити такі основні напрями:

*теоретичний* – визначення доданої вартості, валової доданої вартості як факторів підвищення якості продукції та зростання потенціалу конкурентоспроможності підприємств; обґрунтування факторів, що впливають на рівень інвестиційної активності підприємств та інтегрованих структур; обґрунтування показників діяльності підприємств, які характеризують виробництво конкурентоспроможної продукції; визначення внутрішніх та зовнішніх джерел інвестування підприємств та обґрунтування методів їх розширення; обґрунтування механізмів стимулювання інвестиційної діяльності підприємств та інтегрованих структур до виробництва продукції з високою доданою вартістю; обґрунтування методів мотивації підвищення інвестиційної активності підприємств до забезпечення виробництва продукції з високою доданою вартістю; обґрунтування необхідності збільшення інвестицій у розвиток інтелектуального та людського капіталу, модернізацію та оновлення основного капіталу;

*практичний* – розробка методичних положень та практичних рекомендації щодо економічних, фінансових, інституціональних та соціальних механізмів забезпечення інвестиційної активності підприємств для виробництва продукції з високою доданою вартістю, зокрема: методичне забезпечення оцінки стану виробництва і реалізації продукції з високою доданою вартістю; методичні рекомендації щодо мотивації і стимулювання підприємств до виробництва продукції з високою доданою вартістю; розробка конкретних механізмів стимулювання випуску конкурентоспроможної продукції підприємствами важкої промисловості (металургійної, машинобудівної, хімічної) на національному і регіональних ринках; розробка механізму управління інтелектуальним капіталом, орієнтованого на виробництво

продукції з високою доданою вартістю; методичні рекомендації щодо фінансово-економічного забезпечення інвестиційної активності підприємств для виробництва продукції з високою доданою вартістю шляхом спрощення доступу до інвестиційних ресурсів; пропозиції щодо вдосконалення чинного законодавства з питань стимулювання інвестування підприємствами власних коштів у розвиток та модернізацію виробництва, активізації банківського інвестиційного кредитування та використання альтернативних механізмів фінансування капітальних інвестицій; науково-методичні положення і практичні рекомендації щодо формування механізму інвестиційного забезпечення виробництва продукції з високою доданою вартістю підприємствами та інтегрованими структурами; обґрунтування мотиваційного механізму інвестиційної поведінки підприємства.

**Література**

1. За даними Державної служби статистики [Наявність і стан основних засобів за видами економічної діяльності (КВЕД-2010) за 2014 рік [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/.

2. World Development Indicators. 14 October, 2015 [High-technology exports (% of manufactured exports) [Electronic resource] / The World Bank. – Mode access: http://data.worldbank.org/products/wdi.

3. За даними Державної служби статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.

4. Пріоритети інвестиційного забезпечення структурних реформ у промисловості України. – К.: НІСД, 2014. – 57 с.

5. World Development Indicators. 14 October, 2015 [High-technology exports (% of manufactured exports) [Electronic resource] / The World Bank. – Mode access: http://data.worldbank.org/products/wdi .

6. Україна. Економічний огляд. 5 жовтня 2015 року [Електронний ресурс] / The World Bank. – Режим доступу: http://pubdocs.worldbank.org/pubdocs/publicdoc/2015/10/846061444038323303/UA-Macroeconomic-Update-Oct-2015-uk.pdf.

7. За даними Світового Банку [World Development Indicators. 14 October, 2015 [GDP, PPP (constant 2011 international $) [Electronic resource] / The World Bank. – Mode access: http://data.worldbank.org/products/wdi].

8. Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2016 рік та основних макропоказників економічного і соціального розвитку України на 2017-2019 роки. Постанова Кабінету міністрів України від 5 серпня 2015 р. № 558 // Урядовий кур'єр, 12.08.2015 – № 146.

**Булеев И.П.**
*д.э.н, профессор*
*главный научный сотрудник*
*Института экономики промышленности*
*НАН Украины, г. Киев*

# ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

1. Со средины XX века в экономической науке и практике большинство субъектов хозяйствования от микро- до мегауровня утверждается убеждение о неоспоримых преимуществах рыночных отношений с планово-директивными методами хозяйствования. В экономической теории господствующее положение закрепляется за школами либерального направления, утверждающими: бесспорное преимущество частной собственности; необходимость отстранения государства от управления и регулирования экономики; необходимость конкуренции на всех уровнях производственных и общественных отношений; целесообразность передачи социальной сферы на попечение органов местного самоуправления и непосредственно граждан; формирование и функционирование институтов рыночной экономики; устранение протекционизма и таможенных барьеров; необходимость наличия эффективных собственников и топ-менеджеров, способных рационально управлять производством и другими организациями рыночных отношений, владеющих современными экономическими и техническими знаниями, практическим опытом и т.п. Условия такой направленности в ныне развитых странах сформировались в течение 200–300 лет. Классическими примерами капиталистических стран с социально ориентированной экономикой стали государства «семерки» и ряда Западноевропейских стран, которые пропагандируются в качестве образцов моделей для развивающихся и постсоциалистических стран.

2. Элита Украины, как и большинство бывших стран социалистической ориентации в качестве идеальной модели без глубокого анализа приняла к руководству и использованию в своих преобразованиях теорию, опыт и практику западных стран, теоретические наработки западных специалистов. Однако при этом не учтено: отсутствие научных кадров, политической элиты, топ-менеджмента, владевших современной наукой западных стран, освоивших опыт работы по формированию и управлению рыночными отношениями на макро-, мезо- и макроуровнях, методами мотивации труда в условиях смешанных форм собственности, методами работы на внутреннем и международных рынках и т. д. Имея лишь весьма приблизительное представление об экономике, функционирующей в условиях товарно-денежных рыночных отношений, политическая элита, государственные чиновники, топ-менеджмент бывших социалистических стран не сформировали реальных программ преобразования экономики, общества, институциональной сферы,

способствующих формированию современных рыночных отношений. Новые идеи не были доведены до их понимания большинством населения, не стали материальной силой, которая бы овладела массами и побуждала их к движению. «Отцы» реформ полагали, что за 500 дней в социалистических странах можно построить социально-ориентированные рыночные отношения и страна выйдет в число европейских и мировых лидеров. Для Украины, которая в 80–90-е годы XX ст. входила в число 10 наиболее развитых стран Европы, такая идея казалась реальной и для шедшей к власти украинской буржуазии весьма желанной и привлекательной.

3. Однако следует учитывать, что реально практически все страны мира развиваются нелинейно, циклически. И хотя общая тенденция общественного и экономического развития в мире имеет позитивную направленность, в отдельные периоды эти процессы подвержены тяжелым и глубоким кризисам как мирового, так и локального характера (начало, середина и конец XX столетия, начало XXI столетия). В последнее десятилетие также имелись периоды подъема и спада в экономике мира (табл. 1), в промышленности Украины (табл. 2).

Таблица 1

Динамика развития производства в мире и по группам стран *), %

| Группировка стран / г. | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Весь мир | 4,1 | 4,0 | 1,5 | –2,1 | 4,1 | 2,8 | 2,3 | 2,3 | 2,7 |
| Развитые страны | 2,8 | 2,5 | 0,0 | –3,7 | 2,6 | 1,4 | 1,1 | 1,3 | 1,8 |
| Развивающиеся страны | 7,7 | 8,0 | 5,4 | 2,6 | 7,1 | 6,0 | 4,7 | 4,6 | 4,7 |

*)составлено по источникам [1–4]

Данные таблицы 1 свидетельствуют, что в среднем в мире за рассматриваемый период рост производства в год составил 2,4%. При этом в 2009 году имел место спад – 1,1%. Развивающиеся страны спада не имели. Развитые страны в 2008 году имели нулевой прирост, в 2009 – имел место спад в 3,7%. В 2015 году в мире рост объемов производства оценивается на уровне 1,5–2,0%.

Совершенно иная картина в развитии промышленности Украины.

Таблица 2

Динамика промышленного производства в Украине, % к 2005 г. *)

| 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 (оценка) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 100,0 | 101,2 | 107,6 | 94,8 | 78,1 | 111,2 | 108,0 | 99,9 | 95,7 | 89,9 | 80,0 |

*) составлено по источникам [1–5]

Данные табл. 1 и 2 свидетельствуют о существенном отличии показателей мировой экономики и промышленного производства Украины. Следовательно, мировой опыт, прежде чем копировать, необходимо адаптировать к конкретным условиям той страны, которая это делает или намерена делать.

4. Применительно к условиям Украины это тезисно можно свести к следующему:

– оценить реальное состояние производительных сил государства по состоянию на начало или середину 2016 г. Это может сделать украинское научное сообщество под научно – методическим руководством Национальной академии наук Украины (НАН Украины);

– восстановить реальное равноправие всех форм собственности, сформировав рациональное соотношение форм собственности: государственной, частной, коллективной (корпоративной);

– провести широкую разъяснительную и учебно-просветительскую работу в обществе, регионах, территориальных громадах по реальной оценке рыночных отношений;

– сформировать институциональную среду, обеспечивающую развитие социально ориентированного государства, гражданского общества;

– пересмотреть отношение правящей элиты и государственного аппарата управления к науке, образованию, здравоохранению, обеспечив их финансирование на уровне, предусмотренном принятыми в Украине законами, которые сейчас постоянно нарушаются при утверждении законов о бюджете на конкретные годы;

– отказаться от практики реализации, не оправдавшей себя в условиях Украины либеральной экономической теории, максимально учитывать в программах кейнсианский подход, планирование и прогнозирование на дальнюю, среднесрочную перспективы и годовые периоды;

– сформировать систему обеспечения эффективности работы предприятий всех форм собственности путем заключения государственного контракта с их собственниками и топ-менеджментом. Выдачу сертификатов и прав на ту или иную деятельность увязывать с эффективностью производства, его общественно-полезную значимость;

– обеспечить понимание того, что основным фактором развития экономики является повышение благосостояния граждан. На этой основе расширяется внутренний рынок, растет производство. Интеграция в те или иные союзы, ассоциации и т.п. является важным, но не основным фактором развития экономики развивающихся и постсоциалистических стран, что убедительно доказано ведущими научными центрами и учеными. Практика ныне развитых стран свидетельствует о том, что прежде, чем интегрироваться, они максимально расширили свои внутренние рынки;

– для развития внутреннего рынка в настоящий момент достаточно остановить демонтаж имеющегося (пусть и устаревшего) оборудования и начать производство давно освоенной продукции. Это позволит загрузить ныне имеющиеся рабочие места, снизить безработицу, повысить доходы работников и их семей. Полученную добавленную стоимость максимально использовать для инвестиций, инноваций, модернизации производства;

– в области организации и стимулирования труда необходимо восстановить его нормирование, увязку темпов роста производительности

труда и реальной заработной платы, коллективные формы организации труда, участие работников в собственности, управлении, прибылях;

– в ближайшее время перспективными направлениями развития малого предпринимательства и бизнеса, средних предприятий могут стать: производства по изготовлению запасных частей для автомобилей, их ремонт и обслуживание; энергосбережение в производственном и бытовом секторах; производство продуктов питания и легкая промышленность. Важным направлением является развитие агропрома и сельского хозяйства. Крупные производители должны ориентироваться на развитие ИТ и нанотехнологий, производства 5–6 технологических укладов и т.п.

Все изложенное выше и ряд других положений возможно реализовать в условиях мира, выработки и принятием большинством членов общества объединяющей национальной идеи, которую активно должны реализовать широкие слои населения под руководством патриотической национальной элиты. Тогда идея об опережающем развития может стать реальной материальной силой.

**Литература**

1. Доклад о торговле и развитии, 2014 год: пер. с англ. – Нью_Йорк, Женева: ООН, 2014 – 258 с.

2. Государства – члены Таможенного союза и Единого экономического пространства в цифрах: Краткий стат. сборник. – М.: Евразийская комиссия. – 2015. – 180 с.

3. Хаустова В.Є. Промислова політика в Україні: формування та прогнозування. Монографія / В.Є. Хаустова. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2015. – 389 с.

4. Україна 2014: статистичний збірник / Державна служба статистики України; відп. за вип. О.А. Вишневська. – К.: 2015. – 28 с.

5. Некоторые системы выбора вектора интеграции Украины: Монография / А.И. Амоша, И.П. Булеев, Н.Е. Брюховецкая и др. НАН Украины, ИЭП. – Донецк, 2013. – 184 с.

**Демесинова А.А.**
*к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»*
*Южно-Казахстанского государственного университета им. М. Ауэзова*
*Шымкент, Казахстан*
**Сатымбекова К.Б.**
*к.э.н., заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг»*
*Южно-Казахстанского государственного университета им. М. Ауэзова*
*Шымкент, Казахстан*

# ЭНЕРГЕТИКА КАЗАХСТАНА И УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ

Мировая энергетика сегодня находится на новом этапе развития, который характеризуется усилением интеграционных процессов, развитием новых технологий в сфере добычи и производства энергоресурсов, а также появлением новых маршрутов их транспортировки.

Сотрудничество Республики Казахстан и Украины в области энергетики в настоящее время находится на этапе развития. Президент Украины Петр Порошенко заявил, что Украина и Казахстан усилят сотрудничество в сфере энергетики. 9 октября 2015 года на бизнес-форуме в Астане он сказал: «Мы отметили сегодня, что очень перспективной позицией является сотрудничество в области энергетики. Это и уголь, который сегодня нужен Украине, это и сотрудничество в сфере нефтегазовой промышленности, и мы ждем представителя «КазМунайГаза» к нам в Украину, чтобы посмотреть и проанализировать совместный доступ на рынки предприятий по производству, добыче и переработке нефтепродуктов» [1].

Основными статьями импорта из Республики Казахстан в Украину за 10 месяцев 2015 года по сравнению с 10 месяцами 2014 года были следующие: топлива минеральные; нефть и продукты ее перегонки – 47,8% (объемы поставок уменьшились на 56,5%), реакторы ядерные, котлы, машины – 1,3% (сократились на 57,6%) [2]. Основным минеральным продуктом, поставляемым в Украину из Казахстана, является нефтяной попутный газ и другие газообразные углеводороды – поставляемые по газопроводам через Россию на территорию Украины.

В долгосрочной перспективе сотрудничество государств Республик Казахстана и Украины будет ориентировано на создание евразийских энергетических сетей, расширение участия в проектах атомной энергетики, совместное развитие и использование современных энергоэффективных технологий и строительство объектов энергетической инфраструктуры. По мере усиления интеграционного сотрудничества роль энергетики как ведущей отрасли экономики двух стран и основы практически всех сфер нашей жизнедеятельности будет возрастать.

К перспективным направлениям инвестирования украинского капитала в энергетику Казахстана являются:

– Разработка казахстанских месторождений нефти, газа, металлов, урана;

– Создание совместных предприятий в топливно-энергетическом комплексе;

– Участие украинских компаний в реализации Стратегического плана развития РК до 2050 года, Государственной программы по форсированному индустриально-инновационного развития РК на 2015–2019 годы, а также в подготовке Казахстана к проведению Экспо-2017;

– Реализация совместных проектов в авиастроительной, машиностроительной и космической сферах, в частности серийного выпуска в РК самолетов марки «Антонов», участие РК в украинских проектах космической отрасли «Днепр» и «Зенит» и приобретение РК акций российско-украинской космической компании «Космотрас»;

– Участие украинских предприятий, в частности ЗАО «Новокраматорский машиностроительный завод», в реализации проектов в сфере машиностроения и поставку оборудования для металлургических заводов;

– Сотрудничество Украины и РК в ядерно-энергетической отрасли в рамках украинского-казахстанско-российского предприятия «УКРТВС» по производству ядерного топлива.

Основными продуктами топливно-энергетического комплекса, импортируемыми из Казахстана в Украину в перспективе, останутся топлива минеральные, нефть и продукты ее перегонки, реакторы ядерные, котлы и машины и др. Возможен импорт угля каменного, концентрата ядерного урана и компонентов ядерного топлива для украинских АЭС.

Одним из актуальных направлений является также привлечение украинских компаний в развитие альтернативной энергетики в Казахстане в разрезе подготовки «ЭКСПО-2017» в Астане.

Экономическое сотрудничество Украины и Казахстана базируется на таких принципах, как:

– исключительно двустороннее взаимодействие вне рамок Евразийского союза;

– выстраивание режима торговли в соответствии с правилами Всемирной торговой организации;

– отказ от необоснованных ограничений и запретов в экспортно-импортных операциях.

**Литература**

1. Украина и Казахстан усилят сотрудничество в энергетике // www/ khabar.kz/.../35405-n-nazarbaev-kazakhstan-otkryt-dlya-ukrainskikh-in...

2. Торгово-экономическое сотрудничество между Украиной и Республикой Казахстан // kazakhstan.mfa.gov.ua/ru/ukraine-kz/trade.

**Довгунь О.С.**
*к.е.н., асистент кафедри маркетингу і логістики*
*НУ «Львівська політехніка»*
*м. Львів, Україна*
**Zofia Patora-Wysocka**
*к.е.н., проф. кафедри Управління*
*Суспільна Академія Наук*
*м. Лодзь, Польща*

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

На сьогодні важливим для підприємств є розуміння того, що витрати часу та фінансові ресурси на впровадження та ефективне ведення управлінського обліку нададуть можливість успішно функціонувати у довгостроковій перспективі. У 2014 році Великобританський Інститут спеціалістів управлінського обліку (CIMA) і American Institute of Certified Public Accountants (AICPA) видали документ, в якому запропонували «Глобальні засади управлінського обліку» та оновили його визначення, а саме: "управлінського облік–пошук, аналізування, комунікація і використання важливої у прийнятті рішень фінансової та нефінансової інформації з метою творення та збереження вартості для підприємства".

Чотирма основними компоненти, що творять ефективний управлінський облік визначено: 1) роль спеціалістів управлінського обліку; 2) систему управління досягненнями; 3) сферу практики; 4) засади управлінського обліку (комунікація; важливість інформації; аналізування вартості; побудова довіри в управлінні) [1]. Враховуючи ці компоненти, розглянемо актуальні проблемні інформаційні питання в Україні, що стосуються управлінського обліку, зокрема:

– з чого починати: з теорії чи практики? Щодо практики обліку, то автори [1] стверджують, що частіше практика обліку формує теорію. Це відбувається внаслідок передачі інформації обліку користувачам, які її потребують. Така інформація міститься у фінансових звітах, а також у різних звітах менеджерів, що формуються для керівництва. Поряд з цим, стверджується, що теорія обліку за посередництвом політики обліку робить зворотній вплив на розвиток практики. Необхідність наочних даних є, але, на жаль, не достатньо досліджень в Україні, які б відображали кількісні і якісні показники ефективності управлінського обліку на підприємствах. Вважаємо доцільним розуміти, які державні чи недержавні установи могли б об'єднувати керівників, які вже на даний час можуть поділитися досвідом успішного ведення управлінського обліку. Робота інституцій могла б збагачувати методичну базу. Враховуючи не широкий досвід підприємств, проблемним можна вважати вибір конкретної методики (для прикладу, ABC (Activity-Based Costing); Lifecycle costing; Target

costing; BSC (Balanced Scorecard) та ін.). Крім цього, існує багато підходів, за якими стадіями проводити розробку та функціонування управлінського обліку;

– межі управлінського обліку. Управління коштами підприємства згідно японського підходу – це зінтегрована діяльність спрямована на ланцюг вартості, стратегічне управління коштами, яке відноситься до цілого життєвого циклу продукту. Згідно німецького та англо-американського підходу – це комплексна діяльність менеджерів у сфері коротко- і довгострокового планування і контролювання коштів з ціллю збільшення вартості для клієнтів і зниження коштів продуктів [2]. Власне, згідно двох останніх підходів зростає роль контролювання і планування використання засобів, витрат на програми, проекти, продукти, що вимагає більшої деталізації інформації, в тому числі, фінансових показників та даних бюджетування. Японський підхід натомість передбачає еластичність у встановленні цілей, Target costing, Kaizen Costing, JIT, MRP, що, в свою чергу, дає можливість приймати більше рішень працівникам різних рівнів організаційної структури [2];

– підготовка та робота спеціалістів управлінського обліку. Сферою зацікавлення спеціалістів мало би бути стратегічне управління (в тому числі, управління коштами) та зінтегрований вимір результатів. За допомогою володіння інформацією вони мали б ставати «агентами змін і менеджерами інформації», інтерпретуючи операційну інформацію, працюючи на зростання прибутку, контролюючи кошти і фінанси; залучатися в управління продуктивністю, досягненнями (таз званий «performance management») [2]. Варто звернути увагу керівництва підприємств на цікаву інформацію про організації, що працюють у сфері управлінського обліку за кордоном, та окремі обов'язки спеціалістів управлінського обліку, яку подають українські науковці у своїх дослідженнях, в тому числі, професор Куцик П.О. [3].

– дублювання інформації у різних підрозділах поряд із нестачею потрібної інформації для прийняття управлінських рішень. Сфери функціонального обліку і планування діяльності найчастіше поєднуються на рівні одноразової інформації. Крім цього, зі сфер управлінського обліку, таких як управління коштами, внутрішній контроль (активи і вчасний розрахунок наявними засобами) та управління засобами отримуються корисні дані для логістичного контролінгу. Контролінг забезпечує вимір відхилень від запланованого та наявного для впровадження коректив у діяльність з метою досягнення визначених цілей підприємства. Актуальним є усвідомлення керівництвом підприємств того, що управлінський облік може потребувати різні дані в різний час залежно від потреб, що вимагає гнучкості, постійного охоплення актуальної внутрішньої і зовнішньої інформації, безперервної комунікації. Тому цей процес мав би бути синхронним разом з процесом організування інформаційного забезпечення на підприємстві.

**Література**

1. Bartłomiej Nita. Globalne zasady rachunkowości zarządczej – próba standaryzacji - Dostep: https://fmc.home.pl/upload/news/pdf_news_1429007921.pdf.

2. Beata Zyznarska Dworczak. Zrownowarzone zarzadzanie kosztami wobec alternatywnych badan w rachunkowosci zarzadzacej – Dostep: https://www.researchgate.net/profile/Beata_Zyznarska-Dworczak/publications.

3. Куцик П.О. Розвиток управлінського обліку: міжнародний контекст і перспективи. – Режим доступу: pbo.ztu.edu.ua/article/download/45791/42266.

**Дубницький В.І.**
*д.е.н., проф., академік АЕН України, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки*
**Ганжела І.П.**
*викладач кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ІНФРАСТРУКТУРИ ГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМОК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СТАРОПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ

Інфраструктура господарського комплексу старопромислових регіонів України є відносно замкнутою системою об'єктів і підприємств, що надають специфічні послуги, перш за все промислові послуги, які орієнтовані на задоволення досить широкого спектру життєво важливих потреб промислових підприємств регіону, суб'єктів промислових та ділових послуг сфери підприємництва, а також суб'єктів влади регіону.

Загалом, інфраструктура регіону розглядається як специфічна сукупність систем забезпечення функціонування економічного, виробничого, науково-інноваційного, кадрового та соціального комплексів території. Інфраструктура господарського комплексу регіону (ІГКР), виступаючи найважливішою підсистемою регіональної економічної системи, створює умови для обміну результатами діяльності в процесі господарювання. ІГКР слід, крім усього іншого, розглядати як зовнішні умови виробництва товарів та послуг, так й найважливішим елементом регіональних виробничих сил [1]. При цьому необхідно зазначити, що процес управління регіональною інфраструктурою (в тому числі, підсистеми ІГКР) перебуває в тісному взаємозв'язку з аналізом досягнутого положення.

Так, в першу чергу, необхідно визначити, з одного боку збалансовані об'єкти та всі елементи інфраструктури регіону, тобто чи в певній мірі вони гармонійно розвинені, і, з іншого боку, наскільки вони здатні задовольнити потреби в промислових та соціально-орієнтованих послугах в тому чи іншому регіоні.

У реальному секторі економіки диверсифікація охоплює інституційну сферу (в першу чергу фірми власності та форми управління цією власністю), диверсифікацію та збагачення розширених факторів виробництва господарського регіонального комплексу (капіталу, праці, науки, освіти, енергії, сировини), диверсифікацію розміщення виробництва на території

країни та її регіонів, диверсифікацію продуктово-галузевої структури господарства, й нарешті різноманіття розмірів підприємств, на яких виробляється продукція, а також підприємства інфраструктури господарського комплексу регіону. Всі перераховані структури балансуються ринком та регуляторами держави з метою мінімізації ризиків й забезпечення стійкого економічного зростання країни та її регіонів.

Підхід до визначення напрямку модернізації як економіки України, так й особливо її старопромислових регіонів повинен бути продуктивним та збалансованим.

Територіальна структура господарства (ТСГ) – це, як правило, сукупність певним чином взаєморозташованих територіально просторових елементів, що знаходяться в складній взаємодії один з одним. В якості таких елементів виступають великі міські агломерації, промислові регіони, регіональні зони, основні транспортні магістралі, логічна інфраструктура, зв'язок, які в першу чергу визначають економіко-соціальну та географічну схеми розселення населення та його господарської діяльності. Ця схема може бути моноцентрична (одноцентрова), поліцентрична (багатоцентрова) або змішана.

У дослідженні Т.І. Голікової [2, с. 562–563] пропонується наступна класифікація старопромислових регіонів України: Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Полтавська та Сумська області. Дані регіони характеризуються значною концентрацією і змістом у власних структурах важкої промисловості підприємств ВПК. Це вимагає для їх ефективної роботи значного обсягу експорту та імпорту сировини, матеріалів, комплектуючих, випуск науково-технічної продукції, а також функціонування інфраструктурного комплексу, що має певні особливості для її збалансованості.

Регіональна збалансованість ІГКР має на увазі стійку узгодженість у рівні розвитку складових інфраструктури на конкретній території, відповідно до можливостей, результатами її функціонування згідно з потребами регіону. Однією з умов економічної самостійності та сталого розвитку суб'єктів регіонів України є високий рівень, розвитку їх інфраструктури, елементи якої розвинені рівномірно та орієнтовані на задоволення внутрішнього попиту відповідних її послуг. Орієнтація на потреби старопромислового регіону утворює специфіку регіонального розвитку в істотній мірі пов'язаної з пропорціями розвитку внутрішньої ІГКР.

Коли ІГКР – (всі її елементи) стійко та рівномірно розвиваються при збереженні стабільності, то в її складі не формується диспропорції. Рівноважний (збалансований) розвиток ІГКР передбачає скоординований динамізм всіх її складових в підпорядкуванні пріоритетним цілям розвитку регіонального господарства прийнятої як цілісну систему [3].

Процес досягнення збалансованості ІГКР, повинен бути перманентним. Це пов'язано з тим, що економічні умови постійно змінюються, що проявляє все нові та нові вимоги до збалансованості інфраструктурної складової економічного розвитку території. Інакше кажучи, колишні ідеали збалансованості застарівають морально, а нові ще не були вироблені. Крім того,

як правило, формування ІГКР відбувається у відриві від унікальних особливостей розвитку кожного старопромислового регіону нашої країни. Результатом цього стає не повна збалансованість, а економічна нерівноважність. Виходячи з даної ситуації стає зрозумілим, що одним із пріоритетів органів регіональної влади в області досягнення розвитку регіонів є забезпечення збалансованості кожного компонента ІГКР, перш за все це стосується господарського комплексу старопромислових регіонів.

Проведений аналіз старопромислових регіонів України за особливостями та результативністю використання інфраструктури в розрізі окремих компонент (що забезпечує та підтримує, соціальна, ринкова) показав, що в даних регіонах рівень розвитку окремих інфраструктурних компонент істотно розрізняється, що дозволяє говорити про відсутність збалансованості між ними практично у всіх регіонах. У свою чергу, відставання в розвитку інфраструктури, відсутність впровадження механізмів управління ІГКР відповідно до практики, що склалася в регіонах Європейського Союзу, призводить до подальшого посилення регіональної диференціації за рівнем соціально-економічного розвитку.

Таким чином, вбачається за необхідна розробка кардинально нового підходу до розвитку інфраструктури господарського комплексу регіону, перш за все, виходячи з соціально-економічних інтересів старопромислових регіонів України з опорою на передбачувані комплексні дослідження його результативності та забезпеченості, основними завданнями якого є:

– посилення, як забезпеченості інфраструктури господарського комплексу регіону, так і збільшення її результативності;

– досягнення збалансованості та узгодженості компонента інфраструктури в конкретному старопромисловому регіоні (з урахуванням специфіки господарського комплексу) з метою його сталого розвитку;

– подальше згладжування диференціації старопромислових регіонів за рівнем соціально-економічного розвитку.

У відповідності зі специфікою та особливостями господарських комплексів старопромислових регіонів (Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Луганська, Полтавська і Сумська області) пропонує три основних напрямки політики забезпечення збалансованості ІГКР, а саме:

1. Стимулюючий напрямок, спрямований на зміцнення та використання промислового та науково-технічного потенціалів, а також переведення розвитку на інноваційні рейки - Дніпропетровська, Запорізька, Полтавська області.

2. Активізуючий напрямок (застосовується щодо старопромислових регіонів із середнім рівнем розвитку та ефективності ІХКР) спрямоване на розкриття потенціалу даних територій – Сумська область.

3. «Струшувати напрямок» (застосовується щодо регіонів з недостатньою ефективністю ІХКР), який орієнтований на формування інфраструктурних елементів та її компонентів (в тому числі, за існуючою в даний час політико-економічної ситуації), або на більш інтенсивний розвиток вже наявних – Донецька і Луганська області.

**Література**

1. Инфраструктура региона [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uchebnik-besplatno.com/ natsionalnaya-ekonomika-uchebnik/infrastruktura-regiona.html.
2. Структурні основи економіки: світовий досвід, інститути, стратегії для України: монографія/ наук. ред. В.І. Ляшенко, Є.В. Савельєв / ІЕП НАН України, ТНЕУ МОН України. – Тернопіль: Економічна думка, 2011. – 848 с.
3. Сбалансированность как процесс формирования экономической структуры [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studopedia.su/9_107379_sbalansirovannost-kak-protsess-formirovaniya-ekonomicheskoy-strukturi.html.

**Zablodska I.V.**
*Doctor of Economics, Professor, Director of Lugansk branch of Institute of Economic and Legal Studies of NAS of Ukraine*
**Zablodska D.V.**
*Post-graduate student of Institute of Economic and Legal Studies of NAS of Ukraine*
*Kyiv, Ukraine*

## MODERN FEATURES OF ECONOMIC SCIENCE (СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ)

Pluralism, diversity of economic theories and ideas, hypotheses, concepts, research methods and ways of describing the economic reality, their complementary competitive coexistence and development are the characteristic features of modern economic science. The progressive Ukrainian economic thought has always been an integral part of the global economic which has the deep historical roots, traditions and scientific works and were including in the intellectual treasury of humanity.

The development of economic thought in modern Ukraine is associated with the restoration of the link of times and continuity of the its gradual renegacy ideas in the world economic science on the basis of ideological-theoretical and methodological renewal. It is a question of deideologized, deconfrontation, balanced, unbiased, objective and tolerant approach which requires a new reading of primary sources, understanding their content in the context of the relevant historical conditions, the awareness of continuity and succession of ideas in the development of world economic science. Thus, economic science has passed a long way of formation and development. It is therefore extremely important role in the perception of achievements of world economic thought is periodization as a general basis of understanding the structural evolution of economic knowledge in a historical context [1].

The extensive use of world experience analysis of market processes and achievements in this field of leading national economists was a characteristic feature of the Ukrainian scientists research of the specified period using their wealth of methodological tools to explore these problems and on this basis the real scientific analysis of the market processes evolution and etc.

However, the market subjects took the special place in historical and economic writings in the period of systemic transformation of the Ukrainian economy. The difficulties of the market adjustment first stages of company determined not only the need for a critical rethinking of current models of neoclassical, monetarism, neo-liberalism in the context of their theoretical postulates in the process of market national economy reorientation but also a thorough mastery of modern methods of economic analysis problems and also enriching the current domestic research by the working results of Ukrainian representatives of the genesis market economic thought period.

Today the economic science in Ukraine is gradually returning to a common recognized subject by the economic world theory of market functioning economy understanding and its extremely important role in the socio-political relations.

The formation of economic thought in Ukraine was a rugged road and was seen ambiguous by the various of researchers in different years. However, Ukraine had made an extraordinary amount of work for the study and elucidation of history of socio-economic thought in Ukraine. However, the research methodology was developed in the framework of totalitarianism official ideology could not be reflected in the nature and theoretical level of these studies, estimates and conclusions. Significant polarization is an understatement of the Western economic science impact or the interpretation of this impact from the negative side, the underestimation of national aspect, the features of Ukrainian economic thought development could not lead to a significant scientific loss.

In recent years, since Ukraine has gained at last the long-awaited independence, the Ukrainian historians-economists starts to understand the need to light the real picture of Ukrainian economic thought history by the analysis with the use of modern methodological achievements. times.

**Literature**

1. The policy of Ukrainian society integration in the context of challenges and threats events in Donbas (national report) / [E.M. Libanova, V.P. Gorbulin, S.I. Pirozhkov, etc.]; under the editorship of E.M. Libanova. – K.: NAS of Ukraine, 2015. – 363 p.

**Іванова М.І.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери*
*Державного ВНЗ «Національний гірничий університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ЦІЛЕПОКЛАДАННЯ ЯК СКЛАДОВА ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ

Цілепокладання дозволяє сформулювати, вибрати, відкоригувати чи конкретизувати ціль підприємства з подальшою її декомпозицією (диференціацією) та узгодженістю із ресурсним забезпеченням. До того ж існує погляд на цілепокладання як на відправну точку усієї системи управління, що передує усім іншим функціям та підпорядковує їх собі. Нажаль, на даний час питання цілепокладання при побудові логістичної системи залишається

недостатньо розкритим, що звужує можливість зробити повний теоретичний аналіз розвитку цієї функції в умовах становлення логістики як самостійної науки.

Д.Д. Костоглодов при формування цілей логістичної системи рекомендує враховувати циклічний характер процедури цільової структуризації, який необхідно проводити за таким алгоритмом [1, с. 167–168]:

– по-перше, проаналізувати цільовий «паспорт» проекту організації логістики для цілеспрямованого відбору вихідних даних;

– по-друге, використовуючи експертні оцінки, знайти елементи визначеності у невизначеній ситуації;

– по-третє, визначити багаторівневу систему вимог до функціональних підсистем, оцінити їх комплексно з врахуванням альтернативних варіантів;

– в-четвертих, скласти бюджет досягання цілі.

При цьому автор додержується висновків Р.Л. Акофа, який стверджує, що цілі можуть відноситися до двох категорій: стабілізації, які спрямовані на зберігання й підтримку ресурсів або станів, що вже мають цінність; та розвитку, які спрямовані на придбання ресурсів, якими підприємство не володіє чи досягнення стану, до якого воно прагне [2, с. 166–167].

Д.Д. Костоглодов наполягає, що цільову функцію можна виразити через максимізацію виходів, чи мінімізацію входів, чи максимізацію різниці між виходом і входом до системи [1, с. 167]. Ми згодні з автором, що основна ціль визначає вибір стратегії логістики, тому її формування не повинно бути обмежено конкретною межею досягання цілі та не утворюватися у лозунг, що утруднює кількісно-якісний аналіз запланованих і досягнутих результатів; при формування цілей логістичної системи рекомендується враховувати циклічний характер процедури цільової структуризації. Зміст основної цілі повинен враховувати утворення реальної конкурентної переваги й забезпечувати економічну та соціальну доцільність заходів щодо проектування логістичної системи [1, с. 166–168].

С.М. Пилипенко визначає цільову орієнтацію життєдіяльності інтегрованої корпоративної логістичної системи як максимальне залучення запитів споживачів до виходів бізнес-процесів або, іншими словами, максимізація задоволення запитів споживачів шляхом збільшення долі ринку за рахунок стратегічних зон господарювання конкурентів. Автор пропонує здійснювати таке збільшення долі ринку за рахунок залучення нових учасників з новими видами діяльності, що мають принципово відмінні компетенції, до структури наявної логістичної системи [3, с. 74].

Оскільки запропонований С.М. Пилипенко підхід базується на наборі компетенції, що забезпечує перерозподіл попиту на користь даної логістичної системи, автор виокремлює три моменти, що необхідно враховувати при оцінюванні компетенцій [3, с. 74–75]: по-перше, в основу технології необхідно покласти визначений контекст, що відображає відповідність компетенції стадії життєвого циклу споживчої цінності; а компетенції, що не пов’язані із основним видом діяльності, необхідно виключити з оцінювання; по-друге,

необхідне врахування двох видів конфліктів – корпоративних, що пов'язані із неспівпадінням інтересів окремих учасників логістичної системи, та логістичних, що виникають при перетинанні цілей ланок логістичної системи; по-третє, проведення типологізації компетенцій за складністю, ступенем ієрархічності тощо.

А.А. Пилипенко, у свою чергу, в якості головної мети розвитку логістичної системи бачить капіталізацію, яку автор співвідносить з рівнем розвитку економічного потенціалу логістичних ланок і наявним капіталом, та представляє [4, с. 133]:

1) через кумулятивну суму вартості цінних паперів та акцій інтегрованої корпоративної структури;

2) як процес вкладання емітентом коштів у цінні папери;

3) як вартість об'єкта через розрахунок очікуваного доходу;

4) через процес дисконтування;

5) як процес нарощування капітальної бази;

6) як трансформаційний процес створення вартості;

7) як фіксацію видатків.

**Література**

1. Костоглодов Д.Д. Формирование системы целей проекта логистической организации потокодвижения в реальном секторе экономики [Текст] / Д.Д. Костоглодов, В.А. Осовцев // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2012. – №1. – С. 165-171.

2. Акоф Р.Л. Основы исследования операций : пер. с англ. / Р.Л. Акоф, М.В. Сасиени; под ред. И.А. Ушакова. – Москва: Мир, 1971. – 534 с.

3. Пилипенко С.М. Оценка компетенций корпоративных логистических систем как основа их конкурентного позиционирования / С. М. Пилипенко, Д. Р. Пилипенко // Бизнес Информ. – 2010. – № 3 (1). – С. 73–76.

4. Пилипенко А.А. Капіталізація й первинне розміщення акцій як стратегічний імператив розвитку національних суб'єктів господарювання та інтегрованих корпоративних логістичних систем / А.А. Пилипенко, С.М. Пилипеко, Д.Р. Пилипенко // Бизнес Информ. – 2011. – № 3. – С. 132-134.

**Іванова М.В.**
*к.х.н., доц., доцент каф. економіки промисловості та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Саннікова С.Ф.**
*к.т.н., доц., доцент кафедри менеджменту виробничої сфери*
*ДВНЗ «Національний гірничий університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах постійної загрози поглиблення фінансової кризи підвищується потреба у використанні таких економічних інструментів, які при порівняно

низьких витратах можуть забезпечити суттєве зростання економічної ефективності діяльності підприємства. Одним із таких інструментів є організаційна культура. Поява і розвиток теорії організаційної культури є логічним наслідком розвитку науки менеджменту і суспільної свідомості на фоні глобальних економічних процесів. Як концепція, що концентрує в собі найважливіші постулати і надбання науки управління, теорія організаційної культури установилась як важлива складова сучасної парадигми менеджменту. Усі складові сучасної парадигми менеджменту об'єднані спільною ідеєю: забезпечення виживання організації в довгостроковому періоді за рахунок ефективного використання людських ресурсів, формування і вдосконалення знань, стимулювання творчості та інновацій, а ступінь прагнення персоналу до здобуття нових знань, характер поведінки в нестандартних ситуаціях, ставлення до праці і споживачів в значній мірі обумовлюються параметрами організаційної культури. Призначення організаційної культури полягає у підвищенні рівня ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємства, пристосуванні його до змін зовнішнього середовища, забезпеченні сталого розвитку. Вихідним принципом даного підходу є розуміння організаційної культури як важливої складової системи управління і дієвого інструменту менеджменту [1].

Організаційна культура відіграє ключову роль в системі управління: елементи і підсистеми організаційної культури впливають на всі бізнес-процеси, які відбуваються в організації, обумовлюють результати і ефективність. Організаційна культура як важлива складова системи менеджменту забезпечує ефективну взаємодію між підсистемами на основі спільних цінностей, норм, правил і принципів; встановлення цілей відбувається під впливом ціннісних установок зовнішнього середовища та цінностей організаційної культури даного підприємства, що забезпечує виконання принципу реалістичності цілей; здатність організаційної культури підвищувати адаптивність підприємства, забезпечує ефективний зворотній зв'язок, постійний розвиток і стійкість організації [2].

Трансформація моделі підприємства як відкритої динамічної системи під впливом організаційної культури з точки зору Харчишиної О.В. розуміється таким чином, що на вході системи є крім ресурсів ціннісні установки, на виході – товар, послуги, ціннісні установки, бренд, і між ними існує зворотній зв'язок. Обґрунтування вагомості організаційної культури та здійснення декомпозиції елементів системи менеджменту дозволило автору визначити ефекти використання теорії організаційної культури у процесі управління сучасними підприємствами, до яких віднесено економічний, інноваційний, соціальний ефекти, ефект гармонійності соціально-культурного розвитку підприємства. Використання організаційної культури як дієвого управлінського інструменту передбачає розробку методик для оцінки рівня розвитку, особливостей вимірювання впливу культури на забезпечення довгострокової ефективності підприємства. Проте у більшості сучасних досліджень основний акцент робиться на виявленні і детальній характеристиці особливостей організаційної

культури підприємства без встановлення причинно-наслідкового зв'язку із економічною ефективністю [3].

Організаційна культура не є сталою в часі і, маючи базисні цінності, з розвитком організації змінюється в певних аспектах. Тому діагностика стану організаційної культури дозволяє здійснювати ефективне управління економічним розвитком підприємства. Необхідно передбачати, який результат матимуть певні дії з управління організаційною культурою підприємства в сенсі підвищення його ефективності діяльності і конкурентоспроможності. В тому, щоб організація набувала економічний розвиток в необхідному напрямку, має допомогти зворотній зв'язок. Зворотній зв'язок необхідний, щоб сигналізувати, чи в очікуємому напрямку відбуваються зміни, виявити відхилення, і зрозуміти, яка необхідна додаткова трансформація організаційної культури компанії для оптимізації діяльності і досягнення бажаних цілей. Впроваджуючи певні зміни в організаційній культурі на вході необхідно виявляти, який економічний, соціальний результат отримується на виході. Таким чином, саме управління організаційною культурою, яке до того ж не занадто витратне, є тим інструментом, який здатний здійснити значний вплив на результати діяльності підприємства, його економічний розвиток.

**Література**

1. Грібахо О.О. Організаційна культура підприємства як чинник підвищення його конкурентоспроможності / О.О. Грібахо // Вісник Східноєвропейського університету. – 2013. – № 1. – С. 104-112.

2. Харчишина О.В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: [монографія] / О.В. Харчишина. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – 290 с.

3. Харчишина О.В. Організаційна культура як важлива складова системи управління підприємствами / О.В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації.–2012.–№ 1.– Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_62.

**Кузьменко Л.М.**
*д.е.н., професор, головний науковий співробітник Інституту економіки промисловості НАН України, м. Київ*
**Солдак М.О.**
*к.е.н, ст.н.с., вчений секретар Інституту економіки промисловості НАН України, м. Київ*

## СУЧАСНА МОДЕРНІЗАЦІЯ І ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ У ПРИСКОРЕННІ ПРОЦЕСУ ПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ

Вичерпаність минулої моделі розвитку, що в основному була зорієнтована на експортно-сировинну, а також протиріччя пов'язані з новими пріоритетами, які відповідають умовам інноваційного розвитку, свідчать про необхідність формування нової модернізаційної основи. Метою модернізації є

розбудова такої економічної системи, що відповідала б вимогам сучасного демократичного суспільства, базувалася б на інтенсифікації виробництва, сприяла б освоєнню інноваційних, конкурентоспроможних на світовому рівні виробництв, формувала б нові робочі міста, значно підвищувала б частку наукоємної продукції у структурі експорту. Сучасні теорії модернізації, як сукупності концепцій розвитку, розглядають модернізацію як універсальне явище сучасної історії, складний, цілісний, глобальний процес, що протікає у всіх ключових сферах життєдіяльності [1,с.21].

Сучасна модернізація має ініціюватися державою як процес перетворення країни у промислову державу, кінцева продукція якої стане конкурентоспроможною. Слід погодитись з авторами, які стверджують, що модернізація не починається в умовах благополуччя та розквіту, тому модернізація – це примусова дія [2]. Зазначимо, що в Україні, на жаль, відсутній чітко окреслений навіть проект модернізації економіки.

Модернізаційний потенціал визначається присутністю в країні, перш за все, потужного індустріального потенціалу. Промислова політика виступає головним фактором у формуванні модернізаційної основи, що дає можливість переходу економіки до інноваційної моделі розвитку. Промисловість як сектор економіки дає можливість розвиватися іншим галузям, вона значно впливає на формування виробничих відносин, сприяє розширенню господарських зв'язків. І навіть найбільш кваліфікована частина робочої сили суспільства використовується саме у промисловості, впроваджуючи і прискорюючи науково-технічний прогрес і темпи економічного зростання. Тому першочерговим у процесі модернізації промисловості уявляється переоснащення виробництв у відповідності сучасним вимогам до техніки і технологій.

В основі модернізації має бути стратегія розвитку, що базується на впровадженні різних нововведень. Проте діяльність багатьох українських підприємств свідчить, що їх стратегія спрямована в основному на збереження «своєї ніши» на ринку. Сучасна стратегія потребує інноваційного лідерства, що зробить підприємства конкурентоспроможними на внутрішньому і зовнішньому ринках. Одночасно слід зазначити, що модернізація має бути удосконаленням усієї національної системи управління держави, а не як перелік виробничо-технологічних засад.

Модернізація – це і нові технології управління, до яких можна віднести: формування інститутів розвитку економіки, інноваційні технології, соціальні технології розвитку інфраструктури, використання стратегічного підходу в управлінні та інше.

Інноваційне оновлення української економіки потребує перерозподілу повноважень в управлінні. Таке пов'язано з тим, що умови входження регіонів у модель інноваційного розвитку, тобто в етап модернізації, різні і потребують адаптованої для них інноваційної державної політики. Крім того, для здійснення модернізації державі потрібна підтримка з боку регіонів, вона має бачити зацікавленість останніх у проведенні нової модернізаційної основи.

Децентралізація управління має забезпечуватися нормативно-правовим регулюванням державної інноваційної політики, розширенням повноважень у формуванні і реалізації місцевих бюджетів. Означені заходи не є новими, але у теперішній час потребує негайного вирішення завдання ефективного управління грошовими потоками, які направляються в регіони, управління цілеспрямованого і системного. Справа в тому, що стратегічні інтереси влади, адміністрації регіону і керівників підприємств можуть не співпадати. Тому формування нової політики модернізації, її реалізація становляться основним у переході до стійкого розвитку всієї економіки.

Сучасна модернізація – це зростання виробництва у необхідних сферах, галузях, регіонах економіки, а для цього потрібне корегування вектору розвитку у необхідному напрямі.

**Література**

1. В.Н.Шимов, Л.М.Крюков. Модернизация национальной экономики – императив времени //Белорусский экономический журнал, 2013. – №2. – С.18-42.

2. В.Л.Иноземцев. Что такое модернизация и готова ли к ней Россия? // Модернизация России: условия, предпосылки, шансы. Сборник статей. Выпуск 1 / под. ред. Иноземцева В.Л. – М.:Центр исследования постиндустриального общества, 2009.

**Марценюк Л.В.**
*к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту*
*Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту*
*імені академіка В. Лазаряна*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## МЕТОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Зважаючи на схему існуючих залізничних колій можна визначити наступні методи організації туристичних перевезень. *По широкій колії:* човниковий – застосовується на тупикових напрямках руху залізниць; по кільцю – застосовується на розвинутій системі залізниць; комбінований – застосовується на розвинутій системі залізниць з відхиленням від основного напрямку руху. *По вузькій колії:* човниковий – застосовується на тупикових напрямках руху залізниць; по кільцю – застосовується на розвинутій системі вузьких колій; комбінований – застосовується на розвинутій системі вузьких колій з відхиленням від основного напрямку руху.

Крім напрямку руху поїздів на туристичні подорожі впливає кількість зупинок на маршруті термін перебування туристів на кожній зупинці, який в свій час залежить від кількості туристичних екскурсій, часу на харчування та ночівлю у готелях [2].

Будь-які туристичні подорожі по залізницям передбачають комфортні

умови, до яких слід віднести: загальну тривалість одноденної екскурсії, яка не повинна перевищувати 18 годин; кількість зупинок поїзда для огляду визначних пам'яток, зон відпочинку та харчування повинна розраховуватися з урахуванням загального терміну подорожі, середньої швидкості руху поїзда, необхідного часу на проведення кожної екскурсії; швидкість руху поїзда у зворотному напрямку може бути більшою ніж у прямому русі.

Для вузьких колій швидкість поїздів розраховується залежно від профілю колії; якщо подорож триває два дні, то у кінці маршруту першого дня мусить бути запланована зупинка, яка передбачає відпочинок туристів у готелі та вечерю, вартість якої включено у вартість путівки; кількість туристичних екскурсій на такому маршруті не може бути великою, оскільки термін однієї зупинки може тривати від 1,5 годин до 5 годин [1].

Одноденна оглядова залізнична подорож призначена для знайомства з пам'ятними, історичними місцями, мальовничою природою регіону та місцями відпочинку. Такі подорожі можна організовувати човниковим методом на тупиковому напрямках руху залізниць, по кільцю на розвинутій системі залізниць так і комбінованим методом на розвинутій системі залізниць з відхиленням від основного напрямку руху.

Крім одноденних оглядових екскурсій по залізничним коліям ПАТ «Українська залізниця» може використовувати дводенні подорожі або подорожі вихідного дня. В цьому разі маршрут вихідного дня планується за трьома принципами: ночівля в поїзді, а харчування в місцевому ресторані; ночівля в поїзді, а харчування у вагоні ресторані; ночівля та харчування в готелі.

Перший варіант туристична компанія використовує при відсутності власних або орендованих вагонів-ресторанів. Другий – при наявності у туристичному поїзді власного вагону-ресторану, а третій – коли у складі поїзда відсутні вагони для ночівлі туристів та вагонів-ресторанів.

Організація багатоденних туристичних подорожей по залізничним коліям суттєво відрізняється від оглядових екскурсій, оскільки виконується спеціальним рухомим складом, що має комфортні умови для туристичної подорожі. Вище було сказано, що при організації круїзних туристичних подорожей ночівля, відпочинок та харчування передбачено у поїзді, але інколи туристи можуть проживати у готелях та харчуватися в ресторанах. Термін таких подорожей може становити 14 діб.

Як правило, круїзних туристичних подорожей може бути одна добу з відпочинком та харчуванням в кафе або ресторані. Велика кількість туристичних екскурсій протягом дня може визивати втому та небажання приймати участь у наступній екскурсії [3]. В цьому разі розрахунок загального терміну туристичної круїзної залізничної подорожі повинен включати: час на зупинки (екскурсії) на маршруті, на харчування та на ночівлі у готелях.

В результаті проведених досліджень набули подальшого розвитку методи організації туристичних перевезень по широким та вузьким залізничним коліям, які враховують схему існуючих або нових залізничних колій України та пропонують три види організації руху туристичних поїздів: човниковий, по

кільцю та комбінований, що дозволить оптимізувати ефективність туристичних маршрутів.

Крім того, вперше розроблено методичний підхід щодо визначення загального часу одноденних, дводенних та багатоденних туристичних подорожей який базується на врахуванні терміну руху залізничного поїзда на маршруті, кількості екскурсій та часу перебування туристів на них, терміну перебування в готелях, в ресторанах, кофе та очікування відправки поїзду за графіком, що дозволило заздалегідь планувати різні види туристичних подорожей по залізниці та мінімізувати витрати на їх організацію.

**Література**

1. Бараш, Ю.С. Класифікація туристичних подорожей по вузьких коліях / Ю.С. Бараш, Л.В. Марценюк, Т.Ю. Чаркіна // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг і логістика в системі менеджменту пасажирських перевезень на залізничному транспорті». – 29 вересня-2 жовтня 2015 року, м. Кам'янець-Подільський. – К., 2015. – С. 8-11.

2. Гненний, О.М. Методичні підходи до оцінки економічної ефективності інвестицій у розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом. – Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки трансп.». – Дніпропетровськ, 2015. – Вип. 10. – С. 7–14.

3. Стрілець, В. І. Організація залізничного туризму в Україні як чинник підвищення прибутковості галузі / В. І. Стрілець, О. Ф. Ялбуган // Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки трансп.». – Дніпропетровськ, 2011. – Вип. 2. – С. 114–117.

**Нікілєва Н.О.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Іщенко І.О.**
*студентка*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ В УКРАЇНІ

Цивілізований ринок відрізняється розвинутою інфраструктурою, важливим елементом є фінансові інститути. Традиційно фінансові інститути можна умовно поділити на установи, організації, на які покладено роль фінансових посередників при виконанні певних функцій фінансової системи. Найголовніші серед них це: комерційні банки (кредитування, здійснення розрахунків, формування заощаджень), недержавні пенсійні фонди (формування заощаджень, інвестування), фондові біржі (забезпечення подрібнення капіталу підприємств серед значної кількості власників, фінансове інформування, об'єднання фінансових ресурсів через торгівлю цінними

паперами), страхові компанії (основна діяльність – управління ризиками, формування заощаджень, інвестування) тощо. Всі зазначені інститути покликані забезпечувати ліквідність фінансових активів, з якими вони працюють, а також функцію можливості накопичення багатства.

До фінансових інститутів також можна віднести державні фінансові установи. В Україні це, по-перше, Міністерство фінансів України разом з підпорядкованими установами такими, як Державна податкова Адміністрація України, Державне казначейство України, Головне контрольно-ревізійне Управління України, Митна служба України, вони здійснюють бюджетно-податкове, митне регулювання та фінансовий бюджетний контроль. По-друге, Національний банк України, який здійснює монетарне, валютне регулювання, а також контроль за діяльністю банківської системи. По-третє, Рахункова палата як представник законодавчого органу – Верховної ради України. По-четверте, інші інститути, такі, як Державний комітет з регулювання цінних паперів і фінансових ринків (ДКЦПФР), Держфінпослуг, НАКСУ, Державний пенсійний фонд тощо, які здійснюють регулювання окремих секторів фінансової системи. Фінансові інститути забезпечують виконання функції фінансової системи із здійснення фінансового макрорегулювання національної економіки, що актуально в складних економічних умовах, які виникли на даному етапі розвитку України [3].

Фінансові інститути України мають об'єктивні передумови для трансформації у високоефективний механізм забезпечення інвестицій для потреб економіки. Наприклад, участь України в міжнародних економічних зв'язках, міжнародна регіональна інтеграція визначають сучасну спрямованість розвитку фінансових інститутів і національної економіки. Останнім часом посилюється інноваційна спрямованість розвитку економіки України, що передбачає активізацію інвестиційного процесу й відповідне фінансове забезпечення. Прямі іноземні інвестиції в економіку України в 2014 році склали 45,916 млрд дол. США, а в 2015 році 41,067 млрд дол. США [2]. Характер впливу фінансової глобалізації на національну економіку зумовлює вироблення виваженого підходу до регулювання фінансової сфери та удосконалення механізмів забезпечення економічної безпеки України.

Проблеми фінансових інститутів постійно виникають через відсутність системного підходу в фінансових реформах, які мають негативний вплив на економічний стан країни, позначаються на формуванні економічної політики. Необхідно підкреслити, що на сучасному етапі неможливо визначити базову модель розвитку фінансових інститутів, як основного механізму трансформації заощаджень з інвестиції, тобто чи формується модель із провідною роллю комерційних банків, чи формується модель, орієнтована на провідну роль страхових компаній, фінансових установ, ломбардів та пенсійних фондів.

Недосконаліть механізму залучення заощаджень населення в об'єкти інвестування не дає змоги використовувати їх як інвестиції в оптимальних обсягах. Крім того, для забезпечення всіх потреб розвитку економіки України (за оцінкою фахівців Світового банку вони становлять 100 млрд дол. США)

внутрішніх джерел недостатньо. Одним із шляхів розв'язання цієї проблеми є залучення іноземного інвестування. За даними Держстату, інвестиції надходили з 133 країн світу. Основними інвесторами України, на яких припадає 83% загального обсягу інвестицій, залишалися Кіпр – 11,684 млрд дол., Німеччина – 5,421 млрд дол., Нідерланди – 4,958 млрд дол., Австрія – 2,265 млрд дол., Російська Федерація – 2,199 млрд дол., Велика Британія – 1,897 млрд дол., Британські Віргінські Острови – 1,846 млрд дол., Франція – 1,511 млрд дол., Швейцарія – 1,352 млрд дол. та Італія – 945,5 млн дол.

В Україні більша частина інвестицій припадає на промисловість – 13,153 млрд дол., або 32% прямих інвестицій, а також на установи фінансової та страхової діяльності – 10,236 млрд дол., або 24,9%, підприємства оптової і роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів – 5,520 млрд дол. або 13,4%, організації по роботі з нерухомістю – 3,482 млрд дол., або 8,5%, наукові та технічні організації – 2,288 млрд дол., або 5,6% [1]. Іноземні фінансові ресурси не лише задовольняють потреби в капіталі: їх залучення також сприяє розширенню обсягів виробництва, оновлення наявної матеріально-технічної бази, інноваційному розвиткові тощо.

Також в Україні великий вплив на розвиток фінансових інститутів окрім приватних іноземних фінансових установ мають міжнародні фінансові організації й фінансова діяльність (запозичення) уряду. Співпраця з міжнародними фінансовими організаціями є важливим показником для іноземних власників фінансових ресурсів.

Останнім часом важливою тенденцією розвитку фінансових інститутів стала схильність до універсальності та комплексності послуг, які пропонуються клієнтам страхових компаній, ломбардів, банків, пенсійних фондів. У сукупності з іншими тенденціями, зокрема з процесами злиття та поглинань, широким впровадженням інформаційних технологій, вона є сутнісною характеристикою фінансової глобалізації, яка поступово набула сучасних форм і стала основою надання транснаціональних фінансових послуг банками та іншими фінансовими інститутами. Разом з тим це свідчить й про подальше зближення обох моделей фінансових систем. Також, треба зазначити, що доступ до фінансування на фінансовому ринку мають, насамперед, відомі корпорації з великим обсягом операцій.

Становлення і розвиток фінансових інститутів має стати ключовим елементом сильного економічного середовища, який підтримуватиме корпоративні ініціативи, забезпечуватиме фінансування реального сектора економіки через залучення інвестицій, здійснення платежів і перерозподілу капіталів.

**Література**

1. УНІАН. http://economics.unian.ua/finance/1078544-pryami-inozemni-investitsiji-v-ukrajinu-cherez-padinnya-grivni-znizilisya-na-10.html.

2. Фінансовий портал: http://index.minfin.com.ua/index/fdi/.

3. Навчальні матеріали. http://pidruchniki.com/16280414/finansi/struktura_finansovoyi_sistemio.

**Ольферович А.Б.**
*к.э.н., доцент, декан инженерно-экономического факультета*
*УО «Белорусский государственный технологический университет»*
*г. Минск, Республика Беларусь*

# ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ КОНЪЮНКТУРООБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ НА ДЕЛОВУЮ АКТИВНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Экономические и геополитические процессы, происходящие в мире, обуславливают тенденции развития сырьевого, продовольственного, товарного, финансового, фондового рынков, а следовательно, влияют на конъюнктуру рынков государств и отдельных регионов, а значит определяют деловую активность и динамику развития промышленных предприятий, требуя от них своевременной и адекватной реакции на происходящие процессы.

Возможность предусмотреть влияние макроэкономических факторов, а значит и тенденций изменения конъюнктуры дают предприятиям неоспоримые конкурентные преимущества перед субъектами экономических взаимоотношений.

Макроэкономическую конъюнктуру целесообразно исследовать с помощью показателей, позволяющих количественно оценить происходящие на рынке изменения и определить тенденции его развития, а также проанализировать качественные аспекты влияния конъюнктурообразующих факторов на деятельность отдельных предприятий и экономики в целом. К основным факторам, определяющим макроэкономическую конъюнктуру и влияющим на деятельность промышленных предприятий относят: внешняя торговля, денежно-кредитная сфера, валовой внутренний (региональный) продукт, товарооборот и другие факторы, которые характеризуются динамикой производства, инвестиций в основной капитал, движением портфеля заказов, динамикой издержек производства, численностью занятых, изменением размера реальной заработной платы, курсами валют, структурой и динамикой спроса и предложения, влиянием достижений научно-технического прогресса на уровень потребления, динамикой оптовой и розничной торговли, емкостью рынка, объемами и условиями кредитования, движением товарных запасов, состоянием международной торговли, ее динамикой, уровнем оптовых цен в ведущих странах − производителях и потребителях товара, экспортными ценами, уровнем инфляции, динамикой изменения цен на сырье, энергоносители, государственным регулированием ценообразования и т. д.

Денежно-кредитная сфера, как конъюнктурообразующий фактор определяет уровень развития валютного и фондового рынков и характеризуется: объемом эмиссии ценных бумаг, выпуск их на рынок позволяет мобилизовать свободные денежные ресурсы и расширить возможности предприятий по обновлению основного капитала и увеличению оборотных средств; ставкой рефинансирования, которая определяет спрос на заемный капитал. В свою очередь, размер и колебания ставки

рефинансирования сдерживают развитие производства и ограничивают совокупное потребление; банковские депозиты; валютный курс – оказывает непосредственное влияние на платежеспособный и внешнеторговый баланс государства, на конкурентоспособность экспортируемых товаров, а также на объем потребления; уровень инвестиций; уровень инфляции. Инфляционные процессы и присущие им тенденции являются, в своем преимуществе, одним из факторов, определяющих динамику развития общеэкономической конъюнктуры рынка. Темп прироста инфляции, выражаемый через уровень цен, прямо пропорционален темпам прироста денежной массы, прироста скорости денежного обращения и обратно пропорционален темпам прироста реального ВВП.

Ужесточение денежно-кредитной политики является действенным инструментом, способным стабилизировать сферу обращения, в также позволяет стимулировать развитие реального сектора и экономики в целом.

Внешняя торговля. Все изменения, которые претерпевает экономика в ходе цикла воспроизводства, находят отражение в динамике и структуре внешней торговли.

Валовой внутренний продукт является одним из итоговых конъюнктурообразующих факторов, так как он напрямую зависит от тенденций и изменений, происходящих в вышерассмотренных макроэкономических факторах. Положительная динамика роста ВВП способна обеспечить экономический эффект, достигаемый за счет постепенного накопления, сосредоточения факторов и последующего их кумулятивного воздействия, которое в свою очередь, дало стимул к дальнейшему экономическому росту. Однако, воздействие данного эффекта, на фоне неблагоприятной макроэкономической ситуации, сначала замедляется, а потом прекращается. Экономика начинает переходить из стадии активного роста, в стадию «замерзания».

Оценка влияния основных макроэкономических конъюнктуро-образующих факторов на деятельность промышленных предприятий способна показать, что тенденции их развития оказывают непосредственное воздействие на функционирование предприятий, их эффективность и потенциальные возможности. В тоже время, при неблагоприятной макроэкономической конъюнктуре, самостоятельных усилий субъектов хозяйствования, направленных на сокращение объемов производства и повышение конкурентоспособности продукции недостаточно. На государственном уровне требуются мероприятия, позволяющие стимулировать экспорт, обеспечить долгосрочную финансовую стабилизацию реального сектора, снизить стоимость кредитных ресурсов, создать благоприятные экономические условия для инвестирования, снижения налоговой нагрузки предприятий и стимулирование внутреннего спроса.

**Литература**

1. Экономический бюллетень. Минск: НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь, 2015.– №1-12.

**Павлов К.В.**
*д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономики и управления*
*ЧОУ ВПО «Камский институт гуманитарных и инженерных технологий»,*
*г. Ижевск, Россия*

# ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ ИНТЕНСИВНОГО И ЭКСТЕНСИВНОГО ТИПА

В последнее время всё больше внимания уделяется вопросам формирования в России инновационной экономики, что совершенно справедливо, т.к. это позволит уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов. Важно также и то, что в результате этого улучшится имидж России, которую пока ещё нередко отождествляют с сырьевым придатком капиталистического мира. Таким образом, в целом мировой опыт действительно свидетельствует о том, что рост инвестиций в инновационные сферы экономики способствует ускоренному развитию экономики страны и повышению среднего уровня жизни.

Однако это только в целом, а в каждом конкретном случае вложение инвестиций в инновационные сектора далеко не всегда способствует росту прибыли и доходов – так, в фундаментальной науке известно немало случаев, когда вложение средств не только не окупалось, но и приводило к негативным результатам. Кстати, руководство России в последнее время нередко критикует различные ведомства и организации в связи с тем, что существенные инвестиции в создание нанотехнологий пока ещё не дают ожидаемого результата. В этой связи совершенно справедлива постановка вопроса о том, насколько эффективны те или иные инвестиции и инновации.

Однако, на наш взгляд, в современных условиях этого не достаточно и кроме осуществления социально-экономической оценки эффективности инвестиций и инноваций необходимо осуществлять оценку последствий внедрения инвестиций и инноваций с точки зрения их влияния на усиление процессов интенсификации общественного воспроизводства. В этой связи нами предлагается выделять инвестиции и инновации интенсивного или экстенсивного типов в зависимости от того, способствуют ли результаты их внедрения соответственно интенсификации или, наоборот, процессу экстенсификации. Важно также в общей структуре инвестиций и инноваций выделять удельный вес, долю каждой из этих двух групп. Целесообразность осуществления такого рода классификации инвестиций и инноваций во многом объясняется тем обстоятельством, что в последнее время существенно возросла актуальность использования интенсивных методов хозяйствования. Прежде всего, это связано с демографическим кризисом последних лет. В этой связи осуществление мероприятий трудосберегающего направления интенсификации представляется весьма своевременным и эффективным.

В других странах могут быть актуальными и иные направления интенсификации. Так, например, в среднеазиатских странах СНГ – Узбекистане, Туркмении, Таджикистане, Киргизии исключительно важным являются водосберегающее направление интенсификации общественного производства. В Японии, где сравнительно немного крупных месторождений природных ресурсов, весьма актуально материалосберегающее направление интенсификации, здесь же в связи с крайне ограниченным характером земельных ресурсов большое значение имеет также землесберегающее направление интенсификации [1, с. 19]. В большинстве стран мира весьма актуально энерго- и фондосберегающее направления.

Более того, даже в разных регионах одной и той же страны актуальными могут быть разные направления интенсификации: на Дальнем Востоке и на Севере России большое значение по-прежнему (т.е. как и во времена социалистической экономики) имеет трудосберегающее направление, в старопромышленных регионах Урала – в Свердловской области, Удмуртской Республике, Челябинской области – крайне актуально фондосберегающее направление интенсификации. В Белгородской области, где на высоком уровне развиты металлургическая и горнодобывающая отрасли промышленности очень эффективно осуществление мероприятий материалосберегающего направления. Таким образом, кроме выделения двух групп инвестиций и инноваций, способствующих интенсификации или экстенсификации, в первой группе целесообразно выделить несколько подгрупп, соответствующих разным направлениям интенсификации – трудо-, фондо-, материалосберегающему и т.д. в соответствии с региональной, отраслевой и структурной спецификой экономики той или иной страны. Напомним, что говоря о процессах экстенсификации и интенсификации, имеются в виду два принципиально различающихся способа достижения производственной цели. При одном происходит количественное увеличение использования ресурса, при втором на единицу выпуска продукции при решении производственной задачи экономится ресурс. Целесообразно определять поэтому интенсификацию производства как реализацию мероприятий, имеющих своим результатом экономию стоимости совокупности применяемых ресурсов. Ресурсосберегающим направлением интенсификации производства является реализация мероприятий, в результате которых экономится ресурс, например, живой труд [2, с. 114]. Таким образом, предложенный подход понимания процесса интенсификации позволяет говорить и об интенсификации производства, и об интенсификации использования отдельных факторов производства, не отождествляя эти понятия.

**Литература**

1. Александров Г.А. Курсом интенсификации. – М.: Экономика, 1998. – 158 с.

2. Павлов К.В. Интенсификация экономики в условиях неопределённости рыночной среды. – М.: Магистр, 2007. – 271 с.

**Сейдахметов М.К.**
*к.э.н., доцент, декан факультета «Экономика и финансы»*
**Айдаров Т.А.**
*к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»*
**Кыдырова Ж.Ш.**
*к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»*
*ЮКГУ им. М. Ауезова, Шымкент, Казахстан*

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АПК В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Без научно-обоснованного формирования и развития рынка продукции АПК не может быть эффективного ведения сельскохозяйственного производства, подъема национальной экономики и вхождения Республики в мировое экономическое пространство. Эти обстоятельства делают разработку научно обоснованных подходов к повышению эффективности производства и рынка продукции АПК с учетом передового мирового опыта.

Концентрация производства на основе кооперации стала преобладающей формой развития конкурентоспособности рынка продукции АПК в развитых странах. В настоящее время, процесс концентрации производства идет в Германии, Франции, США, Великобритании. Так, в США 10% крупных фермерских хозяйств производят более 80% товарной продукции, а 72% мелких фермерских хозяйств – только 12% продукции.

Вместе с тем укрупнение крестьянских (фермерских) хозяйств сдерживается нерешенностью отдельных правовых, экономических и социальных вопросов, отсутствием государственной поддержки, приемлемых условий их инвестирования.

Экономическая эффективность в целом по предприятию определяется показателями стоимости валовой продукции в фактических ценах, валового дохода, прибыли, рентабельности. Экономическая эффективность производства отдельных видов продукции определяется путем сопоставления полученного эффекта с ресурсами или затратами; состав показателей при этом зависит от отрасли или цели использования продукции.

Вопросы повышения эффективности производства продукции АПК требуют полного использования накопленного производственного потенциала и создания новых рыночных структур, достижений научно-технического прогресса и инновационной деятельности. На современном этапе в качестве одного из важных направлений представляется гармоничное сочетание и создание взаимовыгодных экономических механизмов между существующими структурами АПК.

Следует отметить, что формирование и развитие аграрного рынка во многом будет определять успешное функционирование экономики.

Важнейшим фактором снижения себестоимости произведенной продукции аграрного сектора и повышения экономической эффективности его производства является осуществление строжайшего режима экономии на

основе бережливого использования имеющихся ресурсов. На снижение себестоимости влияют также улучшение и рациональное использование семенного материала, сокращение потерь при загрузке, транспортировке и хранении. Большие резервы кроются в улучшении использование машинно-тракторного парка, в сокращении затрат на механизацию сельскохозяйственных работ.

Вопросы устойчивого развития и стабилизации аграрного сектора и повышения его эффективности предполагают государственное регулирование экономики. Одним из экономических методов государственного регулирования является кредитование аграрного сектора. Исследование показывают, что вопросы кредитование остается сложными из-за сложных природно-климатических условий, длительного производственного цикла, дисперсности заемщиков, диспаритета цен на энергоносители, что отрицательно сказывается на эффективности производства продукции аграрного сектора.

Повышение эффективность производства сельскохозяйственной продукции требует разработка моделирование аграрной политики с учетом кластерного подхода, соответствующей внутри и внешнеэкономическим приоритетам республики, которое предусматривает ниже следующее:

– формирование целей и стратегических задач аграрной политики;

– разработка стратегий региональной аграрной политики;

– систематизация источников и выбор типа финансирования региональной агропромышленной политики;

– обоснование масштабов производства и типа развертывания потенциала агропромышленного роста;

– определение финансовых условий экономического подъема аграрного производства;

– формирование стратегии инвестирования региональной аграрной политики;

– обоснование типа насыщения оптовых сельскохозяйственных рынков;

– установка определенных принципов мониторинга эффективности агропромышленной политики.

Главная задача экономического развития сводится к созданию условий для эффективного производства продукции АПК. Именно эта проблема должна занимать центральное место в деятельности правительства, хозяйственных субъектов и государственного аппарата.

**Литература**

1. Послание Президента РК народу Казахстана – «Нурлы-жол», 11.11.2014.

2. Послание Президента народу Казахстана «Стратегия – 2050», 14.12.2012.

3. Стратегия развития АПК – 2020. Астана, 2012.

4. Айдаров Т.А. Анализ развития, значения АПК Казахстана и его регулирование. Научный мир Казахстана. № 1-2, 2013.

**Сейдахметов М.К.**
*к.э.н., доцент, декан факультета «Экономика и финансы»*
**Айдаров Т.А.**
*к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»*
**Сатымбекова К.Б.**
*к.э.н., заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг»*
*ЮКГУ им М. Ауезова, Шымкент, Казахстан*

# ПЕРЕРАБОТКА ПРОДУКЦИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Казахстан располагает значительным сельскохозяйственным потенциалом, способным в ближайшем будущем увеличить объемы производства необходимой обществу сельскохозяйственной продукции, что требует разработки научно обоснованных подходов к использованию трудовых, земельных, водных, технических, инвестиционных ресурсов и внедрения инновационной деятельности в этой сфере.

Стратегией развития перерабатывающей промышленности на данном этапе, на наш взгляд, должна стать взаимная заинтересованность производителей и переработчиков продовольственной продукции. Сельскохозяйственные товаропроизводители должны иметь гарантированный рынок сбыта продовольственной продукции, а перерабатывающая промышленность – сырьевую базу.

В развитии перерабатывающей базы важнейшую роль должно играть ее научное обеспечение. Основными направлениями приоритетного развития, являются: повышение эффективности использования сырья, рост выпуска продуктов питания, снижение затрат энергии, материальных и трудовых ресурсов на выпуск единицы готовой продукции, сокращение потерь сырья и готовой продукции на этапах заготовки, транспортировки, переработки и потребления сырья, а также применение новых упаковочных материалов, прогрессивного оборудования для безотходных, ресурсо- и энергосберегающих технологий, проектов технологических линий, участков и цехов по переработке сельскохозяйственного сырья.

Развитие маркетинговой службы включает выполнение ряда функций в ходе доставки продукции от производителя до конечного потребителя: от производства к заготовке, сортировке, фасовке, транспортировке, переработке, финансированию, лицензированию, сертификации, распределению, а также информации. В комплексе они представляют собой схему продвижения сельскохозяйственных товаров от производителя до конечного потребителя, где непосредственное участие принимают фермеры, члены ассоциаций, кооперативов, а во многих случаях перекупщики и заготовители-частники. Сокращение до минимума участия в продвижении товаров на рынке последних сокращает добавленную стоимость и повышает прибыльность фермерских

хозяйств. Для достижения этой цели считаем целесообразным добровольное объединение товаропроизводителей в ассоциации или кооперативы.

Перерабатывающие предприятия как покупатели на рынке продовольственной продукции в переходной период постепенно адаптируются. Это связано с тем, что поставки сырья непосредственно крупными поставщиками (коллективными хозяйствами) несколько сократились, а вместо них появились мелкие хозяйства – крестьянские (фермерские) с меньшим объемом товарной продовольственной продукции.

Наиболее острыми сегодня являются и вопросы, связанные с развитием и модернизацией технологии переработки отечественной продукции сельского хозяйства и сбытом ее потребителям, по ценам, близким к мировым.

В этой связи считаем необходимым, обеспечить сохранность и поддержание существующего производственного потенциала перерабатывающих отраслей, развитие семеноводческих и племенных хозяйств, базы хранения и переработки продукции поддержку крестьянских (фермерских) хозяйств, создание недостающей инфраструктуры аграрного сектора.

Ученые-аграрники отмечают, что переход от централизованно планируемой системы к рыночной предполагает не только формирование рыночно-ориентированных производителей непосредственно в самом сельском хозяйстве, но и создание принципиально иной инфраструктуры, позволяющей эффективно перемещать продукт от поля к конечному потребителю и доставлять рыночную информацию от потребителя к производителю и обратно. Мы также поддерживаем предложения о создании принципиально иной инфраструктуры продовольственного рынка, так как в период перехода к рыночным отношениям старая система не работает, а новая еще не создана.

Инфраструктура содержит и другие услуги, необходимые для производства. Такие услуги оказывают юридические, страховые и бухгалтерские фирмы, коммерческие, воздушные, морские и сухопутные транспортные средства. Формирование и развитие рыночной инфраструктуры также должно обеспечивать высокую эффективность и разнообразие всех сфер предпринимательства: производственную, торгово-посредническую, финансовую, банковскую и др.

**Литература**

1. Стратегия развития АПК – 2020. Астана, 2012.

2. Айдаров Т.А. Анализ развития, значения АПК Казахстана и его регулирование. Научный мир Казахстана. № 1-2, 2013.

3. Айдаров Т.А., Сатымбекова К.Б. Особенности финансово-кредитной политики РК в АПК: направления, механизмы, методы. Труды НПК «Астана – новая глава национальной истории, посвящённой 15-летию города Астаны», июль, 2013.

4. Айдаров Т.А., Искаков К.К. Перспективы повышения конкурентоспособности казахстанского сельского хозяйства. Труды МНПК. «Ауезовские чтения - 12», Шымкент, 2014, март.

**Смєсова В.Л.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ В УКРАЇНІ

Проблеми реалізації економічних інтересів суб'єктів національної економіки України із року в рік все більше загострюються. Поглиблення економічної та політичної кризи, девальвація національної грошової одиниці, збільшення воєнних видатків детермінують негативну динаміку основних макро- та мікроекономічних показників. У 2010–2014 рр. відбулося різке падіння індексу фізичного обсягу ВВП в розрахунку на одну особу від 104,5% до 93,7% відповідно, зниження рівня випуску промислової продукції від 112,1% до 82,9% [1]. У 2014–2015 рр. реальний ВВП, ВДВ та її основні складові характеризувалися постійним зниженням (див. рис. 1), що призвело до скорочення основних видів доходів суб'єктів національної економіки України (рис. 3).

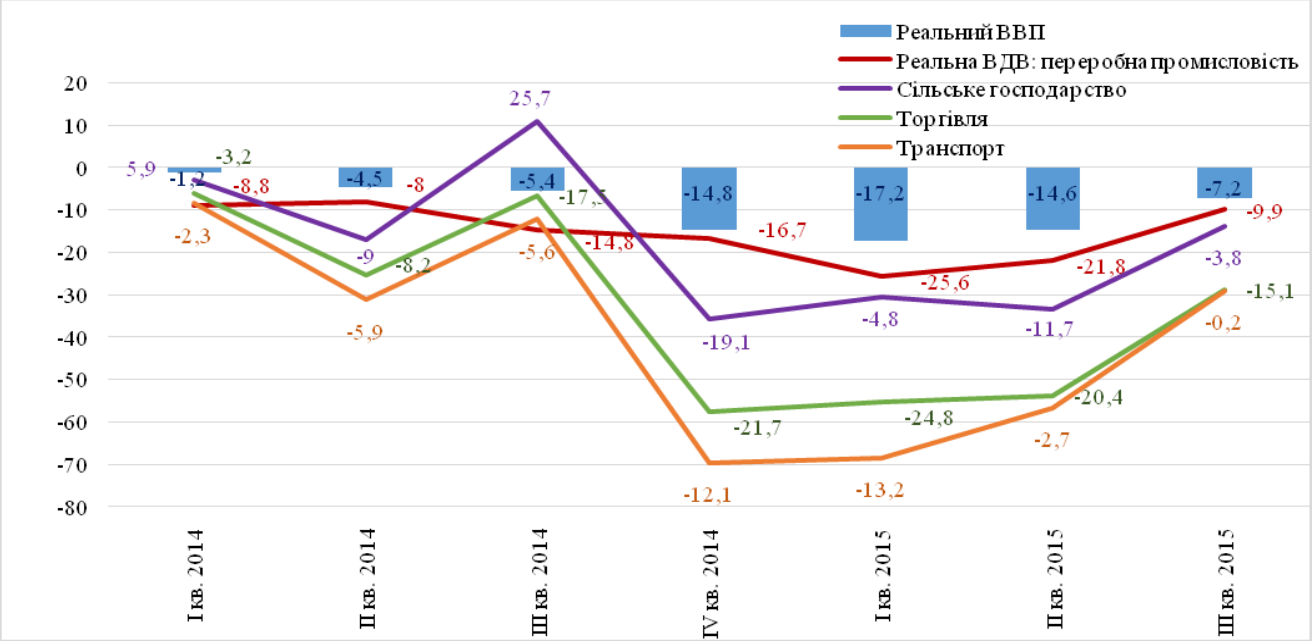



Рис. 1. – Зниження ВВП та ВДВ (−) до відповідного періоду попереднього року (при постійних цінах 2010 року), % [1]

Рис. 2. – Темпи зростання номінальної та реальної заробітної плати в Україні [1]

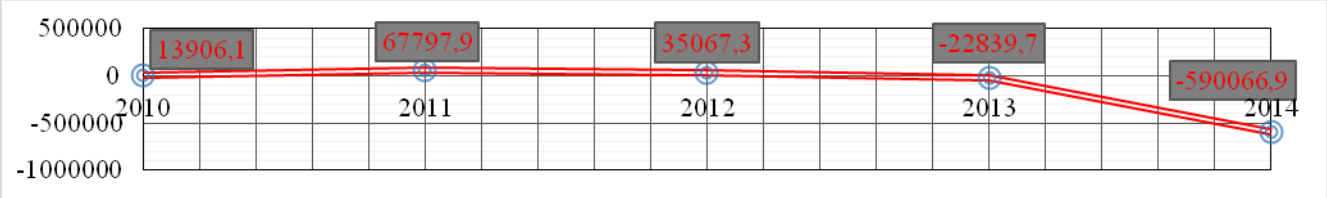



Рис. 3. – Чистий прибуток (збиток) великих та середніх підприємств України за видами економічної діяльності у 2010–2014 рр., млн грн[1]

Таким чином, в Україні реальна заробітна плата населення, чистий прибуток підприємств мали від'ємну динаміку у 2012–2014 рр., а, враховуючи те, що податкові надходження від зазначених показників складають значну частину дохідної частини Державного бюджету, можна зробити висновок, що у зазначених умовах економічні інтереси суб'єктів або реалізуються на мінімально допустимому рівні, або взагалі не відтворюються та, окрім цього, створюється загроза для реалізації національних економічних інтересів України.

Сьогодні уряд України, на наш погляд, несистемне запроваджує заходи щодо пожвавлення економічної діяльності підприємств, створення нових робочих місць, розвитку підприємництва, стимулювання сукупного попиту, що б сприяло підвищенню рівня доходів економічних суб'єктів. Більшою мірою використовуються грошово-кредитні інструменти регулювання, спрямовані на приборкання інфляції, зниження девальвації національної грошової одиниці за допомогою «ручних» заходів. Зміни у системі оподаткування прибутку підприємств не відбулися (базова ставка податку складає 18% у 2014–2016 р.). Зниження ставки єдиного соціального внеску для суб'єктів господарювання-«спрощенців», запроваджені з 01.01.2016, повинні стати єдиним інструментом стимулювання виробництва в Україні. Поряд з цим, це означає, що наповнення Пенсійного фонду, що і без того є дефіцитним, стає під загрозою, оскільки саме зазначений внесок складає його значну частку.

Одночасно з цим, ставка податку на доходи фізичних осіб підвищилася і складатиме в аналогічному періоді 18%. Крім того, запроваджено нечуваний в усьому світі «економічний захід» – оподаткування пенсій – 15% від надлишку над трьома мінімальними зарплатами. Якщо врахувати те, що у 2014 р. чисельність пенсіонерів в Україні складала біля 13,5 млн осіб, а чисельність легально працюючих та тих, хто сплачує соціальні внески, – відповідно 13 млн осіб, то стає зрозуміло, що видатки Пенсійного фонду покриватимуть фізичні особи та самі пенсіонери.

Таким чином, можна зробити висновок, що в умовах економічної кризи в Україні значно збільшилося податкове навантаження на доходи фізичних осіб, постійно підвищуються тарифи на комунальні послуги, знижуються надбавки до зарплати, скорочуються соціальні виплати, що матиме такі негативні економічні наслідки як різке падіння рівня життя та зубожіння більшої частини населення.

Основною базою для реалізації економічних заходів в Україні та

фінансування дефіциту бюджету є кошти, отримані по міжнародним кредитам (лише у 2014 році Україні надано міжнародних кредитів на суму 1089,5 млн дол. США, 352,71 млн евро 2972,67 млн СПЗ), а це неминуче призводить до збільшення обсягів зовнішнього та внутрішнього боргу, залежності вітчизняної економіки від умов кредиторів, розвитку системи «споживацького» типу.

Відповідно постає необхідність розробки державою дієвого та стимулюючого механізму, передусім спрямованого на розвиток виробництва, підвищення рівня зайнятості, досягнення економічного зростання та активізацію відтворення економічних інтересів України та її суб'єктів зокрема.

**Література**

1. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.

**Смесова В.Л.**
*к.э.н., доц., доцент кафедры теоретической и прикладной экономики ГВУЗ УГХТУ*
**Литвин Р.**
*студентка ГВУЗ УГХТУ*
*г. Днепропетровск, Украина*

## ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАИНЫ

На сегодняшний день одним из наиболее перспективных в Украине является аграрный сектор. В 2015 г. Украина собрала 59,8 млн т урожая зерновых, заняв 7 место в мире и опередив Канаду, Аргентину и Австралию [1]. Одновременно с этим, по объемам земель, пригодных для ведения сельского хозяйства, наша страна находилась лишь на 44 месте. Согласно прогнозам аналитиков, в 2015–2016 гг. Украина займет третье место среди стран-экспортеров, реализовав около 36 млн т зерновых в более, чем 100 странам мира [1]. Согласно планам Министерства аграрной политики и продовольствия Украины, до 2020 г. экспортный потенциал Украины увеличится еще на 40–70 млн т зерновых [2].

Для достижения высоких экономических результатов одного лишь наличия в Украине необходимого объема плодородных земель недостаточно. Чтобы повысить производительность аграрного сектора, необходимо увеличить инвестиции в данную сферу экономики. По предварительным оценкам, в отечественный АПК необходимо инвестировать не менее $70 млрд. Для сравнения, в развитых странах инвестиции в сельское хозяйство в среднем составляют около $150 млрд в год. А отдельные страны, например, Бразилия, в среднем получают до $10 млрд прямых иностранных инвестиций в год на развитие сельского хозяйства [1].

Согласно данным Государственной службы статистики, доля инвестиций в аграрный сектор в общем объеме инвестиций в Украине в довоенные годы оставалась более или менее стабильной (6,5–7%), а в 2014–2015 гг. увеличилась до 10,4% [1]. Однако это произошло за счет сокращения инвестиций в другие отрасли экономики. Не смотря на высокий урожай зерновых в Украине в 2015 г., аграрный сектор показал падение на 4,8% в объемах производства по сравнению с 2014 г., при этом экспортная выручка в указанном периоде упала на 10,8% [2]. Таким образом, для решения указанных проблем существует острая необходимость в увеличении притока инвестиций в аграрный сектор Украины и стимулировании экспорта.

В Украине предпринимаются меры в направлении упрощения условий ведения бизнеса, в том числе и в аграрном секторе. В 2015 г. отменили необходимость получения 20 сертификатов и лицензий для осуществления сельскохозяйственной деятельности, упростили механизм аренды земли. В соответствии с данными Министерства аграрной политики и продовольствия Украины, в 2015 г. аграрии сэкономили на этом около 1 млрд грн. [1]. Кроме того, в конце 2015 г. отменили еще 22 разрешительные процедуры, связанные с получением ветеринарных свидетельств. Согласно прогнозам, благодаря указанным мерам, аграрии смогут сэкономить более $300 млн [1]. В то же время, это не является панацеей для привлечения инвестиций в отрасль.

Для решения проблемы инвестирования аграрного сектора Украины, во-первых, необходимо ускорить темпы реформирования отрасли – изменить ряд норм и стандартов в соответствии с подписанным Соглашением о Зоне свободной торговли с Европейским Союзом, то есть привести нормативные акты АПК к европейским стандартам. На данный момент выполнено лишь 10% от всех нормативных требований. Во-вторых, необходимо активизировать эффективное использование сельскохозяйственных земель. Если в 2017 г. в Украине отменят мораторий на продажу земли, то это позволит собственникам земельных ресурсов контролировать их использование. С другой стороны, если система контроля за передачей и переоформлением прав собственности на землю будет иметь изъяны, то может начаться волна земельных конфликтов, рейдерства крупнейших агрохолдингов, перераспределения земельных ресурсов в руки нерезидентов.

В-третьих, для повышения эффективности АПК существует необходимость проведения приватизации убыточных государственных сельскохозяйственных предприятий. Сегодня планируется приватизировать ПАО «Государственная продовольственно-зерновая корпорация Украины» и ГП «Укрспирт», стоимость которых по оценкам аналитиков может составить 5–6 млрд грн. и 3–5 млрд грн соответственно [1]. Однако существует точка зрения, что приватизация «Государственной продовольственно-зерновой корпорации Украины» может создать угрозу для экономической безопасности Украины, поскольку ее продажа лоббируется для продвижения американского и китайского капитала, использования украинских земель для удовлетворения продовольственных нужд Поднебесной и США.

Несмотря на политико-экономический кризис, сельское хозяйство в Украине – перспективная отрасль, поскольку для его развития существуют благоприятные климатические условия и оно может привлечь инвесторов увеличением спроса на продовольствие [3]. Повышение эффективности АПК Украины возможно на основе использования новой сельскохозяйственной техники, что требует дополнительных инвестиционных вложений. Исходя из этого, сегодня наиболее важной проблемой является реформирование сельскохозяйственной отрасли Украины на основе привлечения инвестиций, что позволит открыть новые рынки сбыта и эффективнее использовать свои сравнительные преимущества.

**Литература**

1. Инвестиции в АПК: Что ждет Украину в 2016-м [Электронный ресурс] // Hubs. – Режим доступа: http://hubs.ua/economy/investitsii-v-apk-chto-zhdet-ukrainu-v-2016-m-chast-i-63071.html.

2. Статистические данные Министерства аграрной политики и продовольствия Украины. – Режим доступа: http://minagro.gov.ua/

3. Состояние украинской экономики в начале 2016 года // "The Kiev Times". – Режим доступа: http://thekievtimes.ua/economics/467728-sostoyanie-ukrainskoj-ekonomiki-v-nachale-2016-goda.html

**Смесова В.Л.**
*к.э.н., доц., доцент кафедры теоретической и прикладной экономики ГВУЗ УГХТУ*
**Авчинникова В.**
*студентка ГВУЗ УГХТУ*
*г. Днепропетровск, Украина*

## ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ

Социально-экономическое развитие ведущих стран мира в последние 20–30 лет детерминируется революционными изменениями в науке, появлением новых технологий и способов производства, что, в свою очередь, повышает актуальность внедрения инноваций в экономическую деятельность Украины.

Инновационная деятельность в соответствии с Законом Украины «Об инновационной деятельности» должна быть направлена на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок, выпуск на рынок новых конкурентоспособных товаров и услуг [1]. Соответственно инновационная политика должна одновременно содействовать созданию и практическому использованию новых знаний, а также получению коммерческого дохода от реализации нововведений [4].

Украина обладает высоким научным потенциалом, однако показатели наукоемкости большинства отечественных продуктов и услуг ниже, чем в

странах ЕС и США. Инновационные возможности в развитии отечественной экономики используются в незначительном объёме. В 2012–2014 гг. происходило постепенное снижение внедрений инноваций в сферу промышленности, которая занимает одно из ведущих мест в национальной экономике Украины (см. рис. 1).

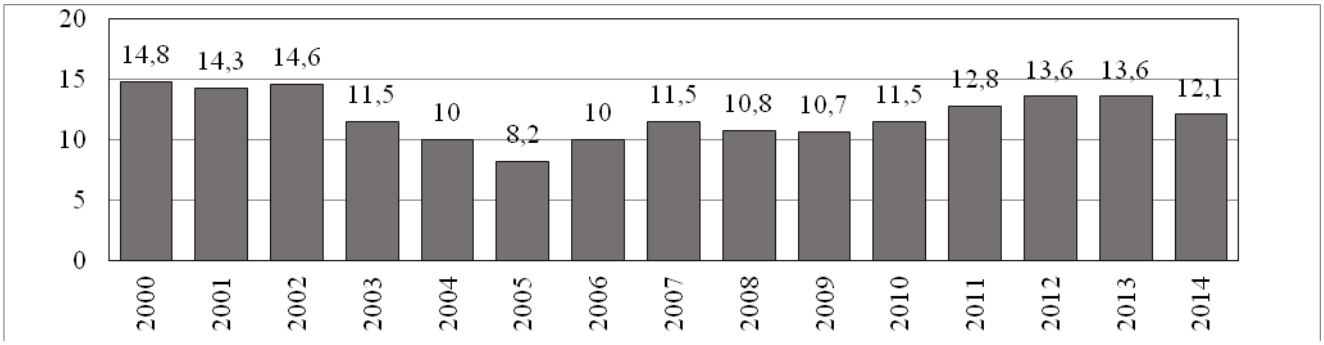



Рис.1. Удельный вес промышленных предприятий Украины, осуществляющих внедрение инноваций, %

Анализ показателей инновационной активности промышленности Украины свидетельствует о том, что удельный вес предприятий, которые занимались инновационной деятельностью, в 2013–2014 гг. снизился по сравнению с 2011–2012 гг. с 13,6% до 12,1%.

В то же время, он значительно превышает уровень 2004–2010 гг. (указанный показатель в 2010 г. составлял 11,5%), но ниже 2000–2002 гг. (14,8% соответственно).

Структура расходов предприятий на осуществление инновационной деятельности в Украине показывает, что наибольший удельный вес составляют расходы на приобретение машин, оборудования и программного обеспечения, однако в 2012–2014 гг. их доля существенно снизилась (до 66,47%) (см. рис. 2).

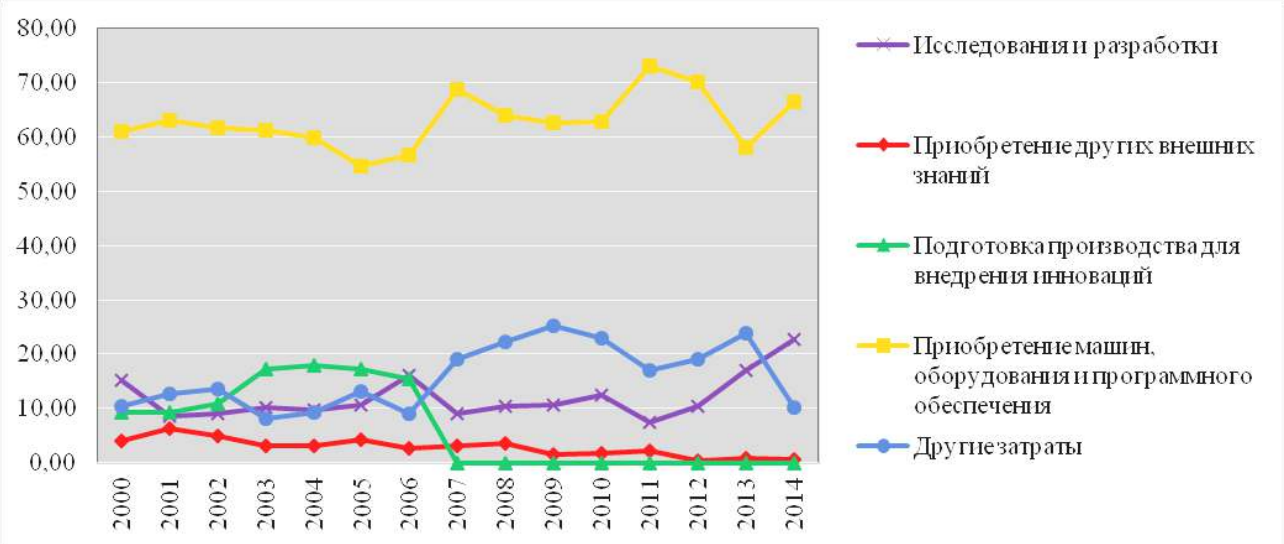



Рис. 2. Структура и динамика расходов предприятий Украины на осуществление инновационной деятельности в 2000–2014 гг., %

Инновации в приобретение внешних знаний приближаются к нулю, а на подготовку производства для внедрения инноваций в 2007–2014 гг. расходов вообще не осуществлялось. Наблюдается положительная динамика в направлении исследований и разработок, однако их доля в общем объеме расходов составляла в 2014 г. лишь 22,8%.

В соответствии с данными одного из крупнейшего в мире агентств финансово-экономического анализа – Bloomberg, Украина входит в топ – 50 стран мира по уровню инновационного развития. Однако она заняла лишь 41 место в рейтинге 2015–2016 гг. по сравнению с 33 местом в 2014–2015 гг. Индекс показателя рейтинга рассчитывается на основе семи оценок – расходов на инновации и исследования, производительности, эффективности, концентрации исследований, численности исследователей и высоко-технологичных компаний, количеству зарегистрированных патентов

Согласно данным Всемирного экономического форума в Давосе, Украина относится к государствам со средним уровнем инновационности (72 место по фактору развития инновационной деятельности из 144 стран мира) (см. табл. 1).

Таблица 1

Индекс инноваций и его составляющие в Украине в 2014–2016 гг.

| Категории | 2014–2015 гг. | | 2015–2016 гг. | |
|---|---|---|---|---|
| | Рейтинг из 144 стран | Балл (1–7) | Рейтинг из 140 стран | Балл (1–7) |
| Инновации | 81 | 3,2 | 54 | 3,4 |
| Инновационная способность | 82 | 3,6 | 52 | 4,2 |
| Качество научно-исследовательских институтов | 67 | 3,8 | 43 | 4,2 |
| Расходы компаний на исследования и разработки | 66 | 3,1 | 54 | 3,4 |
| Взаимосвязи университетов с промышленностью в сфере исследований и разработок | 74 | 3,5 | 74 | 3,5 |
| Государственные закупки новейших технологий и продукции | 123 | 2,9 | 98 | 3,0 |
| Наличие ученных и инженеров | 48 | 4,3 | 29 | 4,7 |

Не смотря на такие высокие показатели, как наличие квалифицированных кадров, патентной активности, научной инфраструктуры, привлечение компаний к инновационным процессам, уровень конкурентоспособности на внутреннем рынке Украины не достаточен для превращения инновационных разработок в массовые, доступные каждому. Хоть Украина и имеет значительный инновационный, творческий, интеллектуальный потенциал, это не оказывает значительного влияния на конкурентоспособность и интенсификацию ее развития.

Для того, чтобы Украина сделала прорыв в области инноваций, необходимо усиление государственной поддержки в инновационной сфере,

создание благоприятного инвестиционного климата, стимулирование научной и научно-технической деятельности на промышленных предприятиях, стимулирование проведения новых научных исследований и внедрения высокотехнологических решений.

**Литература**

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» №40-IV от 04.07.2002. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/40-15.

2. Статистические данные государственной службы статистики Украины / Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua/.

3. Статистические данные Мирового экономического форума [Электронный ресурс] / Мировой экономический форум. – Режим доступа: http://www.weforum.org/.

4. Семенов А. Венчурное финансирование инновационной деятельности / А. Семенов, А. Каширин // Инновации. – 2006. – № 1 (88). – С. 29-37.

**Смесова В.Л.**
*к.э.н., доц., доцент кафедры теоретической и прикладной экономики ГВУЗ УГХТУ*
**Жилко Ю.И.**
*студентка ГВУЗ УГХТУ*
*г. Днепропетровск, Украина*

## ОСНОВНЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ

В современном мире одним из источников достижения экономического роста является развитие высоких космических технологий. Реализация потенциала ракетно-космической отрасли становится гарантом национальной безопасности, возможностью предупреждения техногенных и стихийных катастроф, а также фактором обеспечения высокой конкурентоспособности страны. Украина пока все еще носит статус ракетно-космического государства, и этот статус необходимо сберечь. В Украине ракетно-космическая отрасль, с одной стороны, создает позитивный международный имидж, с другой стороны, её развитие, сохранение и укрепление – это возможность инновационного развития [1]. Но в данный момент она находится в критическом состоянии.

Сегодня многие развитые страны и страны с переходной экономикой принимают активное участие в освоении космоса и космических разработках. Формы их участия в космической деятельности разнообразны – от использования каналов связи и до полномасштабного обеспечения безграничного спектра военных и гражданских потребностей. Лишь немногие страны мира обладают производственными мощностями в ракетно-космическом направлении. К ним относят Украину, Израиль, Бразилию,

Россию, КНР, США, КНДР, ЕС (Европейское Космическое Агентство). Каждая из указанных стран участвует в разработке ракетно-космических аппаратов, и каждая хочет занять на рынке доминирующее положение, создавая новые, качественные характеристики произведенных товаров.

В Украине только несколько предприятий занимаются в направлении ракетно-космических разработок. Одним из них является ГП «Конструкторское бюро «Южное» им. М.К. Янгеля», на базе которого был построен Южный Машиностроительный Завод (ЮМЗ). Для повышения конкурентоспособности предприятий ракетно-космической отрасли Украины на мировом рынке необходимо: модернизация технологической базы на основе внедрения новейших технических разработок и внесение инновационных изменений в свою продукцию; изменение маркетинговой стратегии; повышение квалификации персонала и качества образования профильных образовательных учреждений; увеличение спектра предоставляемых услуг и расширение линейки выпускаемых продуктов. Кроме того, одной из главных движущих сил в развитии ракетно-космической техники в ближайшие десятилетия станет последующая коммерциализация космической деятельности в сфере создания космических телекоммуникаций, наблюдения, навигации, что также необходимо учитывать предприятиям Украины.

Бюджетные расходы на ракетно-космическую отрасль Украины в 2010–2016 гг. имели негативную динамику. В 2016 г. на финансирование национальной космической программы в Госбюджете Украины предусмотрено в 4,5 раза больше финансовых средств, чем в 2015 году. При этом оборонные программы в бюджете отрасли финансируются из специального фонда составят 30% от общего объема расходов. Большая часть расходов, покрываемых за счет общего фонда Госбюджета (56%) будет направлена на погашение долговых обязательств по привлеченным ранее кредитам на реализацию проектов РКК «Циклон-4» и создание Национальной спутниковой системы связи. В бюджете 2015 г. на обслуживание долговых обязательств было предусмотрено 80% финансирования отрасли, в 2014 – 87,8% соответственно [2].

Кабинет Министров Украины освободил ряд предприятий космической отрасли от уплаты налога на землю производственного назначения сроком до 1 января 2018 года. Принятие этой нормы будет способствовать росту конкурентоспособности предприятий космической отрасли и сохранению ее научно-технического и производственного потенциала.

Одним из приоритетов ракетно-космической отрасли Украины в 2016 году будет создание новых ракетных технологий. Это, прежде всего, включает разработку и производство новых двигателей, новых спутников, новых видов ракет, обеспечение интересов государства в сфере национальной безопасности и обороны. В 2016 г. Украина и США намерены развивать сотрудничество в космической сфере на основе осуществления совместных запусков. Кроме того, Украина налаживает сотрудничество в космической отрасли с Польшей, Италией, Францией, Парагваем, Литвой и др. странами [3].

Повышение международного статуса Украины и обеспечение реализации

ее национальных интересов требуют сохранения и развития существующего научно-технического и кадрового потенциала космической отрасли. Космические технологии определяют стратегическое положение государства в мировой экономике. Основой повышения конкурентоспособности данной отрасли является повышение ее производительности, улучшение качества продукции, расширение производственных мощностей, использование инновационных технических решений; повышение квалификации персонала. Украине необходимо повысить статус космической отрасли, обеспечить полномасштабное ее финансирование, предоставлять льготы для реализации приоритетных международных проектов в рамках Общегосударственной целевой научно-технической космической программы на 2013–2017 гг. Последовательная реализация указанной экономической политики в ракетно-космической сфере позволит в будущем сохранить за Украиной статус ракетно-космического государства и повысить уровень обороноспособности страны.

**Литература**

1. Потенциал ракетно-космической отрасли и национальная безопасность страны [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/86084/08-Shevtsov.pdf?sequence=1.

2. Космическая отрасль Украины в 2016 году [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://112.ua/ekonomika.

3. Украина и проекты NASA [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://news.meta.ua.

**Федорова Н.Є.**
*викладач кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ТРАНСФОРМАЦІЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ ЯК НЕОБХІДНА ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬСТВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сучасний етап розвитку цивілізації, що характеризується трансформацією індустріального способу господарювання в постіндустріальний, формує нові виклики та нові глобальні загрози національним економікам внаслідок руйнування або трансформації усталених механізмів господарювання – конкуренції, власності, попиту й пропозиції тощо. Метою суспільної трансформації виступає перехід до сучасної парадигми господарювання, що передбачає якісно новий тип розвитку – сталий розвиток, однією із складових якого виступає розбудова економіки знань. Подібна трансформація – це складний багатогранний процес, і навіть державне втручання в ринкові процеси з метою згладжування недоліків ринку не здатне сформувати механізмів сталості при існуючий базі – сучасному стані суспільної свідомості.

Подолання загроз існуванню людства та формування моделі сталого розвитку, на нашу думку, можливе лише за умови формування у суспільстві нового типу мислення, оскільки егоїзм економічної людини, збільшує

суспільний добробут як сукупність індивідуальних доходів лише в умовах абстрактної моделі чистого ринку вільної конкуренції. Через виховання, освіту та популяризацію нового типу мислення держава та громадські організації повинні сформувати у суспільстві нову систему понять, які дозволяють трансформувати систему цінностей, що склалася у суспільстві, від матеріальних (зростання особистого доходу, власності, майна) до нематеріальних, тобто духовних – знання, культурні цінності, моральне задоволення від праці та володіння знаннями, наукового відкриття, розвитку рідної країни та цивілізації взагалі.

Така глобальна трансформація самих устоїв людської цивілізації – завдання непросте, адже держава, що повинна сприяти цій трансформації через здійснення адекватної політики, представлена індивідами-керівниками, які теж можуть не володіти новим мисленням у достатній мірі та використовувати надану їм владу волюнтаристським шляхом. Однак, за умов, що склалися в епоху глобалізації та загострення глобальних проблем, природна еволюція суспільної свідомості без активного втручання державних інститутів неприпустима, адже темпи загострення глобальних проблем на даний момент випереджують темпи еволюційної трансформації суспільної свідомості.

Постановка проблеми трансформації суспільної свідомості полягає в наступному: в основі існуючого економічного мислення покладена мета максимізації власного прибутку при мінімізації витрат. Економічний суб’єкт намагається збільшити кількість матеріальних благ у своєму розпорядженні, що дозволяє створити гарантії для виживання його самого та його родини під впливом інстинкту самозбереження. Оскільки такий інстинкт є базовим для людини, подолати його неможливо, але можливо здійснити трансформацію мислення у напрямку можливості захисту індивіда від загроз та зростання його добробуту через володіння головним чином не матеріальними благами, а знаннями та інформацією як підґрунтям для створення будь-якого необхідного людині продукту чи блага.

Накопичення матеріального багатства та власності в епоху суспільства знань теоретично має зменшувати своє суспільне значення, адже цінність матеріальних благ в таких умовах поступово спадає внаслідок зростання долі використання відновлювальних ресурсів під впливом прогресу науки. Навпаки, економічна цінність нематеріальних благ, зокрема, знання та інформації, суттєво зростає. Суб’єкти економіки вимушені збільшувати свою власність на науковий продукт, завдяки чому зростає цінність освіти та науки, збільшується ринкова вартість створеного наукового продукту, тобто, на нашу думку, в період формування економіки знань відбувається докорінна трансформація цінності матеріальних та нематеріальних благ, поступово формуються нові класи суспільства, нова еліта, якою виступає науковець або власник наукового продукту у вигляді знання та інформації. Це створює стимули для членів суспільства інтелектуально розвиватися та вдосконалюватися. Незважаючи на те, що більшість знань, накопичених людством за всю історію, є надбанням та власністю всієї людської цивілізації, що не створює можливості одержання

прибутку від нього, унікальне прикладне знання під впливом державного захисту інтелектуальної власності має високу цінність. Цей унікальний продукт може виступати джерелом надприбутків, він може накопичуватися безкінечно, на відміну від ресурсу праці або матеріального капіталу. До того ж, він може продаватися, але не може відчужуватися. Це створює додаткові гарантії науковцю-винахіднику захищати свої інтереси та задовольняти свої потреби навіть за умови продажу свого наукового відкриття іншій особі, адже його інтелектуальний багаж при цьому не зменшується та може слугувати основою для нових відкриттів.

Егоїстичний інтерес індивіда трансформується в епоху суспільства знань в необхідність сполучення особистого та суспільного інтересу як основи реалізації егоїстичного інтересу під впливом трансформації суспільної свідомості. Прийде розуміння того, що ігнорування суспільного інтересу буде створювати загрозу добробуту суспільства та індивіда як його складової. Еквівалентність ринкової економіки доповниться урахуванням вигод та витрат переливу від економічної діяльності як за допомогою державного втручання, так і за допомогою трансформації суспільної свідомості.

**Література**

1. Иноземцев В. Восставшая из пепла: европейская экономика XX века [Текст] / В. Иноземцев // Мировая экономика и международные отношения. – М.: Наука, 2002. – № 1. – С. 3-13.

2. Друкер П. Посткапиталистическое общество [Текст] / П. Друкер // Новая постиндустриальная волна на западе: Антология. – М.: Academia, 1999. – С. 67-100.

3. Геєць В. Характер перехідних процесів до економіки знань / В. Геєць // Економіка України. – 2004. – №4. – С.4-14.

**Чернишова О.М.**
*викладач кафедри менеджменту та фінансів*
**Буряк А.С.**
**Омелян К.Р.**
*студентки економічного факультету*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ КОНЦЕПЦІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Розвиток та функціонування підприємств у швидкозростаючому і прогресуючому навколишньому середовищі супроводжуються зміною їх станів та фаз життєдіяльності. Підприємство, як і будь-яка система, підпорядковується циклічним законам розвитку. Життєвий цикл використовується для пояснення процесу проходження організацією етапів народження, росту, зрілості й спаду.

Вивчення і врахування теоретичних, практичних процесів циклічності розвитку підприємств дозволяє менеджерам передбачати їх стан у майбутньому та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Важливим та актуальним постає завдання управління життєвим циклом організації.

На даний час в літературі зустрічаються різні погляди на визначення змісту і класифікації моделей життєвого циклу організації. На увагу заслуговують праці І.К. Адізеса, І.А. Бланка, Л. Грейнера, О.І. Копилюк, Л.О. Лігоненко, Н.В. Родіонової, А.М. Штангрет та інших. Наукові підходи до побудови життєвого циклу відрізняються кількістю, змістовністю і послідовністю стадій, що зумовлює необхідність їх порівняння між собою.

Типова модель економічного циклу включає етапи: криза (спад), депресія (стагнація), пожвавлення, піднесення (бум). І. Адізес, розвиваючи ідеї Л. Грейнера, розробив власну концепцію життєвого циклу організації, відповідно до якої процес розвитку є природним, поетапним і передбачає обов'язкове проходження кожного етапу. У моделі розвитку виділені десять закономірних послідовних етапів: зародження, дитинство, стадія «давай-давай», юність, розквіт, стабільність, аристократизм, рання бюрократизація, бюрократизація і смерть. Л. Грейнер виділяє п'ять стадій життєвого циклу організації: креативність, директивне керівництво, делегування, координація та співпраця. Д. Міллер і П. Фрізен визначають наступні стадії життєвого циклу організації, які можуть бути непослідовними: народження, зростання, зрілість, відродження та занепад.

Відмінності між типовою моделлю життєвого циклу та моделями Л. Грейнера та І. Адізеса варто визначати як можливість інтеграції для більш повного опису процесу розвитку організації, а саме: стадія «креативність» моделі Л. Грейнера відповідає стадії «дитинство» моделі І. Адізеса та стадії пожвавлення у типовій схемі.

Співвідношення моделей дозволяє розширити модель Л. Грейнера і показати подальший розвиток організації після досягнутої рівноваги, на якій, за даною моделлю, закінчується розвиток бізнес-ідеї, що покладена в основу виникнення організації [1, с. 82].

Модель Д. Міллера і П. Фрізена передбачає фазу відродження, яка передбачає впровадження заходів з підвищення рівня інновацій, диверсифікації продуктів і послуг, зміни структури організації, спрямованих на подолання кризи зрілості, що вказує на присутність елементів управління життєвим циклом організації.

Отже, відмінність розглянутих моделей полягає у використанні різних базових підходів до розвитку організації: природні процеси – у моделі І. Адізеса, управлінський цикл – у моделі Л. Грейнера, залежність послідовності стадій та тривалості життєвого циклу від управлінського впливу – у моделі Д. Міллера і П. Фрізена.

Врахування ролі управління в процесах розвитку дозволяє здійснювати діагностику поточної та довгострокової діяльності організації і формувати стратегії її життєдіяльності, узгоджені з життєвим циклом.

**Література**

1. Матюшенко О.І. Життєвий цикл підприємства: суть, моделі, оцінка / О.І. Матюшенко // Проблеми економіки. – 2010. – № 4. – С. 82.

**Тютюнник О.В.**
*студент*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Яворська О.Б.**
*старший викладач кафедри економіки промисловості*
*та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Фондовий ринок є важливим елементом економіки розвинутих країн світу та невід'ємною складовою фінансового ринку кожної країни. Сьогодні фондовий ринок України знаходиться на етапі свого становлення та значно відстає у розвитку від промислово розвинутих країн. З огляду на це, дослідження сучасних умов, особливостей та тенденцій розвитку фондової біржової торгівлі та інфраструктурі України стає для національної економіки надзвичайно актуальним. Фондовий ринок – це сукупність механізмів і правил, що дозволяють здійснювати купівлю-продаж цінних паперів.

В Україні фондовий ринок почав формуватися з 1991 року після прийняття закону «Про цінні папери і фондову біржу», відповідно до якого в 1993 році було створено Українську фондову біржу. Торгівельна інфраструктура фондового ринку України формувалася в три етапи. За даними Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, в Україні діють 10 фондових бірж: Фондова біржа ПФТС; Київська Міжнародна Фондова Біржа (КМФБ); Українська Фондова біржа (УФБ); Українська Міжбанківська Валютна Біржа (УМВБ); Фондова Біржа «ІННЕКС»; Придніпровська Фондова Біржа (ПФБ); Українська Міжнародна Фондова Біржа (УМФБ); Фондова Біржа «Перспектива»; Східно-Європейська Фондова Біржа (СЄФБ); Українська Біржа (УБ). [1]

Особливості фондового ринку України зумовлені тим, що він виник і розвивається в умовах переходу від планової економіки до змішаної економіки ринкової орієнтації. Ці умови характеризуються революційним характером перетворень, нестійкістю стану економіки і суспільства, різноманіттям можливих шляхів переходу, наявністю особливих економічних форм, що функціонують з використанням принципів як планового, так і ринкового способів господарювання. Фондовий ринок є ключовим фактором мобілізації фінансово-капітальних ресурсів у ринковій економіці, а також інструментом проведення інноваційної політики у державі. Він постає невід'ємним атрибутом інституційного регулювання національної економіки. Рівень розвитку фондового ринку є індикатором конкурентоспроможності економіки країни.

За результатами дослідження 2012-2013рр., в якому взяли участь 144

країни світу (інформація Всесвітнього економічного форуму), в рейтингу країн за значенням Індексу глобальної конкурентоспроможності Україна посідає лише 73 місце. Однією із складових впливу на показник Індексу глобальної конкурентоспроможності країни є комплекс показників розвиненості фінансового ринку, серед яких:

– доступність фінансових послуг – 113-е місце;

– можливість/легкість залучення капіталу на внутрішньому ринку акцій – 129-е місце;

– регулювання фондових бірж – 124-е місце [2].

Така оцінка українського фондового ринку обумовлена низкою взаємопов'язаних проблем:

За Є. Чемерисом:

– надмірна кількість фондових бірж (окремі біржі здійснюють операції нерегулярно і в незначних обсягах);

– низький рівень капіталізації, ліквідності та волантильності ринку (незначний показник free-float акцій українських компаній);

– висока фрагментарність біржової та депозитарної структури, відсутність досконалого механізму;

– відсутність взаємодії бірж з депозитарною системою та єдиних стандартів проведення розрахунків і кліринґу;

– фондовий ринок не приносить прибутку торговцям, що нівелює їх зацікавленість, знижує ліквідність ринку;

– обмежена кількість ліквідних та інвестиційно привабливих фінансових інструментів, відсутність ліквідних цінних паперів публічних акціонерних компаній;

– низький ступінь використання похідних цінних паперів [3].

За О. Джусовим і А. Коротуном:

–недостовірність інформації щодо загального обсягу торгів на біржовому ринку (зокрема, стосовно позалістингових цінних паперів), що не сприяє прозорості й відкритості ринку, а, отже, й знижує довіру до вітчизняних цінних паперів;

– незадовільний рівень інформованості населення про діяльність фондового ринку, що призводить до незначної активності фізичних осіб на фондовій біржі, тобто психологічне неприйняття та недооцінка потенціалу фондового ринку [4].

За Г. Яцюком:

– закритість компаній, чиї акції проходять лістинг на біржі;

– недостатнє законодавче регулювання ціноутворення;

– низький рівень гарантії повернення інвестицій для іноземних інвесторів через недосконаліть валютного регулювання, як наслідок – іноземні інвестори, навіть одноосібні, покидають вітчизняний ринок;

– масштабний дефіцит внутрішніх грошових ресурсів для інвестицій.[5]

Ці проблеми заважають подальшому розвитку фондового ринку України, стримують розвиток економіки, приплив інвестицій, а також істотно обмежують можливості професійних учасників. Таким чином, напрями вдосконалення українського фондового ринку повинні бути засновані на вирішенні виявлених проблем розвитку і можуть бути об'єднані в чотири основні групи: удосконалення законодавчої бази; розвиток біржової інфраструктури; розширення участі в торгах і гармонізація його структури; вдосконалення інструментарію й нарощення капіталізації ринку в цілому.

**Література**

1. Офіційна сторінка Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [ Електроний ресурс]. http://nssmc.gov.ua/.

2. Місце України за Глобальним індексом конкурентоспроможності у 2012–2013 рр [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.uintei.kiev.ua.

3. Чемерис Є. Кінцем якого фондового ринку нас лякають // Фондовий ринок. – 2012.– № 42. – С. 6–9.

4. Джусов О.А. , А.С. Коротун – Фондовий ринок України: сучасний стан, проблеми розвитку та перспективи /В.О. Поворозник// Офіційний сайт Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, Київ [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/.

5. Яцюк Г.В. Модернізація торгівельної інфраструктури ринку цінних паперів / Г.В. Яцюк // Фінансова інфраструктура України: проблеми та напрямки розвитку: зб. тез Всеукр. наук.-практ. конф. – К. : Криниця, 2013 – С. 170 – 172.

**Бень В.П.**
*провідний спеціаліст*
*АТ «МОТОР СІЧ»*
*м. Запоріжжя, Україна*

# ВИКОРИСТАННЯ АНСАМБЛІВ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ ПРИ ОЦІНЮВАННІ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ-ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Оцінка кредитоспроможності потенційного позичальника-фізичної особи є одним з найбільш важливих завдань, що визначають ефективність діяльності комерційних банків, оскільки здійснення роздрібного кредитування є одним з найризиковіших видів його діяльності. В сучасних умовах нестабільності економіки та значної волатильності валютного ринку ґрунтовний аналіз кредитоспроможності позичальника та високий рівень точності оцінки кредитного ризику набуває ще більшої актуальності. Останнім часом для оцінювання кредитоспроможності позичальників-фізичних осіб найбільш широко використовуються або безпосередньо логістичні регресії, або будуються скориногові карти, в основі яких також лежить застосування логістичних регресій.

Однак, в сучасному апараті математичного моделювання є розробки, які здатні розв'язувати задачі оцінки кредитоспроможності з більшою ефективністю. Наприклад, більш адекватним сучасним умовам економіки, здатним ефективніше розв'язувати задачі класифікації та прогнозування порівняно з економетричними моделями, є інструментарій нейронних мереж. У авторському дослідженні [1] з метою підвищення адекватності оцінки кредитного ризику позичальника запропоновано здійснювати об'єднання кількох моделей як нейромережевого типу, так і логістичних регресій. Об'єднання моделей прийнято називати ансамблем (колективом, комітетом) експертів [2].

Якщо, при розв'язуванні задачі, рішення буде прийматись на основі використання кількох «експертів», то, перш за все, необхідно визначитись, яким чином скомбінувати оцінки кількох експертів для отримання загального рішення та за яким критерієм потрібно обирати «експертів», що входитимуть в комітет [3, 4]. Залежно від вказаних аспектів формування комітету розрізняють статичні та динамічні структури комітетів [5, 6]. Кожна зі структур представлена певним набором можливих методів отримання рішень. Так, наприклад, статичні структури формують загальне рішення за наступними методами: усереднення по ансамблю; посилення; стекінг; беггінг. Кожен метод має свої переваги та недоліки.

Вибір методу формування комітету моделей для оцінки кредитоспроможності позичальників-фізичних осіб може ґрунтуватись на наступних міркуваннях. При використанні ансамблів (комітетів) нейронних мереж слід починати з більш простих методів формування комітету. Результати роботи комітету експертів перевірятимуться на основі показників, що є

загально прийнятими в оцінюванні ефективності скорингових моделей. Наприклад, одним з таких показників є коефіцієнт Джині. Доцільно обирати метод формування комітету експертів, орієнтуючись на рівень зростання даного показника. Якщо за найбільш простим методом побудови комітету експертів (усереднення по ансамблю) значення коефіцієнту Джині буде незначно відрізнятись від значення, яке дасть наступний, більш складний метод організації комітету, то слід зупинитись на використанні простішого.

**Література**

1. С.С. Савіна, В.П. Бень. Об'єднання моделей logit-регресій як комітету експертів для оцінки кредитоспроможності позичальника // Нейронечіткі технології моделювання в економіці. – 2015. – № 4. – С. 154–188.

2. Научная сессия МИФИ-2007. IX Всероссийская научно-техническая конференция «Нейроинформатика-2007»: Лекции по нейроинформатике. Часть 2. – М.: МИФИ, 2007. – 148 С.

3. Калан, Роберт. Основные концепции нейронных сетей: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 287 с.: ил. – Парал. тит. англ.

4. Люгер Дж. Ф. Искусственный интеллект. – Изд. 4-е. – М., Санкт-Петербург, Киев, 2003. – 485 с.

5. Хайкин С. Нейронные сети: полный курс, 2-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 1104 с.

6. Назаров А.В., Лоскутов А.И. Нейросетевые алгоритмы прогнозирования и оптимизации систем. – С.Пб.: Наука и Техника, 2003. – 384 с.

**Васильчук Н.О.**
*к.е.н., с.н.с. відділу проблем міжрегіонального співробітництва*
*Інституту економіко-правових досліджень НАН України*
*м. Київ, Україна*

## ПРОСТОРОВА МОДЕЛЬ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ЩІЛЬНОСТІ ЗВ'ЯЗКІВ ВЗАЄМОДІЇ РЕГІОНІВ

В основу оцінки щільності зв'язків взаємодії регіонів у напрямі МС покладено концепцію ефективності організаційної структури Мільнера [1] (рис. 1).

У представленому дослідженні розглянуто регіон, як систему, використовуючи три взаємопов'язані групи показників, останні в свою чергу характеризують сфери спільної діяльності регіонів в напрямі МС. На основі результатів, отриманих під час оцінки ключових тенденцій регіону, обираємо найвагоміші чинники, які будуть покладено на осі матриці параметрів, при чому просторово часові параметри повинні бути обов'язковими, оскільки в основу покладено просторову модель. Наприклад, сфери спільної діяльності регіонів (вісь X), просторово-часові параметри відносин регіонів (вісь У), структурні параметри відносин регіонів (вісь Z). Для того, щоб побудувати матрицю, здійснити розрахунки та обрати найоптимальнішу організаційну

форму МС, необхідно сформувати вихідні данні, а саме параметри МС і комірки матриці організаційних форм МС (табл. 1, 2).

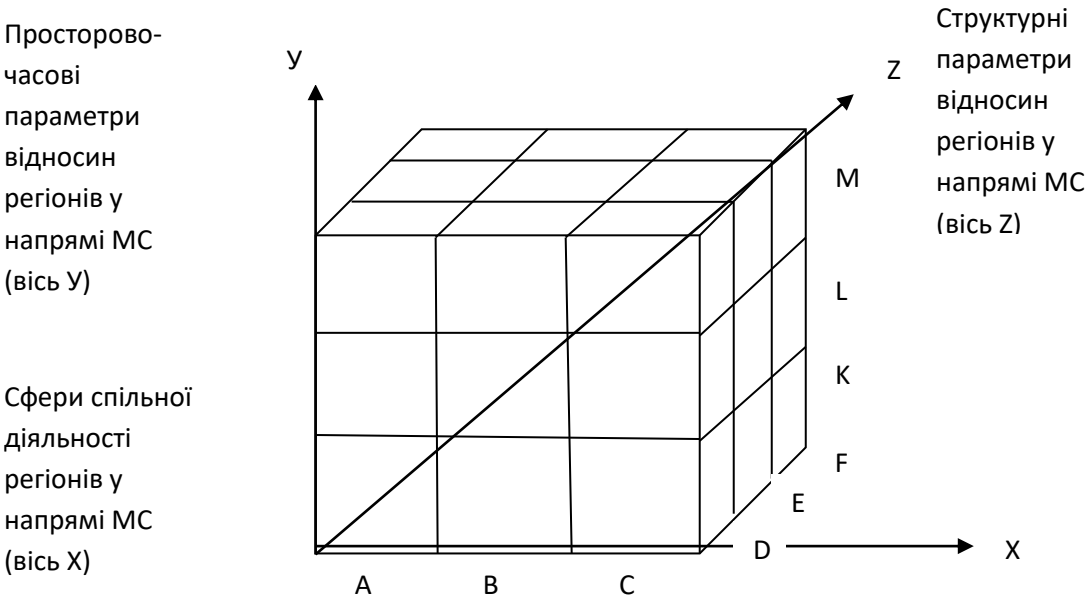



Рис. 1. Матриця параметрів організаційних форм МС

Таблиця 1

Характеристика параметрів осей матриці організаційних форм МС

| Параметри МС | Рівень | Характеристика |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Сфери спільної діяльності регіонів в напрямі МС (вісь Х) | A | Однорідні види діяльності (науково-дослідні роботи; виробництво товарів і послуг; збут результатів співробітництва або спільна експлуатація об'єктів інфраструктури) |
| | B | Співробітництво складається з окремих етапів ланцюжку утворення доданої вартості, на виконанні господарських операцій, у межах яких спеціалізуються учасники. |
| | C | Сфера співробітництва охоплює всі стадії ланцюжку утворення доданої вартості |
| Структурні параметри господарських відносин регіонів в напрямі МС (вісь Z) | D | Корпоративні відносини потенційних учасників МС не вимагають утворення спеціальних форм інституціоналізації для координації спільних дій. Відносини спільного (перехресного) володіння між учасниками відсутні |
| | E | Співробітництво потенційних учасників МС виникає навколо виконання господарських операцій. Між окремими учасниками можливо встановлення відносин перехресного володіння |
| | F | Спільна діяльність здійснюється в межах реалізації масштабних інвестиційних проектів. Передбачає формування різних організаційних форм співробітництва |
| Просторово-часові параметри відносин регіонів в напрямі МС (вісь У) | K | Спільна діяльність регіонів носить епізодичний, тимчасовий характер |
| | L | Відносини регіонів складаються з регулярних, періодично повторюючихся господарських операцій |
| | M | Співробітництво регіонів здійснюється на постійній основі та охоплює територію декількох регіонів (АТО) декількох країн (прикордонне співробітництво за принципом утворення єврорегіонів та ін.) |

Таблиця 2

Характеристика комірок матриці організаційних форм МС*

<table>
<tr><td>Комірки матриці</td><td>Характеристика відносин потенційних учасників ДКП</td><td colspan="3">Характеристика потреб корпорантів у державному регулюванні та підтримці КВ</td></tr>
<tr><td>1</td><td>2</td><td colspan="3">3</td></tr>
<tr><td>ADK</td><td>Комерційне співробітництво</td><td colspan="2" rowspan="2">Стратегічне планування науково-технічної та інноваційної діяльності</td><td rowspan="2">Планування кооперацийного співробітництва</td></tr>
<tr><td>AEK</td><td>Координація діяльності у певній сфері співробітництва («невидима горизонтальна інтеграція»)</td></tr>
<tr><td>AFK</td><td>Горизонтальна інтеграція (м’яка форма)</td><td colspan="2">Державне замовлення. Державні гарантії</td><td>Розробка кодексів і норм співробітництва</td></tr>
<tr><td>ADL</td><td>Реалізація єдиної політики розвитку певної сфери співробітництва</td><td colspan="2">Стратегічне планування науково-технічної та інноваційної діяльності</td><td>Планування кооперацийного співробітництва</td></tr>
<tr><td>AEL</td><td>Утворення стратегічних альянсів у певній сфері співробітництва</td><td colspan="2">Державне замовлення. Державні гарантії</td><td>Розробка кодексів і норм співробітництва</td></tr>
<tr><td>AFL</td><td>Утворення спільних підприємств (з предметною спеціалізацією)</td><td colspan="2" rowspan="2">Формування системи галузевих стандартів і норм якості, технічних вимог та умов</td><td rowspan="2">Організація, методична підтримка патентної роботи на підприємствах і в установах галузі</td></tr>
<tr><td>ADM</td><td>Субпідрядні відносини (горизонтальний аутсорсінґ)</td></tr>
<tr><td>AEM</td><td>Економічна інтеграція (картель)</td><td colspan="2" rowspan="2">Державне замовлення. Державні гарантії</td><td rowspan="2">Розробка кодексів і норм співробітництва</td></tr>
<tr><td>AFM</td><td>Економічна концентрація (горизонтальна)</td></tr>
<tr><td>BDK</td><td>Субпідрядна кооперація (разова, тимчасова)</td><td colspan="2" rowspan="4">Формування системи галузевих стандартів і норм якості, технічних вимог та умов</td><td rowspan="4">Організація, методична підтримка патентної роботи на підприємствах і в установах галузі</td></tr>
<tr><td>BEK</td><td>Договірна спеціалізація</td></tr>
<tr><td>BFK</td><td>Субпідрядні відносини</td></tr>
<tr><td>BDL</td><td>Виробнича кооперація (постійна)</td></tr>
<tr><td>BEL</td><td>Мережево-логістична кооперація</td><td colspan="3">Формування системи галузевих стандартів і норм якості, технічних вимог та умов</td></tr>
<tr><td>BFL</td><td>Утворення спільних підприємств (зі стадійною спеціалізацією)</td><td colspan="3">Державне замовлення. Державні гарантії</td></tr>
<tr><td>BDM</td><td>Виробнича кооперація (проектна)</td><td colspan="3" rowspan="2">Формування системи галузевих стандартів і норм якості, технічних вимог та умов</td></tr>
<tr><td>BEM</td><td>Економічна інтеграція (родова)</td></tr>
<tr><td>BFM</td><td>Економічна інтеграція (консорціум)</td><td>Державне замовлення</td><td>Розробка кодексів і норм МС</td><td>Організаційно методична підтримка діяльності учасників</td></tr>
<tr><td>CDK</td><td>Координація діяльності регіонів у певній сфері співробітництва</td><td colspan="3">Стратегічне планування. Планування кооперацийного співробітництва</td></tr>
</table>

Продовження таблиці 2

| 1 | 2 | 3 | | |
|---|---|---|---|---|
| CEK | Економічна інтеграція (асоціація) | Державне замовлення. Державні гарантії | | Організаційно методична підтримка діяльності учасників МС |
| CFK | Вертикальна маркетингова система | | | |
| CDL | Реалізація єдиної політики економічного розвитку регіонів | Стратегічне планування, планування кооперацийного співробітництва | | |
| CEL | Корпоративна логістична система | Формування системи галузевих стандартів і норм якості, технічних вимог та умов | | |
| CFL | Утворення стратегічних альянсів (змішана, гетерогенна інтеграція) | Державне замовлення. Державні гарантії | Розробка кодексів і норм співробітництва | Організаційно методична підтримка діяльності учасників МС |
| CDM | Економічна інтеграція (мережева) | | | |
| CEM | Економічна інтеграція (картель, синдикат, пул) | | | |
| CFM | Утворення спільних підприємств (концерн) | | | |

* Попов О. Є., Каркальова П. І. Обґрунтування вибору організаційної форми державно-корпоративного партнерства при реалізації інтеграційних проектів регіонального інфраструктурного розвитку БІЗНЕСІНФОРМ № 9 2013. – С. 32-39

Таким чином побудована матриця дозволяє відобразити наявні особливості сусідніх регіонів, та щільність зв'язків їх взаємодії.

**Література**

1. Теория организации / Б.З. Мильнер. – Изд. 8-е, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 808 с. ISBN 978-5-16-005111-6.

**Гудзь П.В.**
*д.е.н., професор*
*Запорізький національний технічний університет*
*м. Запоріжжя, Україна*
**Аль-Шаргі Ф.М.**
*аспірант*
*Одеського національного університету ім. І. Мечникова*
*Ємен*

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ПОБУДОВИ СИСТЕМНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ І ЙОГО ПРОЦЕСАМИ

Представляючи промислове підприємство у вигляді «динамічної, виробничої, соціально-економічної, багатокритеріальної системи» слід зробити висновок про те, що система управління нею не може бути простою. Вона

(система управління) за складністю має бути порівняна з керованою системою. При цьому система управління підприємством повинна включати в себе не тільки процес прийняття рішень, а й враховувати процес виробничої діяльності, фінансово-економічної і маркетингової діяльності та розвитку підприємства. Саме об'єднання цих процесів в *єдину модель* забезпечить найбільшою мірою побудову ефективної системи управління підприємством.

Створення єдиної моделі як системи управління підприємством неможливо через складність об'єкта управління. Виходячи з цієї ситуації є подання системи управління у вигляді ієрархії підсистем (відображають процес прийняття рішень в основних центрах системи управління). У кожній такій підсистемі будується своя *локальна модель*, що відображає суть прийняття рішень з тієї іншої функціональної проблеми діяльності підприємства. Таким чином, при побудові системи управління підприємством використовується *композиційний підхід*, коли для підсистем будуються *спеціальні моделі* прийняття рішень, а в цілому для системи формулюється єдина мета її розвитку.

Комплекс підмоделей, як *модель складної виробничо-економічної системи*, назвемо моделлю функціонування і розвитку підприємства. У цій моделі слід системно узгодити моделювання як діяльності та розвитку підприємства, так процесу прийняття рішень. На рис. 1 представлені основні проблемні завдання організації ефективної системи управління підприємством [1, с. 11].

Рис. 1. Основні проблемні завдання організації ефективної системи управління підприємством

Рис. 2. Блок-схема використання моделей в системі управління підприємством

Як бачимо (рис. 1), за наявності функціональних проблем (стратегічне управління та ін.) найважливіше місце відводиться моделям функціонування і розвитку підприємства. Без вибору та обґрунтування кількісних критеріїв (показників) оцінки прибутковості (рентабельності, ефективності та ін.),

результативності (продуктивності, фондовіддачі та ін.) діяльності підприємства на тривалу перспективу і при поточному тактичному прийнятті рішень неможливо організувати належним чином системний процес управління. Вирішити цю проблему (вибір і обґрунтування) можна за допомогою *моделювання*. Використання комплексу моделей в системі управління підприємством показано на рис. 2. [1, с. 13].

Діяльність підприємства як об'єкту управління (керована система) спрямована, як вже зазначалося, на досягнення певних результатів, цілей. При тому, важлива наявність нововведень, економічних (та інших)механізмів стимулювання їх розробки та впровадження. Економічна ж оцінка ефективності будь-яких напрямів формування та досягнення конкурентних переваг підприємств може бути дана з використанням зазначеної кількісної мети діяльності підприємства – *чистого дисконтованого доходу.* Тому і самі економічні механізми слід розглядати як нововведення, що сприяють досягненню конкурентних переваг, а, отже, і зростанню вартості підприємства.

**Література**

1. Захарченко В.І Розвиток промислового підприємства на основі моделювання процесу диверсифікації виробництва: монографія / В.І. Захарченко, Ф.М. Аль-Шаргі. – Одеса: ОНПУ, ОНУ ім. І.І. Мечникова, 2015. – 124 с.

**Дубницкий В.И.**
*д.э.н., профессор, академик АЕН Украины,*
*профессор кафедры теоретической*
*и прикладной экономики ГВУЗ «Украинский государственный*
*химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СТРУКТУРЫ

Непредсказуемые изменения внешней среды и необходимость адаптации отечественных предприятий к этим изменениям, а также усложнение производственной и коммерческой деятельности под влиянием процессов глобализации при одновременном повышении значения фактора времени и низкой эффективности общепринятых форм кооперации при решении сложных проблем хозяйственной деятельности, являются для предприятий основным побудительным мотивом к созданию интегрированных структур – **вертикальных** и **горизонтальных**.

**Горизонтальная интеграция** характеризуется тем, что под контроль активного предприятия подпадает одно или несколько предприятий, выпускающих однородную продукцию или имеющих однотипные стадии технологической цепочки.

**Вертикально-интегрированная структура (ВИС)** – это форма иерархической организации сложной экономической системы, синергетический эффект в которой достигается на основе трансформации высоких трансакционных издержек в низкие издержки управления путем согласования интересов подсистем, что обеспечивает собственный гомеостаз и устойчивость в долгосрочной перспективе.

Современные вертикально-интегрированные логистические системы компаний (например, сетевые системы гипермаркетов) являются сложными экономическими системами, эффективное функционирование которых требует совершенствования их организованности, обеспечения координации деятельности автономных подразделений ради достижения совместной цели функционирования, что, в свою очередь, вызывает необходимость применения количественных методов, в частности, экономико-математического моделирования.

Отличительной чертой современных рыночных отношений является высокая динамичность, нестабильность, «жесткая» конкуренция на рынках и разнообразие воздействующих на предприятие факторов. В таких условиях необходимым требованием к функционированию ВИС является изменение ее способности эффективно реагировать на возмущающиеся факторы и приспосабливаться к воздействию конкурентной окружающей среды. Переход к рыночным отношениям на Украине вызвал необходимость пересмотра и принципов управления предприятием и перехода к **адаптивному управлению**.

Под адаптивным управлением понимается управление в системе с неполной априорной информацией об управляемом процессе, которое изменяется по мере накопления информации и применяется для улучшения качества работы системы. Для оценки уровня адаптивности ВИС используют ряд характеристик: **маневренность, гибкость, эластичность** и **живучесть**. Под **маневренностью** понимается реакция ВИС в целом и ее отдельных элементов на изменение внешних и внутренних условий реализации принятого производственного плана. Область маневрирования производственного плана позволяет компенсировать возмущения, действующие на предприятии. **Гибкость** – способность ВИС к структурной, технологической, организационной и, в более обобщенном отношении, хозяйственной перестройке. Гибкость формально можно определить как предельно возможную способность экономической системы к изменению управляющих параметров при фиксированном уровне затрат на эти изменения.

Одним из способов повышения эффективности и живучести на предприятиях является использование стратегии **диверсификации**. **Диверсификация** – расширение ассортимента, изменение вида продукции, производимой предприятием, освоение новых производств с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды, предотвращения банкротства. Диверсификация, прежде чем приобрела современные черты, в рамках глобальной стратегии ВИС прошла сложный путь развития, меняясь под влиянием внешних обстоятельств и внутрифирменных

критериев. Предпосылки, мотивы и цели, которые наиболее часто служат стимулами для расширения масштабов производственной и предпринимательской активности, показаны на рис. 1.

В целом, падение нормы прибыли на капитал, вложенный в традиционное производство, снижение темпов роста производства способствуют разработке стратегий диверсификации: горизонтальной, вертикальной, латеральной, базирующихся на предложенной модели (рис. 1) формирования стабильности, прибыли, инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности продукции и самих предприятий.

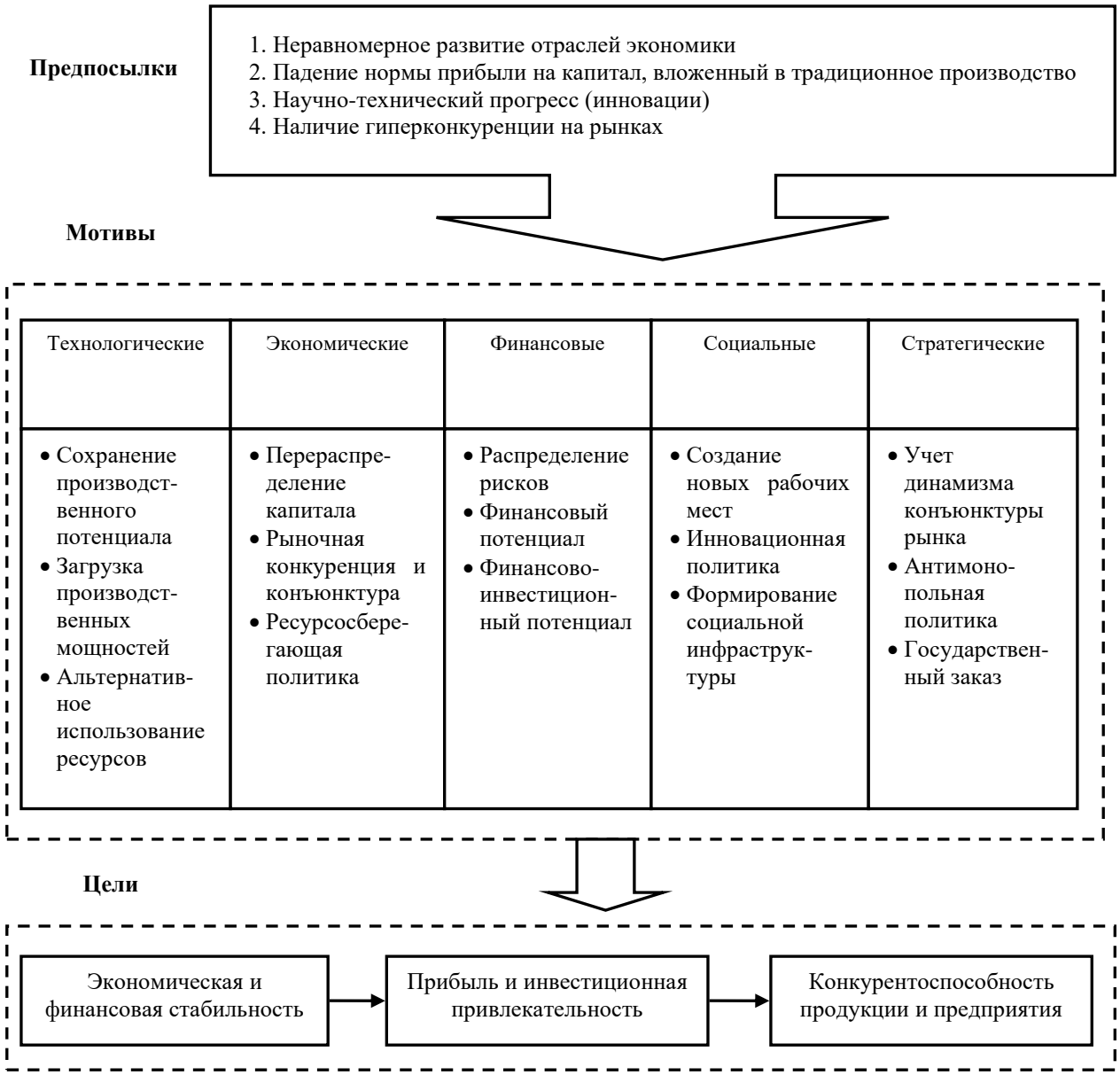



Рис. 1. Предпосылки, мотивы и цели диверсификации производства

**Загреба В.С.**
*магістрант групи 5-КІБ-3 кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Шумейко В.А.**
*бакалавр кафедри економіки промисловості та організації виробництва*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Комірна В.В.**
*д.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПРОДУКЦІЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ

Зважаючи на сучасні умови та ситуацію у країні, яка призвела до підвищення цін на основну сировину та матеріали, на українських підприємствах гостро постало питання регулювання ціноутворення. Підприємства мають адаптуватись до нових умов, але на більшості з них відсутні чітко вироблені стратегії встановлення ціни, а методики ціноутворення або застаріли, або ж просто не можуть використовуватись у сучасних умовах.

Тому політика підприємств в області цін зараз потребує перегляду, переоцінки для підтримки адекватності роботи підприємства і формування конкурентних переваг.

У зв'язку з цим, активний розвиток отримують все нові і нові методи вдосконалення ціноутворення. В даний час достатнього поширення отримують наступні напрямки поліпшення ціноутворення:

1. Удосконалення інформаційного забезпечення процесу ціноутворення.
2. Удосконалення методів прогнозування та планування цін на основі економіко-математичного моделювання та методів експертної оцінки.
3. Удосконалення цінової стратегії і тактики підприємства.

Проблеми обґрунтування і адаптації ціни, розробки стратегії ціноутворення підприємствами досить широко розглядається в останні роки в науковій літературі. Зокрема, ці питання висвітленні в працях відомих західних економістів – Г. Амстронга, Г. Асселя, Д. Дея, П. Дойла, Ф. Котлера, Т. Негла, Р. Холдена; російських дослідників В.В. Герасименко, І.В. Ліпсіца, Г.А. Тактарова, Е.А. Уткіна, А.М. Цацуліна, Г.Н. Чубакова, Н.П. Шуляка; українських науковців А.В. Войчака, В.Л. Корінєва, Н.В. Куденко, Я.В. Литвиненко, А.Ф. Павленко, Ю.Т. Тормоси та деяких інших.

Розгляд цієї літератури показує, що в більшості випадків автори обмежуються обґрунтуванням рекомендацій щодо формування декількох систем забезпечення управління, переважно системи інформаційного його

забезпечення, системи планування та системи контролю. При цьому практично не розглядаються питання взаємозв'язку цих систем із комплексом функцій управління, його основними цілями. По деяких питаннях формування систем забезпечення управління сучасна практика значно випереджає теорію.

Отже, в ринкових умовах, прийняття цінових рішень на підприємстві ускладнюється, що може бути пов'язано з існуванням ряду проблем у сфері цінової політики. Так, до таких проблем належать: відсутність стратегічного підходу в ціноутворенні; недосконаліть інформаційного забезпечення процесу ціноутворення; нестабільність законодавчої бази; відсутність (або недієвість) маркетингових досліджень як основи для прийняття цінових рішень; відсутність комплексної оцінки цінової чутливості споживачів; ігнорування моніторингу цін конкурентів у процесі розробки цінової політики; необґрунтований вибір цілей ціноутворення; брак кваліфікованих кадрів, що володіють сучасною методологією ціноутворення; відсутність єдиного підходу до механізму ціноутворення на підприємствах. Існуючі в даний час проблеми у даній сфері знижують як ефективність діяльності підприємств у цілому, так і дієвість цінової політики підприємств зокрема.

Це, у свою чергу, обумовлює необхідність пошуку та утвердження нового підходу до процесу формування цінової політики підприємств. При цьому механізм цін доцільно розглядати як складову частину ринкової економіки, що забезпечує вирівнювання попиту і пропозиції товарів на ринку. Так, ціни оперативно реагують на нестачу і надлишок товарів на ринку, заохочуючи виробництво (пропозицію) та обмежуючи попит (споживання) або навпаки. Основними умовами ринкового ціноутворення є: формування державою правової основи, що забезпечує функціонування ринкової економіки; економічна самостійність ринкових суб'єктів господарювання; встановлення взаємозв'язків між суб'єктами ринку на комерційній основі; достатня свобода при визначенні цін; наявність конкуренції.

**Література**

1. Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення: Навч. посіб. / К.: Кондор, 2005. – 214 с.

2. Герасимчук К.Ю До вивчення нових аспектів проблематики ціноутворення вітчизняних підприємств в умовах ринку: Стаття, 2010. – 1,2 с.

3. Кудлай В.Г. Актуальні проблеми ціноутворення на підприємствах в сучасних умовах : Стаття, 2006. – 1-4 с.

**Заруцька О.П.**
*д.е.н., професор кафедри грошового обігу і кредиту*
*Університету митної справи та фінансів*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ГРУП БАНКІВ

Економічна стабільність держави у значній мірі залежить від фінансової стійкості банківської системи. Міжнародний та вітчизняний досвід свідчить, що основні чинники фінансової дестабілізації у період економічних криз зосереджені саме в банківському секторі, який у ринковій економіці є головним каналом фінансового посередництва [4].

В процесі дослідження структури банківської системи України нами сформульовано ідею доцільності та можливості виокремлення однорідних груп банків, які є близькими:

1) за структурою основних агрегатів активів, пасивів, доходів та витрат;
2) за пріоритетами у наданні послуг;
3) за рівнем та структурою основних видів банківських ризиків;
4) за реакцією на зовнішні шоки.

Такі однорідні структурно-функціональні групи банків (СФГБ), що протягом тривалого періоду поєднують банки із відповідними характеристиками, мають бути відокремленими та специфічними об’єктами наглядової діяльності. Групування банків за структурними індикаторами, які розраховуються за даними оприлюдненої фінансової звітності і виступають зовнішніми характеристиками специфіки їх розвитку, сприяє виявленню їх внутрішніх, прихованих властивостей – функціональними ознаками спеціалізації на ринку банківських послуг.

Формування СФГБ здійснюється за методом побудови карти Кохонена, яка одночасно враховує різні аспекти фінансової стійкості банків, дозволяє виявляти близькі об’єкти за багатомірними базами даних їх звітності та представляти їх у зручній для інтерпретації формі. На основі аналізу карт Кохонена, побудованих послідовно на квартальні дати фінансових звітів банків починаючи з 2003 року, нами проведено оцінювання фінансової стійкості банківської системи, що демонструє взаємне розташування груп, характеристики їх розмірів та середніх значень фінансових показників.

Дослідження фінансової стійкості банків з використанням СФГБ-методу демонструє стійкі структурно-функціональні відхилення від рівноважного розподілу основних агрегатів активів і пасивів, доходів і витрат для більшості українських банків. Інструментарій нейронних мереж забезпечує одночасне врахування структурних характеристик банків і візуальне представлення великих масивів даних, що складаються із значної кількості параметрів [2,3].

Фінансовостійкими є банки із збалансованою структурою балансу, тобто контрольованим рівнем основних видів ризиків. Інші групи характеризуються специфічними характеристиками. Географічне сусідство областей на карті Кохонена є свідченням близьких характеристик, діагональна відстань – про значні відмінності. Навіть якщо функціональна спеціалізація, що супроводжується відповідним структурним дисбалансом, забезпечує банку певні тимчасові переваги, її наслідком обов'язково є підвищення вразливості банку до впливу негативних зовнішніх чинників, нездатність до динамічної адаптації до трансформаційних змін на ринку. Даний висновок підтверджений значною кількістю банків, що втратили фінансову стійкість під час фінансово-економічної кризи 2008–2009 років.

За допомогою карти також здійснюється моделювання рівня фінансової стійкості кожного банку, траєкторії його переміщення між групами у часі та оцінки зв'язку з цими групами.

Використання карт Кохонена для економіко-математичного моделювання ризиків банків та інших фінансових установ знайшло відображення у працях вітчизняних та іноземних вчених) [1, 5]. У той же час, широкі можливості та нерозкритий потенціал даного методу при вирішенні задачі виокремлення однорідних об'єктів для формалізації процедур нагляду, потребує подальшого розвитку. Структурно-функціональний аналіз ризиків, які загрожують втраті фінансової стійкості банківської системи, має спиратися на дослідження її функціональних характеристик, здатності виконувати завдання, що визначаються конкретними умовами розвитку економічної системи країни.

**Література**

1. Дебок Г. Анализ финансовых данных с помощью самоорганизующихся карт : пер.с англ. / Г. Дебок, Т. Кохонен ; Нац. фонд подготовки кадров. – М.: АЛЬПИНА, 2001. – 317 с.

2. Заруцька О.П. Банківський нагляд з використанням структурно-функціонального аналізу: теорія, світовий і вітчизняний досвід: монографія / О. П. Заруцька. – Суми : ДВНЗ "УАБС НБУ", 2013. – 379 с.

3. Васильєва Т. А., Заруцька О.П Розвиток структурно-функціонального підходу до аналізу фінансової стійкості в системі банківського нагляду /О. П. Заруцька, Т. А. Васильєва // Вісник Національного банку України. – 2013. – № 10 (212) – С. 28-35.

4. Лук'яненко І.Г. Оцінка ймовірності настання кризових явищ в фінансовому секторі України// Науковий журнал „Бізнес Інформ", Харків, № 5(2), 2011(399). – С.50-54.

5. Матвійчук А.В. Аналіз та прогнозування розвитку фінансово-економічних систем із використанням теорії нечіткої логіки. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 208 с.

**Іванов Ю.Б.**
*д.е.н., професор, заст. директора з наукової роботи Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України*
**Іванова О.Ю.**
*к.е.н., доцент, с.н.с. Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України*
*м. Харків, Україна*

# МОДЕЛЮВАННЯ СЦЕНАРІЇВ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Процеси реформування економічних та політичних процесів в Україні відбуваються під впливом євроінтеграції, що вимагає розробки реанімаційних заходів щодо забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку регіонів та створення умов для розвитку підприємництва. Реформа фінансової децентралізації в Україні стає необхідною умовою для успішного здійснення реформування інших сфер.

Під децентралізацією слід розуміти «зменшення державного контролю, сприяння розвитку партнерства між державою і приватним сектором, проведення політики, яка сприяє збільшенню приватного капіталу на ринках країни, а також посилення конкуренції» [2]. Децентралізація фінансових повноважень виступає головною умовою забезпечення незалежності органів місцевого самоврядування у сфері фінансів, і, навпаки, зміцнення фінансової незалежності місцевого самоврядування необхідно розглядати як наслідок фінансової децентралізації [1, с. 139].

Отже, набуває актуальності обґрунтування вибору ефективних сценаріїв децентралізації фінансових ресурсів між бюджетами різних рівнів на основі імітаційного моделювання.

Для досягнення поставленої мети доцільним є визначення послідовності етапів моделювання сценаріїв фінансової децентралізації.

По-перше, потребує розробки та наукового обґрунтування моделі децентралізації фінансових ресурсів (відбір показників, які будуть входити в модель, їх параметри, визначення факторі, що впливають на зміну параметрів вихідних показників, будуються логічні зв'язки).

В якості показників в моделі децентралізації фінансових ресурсів можуть виступати: рівень збалансованості бюджетів регіонів, обсяг власних доходів місцевих бюджетів, обсяг загальних доходів місцевих бюджетів, коефіцієнт бюджетної залежності бюджетів регіонів, обсяг податкових надходжень загальний і тих, які закріплюються за місцевими бюджетами та ін. Параметрами виступають ставки податків, частки закріплення за місцевими бюджетами.

По-друге, визначається спрямованість впливу факторів на основні показники моделі (спрямованість державної регіональної політики, податковий, бюджетний, ресурсний потенціал регіону, обсяг податкових надходжень, відношення між владою та бізнесом в регіоні, структура економіки регіону, рівень розвитку підприємств матеріальної сфери та ін.).

По-третє, розробляються варіанти сценаріїв децентралізації фінансових ресурсів.

1) І сценарій заснований на механізмі формування місцевих бюджетів після зміни Податкового і Бюджетного кодексів України в 2011 р. Незважаючи на значні зміни і зростання надходжень до місцевих бюджетів місцевих податків і зборів, залежність місцевих бюджетів від центру з кожним роком зростає, що свідчить про необхідність проведення реформ децентралізації фінансових ресурсів.

2) ІІ сценарій відображає реалії 2015 р., який передбачає закріплення 10% податку на прибуток підприємств за місцевими бюджетами та введення місцевого акцизу, що підлягає сплаті при торгівлі підакцизними товарами в роздрібній мережі. Ставки місцевого акцизу встановлюють місцеві ради (5%).

3) ІІІ сценарій – закріплення за бюджетами регіонів частки податку на прибуток підприємств (20%), ПДВ (50%).

4) IV сценарій – закріплення за бюджетами регіонів частки податку на прибуток підприємств (50%), ПДВ (30%).

Найбільш доцільним є включення в цей перелік тих податків і зборів, розмір яких прямо або побічно пов'язаний із зусиллями органів місцевого самоврядування в сфері соціально-економічного розвитку регіонів.

Розширення фінансових ресурсів за рахунок закріплення загальнодержавних податків за бюджетами регіонів призведе до збільшення показника рівня збалансованості бюджету.

Отже, 3 і 4 сценарії спрямовані на створення умов для зміцнення фінансової самодостатності регіону за допомогою закріплення частки податку на прибуток підприємств та ПДВ за місцевими бюджетами.

По-четверте, визначення ризиків, що виникають в процесі руху бюджетних коштів, які безпосередньо впливають на параметри моделі.

По-п’яте, визначення критеріїв ефективності децентралізації фінансових ресурсів: зниження коефіцієнта бюджетної залежності, збільшення рівня збалансованості бюджету регіону, збільшення податкових надходжень до місцевих бюджетів, збільшення частки місцевих і закріплених податків та ін.

По-шосте, вибір раціонального сценарію проводиться за допомогою імітаційного моделювання.

Заключним етапом є здійснення вибору найбільш раціонального сценарію у відповідності з показниками економічної, соціальної та організаційної ефективності. У випадку, якщо за одним з ефектів спостерігається негативний результат, необхідним є перегляд параметрів сценарію.

**Література**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс] – Режим доступу http://www.rada.gov.ua.

2. Dezentralisierung und Entwicklung [Electronic resource] / Swiss Agency for Devel-opment and Cooperation. – 2012. – Access mode: http://www.deza.admin.ch/ressources/resource_de_23615.pdf.

**Кашицина А.С.**
*магістрант групи 5-КІБ-3 кафедри теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Дубницький В.І.**
*д.е.н., проф., академік АЕН України, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІКО-ВИРОБНИЧОГО МОДЕЛЮВАННЯ В СФЕРІ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Поняття «логістика» прийшло з Древньої Греції, що означало «роздум, розрахунок», римляни розуміли, це поняття, як «розподіл продукту», візантійські вчені, рахували логістику, як науку про способом організації постачання провізії арміям та управління ними [1]. На початку 20 ст. логістика була проголошена, як військова наука. У 60-х роках 20 ст. із концепції маркетингу було виділено коло проблем, пов'язаних з забезпеченням процесу виробництва матеріальних ресурсів. Дані причини появи проблем зумовлені зі значним ростом витрат на утримання запасів та транспортування продукції фірм [5]. Актуальність даного питання, набуло важливості, коли підприємці-виробники, зрозуміли важливість ряду питань, що пов'язані з рухом продукції «виробництво-склад», почали проводити дослідження в області руху матеріалопотоків в каналах розподілення, зменшення витрат на утримання запасів та транспортування товару, що забезпечать їм максимізацію прибутку, зменшення витрат на перевозки, поява нових партнерів та каналів збуту [4].

З цього можна зробити висновок, що логістика-процес планування, управління і контролю ефективного( з точки зору зниження витрат) потоку запасів сировини, матеріалів, незакінченого виробництва, готової продукції, послуг, та інформації від місця появи цього потоку до місця його повного споживання, для цілей повного задоволення запитів споживачів.

Особливостями виробничої логістичної системи, є те що дана система є внутрішньовиробничою логістичною системою. Так як об'єктом логістики є матеріальний наскрізний потік, тим не менш, на окремих ділянках виробництва управління ними має свою специфіку: закупочна, виробнича, розподільна, транспортна та інформаційна.

Особливостями моделювання економіко-виробничої логістичної системи є те що учасники логістичного процесу, не вступають в товарно-грошові відносини. Потік іде не в результат підписання договорів, а в результат рішень, що приймаються системою. Основне коло задач сфери внутрішньої логістики – управління матеріальними потоками в процесі виробництва [3].

Для моделювання внутрішньої логістики підприємства використовують традиційні моделі: модель систем транспортування вантажу по території

підприємства; моделі стаціонарних напільних та підвісних систем; моделі процесів на складі; моделі виробничих ліній [2].

За для висновку, про економічну сутність внутрішньої виробничої системи, існує моделювання рівноваги матеріального потоку. Критерієм рівноважного стану економічних потоків являє собою баланс споживання та виробництва[4].

Логістична ж рівновага обумовлена саморегулюванням товарних відносин. З цього слідує, що кожен суб'єкт ринку або виробництва повинен підтримувати рівновагу, за для отримання економічного ефекту [4].

Тому при правильній постановці та побудові моделі, виробники та підприємці зможуть підвищити ефективність зовнішніх та внутрішніх бізнес-процесів, підвищити ефективність діяльності структурних підрозділів, зменшити загальні витрати та собівартість продукції, утримати ринок збуту, підвищити якість обслуговування споживачів, та закріпити репутацію компанії.

**Література**

1. Інтернет ресурс // http://www.logisticsrussia.com/novosti/ponyatie-logistiki.html.

2. Шеер А. В. Бізнес-процеси. Основні поняття. Теорія. Методи. – М.: Вість- Метатехнологія, 1999. – 345 с.

3. Промислова логістика. – М.: Вид-во МГТУ ім. Н.Є. Баумана,1997. – 204 с.

4. Семенко А. І. Підприємницька логістика. – С.Пб.: Політехніка, 1997.

5. Брагіна З.В., Єршова М.Л. Основи логістики: навч. посібник. – Кострома: Костром. обл. організація групи "Знання", 1998. – 98 с.

**Клебанова Т.С.**
*д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономической кибернетики*
**Гурьянова Л.С.**
*д.э.н., профессор кафедры экономической кибернетики*
*Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеца*
*г. Харьков, Украина*

## МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Одним из основных направлений обеспечения устойчивого развития национальной экономики в настоящее время является формирование эффективной государственной региональной политики, направленной на сглаживание различий в уровнях социально-экономического развития регионов [1]. Прогнозирование макроэкономических индикаторов в условиях неустойчивой динамики развития, циклических подъемов и спадов является инструментальной базой формирования региональной стратегии.

Для прогнозирования циклической динамики экономики Украины и ее

регионов используется метод анализа сингулярного спектра (SSA) и разложения в ряд Фурье [1-2]. В качестве индикаторов макроэкономического развития Украины и регионов рассматриваются показатели валового внутреннего продукта (ВВП) и валового регионального продукта (ВРП). Особенностью исследуемых временных рядов, является то, что их характеристики формируются из нескольких составляющих: медленной – тренда, периодической или колебательной составляющей и случайной составляющей, описываемой случайным процессом определенного типа. Для периодической составляющей, в свою очередь, характерно наличие периодичности с переменным периодом и амплитудой.

При выделении периодических сигналов метод SSA обладает рядом преимуществ по сравнению с другими методами. Во-первых, этот метод позволяет выделить трендовую составляющую, в то время как снятие тренда полиномами для нестационарных хаотических рядов является не эффективным и обработка ряда после такой процедуры может уничтожить некоторые присущие ряду периодичности или указать на несуществующие. Во-вторых, при больших уровнях зашумлённости, при которых не работают такие методы как Фурье-анализ и вейвлет-анализ, метод SSA позволяет выявлять не шумовые периодические сигналы.

Реализация этого метода дает возможность разложить исходный ряд ВВП на отдельные компоненты, такие как тренд, периодические (сезонные и циклические) составляющие и случайный шум. Это позволяет спрогнозировать как абсолютные объемы ВВП, так и тенденции развития различных его интерпретируемых компонент.

При разложении временного ряда ВВП методом SSA был выделен сложный медленно-возрастающий тренд и долгосрочные циклические составляющие с периодом колебания в 40 и 60 мес. По выявленным компонентам было проведено восстановление ряда, а затем составлен прогноз ВВП. Прогнозирование ВВП осуществлялось также и по линейной модели. Точность и качество прогноза оценивалось на основании вычисленных значений абсолютной средней процентной ошибки (MAPE), а также критерия несоответствия Тейла (U).

Сравнительный анализ прогнозных уровней ВВП, полученных по различным методам, свидетельствует о высоком качестве моделей, использующих SSA. Так, ошибка прогноза по линейной модели практически в 3 раза больше (23,69%), чем по методу SSA (7,95%).

Для ряда регионов также проведены исследования цикличности валового регионального продукта. С этой целью используется разложение в ряд Фурье. Результаты расчетов показали, что краткосрочные циклы являются наиболее значимыми для исследуемых регионов. Наличие долгосрочных циклов свидетельствовать о тесной взаимосвязи цикличности между национальным и региональным уровнями.

Проведенный анализ динамики ВРП регионов позволяет сделать вывод о целесообразности использования шести наиболее значимых гармоник для

исследования циклической компоненты (так как они составляют 79,2% и 73,2% соответственно). Функция для прогнозирования циклической компоненты ВРП одного из исследуемых регионов имеет вид:

$$C(t) = -246.6\cos\left[\frac{2\pi}{12}(t-1)\right] - 305.7\sin\left[\frac{2\pi}{12}(t-1)\right] - 212\cos\left[\frac{2\pi}{4}(t-1)\right] + 56.9\sin\left[\frac{2\pi}{4}(t-1)\right] -$$
$$-143\cos\left[\frac{2\pi}{60}(t-1)\right] - 93.9\sin\left[\frac{2\pi}{60}(t-1)\right] + 73.6\cos\left[\frac{2\pi}{13.3}(t-1)\right] - 137\sin\left[\frac{2\pi}{13.3}(t-1)\right] + 116.7\cos\left[\frac{2\pi}{15}(t-1)\right] -$$
$$-70.6\sin\left[\frac{2\pi}{15}(t-1)\right] - 117.5\cos\left[\frac{2\pi}{10.9}(t-1)\right] + 34.2\sin\left[\frac{2\pi}{10.9}(t-1)\right]$$

Высокое качество построенных моделей подтверждают показатели множественной корреляции (0,9836).

Таким образом, на основе проведенного исследования динамики макропоказателей Украины и регионального развития можно сделать ряд выводов: национальная экономика в целом и отдельные ее регионы подвержены циклическим изменениям; наблюдаются общие циклы в экономике Украины и регионов, которые составляют 60 месяцев, что свидетельствует о корреляции причин возникновения цикличности в экономике; на региональном уровне наблюдается преобладание краткосрочных циклов с периодом 12 и 4 месяца, что свидетельствует о более высокой динамичности региональной системы по сравнению с национальной.

**Литература**

1. Клебанова Т.С. Неравномерность и цикличность динамики социально-экономического развития регионов: оценка, анализ, прогнозирование. Монография / Т.С. Клебанова, Н.А. Кизим, Л.С. Гурьянова и.др. – Х.: ФЛП Александрова К. М.; ИД «ИНЖЭК», 2012. – 512 с.

2. Th. Alexandrov, N. Golyandina. Automatic extraction and forecast of time series cyclic components within the framework of SSA. In: Proceedings of the 5th St.Petersburg Workshop on Simulation, June 26-July 2, 2005, St. Petersburg State University, St. Petersburg.

**Ковальчук К.Ф.**
*д.е.н., проф., професор кафедри економічної інформатики*
*Національної металургійної академії України*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Козенкова В.Д.**
*аспірант кафедри економічної інформатики*
*Національної металургійної академії України*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Перехід на концепцію управління вартістю підприємств потребує теоретичного осмислення цього нового явища в практиці менеджменту, а також вирішення ряду методичних та організаційних проблем, пов'язаних з визначенням параметрів вартості, факторів, що впливають на її величину, а також з побудовою ефективної системи управління діяльністю підприємницьких структур, орієнтованої на максимізацію вартості їх бізнесу. Причому в силу відносної новизни цих проблем для економік, що розвиваються, вони не знайшли остаточного рішення, внаслідок чого використовуються закордонні моделі управління вартістю підприємств різних форм власності та галузей економіки.

Значна частина досліджень присвячена виявленню факторів вартості підприємницьких структур і вивчення механізму їх впливу на динаміку цього показника. Зокрема розроблено низку моделей оцінки вартості бізнесу залежно від стану факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств. Це – лінійна інформаційна динаміка Ольсона, моделі в рамках концепцій Фельхмана-Ольсона, Бакши-Чана, Блека-Штольца і низка інших [1].

Підприємство, як і будь-яка система, представляє собою безліч елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним, які утворюють певну цілісність або єдність. Дана система є економічною, бо вона призначена для переробки речовини, енергії, інформації і знань в споживчі вартості або забезпечує сприятливі умови для цього. Мета даної системи – максимізація вартості та отримання прибутку.

В системі «підприємство» можна виділити два блоки елементів: майновий комплекс і нематеріальний комплекс. До першого відноситься все майно підприємства, яке відображено в будь-яких документах у вигляді звітів, методик, правил та ін. Нематеріальний комплекс – це те, що неможливо помацати руками: клієнтські бази даних, організаційна структура, місце розташування підприємства, створена працівниками аура та ін. Варто зазначити, що з розвитком часу нематеріальний комплекс стає важливіше і значніше матеріального становить підприємства.

Тема моделювання оцінки вартості нематеріальних активів в даний час недостатньо відображена в науковій літературі. В основному проблеми вартості

нематеріальних активів розглядаються в роботах з бухгалтерського обліку такими авторами, як Р.П. Булига, М.Ф. Ван Бреда, В.Г. Гетьман, В.М. Елісеев, Н.П. Козлова, П.А. Кохно, І.І. Просвіріна, Е.С. Хендріксен, Е.В. Чігірінова та ін. В кінцевому рахунку їх позиція зводиться до того, що вартість нематеріальних активів враховується лише при продажу підприємства. Надалі в розумінні суті нематеріальних активів і їх впливу на вартість підприємства просунулися вчені і практики, що займаються оціночною діяльністю. У цьому ряду слід відзначити Г.Г. Азгальдова, С.В. Валдайцева, А.Г. Грязнову, Н.Н.Карпову, А.Н. Козирєва, Ю.В. Козиря, В.Л. Макарова, М.В. Мельник, Л.П. Мокрову, Дж. Рош, Й. Руус, С. Пайк., С.В. Понурова, Г.І. Просвєтова, М.А.Федотову, Л. Фернстром та ін. В їх роботах пропонуються цікаві методи оцінки нематеріальних активів. Проте, їх використання на практиці часто має проблеми, оскільки багато вхідні параметри є невідомими, або інформація по них відсутня через непрозорість вітчизняної ринкової економіки.

Найбільш важливими атрибутами підприємства як економічної системи є емерджентність і синергія. Поняття «емерджентність» і «синергія» є спорідненими. Синергія означає посилення або ослаблення вже наявної якості при певній взаємодії складових елементів, а емерджентність означає появу нової якості, яким не володіє жоден елемент окремо. Майбутні економічні вигоди можуть виникати з ефекту синергії між ідентифікованими і неідентифіковані активами. І саме нематеріальні активи відображає синергізм активів підприємства: вартість активу функціонуючого бізнесу, як правило, не дорівнює вартості окремо взятих активів вона може бути більше (в разі успішного функціонування підприємства) або менше (в іншому випадку) останніх.

Емерджентні властивості не піддаються сприйняттю, аналітичному поясненню їх причинності та безпосередньому виміру. Можна вимірювати лише їх прояв. Висока вартість нематеріальних активів – це результат, перш за все, грамотного управління процесами закупівлі і продажу, продуманої рекламної політики, способів стимулювання співробітників підприємства, просування товару на ринок та ін. Властивості підприємства як економічної системи проявляються в цілісності, отже, розділивши систему на частини, неможливо виявити її суттєвих властивостей. Нові властивості існують, поки існує сама система як єдине ціле. Вартість нематеріальних активів є однією з емерджентних властивостей підприємства. Поряд з іншими емерджентними властивостями вона забезпечує його внутрішню цілісність та значно впливає на вартість підприємства.

**Література**

1. Оценка степени влияния нематериальных ресурсов на экономические показатели деятельности предприятия / Исмагилова Л.А., Радыгин Ю.А., Исмагилова Ю.Ш. // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2009. – № 5. – С.23-29.

**Колодинський С.Б.**
*д.е.н., доц., доцент каф. економіки та управління національним господарством*
**Ковальов А.І.**
*д.е.н., професор, проректор з наукової роботи*
*ДВНЗ «Одеський національний економічний університет»*
*м. Одеса, Україна*

# СТРУКТУРА МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

На протязі останніх років незалежності України спроба створити дієвий механізм державного управління інноваційною діяльністю не принесла очікуваного результату. В економічній літературі пропонувалися різні моделі державного управління інноваційною діяльністю, наприклад, досить поширеним на початку був механізм державного управління за рахунок накопичення та перерозподілу коштів через Державний інноваційний фонд. Однак, такий механізм не став дієвим і привів до значних втрат державних коштів та дискредитації самої ідеї розповсюдження інновацій за допомогою державного контролю та управління інноваційним процесом. Значні кошти пішли не на науково-технічні розробки і втілення їх в практику вітчизняного виробництва, яке вкрай потребує оновлення не тільки основних виробничих фондів, засобів виробництв та нових технологій, але принципового нової системи відтворення виробництва, орієнтованого на технології нового покоління, епохи інформаційного етапу науково-технічного розвитку.

Механізм державного управління інноваційною діяльністю повинен формуватися на основі визначення пріоритетів національного розвитку та визначеної державної інноваційної політики, яка повинна враховувати не тільки пріоритети на макроекономічному рівні, але і на рівні регіонів, окремих територій, міст та селищ, формуватися на основі конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та суб'єктів підприємницької діяльності.

На думку авторів, структура механізму державного управління інноваційною діяльністю повинна бути орієнтована на визначені види інноваційної діяльності, які стануть пріоритетними для держави не тільки в найближчий час, але і на далеку перспективу. В першу чергу слід виділити високотехнологічні галузі сільськогосподарського виробництва, харчової та харчопереробної промисловості, виробництва продуктів харчування, які є для України традиційними. Разом з тим, слід виділити і такі сфери, як аерокосмічна галузь, транспортне машинобудування, виробництво машин та механізмів для хімічної, вугледобувної, нафтопереробної галузі та інших галузей народного господарства, в яких Україні була та ще може зберегти свої конкурентні переваги.

Наступним напрямком формування механізму державного управління інноваційним розвитком є визначення стадій управління інноваціями, тобто: управління науковими дослідженнями, управління науково-технічними розробками, управління інноваційним виробництвом та управління процесом

використання інновацій. Тільки в поєднанні всіх процесів в єдину гармонічну систему державного управління інноваційною діяльністю можна говорити про ефективність механізму, його дієвість. Тільки за таких умов можна говорити про синергетичний ефект, виникнення якого можливе тільки при включенні всіх складових інноваційного процесу в єдиний технологічний ланцюжок, всі вузли якого доповнюють один одного та створюють замкнуту систему породження інновацій.

Важливою умовою створення механізму державного управління інноваційною діяльністю є встановлення напрямків управління інноваційним процесом. Не може бути ефективним управління без фінансового забезпечення інноваційного процесу, економічного стимулювання, охорони прав на об'єкти інтелектуальної власності та організаційного забезпечення процесом управління інноваційною діяльністю. До сьогодні ще не створені інститути, що забезпечують дієвість інноваційної діяльності, а саме інноваційні банки, страхові фонди, патентні та ліцензійні органи захисту та комерціалізації інновацій, бізнесові структури, що займаються бізнес-плануванням, розробкою та реалізацією бізнес-планів, бізнес-інкубатори, технологічні парки, «іннотери», тобто території інноваційного розвитку та розповсюдження інновацій, «наукогради» або міста, центри яких створюють наукові університети, інститути та академії, що займаються технологічними процесами та втілюють їх у сучасне виробництво.

Механізм державного управління інноваційною діяльністю повинен формуватися відповідно до функцій управління інноваційним процесом. Не можна не оцінити важливість процесів державного прогнозування та програмування інноваційного процесу, аналізу параметрів об'єкту управління та встановлення завдань, планів, функцій та вимог до суб'єктів управління інноваційною діяльністю. Важливо врахувати всю систему мотивації інноваційної діяльності, як то: систему стимулів державного рівня, колективну систему стимулів та індивідуальні стимули, які спонукають до винахідницької та пошукової діяльності окремих раціоналізаторів та винахідників. Для посилення ефективності інноваційного процесу необхідно в державному механізмі відпрацювати систему моніторингу та регулювання інноваційним процесом, в яку повинні входити державні органі аналізу та аудиту процесу розповсюдження інновацій та технологічного трансферту як на рівні регіону, держави так і на світовому ринку. Зацікавленість у просування інноваційних розробок на світовому ринку повинна не підривати інтереси держави та не чіпати національні інтереси, які повинні бути непохитними та не підривати національну безпеку та незалежність України. Тільки за таких умов повинен буди створений механізм державного управління інноваційною діяльність та забезпечена його вагомість в процесі структурних реформ української економіки [1, с. 221].

**Література**

1. Никифоров А.Є. Інноваційна діяльність:теорія і практика державного управління: монографія / А.Є. Никифоров. – К: КНЕУ, 2010. – 420 с.

**Комирная В.В.**
*д.э.н., доц., заведующая каф. теоретической и прикладной экономики*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

# АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СУЩЕСТВУЮЩИХ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ КОНЪЮНКТУРЫ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ

На данном этапе развития Мировой экономики важную роль играет получение своевременной и полной информации, необходимой для быстрого реагирования на изменение рыночной конъюнктуры. Сегодня в мире существует множество источников информации, такие как: статистические сборники, отраслевые журналы, газеты, прейскуранты, отчеты фирм и т. д. Они публикуют два вида данных по мировым ценам:

– цены (средние конкретных сделок или среднестатистические);

– индексы цен (исчисляемые на основе средних цен конкретных сделок или среднестатистических).

Индексы цен публикуются по экспорту и импорту в целом по товарным группам и отдельным товарам с разной степенью агрегированности товаров. Они используются для анализа основных тенденций цен. Определение цены, исходя из ее индекса, возможно только при наличии данных о цене базисного и текущего периода, для которого производится расчет.

Индексы экспортных и импортных цен на товары в целом рассчитываются статистическими органами двух крупнейших международных организаций ООН (Статистическое бюро МВФ, ЮНКТАД) и ГАТТ (с 1995 г. ВТО – Всемирная торговая организация).

Статистическое бюро ООН издает ежемесячный бюллетень ”Monthly Bulletin Of Statistics", публикующий индексы экспортных и импортных цен по товарам международной торговли, взятых в целом, за год, квартал и месяц, а также ежегодный бюллетень “Statistical Yearbook”, – публикующий индексы экспортных и импортных цен на товары в целом и в разбивке по развитым капиталистическим, развивающимся странам, а также отдельным регионам (Северная Америка, Западная Европа, в том числе ЕС; Африка, Азия) за год.

МВФ издает ежегодник “International Financial Statistics Yearbook” и ежемесячный бюллетень “International Financial Statistics”, где публикуются индексы (соответственно за год, квартал и месяц) экспортных и импортных цен на все товары мировой торговой в целом и в разбивке по развитым капиталистическим, а также развивающимся странам – экспортерам и импортерам нефти, в том числе государствам Азии, Африки, Европы, Ближнего и Среднего Востока и Латинской Америки.

Индексы Статистического бюро ООН и МВФ различаются. Последние рассчитываются на базе данных только стран – участниц организации; поэтому они менее представительные, охватывая меньшее число государств и более узкий круг товаров.

ЮНКТАД издает ежегодник “Handbook Of International Tradeand Development”, где публикует индексы среднегодовых экспортных и импортных расчетных цен (преимущественно на сырьевые товары) в разбивке по развитым капиталистическим (на базе данных “Monthly Bulletin Of Statistics”) и развивающимся странам.

ГАТТ\ВТО издает ежегодник «International Trade», где публикует индексы среднегодовых экспортных расчетных цен на товары международной капиталистической торговли в целом, а также расчетных экспортных и импортных цен по развитым капиталистическим государствам. Индексы рассчитываются на основе данных статистики ООН.

Готовые промышленные изделия. Индекс цен по группе “готовые промышленные изделия” в целом публикуется в “Statistical Yearbook” (за год), “Yearbook Of International Trade” (за год) и “Monthly Bulletin Of Statistics” (за год и квартал) Он рассчитывается на базе среднестатистических (удельных) экспортных цен на товарные подгруппы, входящие в разделы 5–8 СМТК (химические товары, машины, оборудование и транспортные средства, прочие готовые изделия).

Сырьевые и продовольственные товары. Индексы цен на сырьевые и продовольственные товары исчисляются ООН (Статистическое бюро и ЮНКТАД), Гамбургским институтом экономических исследований и агентством Рейтер. Эти индексы существенно различаются между собой, так как охватывают неодинаковую номенклатуру товаров, основываются на разном базисном периоде расчетов, используют разные цены и неодинаково приближены к существующему, временному периоду. При их использовании следует исходить из целей исследования и учитывать функциональные особенности каждого из публикуемых индексов.

Среди указанных индексов наиболее представительны (охватывают близкий к рассматриваемому период времени наиболее дробные) индексы Статистического бюро ООН “Monthly Bulletin Of Statistics”.

Индексы Статистического бюро ООН охватывают цены на очень широкую номенклатуру товаров и характеризуются регулярной сменой базисного периода, а также использованием наиболее представительных для мировой торговли видов цен. Статистическое бюро ООН рассчитывает несколько индексов цен на сырьевые и продовольственные товары. Общий индекс экспортных цен исчисляется исходя из индексов цен на продовольствие, сельскохозяйственное непродовольственное и минеральное сырье, взвешенных в соотношении 41:27:32. При его подсчете используются цены и натуральный объем экспорта на 61 товар, на долю которых приходится до 90% мирового экспорта товаров исследуемой труппы. Общий индекс экспертных цен публикуется в “Statistical Yearbook” (за год), а также в “Monthly Bulletin Of Statistics”(за год и квартал, включая или исключая нефть).

Помимо общего индекса, Статистическое бюро ООН подсчитывает и публикует в “Monthly Bulletin Of Statistics” индексы цен за год, квартал и месяц.

Цены мировой торговли публикуются международными организациями, а также отдельными странами. При этом цены на топливо и промышленное сырье, сельскохозяйственные и лесные товары публикуются регулярно, а на машины и оборудование крайне редко, что обусловлено трудностями сбора и анализа информации вследствие существенной качественной разнородности этих изделий.

Наиболее регулярно цены на топливо и промышленное сырьё, сельскохозяйственные и лесные товары публикуются в ежемесячных изданиях ряда, организаций ООН: “Monthly Bulletin Of Statistics” Статистического бюро, “International Financial Statistics” Международного валютного фонда и “Monthly Bulletin Of Agricultural Economics and Statistics” Продовольственной и сельскохозяйственной организации (ФАО), В указанных источниках цены (пересчитываемые из контрактных) делятся на четыре категории:

– экспортная цена ФОБ – включает цену производителя на товар, экспортную пошлину и налоги, расходы по страхованию и перевозне внутри страны до порта вывоза, а также по погрузке на борт судна;

– импортная цена СИФ включает экспортную цену ФОБ, расходы по страхованию и перевозке товара от порта вывоза до порта ввоза, а также по разгрузке и доставке до места таможенного досмотра, но не включает импортные пошлины и налоги;

– внутренняя/экспортная и внутренняя/импортная цена – применяется как в оптовой, так и во внешней торговле;

– внутренняя цена – применяется в оптовой торговле. “Monthly Bulletin Of Statistics” публикует 191 ряд цен, из которых 28 рядов – экспортные цены. Указанные две категории цен выражают цены основных поставщиков на мировой рынок железной руды, нефти и нефтепродуктов, черных металлов и др.

Прокат черных металлов. Основным источником информации по ценам на товары данной группы является журнал, “Metall Bulletin”, который два раза в неделю публикует справочные базисные экспортные цены (в долларах), крупнейших западноевропейских поставщиков (ФРГ, Бельгия, Франция и др.) ФОБ – западноевропейские порты. Журнал публикует цены на сталь, а также стальной прокат. Некоторое, представление о мировых ценах на прокат черных металлов могут дать ряды среднегодовых и среднемесячных экспортных цен и цен производителей, публикуемых в “Monthly Bulletin Of Statistics”. Основной информацией по ценам на стальные трубы являются внутренние цены. Так, английский журнал “Metall Bulletin” регулярно публикует справочные базисные цены на трубы общего назначения.

Цветные металлы. Основным источником информации по ценам на товары данной группы является “Metall Bulletin”, который публикует ежедневные котировки дневной и вечерней сессии ЛМВ (в ф. ст. за т) по сделкам на наличный товар и форвардным с поставкой через 3 месяца на следующие цветные металлы: медь катодную стандартную и высокосортную, олово стандартное и высокосортное, свинец, цинк стандартный и.

высокосортный, алюминий и никель; в начале каждого месяца в одном из номеров приводится средний уровень биржевых котировок за предыдущий месяц. “Metall Bulletin” публикует также внутренние оптовые цены на некоторые цветные металлы в ряде развитых капиталистических стран.

Источником, позволяющим анализировать долгосрочные тенденции в динамике, мировых цен на цветные металлы, является также издаваемый, компанией “Метал, гезельшафт” на английском и немецком языках ежегодник “Metall Statistics”, который публикует среднемесячные и среднегодовые котировки ЛБМ (в фунтах стерлингов) на медь, никель, свинец, цинк и олово. Котировки публикуются трех (за исключением олова) видов: на наличный товар, с поставкой через 3 месяца и окончательные продажные цены (“settlement price”); по свинцу и цинку, кроме того, публиковались среднемесячные цены (в западногерманских марках) на наличный товар и с поставкой через 3 месяца.

Определенный интерес представляют данные ежемесячного статистического сборника ООН “Monthly Bulletin Of Statistics”, который публикует среднегодовые и среднемесячные цены.

Также полезным источником для изучения конъюнктуры мировых товарных рынков является общеэкономическая пресса развитых стран. К этой группе относятся источники, в которых помещаются главным образом не столько статистические данные, сколько различные статьи и обзоры по общеэкономическим проблемам той или иной страны и всего мира, информация о положении в отдельных отраслях промышленности и о конъюнктуре товарных рынков, индексы стоимости жизни, сведения об условиях потребительского кредита, котировки фондовых и товарных бирж, а также отчеты о деятельности акционерных компаний. В этих отчетах можно найти сведения о капиталовложениях компаний портфеле заказов, оценки перспектив развития общехозяйственной и токарной конъюнктуры.

Таким образом, чрезвычайно важная задача, для предприятия, которое хочет остаться на мировом рынке и не утратить свои заключается в мониторинге (и постоянном обновлении) существующей информации и возможных изменений конъюнктуры товарных рынков под влиянием макросреды, а так же спроса и предложения в той или иной отрасли. И, как показывает практика, успех или неудача в определении места предприятия на рынке, создании новых товаров, в значительной мере зависит от того, насколько велика роль аналитиков и своевременных маркетинговых исследований предоставляющих полную и своевременную информации о состоянии рынка.

**Кухарська Н.О.**
*д.е.н., проф., професор кафедри загальної економічної теорії*
*Одеський національний економічний університет*
*м. Одеса, Україна*

# ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНІХ УМОВ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Для того щоб вітчизняні підприємства і національна економіка в цілому змогли досягти достатнього рівня міжнародної конкурентоспроможності, необхідна наявність певних внутрішніх умов.

Достатнім рівнем міжнародної конкурентоспроможності вважається такий рівень економіки країни та її підприємств, який забезпечує: підтримку зростаючих стандартів; досягнення (збереження) таких позицій у світовій економіці, коли національні товари і послуги успішно реалізуються на міжнародних ринках. Усталеної конкурентоспроможності досягають лише ті країни, які можуть оптимально реалізувати свої національні переваги, орієнтуючись на постійне підвищення продуктивності праці.

Якщо враховувати існуючу сукупність внутрішніх факторів, можна стверджувати, що для України актуальна проблема забезпечення, насамперед, факторної конкурентоспроможності. Такий підхід означає моніторинг змін позиції країни на міжнародних ринках залежно від рівня розвитку національної економіки, що характеризується реальним використанням факторів економічного зростання.

Для забезпечення умов підвищення конкурентоспроможності необхідно розробити чітку державну стратегію досягнення конкурентоспроможності національної економіки України, яка відповідала б її ресурсотехнологічному рівню.

У зв'язку з цим потребують переосмислення традиційні підходи щодо цілей та умов формування національної моделі відкритої економіки. Така модель може бути створена на основі врахування очевидних кореляційних взаємозв'язків внутрішньої та зовнішньої макроекономічної політики. Так, структурна перебудова позначається на параметрах конкурентної продукції, а розширення експорту є позитивним фактором її проведення.

Вирішення цієї проблеми можливе лише на основі системного підходу. Такий підхід може бути реалізований на основі послідовної структурної політики, яка орієнтована на реалізацію національних переваг, забезпечення економічної безпеки України, прискорення інтеграції у світову економічну систему. Така структурна політика повинна знайти відображення у програмі структурної перебудови національної економіки і особливо її матеріального сектора. У такій програмі повинні бути визначені галузеві пріоритети, в яких передбачається точкова підтримка найважливіших видів технологічних та експортних виробництв, пов'язана з перспективами кооперації в рамках міжнародних, і насамперед – європейських галузевих технологічних програм.

Необхідні внутрішні умови для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств можуть бути створені в результаті проведення більш

виваженої податкової політики та зниження податкового навантаження, що дозволить цим підприємствам працювати високоефективно і виробляти продукцію на рівні світових стандартів, та чітко фіксованої грошово-кредитної політики, яка повинна запобігати подальших сплесків інфляції, гарантувати прогнозований курс гривні, здешевити кредити, налагодити систему довгострокового кредитування виробництва, розвинути систему експортних кредитів та гарантій.

Ще одна внутрішня умова – активна інвестиційна політика, яка гарантує досягнення макроекономічної стабілізації. На теперішній час Україна залишається непривабливою для прямих іноземних інвестицій. Позначаються і традиційні фактори інвестиційної непривабливості – недостатні надійність і авторитетність законодавчої бази, порівняно низька рентабельність галузей і конкретних об'єктів інвестування, перепони адміністративно-бюрократичного характеру тощо. Крім того, значно скоротився внутрішній попит населення.

Для вирішення проблем можуть бути використані такі способи, як: послаблення податкового тягаря з розширенням податкової бази і легалізацією "тіньової" економіки; пошук шляхів залучення заощаджень населення; мобілізація їх через цінні папери; селективне стимулювання великих прямих іноземних інвестицій; використання іноземних кредитів тощо.

Ефективною може бути і практика спільної участі у високоприбуткових проектах держави і підприємницьких кіл, яка може реалізуватися в різноманітних формах. Про позитивний досвід такої співпраці свідчить досвід нових індустріальних країн (класичний приклад – Республіка Корея).

Сприятливі умови для досягнення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств створюються внаслідок діяльності спільних підприємств у ВЕЗ та на ТПР.

Досвід багатьох країн показує, що багато в чому національний конкурентний потенціал формують підприємства середнього і малого бізнесу.

Необхідні умови повинні бути створені і для розвитку сфери послуг, яка відіграє неабияку роль у підтриманні конкурентоспроможності багатьох провідних країн.

Серед внутрішніх умов досягнення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств не останню роль відіграє соціальний фактор. Для працівників вітчизняних підприємств, які виробляють конкурентоспроможну продукцію на експорт, повинні бути створені такі умови, за яких вони відчували б позитивний вплив на свій рівень життя результатів цієї діяльності.

Крім того, треба мати на увазі, що сьогодні на світовому ринку поступальні процеси пошуку нових машин і технологій, досконаліших товарів не припиняються ні на мить. А тому українським підприємцям необхідно постійно підвищувати рівень своїх конкурентних можливостей. Цього можна досягти шляхом одержання згоди провідних міжнародних фірм не тільки придбавати у них продукцію, а й активно співробітничати з ними на взаємовигідних умовах. Саме так формується сучасний потенціал підприємства і підвищуються його конкурентні можливості.

**Матвійчук А.В.**
*генеральний директор Наукового парку Київського національного економічного університету*
*д.е.н., професор, професор кафедри економіко-математичного моделювання*
*ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*
*м. Київ, Україна*
**Стрельченко І.І.**
*к.е.н., доцент, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# ДОСЛІДЖЕННЯ КАНАЛІВ ПЕРЕНЕСЕННЯ КРИЗОВИХ ПРОЦЕСІВ МІЖ ФІНАНСОВИМИ РИНКАМИ ОКРЕМИХ КРАЇН: ПОПЕРЕДНІЙ АНАЛІЗ ТА ВІДБІР ІНДИКАТОРІВ

Глобальне охоплення, нерівномірний перебіг і непропорційні наслідки фінансової кризи 2007–2009 рр. для економік різних країн висвітлили необхідність всебічного дослідження механізмів, каналів та індикаторів перетікання негативних явищ між фінансовими ринками.

Більшість дослідників виділяють два основні канали передачі кризових явищ: фінансовий та торгівельний [1–2]. В деяких роботах виокремлюють третій канал перенесення – інформаційний, що провокує швидкий відтік іноземного приватного капіталу лише на негативних новинах та очікуваннях щодо можливого песимістичного сценарію для економіки країни-позичальника. Відтак різке скорочення обсягів іноземного кредитування може викликати кризу в країні, навіть за умови відсутності початкових об’єктивних умов для її виникнення [3–4].

Задачею даного дослідження є відбір та класифікація сукупності класичних макроекономічних і специфічних неокласичних індикаторів перенесення негативних явищ між фінансовими ринками.

Тож природно постає задача проведення поділу набору показників на дві групи, відповідно до наведеної вище класифікації каналів перенесення: фінансового та торгівельного.

Логіка віднесення запропонованих для дослідження індикаторів до однієї з груп спирається на визначення та характеристики кожного каналу зараження. Так, фінансовий канал та перша група індикаторів повинні характеризувати ступінь залежності країни від коштів нерезидентів на валютному, банківському, фондовому та ринку державних облігацій [4]. Торгівельний канал та індикатори другої групи мають кількісно оцінювати ступінь торгівельної відкритості країни.

Проведений аналіз існуючих досліджень даної проблематики стосовно каналів перетікання кризових процесів, дозволив окреслити коло потенційних індикаторів. Отже, для моделювання процесів перенесення негативних або

кризових процесів між фінансовими секторами різних країн автори пропонують використати набір індикаторів, що мають врахувати: обсяги міжнародної торгівлі та торгівельні потоки, міжнародні інвестиції та рівень міжнародної ділової активності, пов'язані з перетином державних кордонів (табл. 1). Також до уваги потрібно взяти макроекономічні індикатори, протестовані щодо чутливості до різких змін на прикладі фінансового ринку України [5]. В межах фінансового каналу зараження виділені три підгрупи, що об'єднують: макроекономічні показники для оцінки економічної безпеки; показники, що оцінюють рівень лібералізації та інтеграції фондового ринку; показники, що оцінюють співвідношення між реальним та фінансовими секторами економіки.

Результатом проведеної роботи є впорядкована сукупність потенційних індикаторів перенесення кризових явищ між фінансовими ринками окремих країн і регіонів.

Таблиця 1

Класифікація потенційних індикаторів перенесення негативних або кризових процесів між фінансовими секторами різних країн

| Тип каналу перенесення | Група та назва індикатора | Методика обчислення |
|---|---|---|
| Фінансовий | **Макроекономічні показники для оцінки економічної безпеки** | |
| | Відношення обсягу офіційних міжнародних резервів до обсягу валового зовнішнього боргу, % | відповідно до методичних рекомендацій щодо оцінки рівня економічної безпеки України |
| | Співвідношення грошового агрегату М2 до золотовалютних резервів, % | відповідно до методичних рекомендацій профільних міжнародних фінансових організацій та фондів |
| | Спред реальної відсоткової ставки всередині країни до аналогічного показника за кордоном, % пунктів | |
| | Грошовий мультиплікатор М2, % | |
| | Депозити комерційних банків, скореговані на індекс споживчих цін, % до попереднього періоду | |
| | Індекс тиску на валютному ринку (IEMP) | середньозважена трьох компонент: зміни валютного курсу, зміни номінальної ставки відсотка та обсягів резервів |
| | **Показники, що оцінюють рівень лібералізації та інтеграції фондового ринку** | |
| | Індекс лібералізації фондового ринку | глобальний індекс (IFCG) / інвестиційний індекс (IFCI) |
| | Індекс міжнародної фінансової інтеграції (IFI), % | (іноземні активи + фінансові зобов'язання країни) / ВВП |
| | Чисті іноземні активи (NFA) | за методикою міжнародного валютного фонду |
| | Індекс фінансової глибини економіки, % | традиційні фінансові активи / ВВП |
| | Індекс сприйняття корупції (CPI) | за методикою Transparency International |

Продовження таблиці 1

| | **Показники, що оцінюють співвідношення між реальним та фінансовим секторами економіки** | |
|---|---|---|
| | Індекс Тобіна (елітних для країни підприємств, акції котрих входять до складу фондових індексів), % | ринкова вартість активів компанії / балансовий капітал |
| | Коефіцієнт монетизації економіки, % | грошовий агрегат М2 (готівка, грошові кошти на рахунках підприємств і внески населення в банках) / ВВП |
| Торгівельний | Експорт товарів та послуг, % до попереднього періоду | відповідно до методичних рекомендацій щодо оцінки рівня економічної безпеки України |
| | Індекс умов торгівлі (ціновий), % | |
| | Імпорт товарів та послуг, % до попереднього періоду | |
| | Частка експорту в загальному ВВП, % до попереднього періоду | обсяг доходів від експорту / ВВП (поточний період) / обсяг доходів від експорту / ВВП (попередній період) |
| | Частка доходів від експорту сировинних ресурсів, % | обсяг доходів від експорту сировинних ресурсів / ВВП |

Подальші дослідження мають бути спрямовані на:

– тестування відібраних показників на основі статистичних даних щодо протікання криз в окремих регіонах та світі;

– виявлення взаємозв'язків між змінами індикаторів фінансових ринків, на яких розпочалась криза, та фінансових ринків, до яких вона була перенесена через різні канали зараження. Зокрема, важливим є побудова матриць крос-кореляцій між відповідними показниками (у тому числі з визначенням часового лагу, через який криза переходить на новий ринок). До уваги потрібно взяти проміжки часу, коли ринок є спокійним та знаходиться у збуреному стані;

– побудувати та навчити експертну систему та нейронну мережу для аналізу та моделювання механізмів перенесення кризових явищ з метою оцінки глибини та охоплення наслідків кризових явищ.

## Література

1. Calvo, Guillermo and Enrique Mendozza (1999), Rational Contagion and the Globalization of Securities Markets, National Bureau of Economic Research Working Paper 7153.

2. Kaminsky G.L., Reinhart C.M. On crises, contagion, and confusion, Journal of International Economics. – 2000. – Vol. 51. – № 1. – P. 145-168.

3. Masson, Paul (1998), Contagion: Monsoonal Effects, Spillover, and Jumps between Multiple Equilibria. IMF Working Paper 98/142. September.

4. Ковалев М. Мировой кризис и механизмы защиты от внешних влияний на финансовую стабильность страны / М. Ковалев, С. Пасеко // Вестник ассоциации белорусских банков. – 2013. – № 23-24. – С. 9-29.

5. Стрельченко І.І. Використання системи випереджаючих індикаторів для прогнозування негативних зрушень на фінансовому ринку / І.І. Стрельченко, А.В. Матвійчук // Фінанси України. – Міністерство фінансів України. – 2015. – № 8. – С. 74-87.

**Меркулов М.М.**
*д.е.н., доцент, професор кафедри економіки та управління*
*Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова*
*м. Одеса, Україна*

## УГРУПУВАННЯ ПРИНЦИПІВ І ПРАВИЛ РОЗРОБКИ І ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Постановка на підприємстві інноваційної функції (або діяльності з планомірною організаційного розвитку) має здійснюватися, на нашу думку, у такій послідовності:

1. Розробка інноваційної політики.
2. Розробка методології проектування і впровадження управлінських інновацій (розглядатимемо тільки ініціативні управлінські інновації).
3. Створення системи управління організаційним розвитком.

Опису суті та особливості виконання перерахованих крупних блоків робіт і присвячена дана доповідь.

Термін «політика» широко застосовується в суспільній діяльності. У літературних джерелах, у законодавчих актах, у нормативних документах можна зустріти цей термін стосовно рівня державного управління («промислова політика», «митна політика», «тарифна політика»). Даний термін використовується також і на рівні підприємства («облікова політика», «технічна політика», «кадрова політика», «збутова політика», «цінова політика» тощо). Спроба з'ясувати сенс терміна «політика» за допомогою аналізу наведених вище висловів успіхом не вінчалася. В одному разі під цим терміном слід розуміти цілі й завдання організації, що здійснює відповідну політику («технічна політика», кадрова політика», «збутова політика»). В іншому – ухвалені підприємством рішення з декількох можливих альтернатив («облікова політика підприємства»). У третьому разі – схема та алгоритм вирішення якихось питань («цінова політика»)

У довідниках і енциклопедіях термін «політика» належить, як правило, до рівня держави або крупних громадських структур. При цьому зустрічаються такі визначення терміна «політика»: «мистецтво управління державою»; «вчення про способи досягнення державних цілей»; «напрями і способи діяльності партій і держави»; «діяльність органів влади, громадських структур, визначена їхніми інтересами і цілями».

Більш загальне трактування слова «політика», що міститься у вітчизняних і зарубіжних словниках, визначається такими висловами: «спосіб дій, спрямований на досягнення чогось»; «цілі й засоби їх досягнення»; «Planned

course of action» (плановий курс дій); «The plan of adopted by a person or organization» (план дій, прийнятий людиною або організацією); «Course of conduct» (курс поведінки); «діяльність органів державної влади і державного управління, що відбиває: 1) суспільний устрій і економічну структуру країни; 2) питання і події громадського, державного життя; 3) спосіб дій, спрямованих на досягнення будь-чого, що визначають відносини з людьми» [1, с. 708].

Аналіз сенсу наведених формулювань дозволяє дати таке визначення обговорювання терміна: «Політика – це сукупність принципів, здійснення яких дозволяє досягти цілей організації». Тут під словом «принцип» слід розуміти початковий стан, або основне, непорушене правило діяльності. У свою чергу, під словом «правило» слід розуміти положення, що встановлює якесь розпорядження (порядок дій) або зобов'язує виконати якісь умови (рішення).

З урахування введених дефініцій під терміном «інноваційна політика підприємства» розумітимемо сукупність цілей, принципів і правил з розробки і впровадження управлінських інновацій на підприємстві. Принципи і правила інноваційної політики мають виводитися, на нашу думку, з виявлених (відомих) прогресивних управлінських ідей, схем, інструментів або конструюватися на базі відомих управлінських концепцій (теорій). Тоді основою для побудови політики підприємства може служити позитивний практичний досвід інших підприємств плюс обґрунтовані управлінські концепції.

Інноваційна політика підприємства має оформлятися у вигляді документа, що містить цілі, принципи, методи і форми організаційного розвитку. Інноваційні цілі підприємства не можуть бути незмінними. У міру вирішення чергових завдань мають висуватися нові цілі. Відповідно, і документ «Інноваційна політика підприємства» треба переглядати з деякою періодичністю (наприклад, раз на рік) [3, с. 265].

У загальному разі цілями підприємства можуть бути:

1) розвиток конкурентних переваг;

2) подолання наявних недоліків (ліквідація структурних і функціональних диспропорцій, зниження втрат, збільшення прибутку, підвищення якості продукції та ін.);

3) використання сприятливих зовнішніх умов;

4) відведення зовнішніх погроз (ворожого поглинання, недобросовісної конкуренції, диктату монополісті та ін.).

Інноваційні принципи і правила можна згрупувати в три великі групи (табл. 1). Ці принципи ми сформулювали на підставі вивчення літературних джерел [2], теоретичних рекомендацій з конструювання систем управління, практичного досвіду впровадження управлінських нововведень на ПАТ «Одескабель».

Дане дослідження виконано у межах роботи над НДР «Перспективні шляхи підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств регіону на інноваційній основі» (№ ДР 011421U005503).

Таблиця 1

Угрупування інноваційних принципів і правил

| Група | Принципи і правила |
|---|---|
| 1. Організаційні принципи | 1.1. Принцип першого керівника<br>1.2. Принцип колегіальності<br>1.3. Принцип персоніфікації відповідальності<br>1.4. Принцип авторства<br>1.5. Принцип інноваційної безперервності<br>1.6. Принцип збалансованості поточної й інноваційної діяльності |
| 2. Принципи розробки управлінських нововведень | 2.1. Принцип системності<br>2.2. Принцип науковості<br>2.3. Принцип доведеної практичної корисності<br>2.4. Принцип унікальності підприємства<br>2.5. Принцип наступності<br>2.6. Принцип регламентації |
| 3. Правила впровадження управлінських нововведень | 1.1. Правило «вузьких воріт»<br>1.2. Правило «підйому по сходах»<br>1.3. Правило «повторення»<br>1.4. Правило «попереднього прогріву»<br>1.5. Правило «утомлених, але задоволених»<br>1.6. Правило «щасливої сімки»<br>1.7. Правило «зворотних зв'язків» |

**Література**

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азримяна. – Изд. 5-е. – М.: ИНЭ, 2002. – 1280 с.

2. Друкер П. Управление, нацеленное на результат / П. Друкер. – М.: Техн. школа бизнеса, 1992. – 192 с.

3. Меркулов М.М Науково-технологічний розвиток і управління інноваціями: монографія / М.М. Меркулов. – Одеса: Фенікс, 2008. – 344 с.

**Навроцький О.О.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та менеджменту*
*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*
*м. Харків, Україна*

## СТАНОВЛЕННЯ СЕРВІСНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Однією з ознак становлення постіндустріальної економіки є розвиток сфери послуг. Збільшення частки цього сектору у загальній структурі валового внутрішнього продукту, зростання чисельності зайнятого населення та обсягів експортно-імпортних операцій у невиробничий сфері свідчать про поступовий перехід світової економіки до сервісної моделі господарювання.

В Україні у 2015 році за даними Державного комітету статистики 61,2% валового внутрішнього продукту (339535 млн грн) сформовано за рахунок діяльності підприємств сфери послуг, 70,5% населення зайнято у невиробничій

сфері (7453,3 тис. осіб) [2]. Враховуючи значення цих показників, можемо припустити, що у майбутньому саме сервісна модель господарювання стане альтернативою аграрної моделі розвитку національної економіки.

Загострення економічної ситуації в Україні призвело до зменшення об'єму експорту послуг з 11,5 млрд дол. США у 2014 році до 9,5 млрд дол. США у 2015 році та скорочення об'єму імпорту послуг на 19,3% (з 6,3 млрд дол. США у 2014 році до 5,1 млрд дол. США у 2015 році). Загалом частки експорту та імпорту послуг у структурі ВВП складали 1,71% та 0,92% відповідно.

Основними споживачами послуг вітчизняних підприємств сервісного сектору у 2015 році були Російська Федерація (31,6%), Швейцарія (7,8%), США (6,8%), Велика Британія (5,6%) та Німеччина (4,7%). Як бачимо, процеси євроінтеграції вплинули на структуру експорту послуг України. Для порівняння, у 2012 році 39,5% споживання послуг припадало на Російську Федерацію, а 29,6% на всі країни Європейського союзу.

Структура експорту послуг України свідчить, що найбільш затребувані на світовому ринку такі їх види: транспортні послуги, послуги у сфері комунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги, послуги з переробки матеріальних ресурсів.

У 2015 році найбільші обсяги послуг Україна одержала від Великої Британії (12,9%), Російської Федерації (12,8%), Німеччини (9,3%) та США (5,6%).

У структурі імпорту переважали транспортні послуги, послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю, ділові послуги, послуги, пов'язані з подорожами, послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги.

За роки незалежності України Харківський регіон змінив індустріальну орієнтацію господарювання на сервісну. Він може слугувати орієнтиром реформування структури економіки в умовах турбулентності й агресії зовнішнього ринку та індикатором майбутніх перетворень.

Дані Головного управління статистики у Харківській області свідчать, що у 2015 році експорт послуг у регіоні склав 0,26 млрд дол. США (2,7% від загального обсягу експорту послуг вітчизняних підприємств), що на 13,0% менше ніж у 2014 році, а імпорт – 0,11 млрд дол. США (2,0% від обсягу імпортованих послуг в Україні) і зменшився на 20,2% [1]. Незважаючи на спадну тенденцію зазначених показників, позитивне сальдо експортно-імпортних операцій було зафіксовано на рівні 0,15 млрд дол. США.

Основними покупцями послуг сервісних підприємств Харківщини є США (23,0%), Ізраїль (16,0%) та Російська Федерація (11,8%), а постачальниками – Велика Британія (24,0%), Швейцарія (14,1%) та Нідерланди (11,8%).

Доцільно зауважити, що пріоритетними напрямками зовнішньоекономічної діяльності харківських підприємств є експорт послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг, послуг, пов'язаних з подорожами та ділових послуг.

Стосовно імпорту послуг, у 2015 році найбільшу потребу Харківська область мала у ділових послугах, послугах, пов'язаних з фінансовою діяльністю та транспортних послугах.

Таким чином, можна констатувати про загальну тенденцію становлення сервісної моделі національної економіки. Враховуючи пріоритети політики України щодо інтеграції у глобальне економічне середовище, саме торгівля послугами є інструментом зміцнення існуючих та налагодження нових партнерських зв'язків з іншими країнами світу. Стратегічними орієнтирами розвитку сервісного сектору економіки країни має стати освоєння сучасних видів послуг та залучення додаткових інвестицій, зокрема іноземних, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності сервісних підприємств і зміцненню позицій України на світовому ринку послуг за напрямками транспортні послуги, послуги у сфері комунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги, послуги з переробки матеріальних ресурсів та ділові послуги.

**Література**

1. Головне управління статистики у Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kh.ukrstat.gov.ua. – Загл. з екрану.

2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/ – Загл. з екрану.

**Науменко Н.Ю.**
*к.т.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Коротка Л.І.**
*к.т.н., доц., доцент кафедри інформаційних систем*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМИ ПІДТРИМКА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

В теперішній час в умовах ринкових відносин створюються об'єктивні чинники, які призводять до ускладнення задач прийняття управлінських рішень. Сучасна соціально-економічна ситуація в країні характеризується високою мірою складності відносин, невизначеності інформації про характеристики економічних об'єктів, динаміки процесів, що відбуваються. В сучасний час розширюються межі соціально-економічної взаємодії, стають складнішими і розгалуженими соціальні, технічні, економічні, фінансові, інформаційні зв'язки. Збільшення обсягів інформації, що використовуються в процесі прийняття управлінських рішень на підприємствах, призводить до необхідності застосування нових методів та засобів їх обробки.

Стрімкий розвиток науки та інформаційних технологій вимагає від керівників різних рівнів інтеграції в процес управління якісно нових підходів до процесу прийняття управлінських рішень. Управлінські рішення формуються під впливом жорстких обмежень, серед яких можна виділити природні, трудові та фінансові ресурси. Розробка ефективних управлінських рішень потребує застосування сучасних інформаційних технологій, що забезпечують повноту, своєчасність інформаційного відображення процесів, можливість їх моделювання, аналізу, прогнозування.

Застосування сучасних інформаційних технологій має незаперечні переваги: швидкість виконання роботи; її висока якість; великий обсяг виконуваної роботи завдяки великому об'єму пам'яті; конфіденційність інформації; раціональний розподіл функцій між користувачем і комп'ютером.

Наявність сучасних технологій, прикладних пакетів програмного забезпечення, засобів телекомунікації та офісного обладнання позитивно впливає на якість управлінської роботи. Можна виділити три складові системи автоматизації: інформаційна (забезпечення користувача необхідними даними); модельна (містить аналітичні дані про зв'язки елементів моделі та власне моделі з оточенням); експертна (дає дані для формування дедуктивного висновку та експертного аналізу для вибору ефективних варіантів рішення).

Основою інформаційної підтримки автоматизації процесів прийняття управлінських рішень є інформаційні системи. Інформаційна система - це набір процедур, таких як процес, збирання й переробка інформації для підтримки планування, прийняття рішень, координації та контролю. Основними функціями управлінської інформаційної системи виступають збирання, зберігання, накопичення, пошук і передача даних, що використовуються для підтримки прийняття управлінських рішень.

Основною задачею автоматизованих систем підтримки прийняття рішень є агрегування інформації про об’єкт керування до обсягів і форми представлення, сприйнятних особою, що приймає рішення. Основною вимогою до системи підтримки прийняття рішень є мінімізація неконтрольованих втрат і методологічних перекручувань інформації, що представляється. Впровадження інформаційних систем як основи для комплексної автоматизації діяльності підприємства спрямоване на підтримку прийняття правлінських рішень керівниками. інформаційна система підтримки прийняття правлінських рішень – це не тільки основа інформаційного простору сучасного підприємства, але і гнучкий інструмент керування бізнесом складних, постійно мінливих мовах.

**Овчаренко О.В.**
*соискатель, преподаватель кафедры теоретической и прикладной экономики ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

# ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях кризиса достаточно остро встает проблема повышения конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий и их продукции не только на внутреннем рынке, но и на внешнем. Многие промышленные предприятия Украины находятся в состоянии разрыва торговых отношений с Россией и вынужденной переориентацией своей деятельности на европейских потребителей, рынок товаров которых, с одной стороны, уже перераспределен, а с другой – предъявляет достаточно жесткие требования к качеству и цене производимой продукции.

Одним из важнейших факторов, позволяющих решить данную проблему, является развитие инновационной деятельности, поскольку единственной возможностью выиграть в конкурентной борьбе становится создание и выпуск на рынок продукта или технологии, обладающих новыми качествами, отсутствующими у аналогов.

В отличие от других видов деятельности предприятия, инновации сопряжены с повышенным уровнем риска и значительными объемами инвестиционных ресурсов. Необходимость минимизации рисков, связанных с инновационной деятельностью, влечет за собой разработку и использование современных экономико-математических методов и моделей, позволяющих учесть влияние составляющих инновационного проекта и минимизировать риски на разных этапах его реализации.

Для построения модели, наиболее адекватно и полно отражающей инновационную деятельность предприятия, необходимо придерживаться следующих требований:

– модель должна быть содержательно емкой, но, в то же время, максимально простой и независимой от конкретных вариантов планируемых инноваций;

– модель должна содержать только важнейшие свойства инновационного процесса.

Однако структурная и организационная специфика инновационного процесса при его осуществлении в значительной мере определяется неопределенностями всех уровней. В таких условиях построить экономико-математическую модель, адекватную реальной обстановке, достаточно сложно. Неопределенности в инновационном процессе приводят к ограничению использования традиционных оптимизационных методов [1].

В такой ситуации целесообразным является использование методов организации сложных экспертиз, разработанных на базе информационного подхода к анализу систем, и методов структуризации систем [2].

Структуризация помогает расчленить большую неопределенность на более обозримые, что способствует повышению объективности и достоверности анализа. Информационный подход позволяет последовательно оценивать степень целесоответствия анализируемых составляющих, обеспечивает более удобную обработку оценок, возможность сочетания вероятностных оценок с количественными детерминированными характеристиками.

Эти методы можно разделить на несколько групп: методы, основанные на усложненной экспертной процедуре, предложенной в методике ПАТТЕРН; метод парных (попарных) сравнений Т. Саати; метод решающих матриц Г.С. Поспелова и его модификации; модели (методы) организации сложных экспертиз, основанные на использовании информационного подхода. В их числе – модели оценки нововведений, сравнительного анализа проектов и хода их внедрения, методы анализа ситуаций в статике и динамике, в том числе рыночных [2].

Другим методом, позволяющим оценить эффективность инновационной деятельности предприятия, является построение интегрального показателя инновационной деятельности промышленного предприятия, чувствительного к изменению его характеристик и учитывающий их значимость, с использованием нечетко-логического подхода.

Обозначим интегральный показатель инновационной деятельности предприятия через переменную $I_d$.

Аналитическая форма записи определения интегрального показателя инновационной деятельности предприятия, будет иметь следующий вид:

$$I_d = \overset{n}{\underset{i=1}{s}} t[\lambda_i, fX_i]. \quad (1)$$

Переменные $x_i$ ($i = \overline{1, n}$) – факторы, которые влияют на эффективность инновационной деятельности предприятия. Представим модель оценки инновационной деятельности предприятия в виде следующего функционального отображения связей: $X = [x_1, x_2, x_3, \ldots, x_n] \rightarrow I_d \in [0, N]$, где X – вектор влияющих факторов. В свою очередь, комплексное значение групп факторов $x_i$ определяется с помощью отдельных показателей $X_{ij}$ ($i = \overline{1, n}$, $j = \overline{1, m}$). $\lambda_i$ – весовой коэффициент значимости i-того фактора; $fX_i$ – свертки влияющих факторов; s и t – соответственно s-норма и t-норма – возможные варианты свертки критериев.

Модель построения интегрального показателя оценки инновационной деятельности с использованием нечетко-логического подхода, позволяет наиболее точно оценить эффективность инновационной деятельности

предприятия, а также выявить факторы на нее влияющие и основные источники и пути ее повышения.

Таким образом, рассмотрено несколько подходов к моделированию инновационной деятельности предприятия. Каждый из них позволяет учесть особенности инновационной деятельности предприятия, снизить степень неопределенности при ее оценке.

**Литература**

1. Филатова Л.Д. Экономико-математическое моделирование инновационной деятельности субъектов хозяйствования / Л.Д. Филатова // XII Всероссийское совещание по проблемам управления ВСПУ. – 2014. – Москва. С.6155-6160.

2. Волкова В.Н. Теория систем и системный анализ: учебник для вузов / В.Н. Волкова, А.А. Денисов. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2010. – 679 с.

**Пархоменко І.Ф.**
*магістрант групи 5-КІБ-3 кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Комірна В.В.**
*д.е.н., доц., завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ОЦІНКА, АНАЛІЗ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови розвитку економіки України можна охарактеризувати значною кількістю чинників, яким притаманні невизначеність та дестабілізуючий характер дії. Через нестабільність умов зовнішнього середовища та виникнення екстремальних умов для існування перед підприємствами постає необхідність виживання та опору негативним впливам. Ці впливи становлять загрозу руйнування фінансового капіталу підприємства, збільшуються ризики управлінських рішень, а отже являють собою загрози втрати підприємством економічної безпеки.

Економічна безпека підприємства – це стан виробничо-економічної системи (ВЕС), який можна характеризувати збалансованістю і стійкістю до негативного впливу будь-яких загроз зовнішнього та внутрішнього середовища, здатність забезпечувати на основі реалізації власних економічних інтересів свій сталий і ефективний розвиток.

Ключовими елементами процедури комплексної ідентифікації стану економічної безпеки, а також інструментів активізації процесів її формування та забезпечення є: 1) критерії економічної безпеки – реальні статистичні показники, за якими здійснюється оцінка стану економіки країни з точки зору

забезпечення її сталого розвитку; 2) індикатори економічної безпеки – реальні статистичні показники розвитку економіки країни, які найбільш повно характеризують явища та тенденції в економічній сфері; 3) оптимальні значення індикаторів – інтервал величин, у межах яких створюються найбільш сприятливі умови для відтворюваних процесів в економіці; 4) порогові значення індикаторів – кількісні величини, порушення яких викликає несприятливі тенденції в економіці; 5) граничні значення індикаторів – кількісні величини, порушення яких викликає загрозливі процеси в економіці; 6) складові економічної безпеки: макроекономічна, фінансова, зовнішньо-економічна, інвестиційна, інноваційна (науково-технологічна), енергетична, виробнича, демографічна, соціальна та продовольча безпека [1].

Забезпечення економічної безпеки підприємства передбачає виділення, оцінку та аналіз факторів, що загрожують будь-якій із функціональних складових і формування комплексу дій, що складають систему управління її рівнем.

Отже, внутрішні загрози економічній безпеці виникають безпосередньо у сфері господарської діяльності підприємства і пов’язані в основному із недоліками внутрішнього економічного механізму управління а, отже, можуть бути вчасно виявлені та локалізовані, а рівень їх впливу на результати діяльності залежить від дій керівництва. Крім цього, у сучасних умовах, які є надзвичайно динамічними, суттєвим чинником, що впливає на ефективне функціонування ВЕС, є фактор випадковості.

**Література**

1. Шкарлет С.М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект: Монографія. – К.: Книжкове вид-во НАУ, 2007. – 432 с.

**Писарькова В.Р.**
*студентка специальности «Экономическая кибернетика»*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*
**Овчаренко О.В.**
*соискатель, преподаватель кафедры теоретической*
*и прикладной экономики ГВУЗ «Украинский государственный*
*химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИТАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ СИСТЕМ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕСА

Модели систем массового обслуживания (СМО) предполагают широкую область применения: исследование производственных бизнес-процессов, анализ транспортных систем, сферы обслуживания и т.д. В качестве СМО

могут выступать телефонные станции, магазины, парикмахерские, кассы, цеха и т.п. Моделирование СМО на сегодняшний день является актуальной задачей, поскольку имитационные модели систем массового обслуживания имеют большое практическое применение, как для больших систем, так и систем частного характера.

Главной особенностью системы массового обслуживания является фактор случайности. Мы имеем две стороны: обслуживающую и обслуживаемую. Случайность в поведении любой из сторон приводит к случайному ходу всего процесса обслуживания. Причины заключаются в характере потребностей, а также в случайности работы обслуживающей системы.

Рассмотрим имитационную модель системы массового обслуживания, характерную для бизнес-процессов различных отраслей, а именно СМО с ожиданием. Подобная система может быть частью большой системы поставок продукции, ее хранения; обслуживания клиентов в банке, в магазине и т.п.

Ожидание обслуживания может быть ограничено двумя условиями: очередью и временем. Заявка покидает систему необслуженной, если время ее ожидания превысило некоторое значение TOMax (ограниченное по времени ожидание), в противном случае – поступает в канал обслуживания.

Выполняя имитацию с исходными данными tz = 4 мин, to = 5 мин, t0 = 10 ч – начальное время, TOMax = 1 мин, считаем что время между заявками и время обслуживания – случайная величина с показательным законом распределения.

| Среднее время между заявками, tz | | | | | 4 | | t0 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Среднее время обслуживания заявки, to | | | | | 5 | | TOMax | 0:01 |
| | | | | | | | | |
| Заявка, n | Время прибытия заявки (ч:мм) | Поступление на обслуживание | Время обслуживания (ч:мм) | Обслуживание | | Ожидание (ч:мм) | | |
| | | | | Начало (ч:мм) | Конец (ч:мм) | | | |
| | 10:00 | | | | | | | |
| 1 | 10:01 | Да | 0:04 | 10:01 | 10:06 | 0:00 | | |
| 2 | 10:02 | Нет | 0:00 | | | 0:03 | | |
| 3 | 10:03 | Нет | 0:01 | | | 0:02 | | |
| 4 | 10:12 | Да | 0:10 | 10:12 | 10:22 | 0:00 | | |
| 5 | 10:20 | Нет | 0:06 | | | 0:01 | | |
| 6 | 10:24 | Да | 0:01 | 10:24 | 10:25 | 0:00 | | |
| 7 | 10:30 | Да | 0:01 | 10:30 | 10:32 | 0:00 | | |

Рис. 1 – Система массового обслуживания с ограниченным по времени ожиданием

Из рис. 1 видно, что в данной модели период ожидания второй заявки превысил максимально допустимое значение, и потому обслуживания не произошло.

Известно, что имитационная модель содержит элементы непрерывного и дискретного действия, поэтому применяется для исследования динамических систем, когда требуется анализ узких мест, исследование динамики функционирования, когда желательно наблюдать на имитационной модели ход процесса в течение определенного времени. Имитационное моделирование – это эффективный аппарат исследования стохастических систем, когда

исследуемая система может быть подвержена влиянию многочисленных случайных факторов сложной природы. Имеется возможность проводить исследование в условиях неопределенности при неполных и неточных данных [1].

Рассмотреть динамику функционирования данной имитационной модели системы массового обслуживания можно на рис. 2.

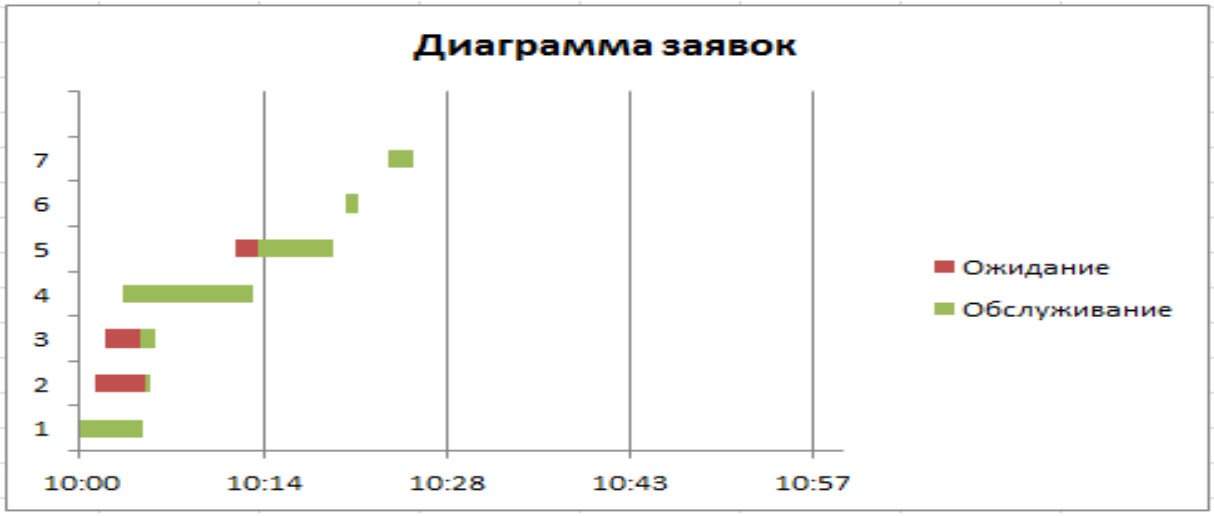



Рис. 2 – Диаграмма заявок имитационной модели системы массового обслуживания

Построив модель СМО, и наблюдая за изменениями параметров системы, можно проследить, как изменяется эффективность работы, после чего можно принять решение о том, в каком случае система будет работать наиболее производительно; сколько нужно установить оборудования, чтобы время его простоя стремилось к минимуму, а время занятости к максимуму. Изучив результаты моделирования, можно использовать их для повышения эффективности работы бизнеса, а именно для построения и проверки гипотез, оценки основных показателей эффективности функционирования СМО, поиска оптимальных вариантов реализации СМО, описания закономерностей поведения рассматриваемого объекта.

## Литература

1. Лычкина Н.Н. Имитационное моделирование экономических процессов. М.: Академия АйТи, 2005. 164 с. [N. N. Lyckina, Simulation modeling of economicprocesses, (in Russian). Moscow: Akademiya IT, 2005. ]

**Петрик І.В.**
*к.е.н., доцент*
**Яворська Моніка**
*директор*
*Суспільна академія наук, м. Краків, Польща*

## ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТРАТЕГІЧНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ «ЯКРАЗ ВЧАСНО» (JUST IN TIME)

Ймовірно, найбільш широко обговорювальні інноваційні рішення в галузі управління запасами представлені підходом «якраз вчасно» (JIT). В даний час бізнес-спільноти часто говорять про виробничий процес «якраз вчасно», інвентаризації «якраз вчасно» або системи доставки «якраз вчасно». Поточне розуміння виразу «якраз вчасно» припускає, що запаси повинні бути доступні, коли компанія має потребу в них [1].

Метою систем, основаних на концепції «якраз вчасно» є управління циклами реалізації замовлень і виключення марнотратства. В ідеалі, продукт повинен поступити в компанію саме тоді, коли компанія його потребує, без відхилень від погодженого терміну. Багато систем «якраз вчасно» акцентується на коротких, регулярних циклах замовлень. Це пояснює нинішню популярність системи "швидкого реагування", як системи підтримки прийняття рішень щодо запасів.

Концепція «якраз вчасно» є американізованою версією системи, розробленої в Японії Toyota Motor Company, що називається Канбан. Ім'я канбан відноситься до інформаційній карток, що додавалися до транспорту, за допомогою якого, поставлялись невелика кількість необхідних компонентів до різних бізнес-установ в Японії. На кожній картці вказується точна кількість елементів, необхідних для поповнення запасів і точний час доставки.

Перевагами JIT є:

– усунення втрат виробництва і матеріалів;
– поліпшення зв'язку, як внутрішнього, так і зовнішнього;
– зниження витрат на закупівлі;
– скорочення часу доставки;
– скорочення часу формування продукту;
– підвищення продуктивності;
– висока якість продукції;
– висока швидкість реагування на вимоги замовника [2].

Основна ідея концепції JIT є підтримання мінімального рівня запасів. Це призводить до необхідності поліпшення зв'язку як внутрішнього, так і зовнішнього, для того, щоб підтримувати безперервність виробництва зі зменшенням кількості запасів. Для поліпшення внутрішньої комунікації, компанія впроваджує інформаційні системи, щоб дозволити обробку транзакцій в режимі реального часу. Для того, щоб поліпшити зовнішні комунікації був реалізований в новій концепції електронний обмін даними (electronic data interchange, EDI).

Досвід показує, що ефективна реалізація концепції JIT може вплинути на істотне скорочення запасів і матеріалів незавершеного виробництва та готової продукції. Концепція «якраз вчасно» основана значною мірою на якості виробленої продукції і компонуючих складових.

В основі концепції JIT лежать чотири основні принципи: відсутність запасів; короткі цикли виконання робіт; невеликі партії товарів; висока якість. Концепція «якраз вчасно» – це сучасне рішення, використовуване в управлінні розподілу, виробництва, запасами. Це операційна концепція, що складається з надання матеріалів в конкретних кількостях, і в точний час, коли компанії вони необхідні. Система JIT допомагає поліпшити якість, мінімалізації витрат, і, таким чином, змінити всю систему операції [3].

Концепція JIT дозволяє менеджерам знизити питомі витрати і підвищити рівень обслуговування клієнтів. Основна відмінність між концепцією JIT і більш традиційними підходами полягає в тому, що в рамках JIT прагнеться скоротити і стабілізувати тривалість циклу і звести до мінімуму або виключити наявність запасів. В результаті, компанія економить за рахунок зниження витрат за статтями запасів і спрямовує свою діяльність на поліпшення оперативності та гнучкості своєї системи. Правильне використання системи «якраз вчасно» дозволяє синхронізувати діяльність мережі, через виключення запасів з її складових.

**Література**

1. Taiichi Ohno: *System Produkcyjny Toyoty. Więcej niż produkcja na dużą skalę*. Wrocław: ProdPress.com, 2008, s. 93. ISBN 978-83-926020-8-8.

2. Malakooti, Behnam. *Operations and Production Systems with Multiple Objectives*. New York: John Wiley & Sons. 2013.

3. Pettersen, Jan-Arne. "Pull Based Production Systems: Performance, Modeling and Analysis," doctoral thesis. Lulea, Sweden: Lulea University of Technology. 2010.

**Портний О.О.**
*магістрант групи 5-КІБ-3*
*кафедри теоретичної та прикладної економіки*
**Стрельченко І.І.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*

## ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКОВСЬКОЇ УСТАНОВИ

В умовах фінансової кризи все більше українців цікавляться надійністю і стійкістю банків. Через кризу більшість банків відчувають значні фінансові труднощі, а ситуацію в деяких з них без перебільшення можна назвати критичною.

Проблема економічної безпеки банку не може існувати сама по собі. Її сутність і зміст випливають із завдань, що їх вирішує банк на кожному з етапів свого економічного розвитку. Конкретний обсяг завдань економічної безпеки змінюється залежно від внутрішніх та зовнішніх умов діяльності банку, які складаються у певний проміжок часу. Водночас економічна безпека є складовою безпеки діяльності банку. З одного боку, вона є самостійним елементом безпеки банку, з іншого – характеризує економічні аспекти кожного з елементів безпеки: охорони, режиму, інформаційно-аналітичного забезпечення.

На основі аналізу існуючих методів виявлення фінансової стійкості комерційних банків можна виділити такі основні фактори, які на неї впливають:

– зовнішні фактори;

– загальний фінансовий стан банку;

– вплив філіальної мережі;

– стан менеджменту банку.

Зовнішні фактори є єдиною складовою, якою не має можливості керувати. Необхідно «підстроюватися» під нього або «вийти» з ринку. Факторами зовнішнього довкілля є політика НБУ, загальна економічна ситуація в країні, наявність іноземних капіталовкладень на ринку, наявність надлишків коштів у населення та ін. Всіма цими факторами не має можливості керувати, тому у банка встає необхідність формувати резерви під ризик втрати коштів через зміни у зовнішньому довкіллі. Аналіз менеджменту банку робиться за допомогою експертних методів та має місце тільки після аналізу загального фінансового стану всіх окремих частин банківської установи, тобто її філіалів, відділень, торгових точок, тощо. Якщо фінансовий стан кожної з частин має стійкий характер, то можна зробити висновок про те, що менеджмент банку також знаходиться на гідному рівні, в противному разі існує необхідність у виявленні слабких сторін в діяльності управлінського персоналу банку та у комунікаційній сфері.

Протягом останніх десятиріч система банківського нагляду поступово набувала міжнародного характеру, що було пов'язано з інтернаціоналізацією банківської справи. У цей період був сформований Базельський комітет з питань банківського нагляду.

Основне завдання Базельського комітету з питань банківського нагляду полягає у впровадженні високих та єдиних стандартів в сфері банківського регулювання та нагляду. З цією метою, комітет випускає директиви та рекомендації для органів нагляду держав-членів. Зазначені рекомендації не є обов'язковими до виконання, проте, в більшості випадків знаходять своє відображення в національному законодавстві держав-членів, оскільки їх опрацьовується у співробітництві із банками та органами нагляду з усього світу. В ЄС вони також використовуються для взаємної інтеграції держав-членів Союзу.

У червні 1996 р. Національний банк України став членом Групи банківського нагляду країн Центральної та Східної Європи.

Для наближення банківської системи України до міжнародних стандартів та підвищення безпеки банківської діяльності Національному банку України необхідно продовжити роботу щодо впровадження ключових документів Базельського комітету з банківського нагляду, а саме: «Основних принципів ефективного банківського нагляду» та «Міжнародного наближення оцінки капіталу і стандартів капіталу». Це має сприяти посиленню нагляду за банками в цілому, а врахування ринкового ризику при розрахунку регулятивного капіталу приведе до максимальної відповідності діяльності банків в Україні.

**Література**

1. Сидоренко-Стеценко Д.В. Сутність проблеми економічної безпеки України та методи її моделювання / Д.В. Сидоренко-Стеценко // – 2009. – № 38. – С. 102–107.

2. Мельник С.І. Формування системи економічної безпеки банку / С.І. Мельник // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 149-152.

3. Зубок М.І., Яременко С М.Безпека банківської діяльності: підручник / С.М. Яременко. – К.: КНЕУ, 2012. – 477 с.

**Рекун Г.П.**
*к.е.н., доц., доцент Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*
**Прус Ю.І.**
*фахівець*
*Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*
*м. Харків, Україна*

## МОДЕЛЮВАННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОТИВАЦІЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ

Сучасний етап розвитку вищої школи характеризується переходом від традиційної знаннєвої парадигми до особистісно-орієнтованої, яка враховує різноманіття індивідуальних особливостей студента при забезпеченні освітнього процесу. Однією з найважливіших складових реалізації особистісно-орієнтованої концепції освіти та професійного самовизначення студента є гендерних підхід.

Для виявлення гендерних особливостей зміни мотиваційних пріоритетів у процесі навчання проведено опитування студентів Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна за методикою Н.Д. Бадмаєвої [1]. Гіпотеза дослідження передбачала визначення подібності сприйняття студентами мотивів навчальної діяльності за окремими складовими, для кожної з яких розраховано рівень середнього квадратичного відхилення. Найменші значення середнього квадратичного відхилення пропонується співвідносити з найвищим рівнем схожості сприйняття складових мотивів навчальної діяльності.

Отримані результати дослідження свідчать про те, що:

– незалежно від гендерної приналежності студента, найвагомішою складовою навчальних мотивів є уникнення осуду та покарання за погане навчання (для дівчат σ=0,7413, для хлопців σ=0,9612);

– існують розбіжності у сприйнятті студентами інших пріоритетних складових мотивації навчальної діяльності, що обумовлено гендерною приналежністю. Дівчата твердо переконані, що отримані знання в університеті додадуть їм упевненості у собі (σ=0,8331). Вони прагнуть закінчити вищий навчальний заклад, щоб не втратити власний авторитет серед оточуючих (σ=0,8452). Участь юнаків у процесі навчання обумовлена їх небажанням опинитися серед студентів, що відстають (σ=1,0601) та прагненням стати фахівцем з обраної професії (σ=1,0823);

– у сприйнятті другорядних складових мотивів до навчання, що практично не впливають на рівень мотивації студентів, також існують розбіжності залежно від статі студента. Найменше на навчальну мотивацію дівчат впливає прагнення бути серед кращих студентів (σ=1,4243), намагання повністю використати свої здібності до професії (σ=1,2912) та отримання диплому з гарними оцінками (σ=1,2853). Юнаки у процесі навчання не мають на меті принести більше користі суспільству (σ=1,6417), щоб їх академічна група стала кращою в університеті (σ=1,5946) та не планують у майбутньому займатися науковою діяльністю за фахом (σ=1,5337).

Структуру мотивації навчальної діяльності за гендерною ознакою студентів наведено на рис. 1.

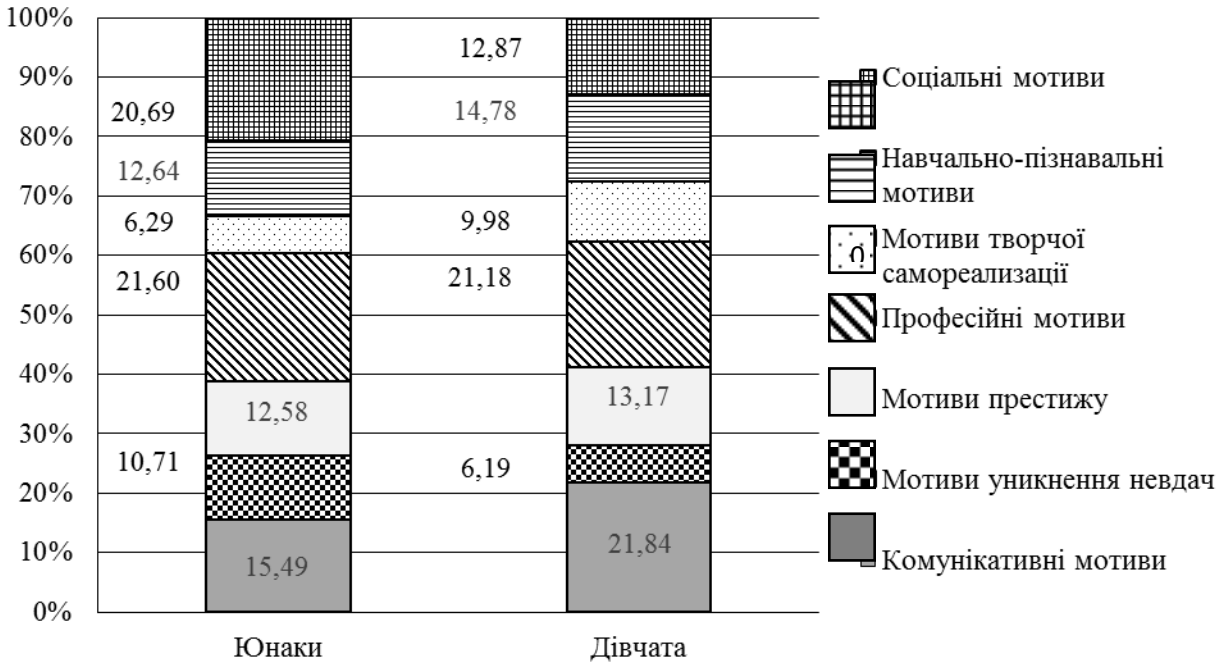



Рис. 1. Структура мотивації навчальної діяльності за гендерною ознакою студентів, %

Враховуючи, що юнаки та дівчата однаково сприймають уникнення осуду та покарання за погане навчання як найвпливовішу складову мотивів

навчальної діяльності, рекомендуємо підвищити рівень прозорості навчального процесу та публічності інформації про успішність його учасників. Розвитку домінуючої складової мотивів навчання у дівчат – прагнення підтримати власний авторитет – сприятиме впровадження в освітній процес інструментів коучінгу, надання індивідуальних консультацій з особистісного зростання. Посилення практичної складової навчального процесу, введення дисциплін з реалізації реальних бізнес-проектів у навчальні плани, залучення студентів до написання та виконання грантових програм посилить дію домінуючої складової мотивів навчання юнаків – стати висококваліфікованими фахівцями з обраної професії.

Таким чином, можна констатувати, що освітній процес у вищому навчальному закладі треба організовувати, враховуючи гендерну специфіку кожної академічної групи, що призведе до створення сприятливого освітнього середовища, дозволить розкрити студентам власні здібності та підвищить їх мотивацію до навчання. Ефективність цього підтверджує виявлена у ході дослідження неоднаковість сприйняття дівчатами та юнаками різноманітних складових мотивів навчальної діяльності.

**Література**

1. Дзюбко Л.В. Діагностика навчальної мотивації: збірник методик / Л. Дзюбко, Л. Гриценок. – К.: Шк. світ, 2011. – 128 с.

2. Рекун Г.П. Діагностика навчальної мотивації студентів ВНЗ / Г.П. Рекун, Ю.І. Прус // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5(167). – С. 386-394.

**Родченко В.Б.**
*д.е.н., професор Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*
**Свіденська М.С.**
*фахівець Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*

## ЯКІСТЬ ПРОЦЕСІВ РЕФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Питання економічного зростання для України сьогодні – це питання її збереження як цілісної країни і самостійної держави. Критично важливим начасі є переорієнтація виробничого комплексу та налагодження сектору генерування доданої вартості в економіці.

У загальному розумінні реформа визначається як перетворення, зміна, переустрій прогресивного характеру будь-якої сторони суспільно-економічного життя (порядків, інститутів, установ), що, як правило, модернізують і змінюють форму та зміст відповідних суспільних відносин, не порушуючи при цьому основ існуючого ладу трансформації і реструктуризації економіки [1].

У сьогоднішніх умовах для України реформування – це цілеспрямована діяльність на перетворення існуючого стану у певній сфері з метою

перспективи його покращення та впровадження якісних змін, які відповідають сучасним потребам країни.

Істотні зміни в системі архітектури національної економіки потребують присутності вагомих рушійних чинників. Сучасна ситуація характеризується поєднанням комплексу іноземних та внутрішніх чинників. При цьому, можна констатувати, що роль іноземних чинників у просуванні ключових реформ у різних сферах (військова, освітня, правоохоронна) є досить вагомою.

Успіх будь-яких масштабних реформ неможливий без достатнього рівня підтримки з боку населення. Українці досі демонструють великий запит на проведення реформ у різних сферах суспільного життя, однак їхнє ставлення до поточного прогресу реформ украй критичне. Дослідження свідчать про негативне ставлення українців до якості впровадження задекларованих реформ.

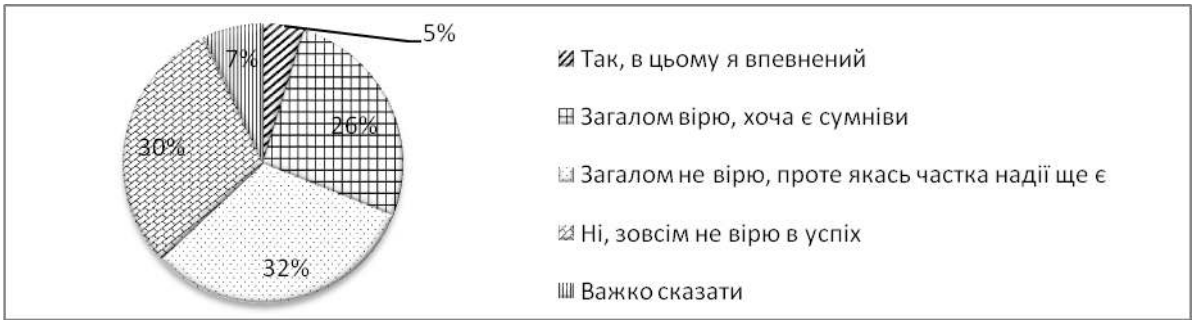



Рис. 1. Сприйняття населенням реформ в Україні [4]

Зважаючи на повільний темп реформ і погіршення рівня життя населення, закономірним виглядає те, що більшість громадян не влаштовує матеріальні труднощі протягом останнього часу в обмін на успішне проведення реформ. Українці переважно не готові активно сприяти здійсненню реформ. Можна констатувати істотне послаблення внутрішньої мотиваційної складової реформ.

Для оцінювання якості реформ використовується Індекс моніторингу реформ (iMoPe) VoxUkraine, який дає комплексну оцінку зусиль уряду України по проведенню економічних реформ. Динаміку впровадження реформ наведено на рис. 2. Індекс базується на експертних оцінках змін в регуляторному середовищі за п'ятьма напрямками: 1) державне управління та боротьба з корупцією; 2) державні фінанси; 3) монетарна політика та фінансові ринки; 4) ринкова та торгова політика; 5) енергетична незалежність.

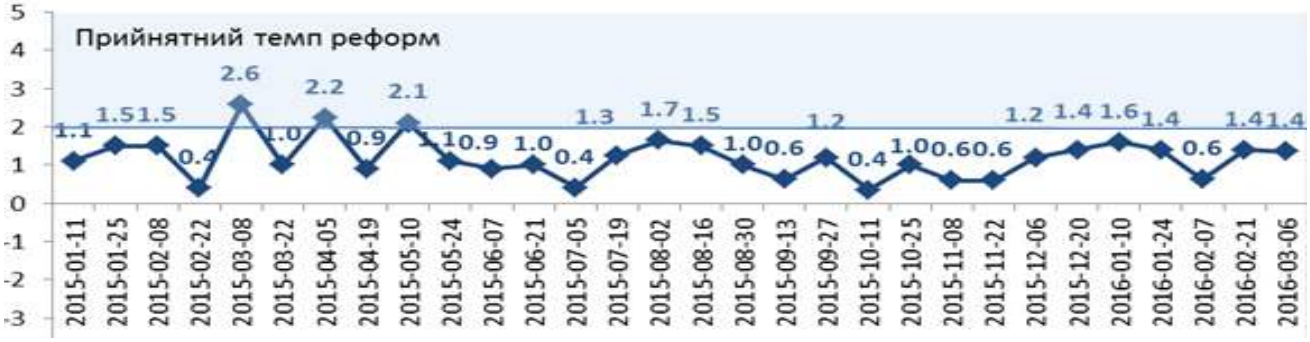



Рис. 2. Динаміка впровадження реформ в Україні [3]

Як видно лише на протязі трьох періодів реформування досягло прийнятного темпу. Значення iMoPe за тридцять періодів моніторингу (11 січня 2015 р. – 6 березня 2016 р.) склало +1,18 балів.

З іншого боку, меморандум України з МВФ містить перелік ключових реформ, що охоплює п’ять основних сфер: грошово-кредитна і курсова політика; фінансовий сектор; податково-бюджетна політика; паливно-енергетичний сектор; управління, прозорість і діловий клімат [2].

Національна рада реформ визначила вісімнадцять пріоритетних реформ національної економіки. Більшість з них направлені саме на реформу управління, прозорість і діловий клімат. Також існує програма просування інтересів України в світі [3].

Порівняння відповідності пріоритетів реформ дозволяє стверджувати, що серед 18 напрямків реформ, що впроваджуються національною радою 13 відповідають реформуванню прозорості і ділового клімату, і по одному напрямку всім іншим пріоритетам визначеним МВФ. Зрозуміло, що для змістовних висновків потрібен більш глибокий аналіз змісту реформ, однак навіть структурне порівняння свідчить, що в Україні процеси реформування не є комплексними. Все це свідчить про можливість продовження шляху реформування країни, але для переходу до сильного економічного зростання потрібні значно швидші та значно радикальніші реформи.

**Література**

1. Кравченко С.О. Державно-управлінські реформи: теоретико-методологічне обґрунтування та напрями впровадження: монографія / С.О. Кравченко. – К.: НАДУ, 2008. – 296 с.

2. Міжнародний валютний фонд. Пресс-релиз № 14/189, 30 квітня 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.imf.org/external/index.htm – Загл. з екрану.

3. Національна рада реформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://reforms.in.ua/ua. – Загл. з екрану.

4. Сидорчук С. Становлення громадян до прогресу реформ в Україні / Інформаційно-аналітичне видання «Громадська думка» № 5(28), 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dif.org.ua/modules/pages/files/1441792027_3687.pdf – Загл. з екрану.

**Рябич О.М.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри управління виробництвом*
*ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»*

# МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах забезпечення конкурентоспроможності має стати пріоритетним напрямком розвитку для вугледобувних підприємств, тому що шахти не використовують свої конкурентні переваги і знижують якісні характеристики вугілля при його видобутку, в наслідок чого зменшується рівень прибутковості. Це є наслідком недостатньої розробленості наукових основ оптимізації параметрів гірничих робіт і технологічних схем розкриття, підготовки, видобутку і переробки, а також раціонального використання надр і вдосконалення технології видобутку. Зазвичай ці питання досі розглядаються кожний окремо, без урахування взаємозв'язку з показниками якості вугілля, що реалізується. Отже, моделювання процесу забезпечення конкурентоспроможності вугледобувних підприємств є актуальною науковою задачею.

Мета даного дослідження полягає в розробці моделі процесу забезпечення конкурентоспроможності вугілля вугледобувними підприємствами на основі технічних рішень з урахуванням якості продукції, для реалізації вугілля за найбільш привабливою схемою.

З авторської позиції, під моделлю забезпечення конкурентоспроможності вугілля розуміється графічний опис процесів взаємодії технічних рішень з вдосконалення технології видобутку з урахуванням якості вугілля та збуту продукції. При цьому, обґрунтуванню технічних рішень з урахуванням якості продукції належить розробка заходів в межах технологічної схеми виїмкової дільниці вугледобувного підприємства. Також слід врахувати, що якість вугілля визначається не тільки їх марочним складом або теплотою згоряння, а всією сукупністю показників, при цьому зольність, мабуть, один з найважливіших чинників, що визначають якість, тому що є можливість контролю над нею певними заходами. Наприклад, на багатьох вугільних шахтах, що розробляють тонкі і середньої потужності вугільні пласти, постійно знижується не тільки виробнича потужність, але і якість вугілля, що видобувається. В силу різних причин, таких як виїмка з присечки порід, зниження інтенсивності підготовчих і очисних гірничих робіт через зношеність обладнання, залучення в експлуатацію великозольних пластів, відставання підготовки запасів, видача породи від проходки підготовчих і нарізних виробок разом з вугіллям зольність вугілля, що видобувається на шахах Донбасу досягла 35–41% і більше з природною зольністю пластів в межах від 8 до 20%. В результаті навіть після збагачення різні марки збагаченого вугілля мають зольність від 4% до 20–25% і більше. Таким чином, зменшується ціна вугілля при його реалізації та завдається величезна шкоди навколишньому середовищу, оскільки відходи від збагачення і переробки зольного вугілля досягають 60–70% його маси.

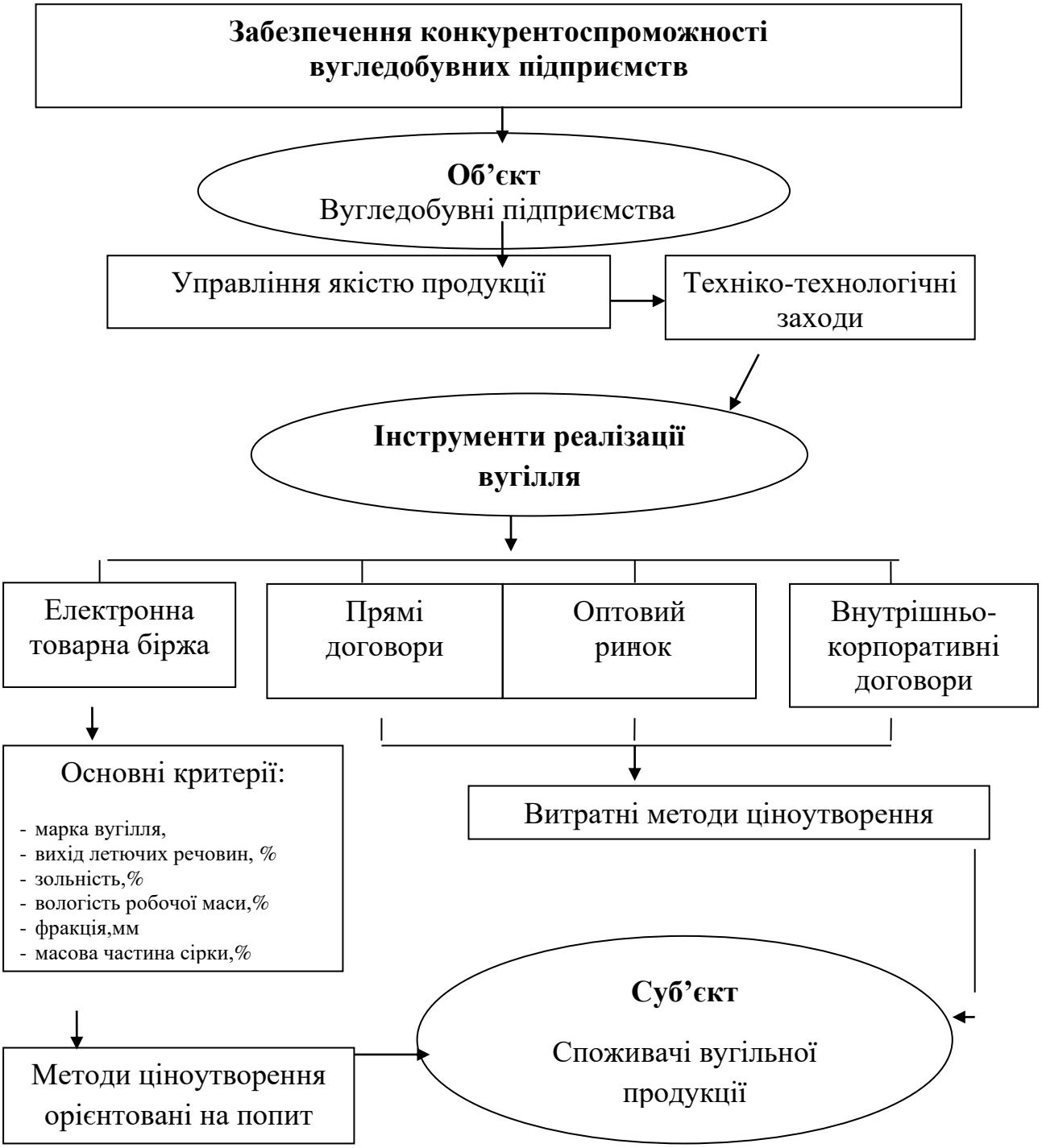



Рис. Модель процесу забезпечення конкурентоспроможності вугілля

Для зниження зольності вугілля, що видобувається в межах технологічної схеми виїмкової дільниці можуть використовуватися наступні техніко-технологічні заходи: застосування роздільної виїмки вугілля і породи; вибір засобів управління покрівлею і кріплення лави, які відповідають конкретним гірничо-геологічними умовами, перш за все, по опору, щільності посадкового і привибійного кріплення; застосування спеціальних заходів щодо запобігання обвалення нестійких порід покрівлі; огородження нестійких порід покрівлі залишенням захисних пачок вугілля; забезпечення оптимальних параметрів переходу геологічних порушень або їх обхід в тих умовах, де це можливо;

збільшення швидкості посування лави; заміна обладнання очисного забою на нове, що дозволяє знизити величину вимушеної присечки порід покрівлі або ґрунту. Розроблена модель процесу забезпечення конкурентоспроможності вугледобувних підприємств представлена на рисунку.

Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності вугледобувних підприємств на основі взаємодії технічних рішень з вдосконалення технології видобутку з урахуванням якості вугілля та збуту продукції має стати одним з ключових завдань сучасного вуглевидобутку. Ефективна організації біржової торгівлі з формуванням цін на вугільну продукцію на основі балансу попиту та пропозицій, буде сприяти стійкому розвитку вугільної галузі.

**Федулова С.О.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри економіки промисловості та організації виробництва ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ПРОБЛЕМИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ВОДНИХ РЕСУРСІВ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗМІН

Кардинальні зміни інституційних умов у державі, послаблення системи державного управління, багаторазове зменшенням обсягів фінансування водогосподарських заходів створили значні проблеми в управлінні водогосподарським комплексом. Існуючі умови інтеграційних змін в Україні вимагають трансформувати командно-адміністративну модель управління водним сектором у мобільний сегмент національного господарства шляхом децентралізації системи управління водокористуванням, інституціоналізації ринкових методів управління та здійснення системних заходів щодо капіталізації водних ресурсів.

Говорячи про капіталізації водних ресурсів, треба визначити, що необхідно сформувати вартість водних ресурсів. Дослідження вартості водних ресурсів вказує, що сьогодні в Україні неможливо визначити таку вартість, тому що не існує ринку водних ресурсів, що суттєво гальмує розвиток водогосподарського комплексу економіки. Відсутність ринку водних ресурсів нам підтверджує і аналіз обсягу реалізованої промислової продукції в Україні за 2015 рік (табл. 1). З таблиці 1 ми бачимо, що питома вага такої промислової продукції як водопостачання; каналізація, поводження з відходами складає всього 1,2% від усієї реалізованої продукції, що і вказує на відсутність ринку водних ресурсів.

Україна володіє значним обсягом водних ресурсів, але нераціональне їх використання та неефективне управління не дає змоги створювати власні ринки ресурсів та виходити на міжнародні ринки.

Таблиця 1

Обсяг реалізованої промислової продукції за основними видами діяльності за січень–листопад 2015 року [1]

| Показник | Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг) без ПДВ та акцизу | |
|---|---|---|
| | млн грн | у % до всієї реалізованої продукції |
| Промисловість (B+C+D+E за КВЕД-2010) | 1351374,7 | 100 |
| 1. Добувна та переробна промисловість | 1084756,0 | 80,3 |
| Добувна промисловість | 165214,4 | 12,2 |
| Переробна промисловість | 919541,6 | 68,1 |
| 2. Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря | 251009,2 | 18,5 |
| 3. Водопостачання; каналізація, поводження з відходами | 15609,5 | 1,2 |

У 2014 р. в Україні для потреб водопостачання населення і галузей економіки забрано 8,71 млрд м³ води [2], з них 68% у басейні Дніпра, близько 11% – Сіверського Дінця, 4% – Дністра, 3% – Південного Бугу і 7% – Дунаю. Найбільшими водоспоживачами у розрізі регіонів є Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Київська, Херсонська області, на які припадає 63,26% сумарного обсягу водоспоживання (рис. 1).

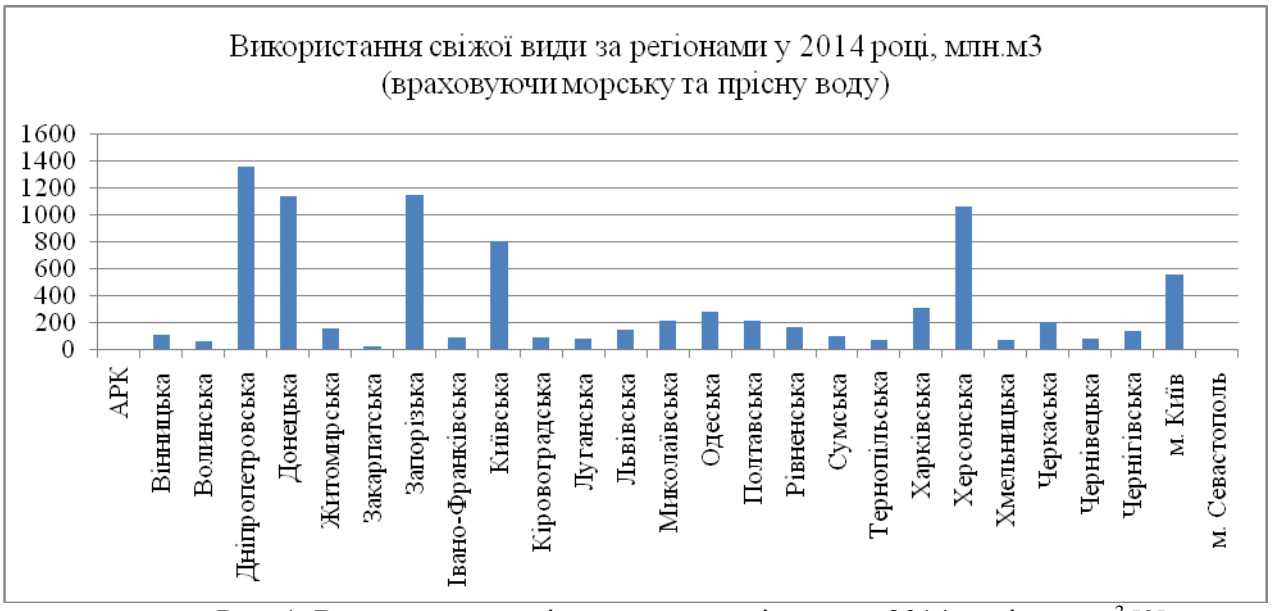



Рис. 1. Використання свіжої води за регіонами у 2014 році, млн м$^3$ [2]

Даний рисунок нам наочно вказує на те, що в Дніпропетровській, Донецькій, Запорізькій, Київській та Херсонській областях потенційно можуть сформуватися великі ринки водних ресурсів, що зможуть дати значний ефект від здійснення системних заходів щодо капіталізації водних ресурсів.

У зв'язку з гострою нестачею води в багатьох країнах вважається, що вода може стати «наступним вуглецем», і очікується, що схеми для оцінки і торгівлі як споживання води, так і її забруднення будуть формалізовані найближчим часом [3]. Сьогодні водна промисловість стає величезним за

обсягом світовим ринком, який можна порівнювати з нафтогазовою сферою і виробництвом електроенергії. За останні роки почали активно формуватися біржові фонди - Exchange-Traded Funds (ETF), які цілеспрямовано інвестують у водну індустрію.

Тому у сучасних умовах господарювання в Україні необхідною умовою досягнення цілей сталого розвитку є активізація процесів капіталізації природних ресурсів. Основою включення природного потенціалу в господарський обіг повинна стати адекватна оцінка водних ресурсів, що зможе перетворити їх у форму фінансового капіталу. Для підвищення рівня капіталізації водних ресурсів в Україні необхідно створити механізм екологозбалансованого водокористування на основі оновленого інституційного середовища, який буде сприяти відтворенню водних ресурсів у формі найпродуктивнішого капіталу.

**Література**

1. Статистичний бюлетень за 2015 рік / За редакцією І.М. Жук. – К.: Державна служба статистики України, 2016. – 101 с.

2. Статистичний щорічник України за 2014 рік / За редакцією І.М. Жук. – К.: Державна служба статистики України, 2015. – 586 с.

3. Луців О.В. Особливості капіталізації природних ресурсів України / О.В. Луців // Академічний огляд. – 2014. – № 2 (41). – С. 43-50.

**Чорна Д.В.**
*магістрант групи 5-КІБ-3 кафедри теоретичної та прикладої економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Дубницький В.І.**
*д.е.н., проф., академік АЕН України, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Роздрібна торгівля – це сфера підприємницької діяльності з реалізації товарів або надання послуг на підставі усного чи письмового договору купівлі-продажу безпосередньо кінцевим споживачам для їх власного некомерційного використання. У ринкових умовах господарювання роздрібна торгівля характеризується все більшим ускладненням структури, що обумовлено розширенням масштабів діяльності, збільшенням кількості структурних елементів і розмаїттям їх зв‘язків між собою і з постачальниками. Усі названі обставини потребують нових підходів до управління підприємствами роздрібної торгівлі і процесом товароруху в цілому. Одним із найважливіших напрямів ефективності функціонування роздрібної торгівлі стає завдання значного удосконалення обліку товарів на підприємствах роздрібної торгівлі.

Сьогодні, коли основну частку у роздрібній торгівлі становлять приватні підприємства, основною їх орієнтацією є отримання прибутку, у цих умовах

закономірною є їх гостра боротьба за захоплення ринкового простору та значне ускладнення організаційних структур. Окреслена ситуація розвивається в умовах мінливого ринкового середовища, що ще більше утруднює умови господарювання підприємств сфери роздрібної торгівлі та вимагає широкого застосування прогресивних інформаційних технологій в управлінському процесі.

Підприємства роздрібної торгівлі перебувають переважно на спрощеній системі оподаткування, яка передбачає зниження податкового навантаження та стимулювання малого підприємництва. Така система може застосовуватися як юридичними, так і фізичними особами, які повинні зареєструватися платниками єдиного податку за умови відповідності певним умовам. Так, суб'єкти господарювання в сфері торгівельної діяльності, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, відносяться переважно до таких груп платників єдиного податку [1]:

1) перша група – фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 20000000 гривень;

2) друга група – фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300000 гривень;

3) третя група – фізичні особи – підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, продаж товарів, за умови, що протягом календарного року кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах не перевищує 10 осіб, а обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень.

Підприємці, які перейшли на спрощену систему оподаткування, сплачують єдиний податок і звільняються від наступних податків: податок на прибуток, податок на доходи фізичних осіб, податок на додану вартість, податок на майно. Єдиний податок надходить до місцевого бюджету і встановлюється для платників першої – другої груп до розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового року. Так, місячна ставка податку для першої групи платників єдиного податку – у межах до 10 відсотків розміру мінімальної заробітної плати (в 2015 році це 121,8 грн); для другої групи платників єдиного податку – у межах до 20 відсотків розміру мінімальної заробітної плати (в 2015 році 243,6 грн). Відсоткова ставка єдиного податку для платників третьої групи встановлюється у розмірі: 1) 2 відсотки доходу – у разі сплати податку на додану вартість; 2) 4 відсотки доходу – у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку. Роздрібна торгівля відноситься до 5 класу (ставка нарахування на заробітну плату становить 36,8%) [2].

Із заробітної плати найманих працівників роботодавець зобов’язаний

також утримувати податок на доходи фізичних осіб (ставка якого 15%) і військовий збір (ставка 1,5%). Не можуть застосовувати спрощену систему оподаткування фізичні особи, які займаються такими видами діяльності: роздрібний продаж підакцизних товарів (алкоголь, сигарети, пиво), торгівля виробами з дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння та інше [1].

У разі здійснення таких видів діяльності підприємці можуть перебувати лише на загальній системі оподаткування і повинні обов'язково застосовувати для здійснення розрахункових операцій реєстратори розрахункових операцій, які мають бути зареєстровані у встановленому порядку. При цьому щоденно друкують на реєстраторах розрахункових операцій фіскальні звітні чеки і зберігають їх у Книгах обліку розрахункових операцій. Такі підприємці зобов'язані оплатити ліцензію, єдиний соціальний внесок та податок на доходи фізичних осіб.

Для вирішення проблем в організації обліку роздрібних підприємств доцільно використовувати методичні рекомендації, що дадуть можливість бухгалтерії підприємства максимально автоматизувати процес обліку товарів в мережі роздрібної торгівлі. Щоб мінімізувати трудові витрати в обліку торгівлі, необхідно розробити програмні продукти, що дадуть змогу зменшити штат працівників бухгалтерії і, відповідно, витрати на заробітну плату, а також максимально автоматизувати бухгалтерський облік.

**Література**

1. Податковий кодекс України. Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua.

2. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Закон України від 08.07.2010 № 2464-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua.

**Чорна Т.О.**
*магістрант групи 5-КІБ-3 кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Стрельченко І.І.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ПОБУДОВА ІНДИКАТОРІВ ЗАКРИТТЯ ЗБИТКОВОЇ ПОЗИЦІЇ (STOP-LOSS) НА ОСНОВІ НЕЛІНІЙНОГО ПІДХОДУ

Ризик обмінного курсу є наслідком постійної зміни по усьому світу ринкового попиту та пропозиції на валюту, що знаходиться в обігу. Для скорочення втрат і забезпечення прибутковості валютної позиції, можливі ризики необхідно втримувати в розумних межах. Найбільш розповсюдженим методом хеджування є лімітування позиції (position limit) і лімітування втрат

(loss limit). Ліміти встановлюються з урахуванням політики банків та на основі досвіду трейдерів у певній області діяльності.

Головною практичною метою прогнозування валютного ринку є випереджуване повідомлення про зміну тренду, яке дасть змогу для вчасного реагування з боку учасників ринку.

Використання з цією метою стандартних економетричних моделей не завжди дає бажаний результат, бо спрощення, які накладаються в процесі їх побудови, стирають існуючі в системі оригінальні зв'язки та не відображають структури даних. Окрім цього варто врахувати, що в даному випадку моделювання можливе лише на основі даних єдиного вихідного часового ряду, і відсутні дані про впливаючи фактори, які б мали відповідну частоту.

Спираючись на це, для дослідження був обраний підхід на основі методів нелінійної динаміки. В основі їх використання лежить теорема Такенса про вкладення [1]. Згідно з нею скалярний вимір $s(t) = h(x(t)): \Re^k \rightarrow \Re$, який залежить від загальної динаміки системи, може бути відновлений в $d$-розмірний вектор:

$$y(t) = [s(t), s(t + T), s(t + 2T),..., s(t + (d - 1)T)], \quad (1)$$

де число $m > 0$ і $T = m \cdot \tau$ називається часовим лагом. У випадку якщо $d$ є достатньо великим, векторний ряд $y(t)$ відтворює більшість важливих характеристик вихідного ряду $x(t)$. Немає необхідності кожен раз повертатись до вихідного векторного ряду, щоб проаналізувати системні властивості даних. Скалярна функція $s(t)$, яка описує систему – все, що необхідно.

Моделювання було проведено за допомогою пакету TSTools. Була перевірена наявність у обраних даних детермінованого хаосу. Хаотична структура була виявлена лише у двох з досліджуваних систем: часовий ряд прямих котирувань євро/долар США та англійський фунт/долар США.

Також були визначені основні нелінійні характеристики досліджуваних курсів валют, такі як кореляційна розмірність, перший локальний мінімуму, розмірність вкладення. Для обох систем мінімальна розмірність вкладення склала п'ять. За отриманими результатами відновлені аттрактори для розмірності вкладення три.

При побудові прогнозу був врахований часовий горизонт, що визначається за максимальною експонентою Ляпунова. Отримані результати говорять про приблизний період прогнозування у дві хвилини для євро та десять хвилин для англійського фунту стерлінгів.

Побудовані прогнози були порівняні з стандартним індикатором технічного аналізу – ковзною середньою [2]. В обох випадках, якщо розглядати отриманий результат в якості осцилятора, сигнали на купівлю/продаж поступають набагато раніше ніж за середньою (рис. 1-2).

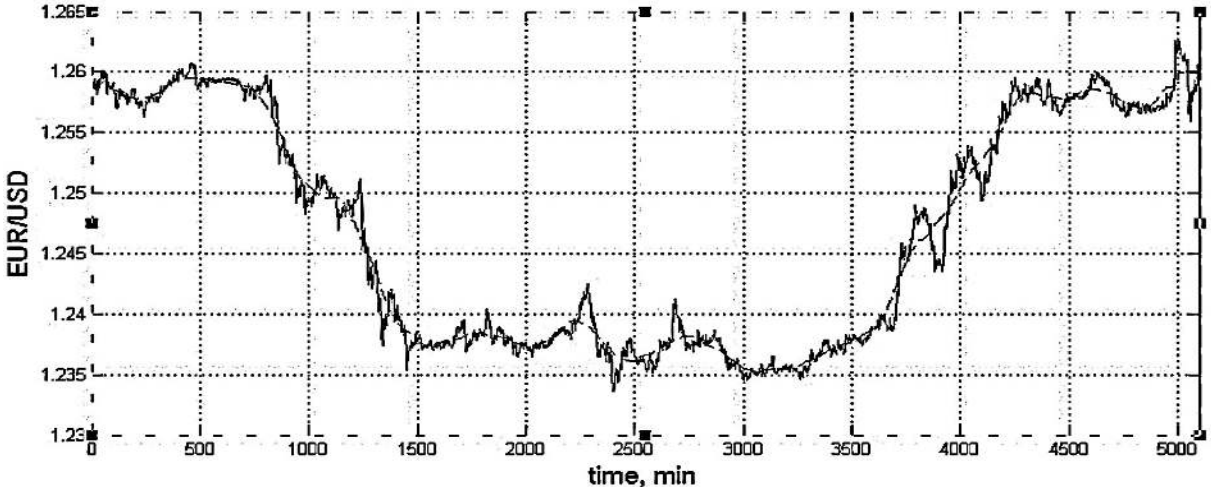



Рис. 1. Загальний вигляд оцінки курсу валюти за допомогою індикатора – ковзної середньої

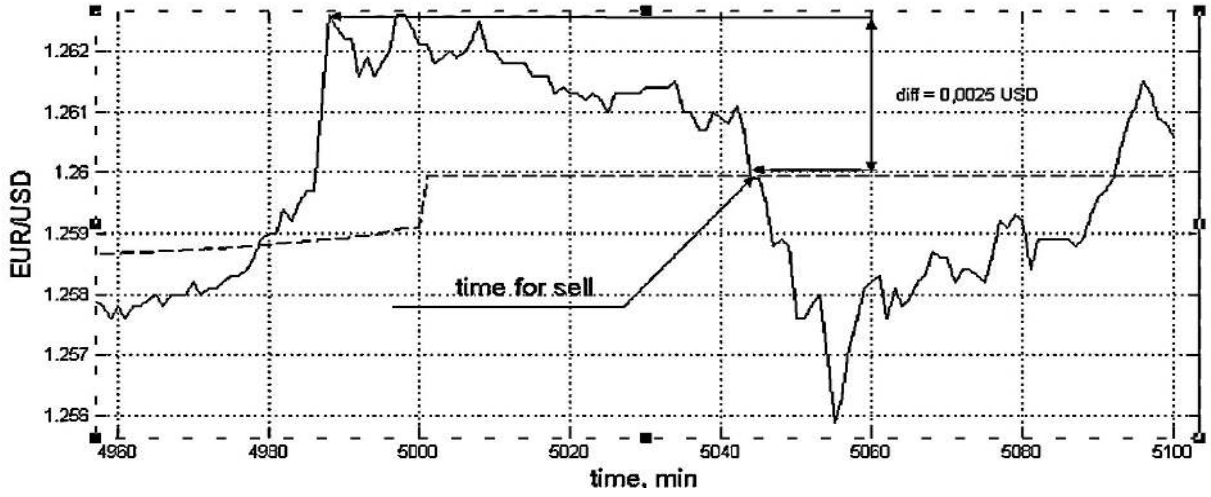



Рис. 2. Наближений фрагмент індикатора для обраного горизонту прогнозу

Поряд з цим слід відмітити недостатню вивченість алгоритмів застосування методів нелінійної динаміки та стандартних числових процедур для розрахунку основних показників необхідних для прогнозу.

## Література

1. Takens F. Detecting strange attractor in turbulence. – In: Dynamical Systems and Turbulence. Lecture Notes in Mathimatics/Eds D.A. Rand, L.-S. Young.– Berlin: Springer-Verlag, 1980. – V.898. – P. 366-381.

2. Роберт В. Колби и Томас А. Мейерс. Энциклопедия технических индикаторов рынка. – М.: Альпина, 1998.

**Бакута А.В.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту і фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Гуслова Я.О.**
*студентка*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# КІЛЬКІСНО-ЯКІСНІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Як свідчить досвід провідних країн світу, основним засобом виживання підприємства в кризових умовах виступає антикризове управління, спрямоване на передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів й усунення загроз появи кризових ситуацій. Але в системі вітчизняного менеджменту недостатньо ефективно використовуються можливості антикризової складової в управлінні підприємствами. Тому потребують узагальнення наукові дослідження з основних завдань теорії антикризового управління підприємством – розроблення науково обґрунтованих моделей превентивної діагностики фінансового стану промислового підприємства, з визначенням показників, які дозволяють здійснювати диференційований підхід до оцінки ймовірності фінансової неспроможності та банкрутства підприємства.

Проблеми антикризового управління підприємствами найбільш повно висвітлено в наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: Р. Акоффа, І. Ансоффа, Є. Брігхема, І. Бланка, О. Бондара, П. Дойля, М. Кизима, Т. Клебанової, Є. Майєра, О. Раєвнєвої, Г. Саймона, О. Терещенка та інших.

Таблиця 1

Типові методики оцінки фінансового стану підприємств

| Назва методики | Установа, що видала, рік |
|---|---|
| 1. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій | Агентство з питань банкрутства, 1997 рік |
| 2. Методичні рекомендації з аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій | Державна податкова адміністрація України, 1998 |
| 3. Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації | Міністерство фінансів України та Фонд державного майна України, |
| 4. Методика оцінки кредитоспроможності позичальника | Ощадбанк, 2000 |
| 5. Методичні рекомендації щодо проведення аналізу фінансового стану підприємства-боржника при отриманні відстрочок (розстрочок) | Державна податкова адміністрація України, 1998 |
| 6. Методика оцінки фінансового стану та визначення класу позичальника – юридичної особи | Промінвестбанк України, 2001 |
| 7. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи | Міністерство економіки України, 2006 |
| 8. Методика оцінки кредитоспроможності позичальника | Укрексімбанк, 1999 |

Згідно з рекомендаціями Терещенко О.О. [1, с. 88] в таблиці 1 відображено доповнені авторами типові методики оцінки фінансового стану підприємств, які свідчать, що фінансовий аналіз проводиться здебільшого з використанням інформації, яка міститься в трьох основних формах фінансової звітності: «Баланс» (форма № 1), «Звіт про фінансові результати» (форма № 2) та «Звіт про рух грошових коштів» (форма № 3).

Зважаючи на недоліки (викривлення результатів аналізу, не передбачення критичних чи орієнтовних значень), а також на певну похибку, притаманну будь-якій прогнозній оцінці, застосування згаданих методик на практиці має своїм наслідком високий рівень помилковості оцінки ймовірності настання фінансової кризи та прийняття хибних фінансових рішень, уникнення яких уможливлюється застосуванням сучасних економетричних методів аналізу, найефективнішим у цьому плані є методологія дискримінантного аналізу.

Фінансистам усього світу відома модель однофакторного дискримінантного аналізу – система показників Бівера (1966, США) для діагностування фінансового стану підприємств та організацій.

Головним суперечливим моментом однофакторного дискримінантного аналізу є те, що значення окремих показників може свідчити про позитивний розвиток підприємства, а інших – про незадовільний. Така ситуація унеможливлює об'єктивне прогнозування банкрутства.

Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є застосування багатофакторного дискримінантного аналізу для якого найчастіше використовується модель Альтмана (1968, США), адаптовану (1983) до умов перехідної економіки [2, с. 146-151].

Російські економісти Р.С. Сайфулін та Г.Г. Кадиков розрахували комплексний показник, що передбачає кризу підприємства або метод рейтингової оцінки фінансового стану підприємства (рейтингове число =1 – задовільне фінансове становище підприємства, якщо >1 – фінансове становище незадовільне).

Вченими Іркутської державної економічної академії запропонована чотирьохфакторна модель, за якою вірогідність банкрутства підприємства визначається відповідно до значення моделі R.

Альтернативним методом прогнозування банкрутства є суб’єктивний аналіз, що припускає експертну оцінку ризику підприємства на основі розроблених стандартів. Це так званий метод бальної оцінки або метод А-рахунку (показник Аргенті).

Показник Аргенті (А-рахунок) характеризує кризу управління. Згідно з даною методикою, дослідження починається з припущень, що йде процес, який веде до банкрутства, процес цей для свого завершення вимагає декілька років, процес може бути розділений на три стадії [3, с. 10-11].

Модель Аргенті враховує не тільки економічні, але й соціальні причини банкрутства. Безсумнівною перевагою наведеного якісного методу є його системний і комплексний підходи до прогнозування кризових явищ.

Під банкрутством прийнято розуміти фінансову кризу, але фірма може

відчувати економічну кризу й кризу управління. Відповідно, різні методики передбачають різні види криз, а результати, одержані з їх допомогою відчутно різняться. Розуміючи механізм банкрутства як юридичне визнання такого процесу, дані методики умовно можна назвати методиками передбачення банкрутства. Однак, жодна з них не може претендувати на використання в якості універсальної, тому видається доцільним відстеження динаміки зміни результуючих показників по декількох з них. Вибір конкретних методик, очевидно, повинен диктуватися особливостями галузі, в якій працює підприємство.

**Література**

1. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004.-268 с.

2. Особливості використання дискримінантних моделей прогнозування банкрутства підприємств в умовах української економіки / А.В. Череп, М.С. Євтушенко // Вісник економічної науки. – 2010. – № 1 (17). – С. 252.

3. Картохіна Н.В. Діагностика фінансового стану підприємства як основи для прийняття рішень у системі антикризового управління //Формування ринкових відносин в Україні. –2008.-№ 9.– С. 188.

**Білоброва О.В**

*ст. викладач кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ПЕРЕТВОРЕННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ІННОВАЦІЇ

Очевидно, що XXI століття це епоха високих технологій, тому роль і запорука динамічного розвитку кожної країни у світовій економіці і політиці визначатиметься тим, наскільки вона цими технологіями володіє. Для української економіки рішення проблеми постійного науково-технічного оновлення є основою ринкової дієздатності.

В ситуації, що склалася зараз у виробничій сфері країни, інноваційний процес слід розглядати, як найважливіший засіб виходу з кризи, а формування нової інноваційної інфраструктури, як фактор антикризового управління. Сьогодні вкрай важливо створити в Україні сприятливі умови для того щоб підприємцю було вигідно займатися розробкою і впровадженням інноваційної продукції.

Які ж перешкоди стоять перед інноваційним бізнесом? Коротко: по-перше, – нерозвиненість попиту на інноваційну продукцію; по-друге, брак довгострокових фінансових ресурсів, по-третє, недосконаліть законодавчої бази [1]. І, нарешті, в країні існує серйозна кадрова проблема – університети практично не готують фахівців для даної сфери. Потрібні кваліфіковані кадри, які налагодять надійний зв'язок між науковими розробниками, інвестиціями та

споживачами, тобто сформують ефективну систему виявлення та комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності.

У зв'язку з цим, видається актуальним розглянути досвід Європейского союзу (ЄС), де була зроблена спроба поширити в вузах і наукових організаціях основоположні принципи системи управління інтелектуальною власністю (ІВ).

У 2008 р Європейською комісією був розроблений комплекс заходів, що спрямовані на вдосконалення та гармонізацію процесів управління ІВ, що створюється в університетах і державних дослідницьких організаціях. Документ отримав назву «Рекомендації з управління інтелектуальною власністю при здійсненні діяльності з передачі знань та Кодекс практик для університетів та інших державних дослідницьких організацій» [2] (далі – Рекомендації Єврокомісії). Зазначені рекомендації повинні враховуватися країнами - членами Євросоюзу при розробці національної політики в сфері ІВ і прийнятті відповідних нормативних актів.

У документі зазначено, що ефективна передача знаній (ІВ) є вирішальним елементом в процесі перетворення результатів наукових досліджень в інновації, що здатні підвищити якість життя і промислову конкурентоздатність країни. Реалізується комплексний підхід, який передбачає формування і розвиток системи управління ІВ відразу на двох рівнях - на державному рівні і на рівні конкретних суб'єктів дослідницької діяльності. Це дозволяє, з одного боку, забезпечити гармонізацію механізмів, використовуваних різними університетами при управлінні інтелектуальними правами, з іншого – зберегти за ними свободу у вирішенні питань, що потребують індивідуального підходу.

Аналізуючи положення документа, розробленого Єврокомісією, варто звернути увагу на два важливих аспекти. По перше: «Поряд з необхідністю підвищення уваги до питань управління інтелектуальною власністю слід розуміти, що вилучення доходу від комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності не є основною метою діяльності університетів і державних дослідних організацій» [2]. Тобто, слід пам'ятати, що така діяльність є другорядною стосовно до освітньої та науково-дослідної. По-друге, Єврокомісія рекомендує університетам і державним дослідним організаціям стежити за досягненнями своїх колег в галузі управління ІВ, виявляти найбільш успішний досвід, тобто мати можливість використовувати успішні практики, усталені в вузах, близьких їм по науковому профілю, формі організації або регіональної приналежності.

Отже, досліджуючи європейський досвід, можна стверджувати:

– університети і державні дослідні організації можуть і повинні стати ядром інноваційної інфраструктури України;

– пріоритетний розвиток інноваційної інфраструктури університетів дозволить активізувати науково технічний ресурс країни в цілому;

– університети і державні дослідні організації вельми динамічний і гнучкий інструмент інноваційної політики, відкритий для співпраці з державним і приватним капіталом і банками.

Слід зауважити, що збільшення числа комерціалізованих розробок –

фактор, що забезпечує не тільки приплив до вищого навчального закладу додаткових фінансових коштів, але і сприяє підвищенню престижу вузу і як суб'єкта науково-дослідницької діяльності, і як освітнього закладу.

**Література**

1. О.В. Білоброва, В.В. Гаркуша. Оцінка інноваційної спрямованості структурних зрушень у національній економіці // II Международная научно-практическая конференция “Актуальные проблемы экономики и менеджмента: теоретические и практические аспекты”. – Хмельницкий. – 2011. – Том 2, С. 209–212.

2. Commission Recommendation on the management of intellectual property in knowledge transfer activities and Code of Practice for universities and other public research organisations // Европейская комиссия, официальный сайт. URL: https://ec.europa.eu/research/era/docs/en/knowledge-sharing-european-commission-1329-2008-en-pub.pdf.

**Гайдар І.В.**
*студентка*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Стрельченко І.І.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ТРЬОХ ОСНОВНИХ МОДЕЛЕЙ: АМЕРИКАНСЬКОЇ, ЯПОНСЬКОЇ ТА ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКОЇ

Глибокі зміни в політичній, економічній, соціальній сферах, що відбуваються в Україні, спрямовані на становлення нової економічної системи, заснованої на ринкових відносинах. Ринкові відносини в повній мірі входять і в управління трудовими ресурсами підприємств. Ключовими технологіями ринкової економіки в галузі трудових ресурсів є менеджмент персоналу, мотивація та управління організацією. Вивчення проблеми ефективності управління персоналом має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє та чи інша людина своє місце у трудовому процесі, та у діяльності підприємства і якими мотивами вона керується, залежить її ставлення до роботи. Тому вивчення механізмів та інструментів управління персоналом і організацією загального підвищення ефективності праці дає змогу виробити політику підприємства в досліджуваній галузі.

Організація управління персоналом не може бути дієвою без застосування сучасних методів і форм керівництва підприємством, чи будь якою іншою структурою.

Наприклад, у США менеджер самостійно ухвалює рішення і бере на себе особисту відповідальність за успіх чи поразку. Це – частина індивідуалістичної природи, яка домінує в американській культурі. Індивідів оцінюють за їхніми особистими показниками, а не згідно з груповою оцінкою, що посилює тенденцію до ухвалення управляючим усіх рішень і до прийняття ним на себе всієї відповідальності.

Американський менеджер зосереджується на окремих проблемах своєї організації, а не на загальному добробуті. Це призводить до конфліктів між підрозділами організації й постійної потреби у розв'язанні цих конфліктів на вищих рівнях управління. Має бути зрозумілим, що американська модель управління у багатьох відношеннях узгоджується з деякими класичними характерними особливостями бюрократії, описаними Максом Вебером [1, с. 414]. Як наслідок, дії менеджерів і на підприємствах, і в державних організаціях опираються на ту саму філософську основу.

Щодо японських підприємств, керівники, поєднуючи застосування традиційних методів управління з теоріями і методами американського менеджменту, беручи до уваги досягнення намагалися знайти новий японський шлях розвитку.

В результаті основні риси японської системи управління визначає ряд концепцій, відсутніх в американській моделі. Найважливішими з них є система довічного найму і процес колективного прийняття рішень.

Японське суспільство загалом однорідне і пронизане духом колективізму. Японці завжди мислять від імені груп. Особистість усвідомлює себе, насамперед, як члена групи, а свою індивідуальність – як унікальність частини цілого. Японці відкриті до нових ідей. Вони постійно вчаться на чужих помилках і отримують вигоду з чужого досвіду. Вони уважно спостерігають за подіями в світі і систематично вивчають інформацію за кордону, запозичуючи і швидко засвоюючи нові технологічні методи і процеси. Японські робітники не чинять опір впровадженню новинок науково-технічного прогресу. Інновація – основа економічного зростання, і японці їй щиро віддані.

Службовець, що перейшов в іншу компанію, втрачає виробничий стаж й починає все спочатку. Робітники, що міняють місце роботи, дискримінуються відносно оплати праці, пільг, пенсії; їх розглядають як людей другого сорту [2, с. 116].

Для європейського менеджменту типовою є концентрація зусиль на роботі з персоналом фірми. Нині вартість підприємства все частіше визначається за допомогою правила «5М»: «Men» (люди), «Money» (гроші), «Machines» (обладнання), «Materials» (сировина), «Market» (ринок), що доводить винятковість людського фактора порівняно з іншими факторами виробництва. Якщо американські фірми, орієнтуючись на індивідуальність і відповідальність, пов'язують оплату праці керівництва підрозділу з результатами його роботи, то в європейських фірмах такої залежності нема. Це зумовлено побоюванням щодо її негативного впливу на психологічний клімат в організації.

Отже, західноєвропейський менеджмент розвивається у руслі загальних тенденцій, характерних для менеджменту як загальносвітового явища: створення мультидивізіональних структур управління, підвищення ролі людського фактора в управлінні та виробництві, реалізація відносин лідерства в колективі, застосування «м'яких» способів впливу на людей [3, 208 с.].

В результаті проведеного дослідження, що передбачало анкетування статистичної вибірки з 30 респондентів та відповідь ними на наступне питання: «Ви працювали б за 25 грн/год, або ж тільки робили вигляд?». Була отримана наступна статистика:

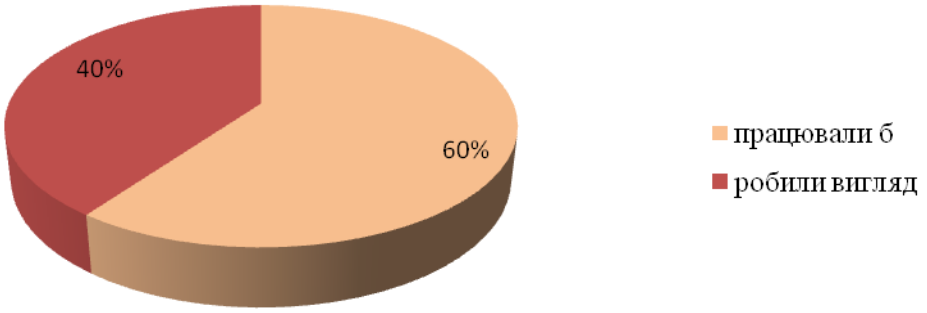



Рис. 1. Результати анкетування статистичної вибірки з 30 респондентів

Кожен обґрунтовував свій вибір по-різному, але більшість зійшлася на тому, що оплата праці має залежати від об’єму виконаних робіт.

І справді, ми побачили, що за одну і ту ж ставку, у нашому випадку – це 25 грн/год, працювало би тільки 18 із 30 чол., тобто підприємство функціонувало б тільки на 60%. Але 24 із 30 чол. згодні працювати за оплату конкретного завдання чи роботи, бо робітник може спочатку оцінити свої можливості та вартість своїх старань. І справді, за ставку одні будуть сумлінно працювати, а інші просто відтягувати час. Одним словом, це несправедливо по відношенню до чесних робітників, бо в перспективі вони також можуть перестати працювати за ці гроші.

Розглянуті моделі управління персоналом мають свої специфічні національні риси, які сформувалися під впливом історико-культурних чинників, кожна з них має свої недоліки і переваги. Для підвищення ефективності діяльності сучасних підприємств можливо використовувати симбіоз декількох моделей в залежності від виду діяльності. Так, на Заході широко і досить успішно впроваджуються японські системи управління персоналом. Тому важливо пам'ятати, що керівник підприємства вільний встановити такі взаємини фірми і працівника, які найбільш підходять цілям фірми.

Виходячи з результатів опитування, для України було б доцільним перейти на американську модель управління персоналом. Кожен працюватиме на результат, а не на час, тому підприємства будуть функціонувати по максимуму, між робітниками буде легка конкуренція, яка призведе до саморозвитку та самовдосконалення, ніхто не зможе перекладати свою роботу на іншого, все буде справедливо та чесно.

**Література**

1. Кузьмін О. Основи менеджменту: Підручник/ Олег Кузьмін, Ольга Мельник,. – К.: Академвидав, 2003.
2. Как работают Японские предприятия / Сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1989.
3. Монден Я. Тоёта: Методы эффективного управления / Сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1989.

**Гончарук П.А.**
*к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності*
*Запорізького національного технічного університету*
*м. Запоріжжя, Україна*

## ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНОГО МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Питання економічного розвитку підприємств металургії за допомогою покращення конкурентоспроможності виробленої продукції при наявній різноманітності підходів охоплює досить широке коло всебічної життєдіяльності суспільства. Завдяки цьому цей важливий напрямок суспільного розвитку є предметом уваги широкого кола науковців, підприємців, а також державних діячів та міжнародної ділової спільноти. Посилення конкурентного протистояння в процесі реалізації власної продукції, боротьба за свою нішу в світовому ринковому просторі спонукає управлінський апарат суб'єктів господарювання знаходити нові шляхи для випуску сучасної економічної продукції, чого можна досягти насамперед за умови дотримання світових стандартів якості.

Недостатній рівень конкурентоспроможності національного товаровиробника в сфері якості промислової продукції, необґрунтованість цінової політики, значні витрати на експлуатацію, вузький асортимент та неефективна система менеджменту якості є однією з головних причин витіснення українського товаровиробника на міжнародному ринку та втрати своїх позицій на внутрішньому ринку. В нашій державі питання формування конкурентоспроможності національної продукції є значно актуальнішими, ніж для багатьох країн світу. Низький рівень конкурентоспроможності значної частини використовуваних технологій, якості продукції перешкоджають інтеграції до світової господарської системи.

Конкуренція є однією із найбільш сутнісних характеристик ринку та механізмом своєчасного регулювання виробництва продукції. Конкуренцію можна характеризувати як базу всього ринкового механізму, новим типом відносин між виробниками у площині ціноутворення, формування обсягів представлених товарів на ринку та їх належного подальшого сервісного обслуговування. У сфері економіки конкуренція – це змагання виробників подібної продукції на ринку за розширення кола споживачів та отримання

бажаного прибутку в найближчому періоді та на перспективу. Підґрунтям будь-яких конкурентних процесів є можливість вільного вибору, що проявляється у бажанні кожного виробника мати особисто для себе певний дохід. Зазвичай конкуренція може тлумачитись як представлення на ринку значної кількості продукції незалежних один від одного виробників та споживачів.

Для розвитку металургійної галузі України та формування конкурентоспроможної продукції наявні всі сприятливі як економічні, так і природно-географічні умови, які впливають на її розвиток, зокрема: продукція користується попитом на внутрішньому ринку, наявність багатих сировинних ресурсів, суттєві запаси корисних копалин залізних та марганцевих руд, а також запаси кам'яного вугілля, високий рівень кваліфікації людського потенціалу, наявність сучасної транспортної логістичної розв'язки, наявність водойм з необхідним запасом прісної води, можливість отримання електроенергії за оптимальною ціною, стрімкі новації в сфері науково-технічного розвитку.

У сучасних умовах розвитку, вітчизняні металурги стикаються зі складнощами, пов'язаними зі зростанням цін не тільки на сировину, але й, перш за все, на енергоносії. У зв'язку з цим, на підприємствах металургійного комплексу має постійно приділятись увага питанням формування інноваційних підходів щодо впровадження енергозберігаючих технологій, які максимально швидко адаптуються до змін внутрішнього та зовнішнього середовища. Це дозволить знизити витрати на енергоносії, підвищити екологічність, а як наслідок знизити штрафи.

**Література**

1. Марцин В.С. Механізм забезпечення конкурентоспроможності товару та показники її оцінки / В.С. Марцин // Актуальні проблеми економіки. – №1(79) – 2008. – С. 35–44.

2. Борисенко З. Конкурентна політика як передумова ефективності ринку / З. Борисенко // Економіка України. – №5. – 2008. - С. 28–32.

3. Гончарук П. А. Потенціал розвитку Запорізького регіону / П. А. Гончарук // Перший етап модернізації економіки України: досвід та проблеми / О. М. Алимов, О. І. Амоша та ін. ; за заг. ред. В. І. Ляшенка ; ІЕП НАН України, КПУ. – Запоріжжя : КПУ, 2014. – С. 738–742.

4. Гончарук П. А. Пути повышения конкурентоспособности украинских предприятий на международных рынках / П. А. Гончарук // Strategii si politici de management in economia contemporana Prilejuita de implinirea a 70 de ani de la nasterea regretatului prof. univ., dr. hab., mem. 5Coresp. al ASM, Rector ASEM (61994-2001) Eudgen HRISCEV, 28–29 MARTIE 2014, Editura ASEM. – Chisinau, 2014. – С. 203–207.

**Гудкова М.С.**
*аспірант кафедри прикладної економіки*
*ДВНЗ «Національний гірничий університет»*
**Андреюк С.Ф.**
*к.т.н., доц., доцент кафедри менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ НА СТИЛЬ КЕРІВНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВОМ

Туристична галузь на сьогоднішній день стає лідером світової економіки. На частку туризму приходить близько 12% світової валової продукції, більш ніж 30% обсягу послуг світової торгівлі, 11% світових споживчих витрат, 7% загального обсягу інвестицій і 5% пільгових доходів. У сфері туристичних послуг зайнятий кожен десятий робітник, тобто більше ніж 260 млн чоловік. За прогнозами Всесвітньої торгівельної організації до 2020 року очікується зростання туристів на 1561 млн чол., а прибуток від туризму досягне 2 трлн дол. США. Світовий досвід показує що індустрію туризму можна розвивати і в період економічної кризи, тому що витрати на залучення одного робітника у цій галузі в 20 разів менше ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4,2 рази вище ніж в інших галузях господарства. Таким чином, туристична діяльність в теперішніх умовах актуальна, але керівництво фірмою, управлінське мислення і засоби впливу керівника на результати діяльності туристичної фірми повинні враховувати вплив кризових явищ.

Під стилем керівництва розуміється сукупність принципів, методів і способів управління, що застосовує менеджер у повсякденній роботі. Це манера поведінки керівника, тобто як він виконує свої функції, спонукає колектив до ініціативного й творчого виконання покладених на нього завдань та контролює діяльність підлеглих. Стиль це форма реалізації методів керівництва, яку менеджер вибирає відповідно до його особистих, суб'єктивно-психологічних характеристик. Існує помилкове твердження “Чим суворішим є керівник, тим кращою буде робота підлеглих”, однак це далеко не так. Звичайно, влада базується на авторитеті та боязні підлеглого, який у разі невиконання наказу може отримати догану або, навіть, може бути звільненим, але постійний страх погіршує атмосферу у колективі, робить відносини натягнутими та важкими. Саме тому, з точки зору психології, надмірна суворість, яка переростає у тиранію, не робить честі керівнику, а напроти показує про його низку кваліфікацію. Найбільш ефективною є теорія “Кнута та пряника”. У сучасних умовах ведення бізнесу одні туристичні компанії набувають успіху, виходячи на світовий ринок чи розширюють сферу діяльності, тим самим збільшуючи свій капітал, а інші знаходяться на грані банкрутства. На нашу думку, важливою причиною успіху компанії в умовах економічної кризи є ефективне та динамічне керівництво, талановиті та вмілі робітники та вірно обраний стиль керівництва.

Останніми роками, коли командний або авторитарний стиль (який частіше використовувався раніше) визнаний застарілим та негуманним, дуже важливим є питання вибору ефективного стилю керівництва, який міг би поєднувати у собі елементи декількох стилів. Зараз створюються сприятливі можливості для становлення високо результативного стилю керівництва, що до недавнього часу стримувалося, слабкістю демократичних начал в управлінні, пануванням комерційно-бюрократичних прийомів роботи, відсутністю належної особистої відповідальності персоналу та іншими недоліками.

Керівництво як процес можна ототожнити зі своєрідним мистецтвом керування людьми, тобто кожен керівник повинен вміти грамотно розпоряджатися наданими йому робітниками, постійно вдосконалювати свої вміння та навички у цій сфері, а також працювати над собою та займатися самовдосконаленням для того щоб бути для підлеглих прикладом, а не жорстоким тираном, один вигляд якого може викликати у них жах. У наш час дуже популярною є точка зору, що найбільш вдалим є вибір демократичного стилю керівництва. Однак, слід зазначити, що демократія повинна мати межі, бо коли керівник забуває про субординацію та встановлює у колективі дружньо-братські відносини, то це може призвести до анархії.

Управлінське мислення і засоби впливу керівника на результати діяльності організації повинні змінюватися в напрямі від одновимірного до багатовимірного стилю управління. Успішний менеджер повинен розробити свій власний стиль керівництва, який поєднує вже існуючі стилі, має у собі елементи демократичного, авторитарного та ліберального стилів, а також внести до цього стиля щось своє, користуючись власним досвідом. У цьому випадку влада базується не на страху, а на авторитеті керівника серед його підлеглих та на повазі до нього. Стиль управління, прийнятий керівником, в якихось випадках може бути постійним, але при зміні ситуації можливе його коригування та адаптація, зокрема при стресовій або конфліктній ситуації.

Сучасні керівники повинні приділяти увагу створенню свого іміджу. Для цього необхідне знати не тільки основні його складові та шляхи їх формування, а й уміти на практиці використовувати психологічні та поведінкові прийоми, тому що від того, яка думка складеться про керівника залежить успіх всього підприємства. Сучасна ситуація, що склалася в сфері туризму, вимагає від менеджера не тільки високого професіоналізму, компетентності, а й глибоких знань психології. Менеджер повинен в першу чергу розібратися в собі, визначити особисті цілі, цінності, тільки після цього він зможе керувати іншими людьми. Він повинен постійно вдосконалюватися, бути в постійному русі, пошуку, знати і розуміти людей, вміти з ними спілкуватися. Все це проявляється через стиль управління, який повинен відповідати особистим уподобанням і ситуації, що склалася в колективі і в компанії. Тільки враховуючи всі вимоги і можливі перешкоди на шляху до успіху, менеджер може домогтися дійсно високих результатів.

Таким чином, сучасний менеджер туризму повинен відповідати наступним вимогам: високий професіоналізм і компетентність в управлінні

персоналом; особлива професійна підготовка; вміння спілкуватися з людьми, розбиратися в психології; вміння будувати професійні взаємодії на основі знань про індивідуально – психологічні особливості, потреби та мотиви поведінки персоналу.

**Драчук Ю.З.**
*д.е.н., професор, провідний науковий співробітник*
**Трушкіна Н.В.**
*магістр з економіки, в.о. наукового співробітника*
**Косарєв В.В.**
*пошукувач*
*відділ проблем перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу Інституту економіки промисловості НАН України, м. Київ, Україна*

## ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПРОМИСЛОВОСТІ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД

*Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи ІЕП НАН України «Розвиток публічно-приватного партнерства у процесі модернізації вугільної промисловості та теплової енергетики» (№ держреєстрації 0115U001638).*

Соціально-економічний розвиток країн ЄС у сучасних умовах посилення глобалізаційних та інтеграційних процесів вимагає нових підходів, які можуть забезпечити підвищення їх рівня конкурентоспроможності. Для підтримки та стимулювання економічного зростання національних економік необхідна політика, реалізація якої дозволить формувати сприятливі умови для інновацій і забезпечити впровадження нового виду бізнесу та розробку інноваційних рішень з використанням інформаційних технологій.

Розвиток інноваційних процесів промисловості на засадах публічно-приватного партнерства (ППП) у країнах Європейського Союзу здійснюється з використанням економічних методів: захисту інтелектуальної власності та підвищенні ефективності патентної системи; спрощенні адміністративних вимог до створення наукоємних компаній; удосконаленні нормативної бази; підвищенні мобільності наукових кадрів; інноваційній орієнтації програм НДДКР; стимулюванні в рамках регіональної інноваційної системи інтеграції науково-дослідних і виробничих підприємств; персональному стимулюванні провідних учених в інноваційній діяльності [1].

У розвиненій ринковій економіці ряду країн створено ефективні державні, економічні, адміністративні механізми підтримки інновацій. До прямих методів стимулювання інноваційного розвитку промисловості віднесено бюджетне фінансування НДДКР; кредитування; субсидування частини відсоткових ставок за кредитами на НДДКР; надання в користування державної площі на пільгових умовах для здійснення інноваційної діяльності;

державні замовлення. З непрямих методів стимулювання інноваційного розвитку використовуються кредитна та фінансова політика; лібералізація податкового та амортизаційного законодавства; податкове, амортизаційне та цінове регулювання; належна підготовка професійних кадрів; створення науково-технічної інфраструктури [2].

З європейського досвіду, урядами держав-членів ЄС значну увагу приділено проведенню ефективної політики у сфері інновацій та науково-технічній сфері з урахуванням економічних інструментів, де основними цілями є реалізація збалансованого комплексу заходів в рамках інноваційної політики, створення ефективних механізмів стимулювання технологічної модернізації всіх галузей промисловості. Удосконалення інноваційної політики в країнах ЄС відбувається за напрямами координації та оцінки інтегрованої інноваційної політики; поліпшенні політики в галузі державних наукових досліджень, комерціалізації та розвитку малих і середніх інноваційних компаній; технологічної політики [3, с. 45].

У проведенні інноваційної політики в багатьох країнах все більшого значення набуває створення системи регулярного моніторингу стану інноваційної системи, а також оцінки результативності та ефективності реалізації як окремих напрямів інноваційної політики, так і всієї інноваційної стратегії в цілому. Для цього розробляються нові методи оцінки цільових програм у сфері інноваційної політики – оцінки конкурентоспроможності наукових досліджень та їх внеску до соціально-економічного розвитку країни. У рамках фінансування інноваційної діяльності компаній використовується пряма фінансова підтримка – для перспективних проектів розробки нових продуктів і технологій або придбання сучасних технологій.

Із зарубіжного досвіду виокремлено економічні механізми стимулювання розвитку інноваційних процесів промисловості країн ЄС на засадах ППП:

– введення на національному рівні податкових пільг для інноваційних підприємств; серед податкових пільг – знижки на капітальні інвестиції в нове обладнання; знижки з податку на прибуток у розмірі витрат на НДДКР; створення за рахунок прибутку фондів спеціального призначення, неоподаткованих податком; обкладання прибутку за зниженими ставками; віднесення до поточних витрат на окремі види обладнання (для бельгійських компаній розмір податкової знижки при цьому становить 13,5%) [2];

– впровадження стратегії налагодження і підтримки діалогу між державою і приватним сектором. У Великобританії ключовим механізмом державної підтримки розвитку науки і високих технологій є застосування податкових пільг для організацій, що займаються дослідженнями і розробками – розмір пільги залежить від величини компанії та становить: 150% від витрат на дослідження і розробки для малих і середніх компаній, 125% від витрат на дослідження і розробки для великих компаній, що додатково мають право користуватися прискореною амортизацією з окремого виду придбаних основних засобів для досліджень і розробок [4, с. 3, 4];

– удосконалення податкового законодавства – основним заходом, спрямованим на заохочення проведення досліджень, є податкові відрахування на дослідження (30% від витрат підприємства на НДДКР у межах 100 млн євро, плюс 5% від витрат понад цієї суми); податкові пільги щодо витрат на патенти; особливий податковий режим для ряду підприємств [4, с. 8];

– впровадження додаткового стимулювання публічно-приватного партнерства за участю університетів і промислових підприємств для розвитку проривних технологій; формування постійного механізму консультування з зацікавленими сторонами для виявлення галузевих потреб і прийняття рішень;

– реалізація комплексу заходів для зростання попиту на інновації, посилення координації інноваційної політики на рівні ЄС; впровадження єдиного патенту в рамках ЄС задля стимулювання інноваційного малого та середнього підприємництва.

Для ефективного інноваційного розвитку промисловості в країнах ЄС на засадах ППП застосовуються механізми інституціонального забезпечення, що базуються на створенні надійної платформи для проведення постійних консультацій з індустріальних питань із зацікавленими сторонами; підвищенні ефективності процесу передачі інноваційних технологій; використанні мережевих можливостей; залученні інвестицій в інноваційні платформи; сприянні процесу спільних інновацій; розвитку принципів політики, що засновано на попиті; впровадженні інноваційних фінансових інструментів; переосмисленні принципу субсидіарності та вдосконаленні управління інноваціями в ЄС.

Таким чином, пріоритетним завданням державної промислової політики Європейського Союзу є створення сприятливих макроекономічних передумов для розвитку та підвищення ефективності інноваційної діяльності, досвід чого може бути прийнято до уваги при можливому використання в Україні.

**Література**

1. Стебеняева Т.В. Анализ зарубежного опыта интеграции науки и производства для развития инновационной деятельности на региональном уровне / Т.В. Стебеняева, Л.Ю. Лазарева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/1832-2012-04-06-04-36-47. – Название с экрана.

2. Клочкова Н.В. Развитие инновационной деятельности: обобщение зарубежного опыта / Н.В. Клочкова, В.О. Бердичевская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vestnik.ispu.ru/sites/vestnik.ispu.ru/files/publications/78-82_1.pdf. – Название с экрана.

3. Драчук Ю.З. Механізми інституціонального забезпечення інноваційного розвитку промисловості в країнах ЄС / Ю.З. Драчук, Н.В. Трушкіна Кримський економічний вісник. – 2013. – № 4 (05). – С. 42–50.

4. Калятин В.О. Опыт Европы, США и Индии в сфере государственной поддержки инноваций / В.О. Калятин, В.Б. Наумов, Т.С. Никифорова // Российский Юридический Журнал. – 2011. – № 1 (76). – С. 1–12.

**Журавель А.О.**
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ ,Україна*
**Яшкіна Н.В.**
*к.т.н., доц., доцент кафедри менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ ,Україна*

# РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК УСПІХУ КРАЇНИ

В умовах соціалізації бізнесу найважливішим чинником зростання економіки країни стає людський капітал. Це визначено тим, що розвиток людського капіталу сприяє економічному процвітанню, підвищенню конкурентоздатності підприємств, зниженню безробіття і зміцненню соціальних зв'язків суспільства.

Одними із перших поняття людського капіталу розкрили Г. Беккер і Т. Шульц. У своїх теоріях вони наголошували на людський капітал, який являється сукупністю людських здібностей (лідерство, комунікативність, талант, освіченість і нестандартне мислення). Іншими словами – вродженні здібності приносять йому дохід, який в свою чергу підвищує рівень економічного розвитку самого підприємства.

В Україні методологічні питання людського розвитку, відтворення та використання людських ресурсів досліджено такими провідними вченими, як О. Амоша, С. Бандур, Д. Богиня, В. Брич, Т. Заяць, А. Колот, Е. Лібанова, Н. Лук'янченко, О. Новікова, В. Онікієнко, Л. Шаульська, Л. Шевченко, Л. Шевчук. Узагальнення поглядів учених дозволяє визначити сутність категорії «людський капітал» як сформований чи розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми певний запас здоров'я, знань, здібностей, досвіду, мотивацій, що цілеспрямовано використовуються в тій чи іншій сфері економічної діяльності, сприяє росту продуктивності праці і завдяки цьому впливає на зростання доходів його власника. Інакше кажучи, людський капітал – це запас розвинутих чи нагромаджених у результаті інвестицій якостей людини, які використовуються в економічній діяльності задля одержання матеріальних і нематеріальних вигід [1, с.40-41].

Таким чином, сутність людського капіталу проявляється у вигляді інвестицій в людські ресурси в очікуванні майбутніх вигід, тобто з метою підвищення їх продуктивності. З економічної точки зору, інвестиції в людський капітал – це витрати, вироблені в соціальній сфері з метою майбутнього збільшення продуктивності праці і сприяють росту майбутніх доходів як окремих носіїв капіталу, так і суспільства в цілому.

У порівнянні з інвестиціями в інші різні форми капіталу, інвестиції в людський капітал є найбільше вигідними як із погляду окремої людини, так і з погляду всього суспільства, тому що дають досить значний за обсягом, тривалий за часом й інтегральний за характером економічний та

соціальний ефект. Поступовий перехід до нових технологій і стандартів, вимагає оновлення кадрів, що пояснюється в процесі виробництва. При цьому конкретні здібності працівника можуть розкритися виключно завдяки використанню інноваційних технологій та інвестування в них [2, с. 65].

Інвестування в людський капітал може здійснюватися на чотирьох рівнях: а) особистісному – для формування людського капіталу окремих осіб; б) мікрорівні – для формування людського капіталу підприємств; в) мезорівні – для формування людського капіталу регіонів і галузей; г) макрорівні – для формування сукупного людського капіталу країни [3].

Безперечно кожний з цих рівнів є важливим для формування суспільства, основу якого визначає соціально активна, інтелектуально розвинена і демократично діюча людина. Але в умовах сьогодення на початковому етапі доцільно зосередитись на особистому та макрорівнях. Це дасть можливість задіяти для інвестування у людський капітал особисті кошти населення та кошти підприємств, що безперечно знизить тиск на бюджет країни.

Ефективне використання людського капіталу на рівні підприємства забезпечує його кадрова політика, вона повинна стимулювати зацікавленість робітників у продуктивній праці, а роботодавця у інвестиціях на здоров'я та освіту працівників, оскільки в майбутньому це забезпечить більший дохід підприємства. При формуванні кадрової політики підприємство повинно взяти до уваги зовнішні і внутрішні фактори, що впливають на ефективність використання трудового ресурсу. Зовнішніми є ті фактори, які підприємство не може змінити, але має враховувати при формуванні та використанні власних кадрів. Внутрішніми є фактори, які в значній мірі піддаються управлінському впливу із боку підприємства.

Таким чином, функціонування вітчизняних підприємств в умовах посилення конкуренції на національному і світовому ринках вимагає чіткого уявлення про значимість для компанії потенціалу кожного працівника. Саме такий підхід є найважливішим чинником інноваційного розвитку бізнесу в умовах швидко мінливих умовах розвитку соціальних, технологічних, економічних процесів. Економічне зростання країни і її добробуту, рівня розвитку інноваційних систем на пряму залежить від якісного трудового ресурсу, іншими словами розвитку і застосуванню інноваційних підходів до розвитку людського капіталу.

**Література**

1. Антонюк В. Головні напрями зміцнення соціально-економічних основ формування людського капіталу в Україні / В. Антонюк // Економіка і прогнозування. – 2007. – № 3. – С. 39 – 43

2. Близнюк В.В. Людський капітал як фактор економічного розвитку //Економіка і прогнозування.–2005.– № 2. – С. 64–74.

3. Марущак Н.П. Людський капітал як фактор розвитку економіки України [Електронний ресурс].–Режим доступу:

http://www.rusnauka.com/

SND/Economics/ 14_maruschak.doc.htm

**Захарченко В.І.**
*д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності Одеського національного політехнічного університету м.Одеса, Україна*

# РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ФУНКЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У теорії систем заведено виділяти два найважливіших структуроутворюючих поняття, а саме поняття «функція» і «склад», що відображають відповідно «дії». У рамках цих понять система має дві структури: функціональну і предметну. Дослідження функціональної структури системи часто називають «функціональний аналіз», а дослідження предметної структури – «структурний аналіз». Функція не може існувати без виконавця. Адже функція – це дія, яку мусить хтось робити. Звідси і виводиться структуроутворююча роль поняття «функція»: функція вимагає виконавця, або, як кажуть біологи, – «функція формує орган». Зокрема, у будь-якій організаційній структурі підприємства органи управління – «структурні підрозділи» формуються для виконання певних функцій.

Формально термін «функціонувати» означає «діяти», «бути в дії», «працювати» [1]. Відповідно, під терміном «функція» розумітимемо вид діяльності або сукупність дій.

Підприємство є системою. Отже, має функціональну структуру. Кількість функцій підприємства неозоро велика. Оскільки, як було сказано, функція - це сукупність дій. Будь-яке підприємство виконує міріади дій. їх можна «упакувати» у величезну безліч сукупностей. Звідси випливає принципова множинність функцій підприємства. З них можна скласти будь-яку комбінацію, що відкриває великі аналітичні «класифікаційні» можливості. Наприклад, при виконанні досліджень і розробок у сфері організації та управління підприємством дослідник або розробник має можливість формувати потрібний йому для цілей конкретного дослідження набір функцій підприємства. Різними способами групувати виконувані на підприємстві дії та операції, називаючи ці угрупування функціями. Наприклад, методологія так званого функціонально-вартісного аналізу (ФВА) передбачає класифікацію функцій підприємства (або підрозділу) на головну, основні й допоміжні.

У зв'язку з цим доречно визначити термін «інновація» в ширшому контексті. І пов'язати цей термін з поняттям «підприємець».

Вперше про інновації виразно заговорив Йозеф Шумпетер [6]. Серед найважливіших рушійних сил економічного процесу Шумпетер виділяв підприємницьку функцію. Суть її реалізації в нововведеннях, що дозволяють рухати вперед господарський процес. Й. Шумпетер відрізняє «підприємця», або «господаря», від «менеджера». Для характеристики «підприємця» використовуються такі поняття, як «ініціатива», «авторитет», «передбачення». На підприємстві він може бути інженером, юристом, постачальником, завідуючим відділом кадрів і т.д. (хоча може бути і директором і власником).

Головним критерієм належності до справжніх підприємців служить здатність сполучати різні чинники, комбінувати їх. Причому підприємницька функція полягає в здійсненні нових комбінацій у господарському процесі.

Як видно з наведеного огляду ідей Й. Шупетера, підприємство може уникнути розглянутих раніше погроз зникнення або небезпек, пов'язаних з втратами ринку (як це буває з крупними компаніями), у тому разі, якщо дане підприємство ефективно реалізує підприємницьку функцію. Звідси можна дійти висновку про те, що всі знамениті раніше компанії поступалися з часом своїми ринковими позиціями саме тому, що в цих компаніях слабіла або зникла зовсім підприємницька функція. Уявляється, що нічим іншим даний феномен (феномен відходу з ринкової арени раніше знаменитих компаній) пояснити не можна. До нашого розуміння причин ринкової деградації компаній наближаються багато авторів. Але ніхто (з відомих нам фахівців) не зв’язує наявність підприємницької функції з терміном життя компаній. Зробимо коротке обґрунтування даного (нетривіального) твердження.

Є багато публікацій, в яких обґрунтовується необхідність радикальних змін у методах ведення бізнесу як неодмінної умови збереження і розвитку компанії. Не перераховуватимемо ці публікації. Пошлемося лише на Т. Пітерса і М. Хаммера. Пітерс вельми «експансивно» громить всі популярні «рецепти» вдосконалення управління (концепцію «стратегічного планування», концепцію «тотального управління якістю», концепцію «безперервного вдосконалення», концепцію «стійкої конкурентної переваги») [4]. Вважає, що вони не приносять користі. Не продовжують життя крупних підприємств.

На думку Т. Пітерса, такий менеджмент передбачає лише мікроскопічні зміни (в порівнянні із звичайним набором дій). Такий менеджмент діє за принципом «від добра добра не шукають». Такий менеджмент розвиває лише те, що добре зарекомендувало себе в минулому. Треба ж (на думку Т. Пітерса) не «покращувати», а «руйнувати, переосмислювати, радикально перебудовувати» бізнес. Тільки в цьому разі компанія має шанс утриматися в лідерах. Аналогічної точки зору дотримується и ідеолог реінжинірінга М. Хаммер [5]. Процес реінжинірінга, на його думку, це «фундаментальне перепроектування бізнес-процесів компаній для досягнення корінних поліпшень в основних показниках їхньої діяльності: вартість, якість, послуги і темпи».

Проте ні Т. Пітере, ані М. Хаммер, ані інші прихильники радикальних змін у бізнесі не зв'язують цю діяльність з підприємницькою функцією підприємства. Вони правильно говорять, що без проведення радикальних змін у бізнесі не можна досягти видатних результатів. Але не називають цю діяльність підприємницькою функцією. Саме тому, на наш погляд, не можуть дати правильного пояснення феномена короткого терміну життя крупних (у минулому) компаній.

Тим часом даний феномен легко пояснюється, якщо взяти до уваги підприємницький аспект. З часів Й. Шумпетера в літературі можна зустріти незвичайний погляд на склад суб'єктів компанії. Відповідно до цих переконань,

виділяються три головні суб'єкти, що мають відношення до підприємства: 1) власник; 2) менеджер; 3) підприємець.

Ці три ролі можуть частково або повністю збігатися, особливо в українській дійсності. Але уявляється, що ефективне функціонування крупної компанії вимагає, щоб ці ролі були б розведені: 1) власник зацікавлений в отриманні прибутку і в збільшенні власності (він як би вклав свої гроші в підприємство і при цьому може не вміти управляти своїм підприємством). Як правило, власник – це мажоритарний акціонер. У деяких випадках – юридична особа; 2) менеджер зацікавлений в іміджі, в отриманні значущих результатів, у зростанні кваліфікації і майстерності, у підвищенні свого авторитету і, тим самим, своєї цінності на ринку праці. Для цілей наших міркувань такого менеджера можна назвати виконавчим директором фірми; 3) підприємець має за мету створити якомога більшу додаткову вартість і отримати в результаті підприємницький дохід. Підприємець шукає ринки, шукає спосіб задовольнити попит. Ніхто, окрім нього, не може виявити нові ринкові ніші, потенціал нових продуктів, ефективні схеми з'єднання попиту, ресурсів, виробництва. Для нових цілей наших міркувань назвемо дану фігуру генеральним директором фірми.

Тепер, з'єднавши воєдино вислови Й. Шумпетера, Т. Пітерса, М. Хаммера, можемо сформулювати важливе твердження про те, що саме роль підприємця визначає життєвий термін компанії. Поки активно задіяна підприємницька функція, компанія може бути ринковим лідером. Як тільки ця функція слабіє, підприємство втрачає свої ринкові позиції. Оскільки вже (на відміну від капіталу) підприємницький талант не передається за спадком, то із зміною лідера- підприємця компанія з неминучістю починає функціонувати (за Й. Шумпетером) «у рамках кругообігу. У результаті його зазвичай витісняють нові підприємства».

Виходить, що термін ефективного життя компанії залежить від людського чинника. Ми щодня переконуємося в тому, що обличчя компанії визначає її лідер. Із зміною лідера компанія починає жити іншим життям. Лідер-підприємець і ринкова позиція компанії невіддільні. Подібно до того, як діти геніїв найчастіше не генії (як говориться, «на дітях природа відпочиває»), так і наступники лідера успішної компанії не можуть утримати фірму на верхівці успіху. Хоча все інше у фірми начебто є – капітал, сучасні технології, напрацьовані зв'язки, прекрасний менеджмент, віддані клієнти і партнери, навіть бренд. Але немає щоденних дій «із створення нових комбінацій для різних чинників», немає щосекундного прагнення «робити не так, як роблять інші», немає пристрасного бажання «переламати сталий порядок», «вийти за рамки звичного». У результаті, немає активної підприємницької функції.

Виходить, що підприємницька функція та інноваційна функція - це одне й те саме. В усякому разі, головний авторитет з цього питання Й. Шумпетер практично ототожнює підприємницьку та інноваційну діяльність: «Інновація - це нова комбінація виробничих чинників, мотивована підприємницьким духом. Це:

• впровадження нового товару, тобто товару, з яким споживачі ще не

знайомі, або нового різновиду якогось товару;

• впровадження нового методу виробництва, тобто методу, ще не випробуваного практично в даній галузі виробництва;

• відкриття нового ринку, тобто ринку, на якому дана галузь промисловості даної країни раніше не була присутня;

• оволодіння новим джерелом сировини (напівфабрикатів), незалежно від того, чи існувало джерело або ж воно тільки що було створено;

• проведення реорганізації будь-якої промисловості, наприклад «завоювання позиції монополіста чи її втрата».

Наведені вище міркування можуть навіяти відчуття фаталізму. Виходить, що, з одного боку, успішне існування підприємства можливе тільки за наявності на ньому інноваційній функції. З іншого – інноваційна функція носить достатньо суб'єктивний характер. Вона залежить від наявності на підприємстві талановитого підприємця, тобто творчого, неординарного, схильного до постійних інновацій суб'єкта. Доля підприємства як би залежить від особи. Є особа – є інноваційна функція. Немає особи – підприємство приречене на втрату лідируючих ринкових позицій. Начебто успіх підприємства – справа випадку (чому ми й заговорили про «фаталізм»), тобто не залежить від волі людей. Але, на щастя, це не так. Підприємницький, інноваційний потенціал підприємства можна створювати (точніше сказати, вирощувати). Як шляхом залучення в штат фірми талановитих підприємців, так і шляхом цілеспрямованого формування на підприємстві інноваційної функції.

Дане дослідження присвячене розробці методів розвитку на підприємстві інноваційної функції. Наш початковий постулат полягає в тому, що існують такі методи проектування і впровадження інновацій (насамперед, управлінських нововведень), які можна потім тиражувати, тобто багато разів застосовувати на різних підприємствах. Завдання даного дослідження, по суті справи, зводиться до створення методики проектування і впровадження управлінських нововведень.

Дане дослідження виконано у межах роботи над НДР «Новітні моделі та інструментарій перед ланової оцінки інноваційно-інвестиційних проектів» (№ ДР 0114 U 005506) на ПАТ «Одескабель».

**Література**

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – Изд. 5-е. – М.: ИНЭ, 2002. – 1280 с.

2. Меркулов М.М. Науково-технологічний розвиток і управління інноваціями: монограф / М.М. Меркулов. – Одеса: Фенікс, 2008. – 344 с.

3. Осипов В.И. Экономика предприятия / В.И. Осипов. – Одесса: Маяк, 2005. – 720 с.

4. Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушения / Т. Питерс. – Стотгольм. школа экономики, 2004. – 352 с.

5. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – СПб.ун-т, 1997. – 332с.

6. Шумнетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумнетер. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.

**Захарченко Н.В.**
*к.е.н., ст. викладач кафедри економіки та моделювання ринкових відносин Інституту інноваційної та післядипломної освіти Одеського національного університету імені І.І Мечникова*

# ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан інноваційної діяльності у промисловості викликає начальну потребу визначення принципів розробки управлінських дій на новому рівні [1; 2]. В процесі дослідження було з'ясовано та узагальнено слідуючи принципи.

**А. Принцип системності**. Під системою заведено розуміти безліч структурних елементів, що виконують певну функцію. Часто в цей термін вкладають більш простий сенс: «система – це сукупність елементів і зв'язків між ними». Відмінність однієї системи від іншої визначається (при системному вивчені) не тільки складовими її елементами, скільки тими властивостями, які впливають з характеру їх зв'язку, взаємодії. Вхідні в систему елементи можуть розглядатися як самостійні системи (підсистеми складнішої системи).

У цьому дослідженні ведемо, що будь-яке управлінське нововведення є системою. Як приклад, можна назвати систему бюджетного управління фінансово-господарською діяльністю підприємства, систему виробничого планування і т.д. При такому розумінні управлінське нововведення розробляється у вигляді якоїсь системи, тобто конструюється функціональна структура і визначається склад елементів і зв'язків у проваджуваного нововведення. А впровадження нововведення здійснюється відповідно до календарного плану, який є сукупністю заходів і робіт, реалізація яких дозволить ввести систему в дію.

Принцип системності передбачає використання в розробці управлінського нововведення основні поняття теорії систем. Так, відповідно до методології системного аналізу, динамічну систему (незалежно від її матеріальної природи) складають такі елементи: вхід, процес, вихід, зворотний зв'язок, обмеження. Центральним тут є поняття процесу (або функції): будь-яка система це сукупність процесів, які перетворюють вхід у вихід. Саме для цього і призначені динамічні системи. Зв'язок визначає порядок проходження процесів, коли вихід одного процесу є входом іншого. Обмеження це межі, у рамках яких функціонує створюване управлінське нововведення.

Нарешті, принцип системності означає дотримання комплексності. З одного боку, комплексність означає включення нововведення всіх істотних сторін і елементів створюваної системи. З іншого – комплексність означає необхідність сполучення створюваної системи з тими, що існують на підприємстві:

1) організаційними структурами;
2) технологіями управління;
3) інформаційною і технічною базою;
4) людськими і фінансовими ресурсами.

**Б. Принцип науковості**. Створювані управлінські нововведення повинні мати наукове обґрунтування. Тут є питання, суть якого полягає в такому. У західній науковій школі заведено розділяти економічну науку і науку про менеджмент. За часів планової економіки в деяких публікаціях містилися твердження про те, що існує окрема наука про управління виробництвом. У працях А. Агабегяна, Б. Буркинського, Г. Попова, А. Шеремета і деяких авторів стверджувалося, що існує сукупність знань, яка і є наукою про управління виробництвом. Із своїм предметом, теорією і методом.

Уявляється, що в сучасних ринкових умовах поняття «управління виробництвом» є вузьким. У плановій економіці, дійсно, головним було виробити продукцію. Тому і говорили про «управління виробництво». У ринкових умовах головним для підприємства є «продати» вироблену продукцію. Тому в даний час правильніше говорити про «управління господарською діяльністю», що і складає, на нашу думку, сенс терміна «менеджмент» [6, с. 46].

Ми дотримуємо думки, що наука про управління господарською діяльністю (наука про менеджмент) є частиною економічної науки. Відповідно до вітчизняної традиції, питання планування, організації та управління розглядаються у відповідних економічних дисциплінах. Ця точка зору закріплена й у деяких нормативних документах, зокрема в документі «Паспорта спеціальності МОН України (економічні науки)». Разом з тим при розробці управлінських інновацій доводиться врахувати також положення інших наук (математика, соціологія, психологія, фізіологія, юриспруденція, ергономіка, екологія, інформатика, філософія).

Як було показано в [5, с. 270], багато управлінських інновацій базується на відомих концепціях управління. Ці концепції не завжди є на науковими теоріями. Часто – це узагальнення практичного досвіду. Скажімо є розділ «Економічної теорії», що вивчає феномени розподілу праці як передумову для зростання продуктивності наукової праці. Відповідна цьому феномену практична концепція організація бізнесу отримала назву «аутсорсинг». Ї таких концепцій менеджменту багато [3, с. 37].

**В. Принцип доведеної практичної корисності.** Протягом останніх 20–25 років вітчизняні промислові підприємства вимушені були здійснювати реформи в цілях адаптації до умов ринку. Багато концепцій, технології і схеми управління підприємством запозичувалися на Заході. Це й організаційні структури, і бюджетування, і управлінський облік, і маркетинг, і управління персоналом, і інші інструменти ринкового управління підприємством. У даний час гідним до уваги є вітчизняний досвід управління.

Застосування принципу «доведеної практичної корисності» при розробці управлінських нововведень дозволяє скоротити трудомісткість цих розробок і уникнути помилок. Крім того, менталітет багатьох вітчизняних керівників таких, що вони часто не вірять у наукові теорії (це, говорить, «кабінетні» дослідження). Але готові застосувати нові для них технології та організаційні структури управління, якщо ці технології і структури десь існують і довели свою працездатність.

У даний час сформувалася методологічна концепція, присвячена запозиченню передового досвіду. Вона носить назву «бенчмаркінг» (що дослівно перекладається як орієнтир, репер, топографічна відмітка висоти). Ця методологія включає певну безліч методик, алгоритмів і схем виконання робіт із запозичення досвіду. У багатьох країнах ця робота поставлена вельми широко. Так, у США створена Міжнародна Асоціація бенчмаркетингу, що налічує десятки тисяч компаній, які займаються обміном досвіду. При ній працює біржа бенчмаркетингу (The Benchmarking Exchange – TBE) [4, с. 41].

Якщо на підприємстві роботи з організаційного розвитку здійснюється на основі постійній основі, то вивчення й аналіз передового управлінського досвіду мають стати регулярною функцією спеціального відділу. Будь-яке відрядження будь-якого фахівця на інші підприємства має закінчуватися письмовим звітом, в якому відповідні новинки мають бути не тільки описані за певним шаблоном, але мати оцінку (висновок фахівців) про їх придатність для застосування.

**Г. Принцип унікальності підприємства.** Кожне підприємство унікальне. Через свій кадровий склад. Через традиції, що є на нім, і неформальні правила. Тому не можна механічно перенести інновацію з одного підприємства на інше (це колесо автомобіля). Необхідна «прив'язка» до місцевих умов. По суті справи, впровадження управлінської інновації означає зміну системи неформальних норм, що склалися, тобто створення іншої корпоративної культури. Тому важливе місце в розробці управлінських інновацій займають питання навчання і навіть виховання працівників. Будь-яка розробка нововведення має супроводжуватися внутрішньо фірмовим навчанням [4, с. 183].

Принцип унікальності означає також, що деякі технології і схеми управління не можуть бути застосовні в місцевих умовах взагалі. Зокрема, відомо, що склад працівників підприємства в загальному разі включає чотири типи особи (табл. 1).

Таблиця 1

Склад працівників підприємства

| Тип працівника | Гасло працівника | Пит.вага % |
|---|---|---|
| 1. Трудоголіки | «Щастя в праці»<br>(хоча гроші теж потрібні)» | 9 |
| 2. Економічно активні працівники<br>(homo economicus) | «Щастя в зарплаті»<br>(плати більше, зроблю більше) | 38 |
| 3. Економічно пасивні працівники | «Не в грошах щастя»<br>(плати більше, зроблю стільки ж) | 45 |
| 4. Люмпен-пролетаріат | «Істина у вині»<br>(або вистачило на пляшку) | 8 |
| | Разом: | 100 |

Залежно від фактичної структури типів особи підприємство може будувати систему інновації. Так, якщо в результаті аналізу з'ясується, що економічно активних працівників 25–30% то не має сенсу витрачати час на

розробку і впровадження методів госпрозрахунку. Нехай навіть подібна система стимулювання дуже добре працює на сусідньому підприємстві, бо велика частина нашого колективу в цьому разі не мотивує грошима. Тут треба застосовувати немонетарні методи стимулювання. Виходить, що унікальні властивості підприємства визначають можливість або неможливість тиражування деяких управлінських інновацій.

**Д. Принцип наступності.** Управлінські інновації, мають по-перше, сполучатися з існуючими технологіями управління, а по-друге, мати властивості, що забезпечують їх адаптацію до змін зовнішнього середовища і подальших змін системи управління. Скажімо розробка системи управлінського обліку має виконуватися з урахуванням облікових регістрів, що є на підприємстві вживаних у бухгалтерському обліку. Одночасно така система має бути трішки «на вирощування», тобто мати можливості для нарощування складу виконуваних функцій і вирішуваних завдань.

Названі властивості управлінських інновацій (наступність і адаптивність) досягаються, у деяких випадках, за допомогою періодизації (виділення етапів) розробки і впровадження інновацій. Так, при впровадженні інформаційних систем заведено виділяти першу чергу системи, і т. д. Зміни в програмні комплекси вносяться у вигляді версій (версія 1.0, версія 1.1, версія 2.6 тощо). Це пов’язано з тим, що хаотичне внесення часткових змін, наприклад у методику складання плану, може призвести до того, що методика перестане працювати взагалі, хоча кожна окрема зміна може здаватися корисною. Саме тому рекомендується спочатку «накопичити» всі можливі зміни і поліпшення і тільки потім ввести їх в працюючу управлінську технологію «пакетом», породивши при цьому нову версію технології управління, що реконструюється. Відмітимо, що аналогічний прийом використовується при конструюванні технічних систем (комп’ютерів літаків), при розробці інформаційних систем або програмних продуктів.

Принцип наступності для деяких управлінських інновацій реалізується способом модульного або уніфікованого використання у проваджуваних інновацій. У першу чергу це належить до інформаційних систем, до систем документації, до систем нормативів тощо. Модульна конструкція дозволяє скоротити трудомісткість подальшого розвитку і нарощування даних управлінських інновацій.

Безперервність і поетапність розвитку управлінських інновацій – не тільки принцип проектування, але й одна з найбільш важливих властивостей управлінської інновації, яка не може тривалий час видозмінюватися. Причин сказаного полягають у такому.

На відміну від інших об’єктів проектування (наприклад, будівель, споруд або автомобілів), управлінська інновація не може бути спроектована і реалізована у своєму «остаточному» варіанті по двох причинах. По-перше, до повноцінного функціонування вона має ще «дорости» в процесі початкової її експлуатації (персонал системи достатньо довго її освоює; у деяких випадках мають бути накопичені повноцінна статистика, бази даних і інші види

ресурсів). По-друге, принципово неможливо на етапі проектування передбачати все коло проблем, пов'язаних з розвитком і досягненням якісних характеристик створюваної системи.

У зв'язку із сказаним немає необхідності спочатку вводити нову систему в повному обсязі вирішуваних завдань. Проектні рішенні мають забезпечити можливість послідовної поетапної добудови управлінської інновації в міру створення умов для розширення її функціональних і структурних характеристик без зупинки експлуатації.

**Е. Принцип регламентації**. Управлінська інновація має функціонувати на підприємстві незалежно від персонального складу виконавців. Тому нововведення не може бути «штучним» виробом, який може використовуватися тільки в авторському виконанні. Управлінські технології, організаційні структури, системи мотивації тощо мають бути задокументовані, тобто регламентуватися стандартами підприємства, інструкціями, положеннями про підрозділи, нормативами на ресурсні й тимчасові показники.

Викладений матеріал застосовано при виконані НДР «Новітні моделі та інструментарій перед планової оцінки інноваційно-інвестиційних проектів» (№ ДР 011U005506) та опрацьовано на ПАТ «Одескабель».

**Література**

1. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» // Урядовий кур'єр. – 2015. – № 6. – С.8 – 9.

2. Про інноваційну діяльність: Закон України // Урядовий кур'єр, 2002. – № 143. – С. 1 – 7.

3. Захарченко В.И. Реструктуризация и аутсоринг на предприятии / В.И. Захарченко, О.Г. Борисов, Н.Н. Меркулов. – Одесса: Фенікс, 2006. – 128 с.

4. Кристенсен К.М. Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост / К.М Кристенсен, М.Е Рейнор. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 290 с.

5. Меркулов М.М. Науково-технологічний розвиток і управління інноваціями: монографія / М.М Меркулов. – Одеса: Фенікс, 2008. – 344 с.

6. Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений / Т. Питерс. – СПб.: Стохг. школа экономики, 2005. – 352 с.

**Колесніков Є.В.**
*аспірант кафедри менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ВИБІР НАЙБІЛЬШ ВИГІДНОГО ЛАНЦЮЖКА ПОСТАВОК ПРОДУКЦІЇ НА РИНОК

На фінансове становище як міжнародних, так і українських компаній впливають такі фактори:

а) зростання конкуренції на ринку. З одного боку, будь-яка галузь являє собою синтез глибоких традицій, з іншого боку є прикладом бізнесу з швидкозростаючим числом конкурентів – нових високотехнологічних

компаній, що динамічно розвиваються;

б) посиленням вимог клієнтів. Серед найбільш важливих виділяються: надійність поставок, гнучкість, ефективність, поставки «точно вчасно», безпека, інноваційність, проактивні технології постійного поліпшення, високий рівень сервісу, конкурентоспроможність цін;

в) наявність складного механізму управління операціями на виробництві та в логістиці. Безперервний виробничий процес, особливі вимоги щодо зберігання і транспортування запасів.

Перераховані фактори, в сукупності з негативними тенденціями розвитку макроекономічної ситуації підштовхнули багато компаній звернули більш пильну увагу на потенційні можливості ланцюжка поставок як області, що володіє найбільшим резервом у підвищенні ефективності діяльності організацій.

Подібна зацікавленість пов'язана з тим, що в середньому для галузей витрати на ланцюжок поставок (на транспортування і зберігання) складають близько 8–12% виручки від продаж. Формуючи близько 37% додаткової вартості продукту, вони відіграють в промисловості набагато важливішу роль, ніж в будь-якому іншому секторі [1].

Ланцюги поставок в галузях мають низку характерних особливостей. Виділимо наступні ключові ділянки: закупівельна, транспортна, складська, виробнича логістика та управління розподільною логістикою. Також не можна забувати про процеси, які супроводжують увесь цей ланцюжок – інформаційних, людських, фінансових та інших.

Тому, для успішної фінансової діяльності організації є нагальна необхідність розробити найбільш оптимальну комбінацію всіх цих складових.

Для рішення зазначеної задачі пропонується застосувати схему багатоступеневої оптимізації, основна ідея якої полягає в тому, що на всіх рівнях планування оптимізаційні задачі вирішуються не в одному, а в декількох варіантах, причому так, щоб охопити весь можливий діапазон основних показників розвитку. Результати варіантних розрахунків передаються в моделі вищих рівнів, де знову проводяться варіантні розрахунки, але вже у менш детальної номенклатурі. Це дозволяє в підсумку уявити можливості економічного розвитку організації за допомогою невеликого числа оптимізованих варіантів плану, виражених в укрупнених показниках [2].

Рішення про вибір варіанта розвитку (або їх комбінації), що приймається на основі неформального аналізу результатів розрахунків, може бути в зворотному порядку доведено до конкретних господарських рішень детальної номенклатури. Далі можливі взаємні уточнення рішень, прийнятих на різних рівнях планування, шляхом повторних контрольних розрахунків всіх моделей. В результаті буде отримано оптимізований план детальної номенклатури.

Схема багатоступеневої оптимізації не обмежена якоюсь конкретною розмірністю і може за рахунок збільшення числа ступенів забезпечувати все більш детальний опис господарських процесів і вибирати найбільш вигідне фінансове рішення [3].

**Література**

1. Логістика хімічних виробництв: Навчальний посібник / В.П. Колесніков. Дніпропетровськ: ДВНЗ УДХТУ, 2015. – 222 с.
2. Савчук В., Будаева Е. Оценка эффективности маркетинговых программ // Экономика Украины. – 2005. – №1. – С. 47–52.
3. Федонін О.С., Рєпіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

**Крутоус Я.О.**
*магістрант кафедри менеджменту та фінансів*
**Андреюк С.Ф.**
*к.т.н., доц., доцент кафедри менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## КОМПЛЕКС ЗАХОДІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Багато наукових публікацій присвячені питанням продуктивності праці та впливу заходів стимулювання персоналу на її зростання, але при цьому не завжди повно розкривається вплив конкретних соціально-економічних факторів на підвищення продуктивності праці на виробничому підприємстві.

Традиційно, всі чинники зростання продуктивності праці поділяють на дві узагальнюючі групи – зовнішні та внутрішні. На внутрішні показники (характер продукції, технологія та обладнання, матеріали, енергія, персонал, організація виробництва й праці, система мотивації тощо) підприємство може безпосередньо впливати шляхом удосконалення систем управління, організації та оплати праці, участі працівників у прибутках та впровадження соціальних заходів мотивації персоналу (нематеріальне заохочення, створення належного морально-психологічного клімату, поліпшення системи підготовки та перепідготовки кадрів). Тобто, соціально-економічною основою поведінки персоналу підприємства, що спрямована на підвищення продуктивності праці та результативність його діяльності, завжди є мотивація праці. В економічній науці відомо досить багато механізмів мотивації працівників, але підприємства у своїй діяльності не завжди повно використовують усі інструменти системи заходів стимулювання персоналу. Разом з цим, правильно розроблена та приведена у дію система стимулювання впливає не тільки на продуктивність праці, а й на загальний стан успішного функціонування підприємства, на його конкурентоспроможність. Кожне підприємство повинно розробити власну систему мотиваційних заходів стимулювання персоналу.

Велике значення для підвищення продуктивності праці на промисловому підприємстві мають організаційно-економічні фактори, які визначаються рівнем організації виробництва, праці й управління, а саме: форми організації виробництва, його спеціалізації та концентрації; структура організаційно-виробничих підрозділів і допоміжних служб; організація праці, поглиблення її поділу та кооперації; застосування передових методів і прийомів праці;

поліпшення підготовки і підвищення кваліфікації кадрів; поліпшення умов праці; матеріальне стимулювання працівників; впровадження сучасної системи управління виробництвом; поліпшення оперативного управління виробничим процесом; наявність автоматизованих систем управління.

Вільногірський гірничо-металургійний комбінат – один з найбільших в світі комплексів по здобичі і переробці руд, що містять мінерали рідкісних металів. Він розробляє Малишевське родовище важких мінералів відкритим способом з наступною рекультивацією земель. Це основний структурний підрозділ гірничого виробництва спрямований на здобич рудоносних титано-цирконієвих та алюмосилікатних пісків. На збагачувальному виробництві здійснюється підготування пісків до збагачення, гравітаційне збагачення та отримання гуртового концентрату. Металургійне виробництво направлене на переробку цирконієвого концентрату. Комбінат випускає більше 40 видів продукції.

Ґрунтуючись на результатах економічного аналізу діяльності підприємства можливо запропонувати наступний набір заходів щодо оптимізації процесу виробництва та збільшення продуктивності праці.

1. Для поліпшення якості ремонту устаткування ввести матеріальну зацікавленість в зменшенні тривалості його простоїв у всіх осіб від яких це залежить шляхом підвищення кваліфікації і оптимізація праці ремонтників.

2. Впроваджувати сучасні, часозберігаючи технології, купувати продуктивніше устаткування з метою збільшення об'ємів виробництва.

3. Стабілізувати кадровий склад шляхом підвищення кваліфікації та культурно-технічного рівня персоналу, особистої матеріальної зацікавленості, зміцнення трудової дисципліни і вдосконалення системи заробітної плати.

При створенні комплексу заходів стимулювання персоналу необхідно дотримуватися принципу гнучкості системи щоб забезпечити певні гарантії отримання заробітної плати відповідно до досвіду і професійних знань, з однієї сторони, та в залежності від особистих показників в роботі і від результатів діяльності підприємства в цілому, з іншої. Для моніторингу мотиваторів праці доцільне провести анкетування. Аналіз отриманих в ході опиту результатів дозволить скорегувати систему стимулювання і мотивації на підприємстві, зробити її життєздатнішою і адекватнішою до очікувань персоналу.

Таким чином, комплекс заходів стимулювання персоналу з метою підвищення продуктивності праці включає наступні напрями розвитку системи стимулювання: моніторинг мотиваторів праці; дослідження мотиваційної структури співробітників; формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі; використання соціально-психологічних чинників в стимулюванні персоналу; розвиток системи управління діловою кар'єрою; застосування нових стимулюючих форм оплати праці.

Система оплати праці повинна бути доповнена системою участі працівників в прибутку організації і побудовою системи управління персоналом по цілях, на підставі досягнення яких оцінюватиметься ефективність праці кожного працівника. Для формування фонду участі

працівників у прибутках пропонується встановити норматив відрахувань (2-3 відсотка прибутку). Розподіл преміального фонду здійснюється по нормативах, що розробляються за участю працівників, щоб бути зрозумілими їм.

Список соціальних виплат необхідно доповнити додатковими соціально-економічними виплатами і гарантіями (страхування від нещасних випадків; надання безкоштовних стоянок для автомобілів; допомога в підвищенні освіти). Загальний список соціальних виплат по підприємству слід обговорити за участю працівників (анкетування, збори колективу). Можливе закріплення різних видів соціальних виплат за окремими структурними підрозділами. Комплексний підхід до покращення системи мотивації персоналу забезпечить підвищення продуктивності праці.

**Куланова Д.А.**
*к.э.н., доцент кафедры экономики*
*ЮКГУ им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*
**Сейдахметов М.К.**
*к.э.н., доцент кафедры менеджмента и маркетинга*
*ЮКГУ им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*
**Абдикеримова Г.**
*к.э.н., доцент кафедры экономики*
*ЮКГУ им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*

## ЗНАЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА

Сущность понятия стратегического планирования предполагает, что оно функционирует в качестве системы, обусловливающей определенный порядок взаимодействия ее элементов, образующих единство в достижении стратегических целей организации. Целостность стратегического планирования достигается благодаря устойчивым связям таких процессов, как определение приоритетной стратегии, разработка программ и планов для реализации стратегии, реализация плана через текущие решения.

Процессы, создающие целостность системы стратегического планирования, относятся как к маркетингу, так и к менеджменту. Однако важнейшая роль в процессе стратегического планирования принадлежит маркетингу.

От выбранной стратегии развития банка зависят текущее планирование, организационная структура, кадровая политика, деятельность структурных подразделений, управление финансовой деятельностью и др. Для оптимального учета всех этих факторов в деятельности банка необходимо использование принципов маркетинга; в системе банка должен сформироваться маркетинговый образ мышления, суть которого сводится не к автоматической постановке вопроса, что нужно потребителю, а к творческому акту созидания

продукта, удовлетворяющего спрос клиента лучше, чем аналогичная продукция конкурента[1].

Таким образом, с учетом особенностей отечественной экономики можно дать следующее определение стратегического управления: стратегическое управление – высокопрофессиональная управленческая деятельность со своей собственной структурной специализацией, направленная на выживание в неопределенной внешней среде, обязательно включающая стратегическое планирование как строго заданный процесс и строго определенную подсистему [2].

Между тем многие казахстанские банки еще не оценили тех возможностей, которые открываются перед ними с внедрением регулярного стратегического планирования. Отсутствие приемлемых инструментов, которые удовлетворяли хотя бы большинству задач, решаемых при разработке и осуществлении стратегии также сдерживает внедрение и снижает его привлекательность.

Стратегия банка – это система главных целей и способов достижения данных целей банка. Разрабатывать стратегию банка – значит определять общие направления его деятельности. Стратегическое планирование в финансовой сфере, равно как и в любой другой отрасли рассчитано на длительный период. В то же время, в банковской системе параллельно применяется тактическое планирование, которое подразумевает принятие конкретных решений для достижения стратегических целей.

Разработка математико-статистических методов исследования факторов, играющих важную роль в формировании кризисной ситуации на финансовом рынке, активно началась лишь в 1990-е годы. Отставание эмпирических исследований от теоретических можно объяснить тем, что, во-первых, анализ причин кризисов с помощью названных методов требует наличия протяженных рядов наблюдений и, во-вторых, необходимостью разработки соответствующей методики исследования. Наиболее известны три подхода к построению модели раннего предупреждения финансового кризиса [3].

Первый подход состоит в выявлении с помощью регрессионного анализа вклада различных факторов в формирование банковского кризиса. Регрессионный анализ не позволяет определить время начала кризиса, однако с его помощью можно установить, какие страны могут подвергнуться спекулятивной атаке на национальную валюту в случае негативного изменения ситуации на мировых финансовых и торговых рынках.

В качестве объясняющих переменных используются различные опережающие экономические индикаторы – макроэкономические и монетарные переменные, которые условно можно разделить на несколько групп: показатели, характеризующие экономический рост, показатели платежного баланса, финансовые показатели и денежные индикаторы.

Анализ динамики денежных индикаторов может иметь решающее значение при прогнозировании кризиса финансовой системы. Так, высокие темпы инфляции приводят к реальному удорожанию национальной валюты.

Последним индикатором финансового кризиса может служить денежно-кредитная экспансия, определяемая как отношение внутреннего кредита к ВВП. Высокий рост внутреннего кредита в условиях фиксированного валютного курса приводит к сокращению резервов.

Развитие банковского дела в Казахстане не может осуществляться без творческого использования имеющегося мирового опыта в данной сфере. Это необходимо для обеспечения взаимодействия отечественной банковской системы с зарубежными банками. Кроме того, постепенная и неизбежная интеграция наших казахстанских банков в международное сообщество (ВТО, Европейский Союз) требует знаний не только общих правил игры на банковском рынке, но и постоянного совершенствования своей работы с целью противостоять известным мировым банкам в конкурентной борьбе.

**Литература**

1. Доуни М. Банковский маркетинг. – СПб.: Питер, 2002
2. Бекарев А.А., Бекарева С.В. Истоки современного кризиса мировой экономики и роль государства в регулировании кризисных явлений //Вопросы экономики № 2, 2009.
3. Журавлева Ю.А. Уточнение системы индикаторов финансовой стабильности банковского сектора. www.mba.rea.ru.

**Метіль Т.К.**
*пошукувач, Інституту проблем ринку та економіко-економічних досліджень НАН України*
*м. Одеса, Україна*

## ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТУ БЕНЧМАРКІНГУ В ПРОЦЕСІ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Деякі управлінські нововведення впроваджуються за індивідуальною методикою. Зокрема, останнім часом стає популярною методика запозичення передового досвіду (бенчмаркінг). Під бенчмаркінгом [3] слід розуміти аналітичний процес детального порівняння й оцінки нашого підприємства в розрізі операцій з «кращими компаніями в класі» всередині й поза галуззю. У результаті даного процесу появляються дії, спрямовані на перекриття «розриву» між нашим підприємством і лідером [2].

Здоровий глузд і досвід застосування бенчмаркінгу підказують, що цей метод має включати такі етапи:

1. Визначення функціональних сфер для аналізу.
2. Визначення аналізованих чинників і показників.
3. Відбір лідерів галузі та поза нею в розрізі перших двох пунктів.
4. Збір і оцінка показників лідерів по вибраних чинниках.
5. Порівняння показників лідерів з власними показниками і визначення розривів.
6. Розробка програм дій для ліквідації цих розривів.
7. Впровадження нововведень і моніторинг результатів [1].

*Етап 1. Виділення функцій для аналізу.* Звичайна помилка на цьому етапі – спроба аналізувати все відразу. Бенчмаркінг потребує часу, зусиль і уваги керівництва. Це означає, що потрібно пріоритезувати функції підприємства, тобто визначити, по яких функціях треба проводити бенчмаркінг в першу, другу і третю чергу, а по яких не проводити взагалі. Будь-яких встановлених правил відбору даних функцій не існує. Здоровий глузд підказує, що можна застосувати такі, наприклад, критерії: а) які функції займають найбільший відсоток у собівартості? б) які функції відіграють основну роль у конкурентній боротьбі? в) які функції мають максимальну можливість поліпшення?

*Етап 2. Визначення чинників і показників.* Аналіз за системою бенчмаркінга вимірює певну управлінську функцію в термінах конкретних чинників і показників (наприклад, кількість рахунків клієнтів, що контролює один працівник; обсяг відходів на одиницю продукту; тривалість циклу НДОКР; площа виробничих площ на одного працівника і т.д.). Цих чинників множина, і їх доводиться об'єднувати в групи.

*Етап 3. Відбір лідерів галузі й поза нею.* Призначення бенчмаркінгового аналізу – визначення підприємств з кращими кількісними і якісними показниками і встановлення цих показників як цілей власного досягнення. Так званих «кращих у класі» підприємств можна вибрати з таких груп: прямі конкуренти; паралельні конкуренти (підприємства в тій самій галузі бізнесу, але вони не конкурують з нами безпосередньо); латентні конкуренти – це підприємства, з якими ми не конкуруємо нині, але які можуть бути для нас загрозою в майбутньому. Це найцікавіші й найнебезпечніші конкуренти, бо від них найчастіше виходить демпінг витрат і вища якість продуктів і послуг; – підприємства поза галуззю. Це найбільш творча частина аналізу лідерів. Саме тут виявляється глибина уяви аналітиків і нестандартність їхніх рішень. Розгледіти в іншій галузі те, що можна застосувати у своїй, – це дійсно мистецтво. Тут є і інший аспект проблеми. Коли аналізуєш конкурента, то перебуваєш в позиції «наздоганяючого». При аналізі лідерів поза галуззю є реальніша можливість опинитися попереду конкурентів.

Як тільки створений перелік підприємств, потенційних об'єктів порівняння, необхідно оптимізувати цей список і звести його до мінімуму, користуючись такими, наприклад, правилами:

а) обмежити список підприємств 4–6;

б) використовувати найбільш різноманітний список підприємств;

в) відбирати дійсних лідерів за показниками частки на ринку, зростання обсягу продажів, прибутковості та ін.;

г) відбирати найбільш винахідливі й творчі підприємства в розрізі напрямів аналізу.

*Етап 4. Збір і оцінка показників лідерів по вибраних чинниках.* Йдеться про визначення джерел інформації для бенчмаркінгового аналізу, наприклад у розрізі груп, наведених у таблиці 1.

*Етап 5. Порівняння показників.* Це досить складне питання, яке вимагає окремої методичної розробки. Відзначимо лише два моменти; 1) треба прагнути

збирати дані про лідерів і про себе в одному форматі, тоді легко буде порівнювати «яблука з яблуками»; 2) важливо визначити розумну межу детальності й точності збираної інформації з погляду подальшого використання чужого досвіду.

Таблиця 1

Групи джерел інформації

| Публікації | Обмін інформацією | Зовнішні джерела |
|---|---|---|
| 1. Річні звіти підприємства, брошури про продукцію і послуги компанії, новинні прес-релізи<br>2. Статті в діловій пресі<br>3. Статті в місцевій пресі<br>4. Аналітичні звіти по сегментам ринку<br>5. Публікації професійних асоціацій<br>6. Публікації з урядових джерел | 1. Професійні конференції<br>2. Прямі контакти з підприємствами інших галузей<br>3. Неформальні контакти співробітників конкуруючих підприємств | 1. Клієнти<br>2. Постачальники<br>3. Оптовики<br>4. Урядові чиновники<br>5. Консультанти |

*Етап 6. Розробка програм дій для ліквідації розривів.* Програми дій, що випливають з бенчмаркінгового аналізу, можна звести до чотирьох категорій:

– програми «Працювати краще». У цьому разі компанія вважає, що потрібно напружити свої сили і дотягнутися до конкурента. Хоча це хороші програми, не слід зводити всі плани дій тільки до них. Як правило, організація і так працює напружено і навряд чи можна досягти успіхів, підганяючи тих, хто і так старається;

– програма «Імітація (копіювання) конкурентів». Легка, але малоефективна програма. У цьому разі мало шансів вийти вперед;

– програма «Пряме випередження конкурентів». Можлива на основі інформації з інших галузей;

– програма «Зміна правил гри на ринку». Даний вид програм дій існує, коли нічого не можна зробити по об'єктивних економічних або політичних причинах. У цьому разі потрібна принципова ломка стратегії поведінки (поява нового продукту або послуги, зміна сегмента ринку, зміна цільової групи клієнтів і т.д.).

Етап 7. Впровадження і моніторинг. Результати бенчмаркінга, як правило, необхідно піддавати систематичному моніторингу. Японці в цьому сенсі дійшли до крайності, встановлюючи персональну відповідальність за досягнення цілей, що випливають з бенчмаркінгового аналізу. Виходячи з особливостей вітчизняної ділової культури, рекомендуємо щорічний моніторинг за методом бенчмаркінга, приурочуючи його до циклу стратегічного планування [4]. Відомо, що бенчмаркінг може застосовуватися не тільки для запозичення методів ефективного управління, але і для запозичення технологій, ноу-хау, зразків товарів, способів роботи на ринку тощо. Іншими словами, цей метод ширший за проблематику управлінських інновацій.

Запропонований методичний підхід було використано на ПАТ «Одескабель» в процесі виходу на ринок нової кабельної продукції під час

виконання НДР «Новітні моделі та інструментарій перед планової оцінки інноваційно-інвестиційних проектів» (№ ДР 0114 И 005506).

**Література**

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник для вузів / С.С.Гаркавенко. – К.: Лібра, 1998. – 384с.

2. Захарченко В.И. Стратегический маркетинг на предприятии : [уч.пособие] / В.И.Захарченко . – Одесса: Наука и техника, 2005. – 236с.

3. Харрингтон Х.Дж. Бенчмаркинг в лучшем виде : 20 шагов к успеху / Х.Дж.Харрингтон, Дж.С.Харрингтон. – СПб.: Питер, 2004. – 182с.

4. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві : [підручник] / Н.Чухрай, Р.Патора. – К.: КОНДОР, 2006. – 398с.

**Пожуєва Т.О.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## “НОВА ЕКОНОМІКА” – ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУЧАСНОГО ПОСТУПУ

На межі XX та XXI століть важливі питання з’ясування сутності, етапів розвитку та реалій нової економіки стали предметом наукових досліджень багатьох провідних вчених. Належну увагу цим проблемам приділяють відомі українські та іноземні фахівці, зокрема Геєць В., Чухно А., Іноземцев В. та Пороховський А. Систематична констатація процесів, пов’язаних з обмеженням розуміння окремих положень «класичної економічної теорії», слугує підтвердженням тісного взаємозв’язку онтології та гносеології. В той же час зазначена проблема є доволі важливою і потребує подальших наукових розробок. Можна стверджувати, що в умовах сьогодення економічна наука та практика відчувають потребу узагальнення та розвитку підходів до визначення та розуміння нової економіки, встановлення певних відмінностей між попередніми та сучасними економічними реаліями. Ґрунтовне вивчення «неокласичного економічного життя» потребує застосування відповідних неокласичних підходів на зразок холістичного автопоезису, проте намагання встановити певні ключові зовнішні характеристики можна втілити за допомогою класичного арсеналу граничного дослідження, індукції, дедукції, моделювання аналогії тощо [1, с. 17–18].

Глобальні тенденції світового економічного простору знаходяться наразі на межовому етапі. Індустріальні економіки певною мірою трансформуються у «нову економіку», характерними рисами якої є продуктивне застосування інноваційних здобутків. Стосовно проявів «нової економіки» складність полягає у формуванні універсального наукового арсеналу (цифрових чи інших показників), проте можна з впевненістю стверджувати, що вона вимагає від

національних економік дотримання кардинально нових вимог. Історичний досвід промислових переворотів засвідчує, що перехід на кожен новий етап, зокрема до «нової економіки», відбувається поступово, з відмінними темпами в різних економічних галузях та має, як правило, певні регіональні особливості. Хоч можна припустити, що на відміну від промислових революцій, розвиток «нової економіки» стосуватиметься не лише високорозвинених країн, а ймовірно в стислі терміни інтегрується у світовий економічний простір. Виходячи із зазначеного, відносини вітчизняних провідників у світовому процесі поділу праці встановлюватимуться іншим способом; суперництво повною мірою та остаточно перейде на рівень глобальної конкуренції [2, с. 263].

Варто звернути увагу на те, що з 2009 року в нашій державі починає збільшуватись частка суб'єктів господарювання, які застосовують інноваційні підходи, в той же час має місце значного зниження частки продажу продукції інноваційного типу в загальному обсязі промислового виробництва (через об'єктивні обставини цей показник дещо знизився у 2013 та 2014 рр.). Левову частку витрат на інновації у 2000–1014 рр. складають придбання машин обладнання та програмного забезпечення.

При дослідженні стану інноваційної активності на промислових підприємствах нашої держави, необхідно зважати на пасивність у науково-дослідній сфері, спроби інституційних утворень залишити без змін свій статус та функції, які сформувались ще за радянських часів. Зрушення, що відбулися протягом останніх десятиліть у формах власності, у реорганізації низки профільних міністерств, у створенні нових організаційно-економічних структур тощо, до сьогодні не поширились на усталені інституційні системи, що були дієвими за умов адміністративно-командної економіки.

Вивчення інноваційної активності сучасних українських суб'єктів господарювання показує наявність доволі негативних тенденцій в інноваційному середовищі нашої держави. На жаль, більш як 90% усіх промислових підприємств України не впроваджують інновацій взагалі, насамперед через те, що чинне нормативно-правове поле досі належним чином неврегульоване, що жодним чином не створює прийнятних умов для забезпечення інноваційних зрушень [3, с.73–82].

Потреба в відповідній реакції на «нову економіку» потребує належним чином узагальнення тенденцій формування якісно нового сучасного світоустрою на основі новацій. Основні закони та напрями розвитку суспільства набувають інноваційних імпульсів пошуку нових траєкторій. «Нова економіка» – це перш за все поява принципово нового ринкового простору. Тому для підприємств вкрай важливим є врахування її векторів та продукування відповідної реакції на швидкоплинне інноваційно активне ринкове середовище.

**Література**

1. Белоцерковец В.В. Экономика и новая экономика: критерии разграничения / В.В. Белоцерковец // Экономическая теория. – 2005. – № 1. – С.17–24.

2. Степанов А.П. Инновационные контуры «новой экономики» / А.П. Степанов, Н.П. Гончарова // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): Наук. журнал. – Вип. 1-2. – К.: НАУ, 2009. – С.263–275.

3. Денисенко М.П. Проблеми формування національної інноваційної системи України / М.П. Денисенко // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4. – С.73–82.

**Прудников В.Ф.**
*к.э.н, доцент кафедры ЭП и ОП*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
**Шевченко А.А.**
*студентка экономического факультета*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
**Санжара В.А.**
*студентка экономического факультета*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

## ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СНИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ РИСКОВ

Инновационная деятельность происходит в условиях высокой неопределенности и связана с высокими рисками по сравнению с обычными процессами производственно-хозяйственной деятельности.

В общем виде, риск в инновационной деятельности можно определить как вероятность потерь, возникающих при вложении организацией средств в производство новых товаров и услуг, в разработку новой техники и технологий, которые, возможно, не найдут ожидаемого спроса на рынке, а также при вложении средств в разработку управленческих инноваций, которые не принесут ожидаемого эффекта или несвоевременное выполнение этапов создания и внедрения новшеств [1].

Важным направлением изучения, оценки и выработки мероприятий по его уменьшению является производственный риск. В свою очередь, в зависимости от возможных причин возникновения данный риск формируется из организационных, рыночных, кредитных, юридических и технико-производственных рисков. Одними из значимых производственных внутренних рисков являются организационные риски – это риски, которые связаны с ошибками менеджмента компании, ее сотрудников; сопротивлением персонала инновационным изменениям; проблемами системы внутреннего контроля, плохо разработанными правилами работ, то есть риски, связанные с

внутренней организацией работы компании [2].

Организационные риски имеют двойственную прнироду:

– во-первых, они появляются как следствие внедрения технологических и технических инноваций, т.е. их внедрение требует соответствующих управляющих инновационных воздействий менеджмента на сам процесс организации, внедрения и эксплуатации инноваций, контроля выполнения управляющих решений и профессиональной компетенции персонала;

– во-вторых, организационные инновации могут внедряться сами по себе и сопровождаться соответствующими рисками.

Снижение этих рисков связано с проведением обучающих мероприятий, переводом менеджмента организации на современный технический уровень управленческих технологий, разработкой мотивации персонала, которая направлена на эффективную работу с новшествами.

В 2014 году количество предприятий, которые потратили средства на обучение и подготовку персонала составляет 30% от количества предприятий, внедривших инновации и 1% предприятий внедрили другие, чем обучение организационные инновации. Т.е. только треть предприятий проводят инновационные мероприятия по уменьшению организационных рисков. В то же время, проведение таких мероприятий должно проходить на современном техническом и технологическом коммуникационном уровне.

Для снижения организационных рисков на предприятии необходимо реализовать следующие направления инновационной деятельности:

1) Систематическое обучение персонала, которое необходимо для:

– адаптация работников к новым трудовым процессам после внедрения новшества;

– приобретения и повышения необходимой профессиональной квалификации для создания, разработки и внедрения нововведений;

– овладения компьютеризированными управленческими технологиями.

Подготовку персонала в крупных и средних компаниях, связанное с новыми знаниями целесообразно проводить с использованием: дистанционных офф-лайновых программ обучения, в которых размещается теоретический материал и контрольные задания по прохождению теоретических разделов; проведения он-лайновых вебинаров, тренингов или в виде наставничества на рабочем месте. Дистанционное обучение удобно работникам, а менеджменту предприятия позволяет достаточно оперативно распространять новые знания по производственной системе. Для его реализации необходимо оснащение рабочих или мест обучения соответствующей компьютерной техникой.

2) При внедрении инноваций важным фактором уменьшения организационных рисков в менеджменте является своевременное принятие, закрепление за исполнителями и контроль исполнения выданных заданий (решений). Выстраивание системы контроля персонала на предприятии процесс длительный и сложный. Наиболее эффективным является электронный контроль, который определяется как сбор, анализ и передача информации о ходе внедрения и эксплуатации новшеств. В целом, он используется для

сравнения реального хода внедрения инноваций с плановыми показателями и ориентирами. Здесь важна оперативность доведения задания до исполнителей и своевременный контроль исполнения. Для этого необходимо использовать соответствующие компьютеризированные программы (типа органайзера, но с увязкой с программой контроля исполнения заданий, отображенных в органайзере).

Он является залогом повышения эффективности менеджмента и снижения организационных рисков.

3) Система мотивации персонала – одна из базовых составляющих системы управления организацией.

Внедрение инноваций, как правило, связано с изменением привычных для сотрудников трудовых процессов и необходимостью дополнительных физических, интеллектуальных, нравственных усилий. Это предопределяет организационные риски, которые связаны с несвоевременным выполнением заданий по внедрению инноваций и сопротивлением персонала изменениям.

Значительного уменьшения данных рисков можно добиться через мотивацию персонала. При этом можно выделить следующие направления построения систем мотивации:

– Если внедрение новшеств носит эпизодически или периодически разовый характер и в реализации инновационных проектов участвуют те или иные группы персонала, то для каждого проекта целесообразна разработка специализированной системы мотивации с учетом особенностей внедряемого инновационного проекта или новшества. (В большей степени данная ситуация характерна для средних предприятий).

– Если инновационная деятельность является частью или полностью функциональными обязанностями персонала, и осуществляется непрерывно, то мотивация должна носить системный, постоянный характер в целом для производственной деятельности, в основе которой лежат общие показатели инновационной деятельности предприятия. (Данная ситуация в большей мере присуща малым предприятиям).

– Для многих крупных предприятий характерна ситуация, когда для создания, разработки и внедрения новшеств созданы отдельные подразделения, которые занимаются НИОКР и для которых создается своя система мотивации, отличная от системы мотивации производственных подразделений, занимающиеся массовым выпуском новой продукции или на новых технологических мощностях.

**Литература**

1. Общие принципы классификации и виды ресурсов.[Электронный ресурс] / Режим доступу: http://askins.ru/index.php/princip.

2. Виды и классификация рисков .[Электронный ресурс] / Режим доступу: http://risk24.ru/vidi.htm.

3. Інноваційна діяльність промислових підприємств. Статистичний збірник "Наукова та інноваційна діяльність в Україні"– Київ, 2014р., Сайт – http://ukrstat.gov.ua/.

**Сейдахметов М.К.**
*к.э.н., доцент, декан факультета «Экономика и финансы»*
**Пазилов Г.А.**
*магистр*
**Сейдахметова Г.М.**
*Южно-Казахстанский государственный ниверситет им. М. Ауэзова*
*г. Шымкент, Казахстан*

# СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РК В УСЛОВИЯХ ВТО

В последнее время тема вступления Казахстана во Всемирную торговую организацию стала предметом острых дискуссий в нашей стране. Тем не менее , вопрос о вступлении Казахстана в ВТО - это не просто вопрос о присоединении к очередной международной организации. Это вопрос о выборе стратегического пути развития страны на долгие годы [1].

Очевидно, вхождение в ВТО предполагает определенные издержки и преимущества. Оценить предполагаемые плюсы и минусы – непростая задача. Однако можно коротко пройтись по ожидаемым недостаткам и преимуществам.

Начнем с преимуществ. Первый плюс ВТО – это то, что правительства ожидают получить доступ на рынки экспорта на более совершенном уровне. При этом вхождение в ВТО не отражается на тарифах РНБ (Режим наибольшего благоприятствования) торговых партнеров страны, входящей в ВТО. Следовательно, экономический эффект, ожидаемый от выхода на рынки, в принципе будет достигнут в долгосрочной перспективе взамен обязательств, взятых во время торговых переговоров. В краткосрочной перспективе преимущества можно достичь, отказавшись от торговых мер дискриминации в отношении торговых партнеров входящей страны.

Вторым источником экономического эффекта является доверие, предсказуемость, безопасность и транспарентность правительственной политики. Ясно, что членство в ВТО подразумевает предсказуемую бизнес-среду и дает гарантии инвестору в необратимости принятых норм. Привлечение прямых иностранных инвестиций является критически важной долгосрочной стратегической целью Казахстана для обеспечения диверсификации национальной экономики, активизации экспорта и обеспечение устойчивого развития.

Теперь поговорим о минусах. Основные издержки, связанные с вхождением в ВТО – это так называемые издержки по внедрению и корректировке. Страны, вступающие в ВТО, обычно, вынуждены проводить значительные изменения для соответствия требованиям ВТО и надлежащим исполнением обязательств. Расходы на реализацию и корректировку можно разделить на более широкие категории, так называемые государственные и частные.

Государственные затраты, т.е. бюджетные расходы по вхождению, будут

оправданно значительными и включают помимо остальных затрат, расходы, связанные с гармонизацией инструментов регулирования самой страны с нормами ВТО, а также и затраты, связанные с институциональными изменениями по внедрению соглашений ВТО таких как СФС (Соглашение по применению санитарных и фитосанитарных мер) и ТБТ (Соглашение по техническим барьерам в торговле), которые подразумевают значительные улучшения в административных функциях и дополнительные изменения в технологиях и новых инструментах [2].

Существуют, по крайней мере, два фактора, которые нам надо учесть. Участвуя в институте мировой торговой системы, т.е. став членом ВТО, страна может избежать стать жертвой дискриминационной торговли со стороны торговых партнеров в периоды мировых экономических смятений. Другими словами, изоляция от общемировой системы торговли не обязательно подразумевает смягчение или избежание последствий экономического кризиса или спада. Наоборот, последствия экономического кризиса могут быть чрезвычайно преувеличены в результате дискриминационной торговой политики со стороны торговых партнеров.

Второй фактор – это та императивная роль, которую играют внутренние реформы и корректировки в обеспечении экономического эффекта и снижение издержек при вступлении в ВТО. Или другими словами, процесс вхождения работает лучше в тех случаях, когда параллельно имеется на повестке дня вопросы реформ национальной внутренней экономической политики.

Западные и некоторые казахстанские эксперты указывают, что преимуществами вступления в ВТО для банковской системы страны являются:

– привлечение иностранного капитала для повышения капитализации казахстанских банков;

– новые банковские технологии;

– масштабная ресурсная база для инвестиций в экономику.

Однако анализ ситуации на рынке банковских услуг Казахстана показывает, что, несмотря на положительную динамику отрасли за последние два с половиной года, для решения масштабной задачи недостаточно вывода казахстанского банковского сектора на международный уровень конкурентоспособности.

Многие казахстанские эксперты опасаются, что в случае либерализации доступа зарубежного капитала на отечественный кредитный рынок иностранные банки начнут доминировать в нашей стране.

Из сказанного выше следует вывод, что основные параметры нашей банковской реформы должны быть совместимыми с требованиями ВТО. Не обходимо искать такие пути повышения конкурентоспособности казахстанских банков, которые позволят повысить их финансовую устойчивость, уровень доверия населения и прозрачность, максимизировать капитализацию.

**Литература**

1. Обращения Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана, от 30 ноября марта 2015г. (http://www.akorda.kz).

2. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч. – Ч. П. Международная макроэкономика: открытая экономика и макроэкономическое программирование. Учебное пособие для вузов. – М.: Международные отношения, 2013 – 488 с.

**Силенко С.А.**
*аспірант*
*Класичного приватного університету*
*м. Запоріжжя, Україна*

## АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ЇХ СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

В сучасних умовах персонал є найважливішою складовою будь-якої організації і одним із найбільш вартісних ресурсів інноваційного розвитку. Проблеми, що виникають у сфері управління персоналом на українських підприємствах промисловості, недостатньо вирішено, вони потребують досконалої та ретельної уваги з боку керівництва. Питання інноваційних підходів до управління персоналом на підприємствах промисловості вирішені не в повному обсязі.

Забезпечення стійкості підприємств в умовах швидкої зміни чинників зовнішнього середовища є важливою передумовою їх ефективного функціонування в умовах перехідної економіки [1, с. 240].

У 2014 році промисловість України увійшла в глибоку кризу. Ситуацію погіршило проведення бойових дій на Донбасі та економічні складнощі в країні: порушено виробничий ритм «Азовсталі», ММКІ, ГЗКів; пошкоджено АКХЗ, ЄМЗ, НВО Інкор і Ко; зупинені ЄМЗ, МФ ЄМЗ; не завантажено ХТЗ тощо. За попередніми оцінками, відновлення регіону коштуватиме понад 12 мрд дол.

Через відсутність замовлень впали обсяги основних видів металопродукції. Склади готової продукції на ММКІ, «Азовсталі», ГЗКах та ін. стали затоварені.

В свою чергу уряд України, не зважаючи на падіння світових цін на руду, підвищує рентні платежі у 5 разів, тарифи на газ – на 67% (або у 2,2 рази), ж/д тарифи – на 58%, а також запланував підвищення тарифів на грузові перевезення ще на 25% та введення додаткового збору на імпорт в розмірі 5–10%.

У 2015 році було прийнято Закон, згідно якого Фонд соціального страхування цілковито припиняє фінансування дитячих здравниць та санаторіїв-профілакторіїв – як наслідок додаткові витрати ля металургійного

комплексу в розмірі понад 10 млн грн, тоді як зростання податкового ярма у 2014 р. щодо 2013 р. склало +73%.

На тлі такої несприятливої ситуації, на металургійних підприємствах у 2014 році з ініціативи працедавця не було кадрових скорочень, виплати заробітної платні здійснювались своєчасно і в повному обсязі, протягом року підвищення заробітної платні працівникам склало близько 17%. Для порівняння за цей же період на інших підприємствах України масові скорочення склали майже 451 тис. безробітних, зростання заборгованості по заробітній платні складає 2,5 разів, підвищення зарплати на окремих підприємствах не перевищило 11%, а недоплата податкових платежів через закриття підприємств в зоні АТО склала 13,2 млрд грн.

Розуміючи важливість персоналу на підприємствах металургії впроваджується низка соціальних інноваційних проектів, при цьому витрати на одного працівника в межах цих ініціатив станом на 2014 р. складає 3921,6 грн. Загальна вартість колективних договорів металургійних підприємств нашої країни у тому ж 2014 р. – це майже 2 млн грн.

**Література**

1. Концептуальні підходи до антикризового управління в сучасних умовах ггосподарювання: Монографія / Ткаченко А.М., Коваленко О.В., Єлець О.П. – Запоріжжя: ЗДІА, 2010. – 356 с.

2. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.

**Скрипник О.В.**
*викладач кафедри менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вітчизняна металургія протягом останніх років відстає від індустріально розвинених країн у технологічному відношенні. Експортуючи чорні метали, Україна з кваліфікованою, але дешевою робочою силою перетворилася на сировинний придаток індустріально розвинутих країн.

Технологічне відставання у металургійному секторі пов’язане з проблемами фізичного та морального старіння основних засобів. Так, за оцінками експертів, знос основних засобів на металургійних підприємствах країни наблизився до 60% (у сталеплавильному виробництві – до 70%), що за світовими стандартами є критичним.

Водночас чорна металургія – одна з небагатьох галузей промисловості України, яка завдяки наявності сировинних ресурсів і замкнених технологічних циклів зберегла виробничі потужності для випуску кінцевої продукції.

Обов’язковою умовою високої ефективності економічної системи у будь-якій країні є передова технологічна структура господарства, галузі, постійне її

вдосконалення на основі науково-технічних досягнень. Незмінність цієї структури, відставання від передового рівня неминуче знижує ефективність всієї економіки і призводить до безповоротних втрат, які постійно зростають.

Технологічна структура сталеплавильного виробництва характеризується передусім співвідношенням сталеплавильних технологій (киснево-коніерторне, електроплавильне і мартенівське виробництво), а також масштабами впровадження у виробництво прогресивних технологічних процесів. До таких процесів, які найбільш впливають на технологічну структуру, можна віднести виплавку сталі в електропечах і конверторах, позапічну обробку сталі і безперервний розлив, а також прокатні технології, які дають змогу отримувати в кінці технологічного циклу готові вироби. Масштаби впровадження таких процесів у виробництво характеризують технологічну структуру галузі. В Україні великі обсяги сталі виробляються у мартенівських печах. Така технологія вимагає значних енерговитрат (майже у 20 разів вищих у порівнянні з киснево-конверторною) [1, с. 183].

Впровадження інновацій на основних металургійних підприємствах України за останні роки показує, що спостерігається позитивна динаміка росту вкладень в інновації. Безумовним лідером виступає ВАТ «Алчевський металургійний комбінат», на якому чітко реалізувалася програма технічного переозброєння на період до 2009 року. На комбінаті здійснюється будівництво двох ванного сталеплавильного агрегату, продовжується будівництво киснево-конверторного цеху, перша черга яка була введена в експлуатацію у 2007 році. Після запуску на підприємстві планується ліквідувати мартенівське виробництво, що призведе до підвищення якості і зниження собівартості металопродукції, енергозатрат, насамперед, природного газу. Загальні затрати на технічне переозброєння на період до 2009 р. визначені у сумі 2 млрд дол. США.

Аналогічна програма була розроблена корпорацією «Індустріальний союз Донбаса», реалізація якої розпочалася на ВАТ «Дніпровський металургійний комбінат ім. Ф.Е. Дзержинського».

Позитивні темпи технічного переозброєння спостерігаються на ВАТ «Єнакіївський металургійний завод», ВАТ «Металургійний комбінат «Азовсталь», ВАТ «Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча», ВАТ «Запорізький металургійний комбінат «Запоріжсталь». Практично підійшли до завершення заплановані роботи з технічного переозброєння на ВАТ «Донецький металургійний завод», ЗАТ «Міні металургійний завод «Істіл (Україна)» тощо [1, с. 184-185].

Оцінюючи стан справ в металургійному комплексі, слід відзначити, що цього явно недостатньо. Галузь потребує більш динамічних змін в техниці, в технології та взагалі – структурної перебудови.

Під впливом сукупності обставин переходу України до ринкової економіки, чорна металургія стала провідною галуззю економіки. Металургійна галузь створює приблизно десяту частину валової доданої вартості.

Світова фінансова криза обумовила спад попиту і цін на продукцію підприємств чорної металургії, як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Якщо врахувати наявність надлишкових потужностей сталеливарних підприємств у світі, то падіння попиту на неї загострило й без того високий рівень конкуренції. У результаті підприємства чорної металургії України так і не встигли здійснити техніко-технологічне відновлення, втратили певний обсяг доходу [2, с. 81].

Посилення інноваційної інвестиційної діяльності повинно: послабити вплив негативних чинників, які обмежують розвиток підприємств, забезпечити кардинальне оновлення виробничого потенціалу, випуск традиційних і нових видів продукції, скоротити витрати всіх видів ресурсів і забезпечити виконання макротехнологічних і економічних нормативів, у тому числі екологічних вимог.

Нові металургійні потужності і технології, які вводяться на підприємствах усіх форм власності, повинні відповідати пріоритетним напрямам розвитку національної інноваційної системи, в тому числі в чорній металургії.

Тому актуальним залишається питання впровадження інноваційної моделі розвитку українського металургійного комплексу через конкурентоспроможність металопродукції на світових ринках.

**Література**

1. Музиченко А.Г. Управління інноваційним процесом металургійного комплексу України в умовах світової глобалізації / А.Г. Музиченко // Вісник ДонНУЕТ: Економічні науки. – 2008. – №1. – С. 183–185.

2. Жнякін С.Б. Інноваційний розвиток розвиток підприємств чорної металургії / С.Б. Жнякін // Вісник ДонНУЕТ: Економічні науки. – 2009. – №4. – с. 81.

3. http://www.smida.gov.ua\ Опис бізнесу\ Основні види діяльності.

**Спінчевська А.С.**
*студентка*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ ,Україна*
**Яшкіна Н.В.**
*к.т.н., доц., доцент кафедри*
*менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ ,Україна*

## ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОЇ НАДІЙНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

У країнах з розвиненою економічною системою необхідним елементом ринкових відносин є інститут страхування. Розвиток сучасних економічних відносин в Україні зумовило виникнення ринку страхових послуг, спрямованих

на посилення страхового захисту майнових інтересів підприємств, установ, організацій і громадян.

Сучасний страховий ринок в Україні характеризується недостатнім розвитком, недосконалістю структури, з тенденцією до підписання короткострокових договорів страхування, слабким розвитком перестрахування, нестабільністю фінансового становища багатьох страхових компаній, що призводить до несвоєчасного виконання обов'язків перед страхувальниками [1, с. 125].

Такий стан страхового бізнесу підсилює роль фінансового аналізу діяльності страхових компаній, визначення рівня їх надійності та платоспроможності, оцінки їх фінансових результатів. Проблемами забезпечення фінансової стійкості страховиків займалися, зокрема, С. Базилевич, Я. Шумелда, С. Осадець, А. Гоманкова, Л. Орланюк-Маліцька, С. Фурман та інші [2, с. 85].

Практика показує, що більшість збанкрутілих страхових компаній могли б уникнути цього, якби вчасно вжили відповідних заходів. Але вони не мають надійного інструменту оцінки. Насамперед це пов’язано з тим, що більшість існуючих методик оцінки фінансового стану, пристосовані для аналізу діяльності торгових, виробничих, банківських і інших підприємств та у силу специфіки страхової діяльності незастосовні для аналізу страхових компаній.

Основною відмінністю страхового бізнесу, є прагнення страхової компанії приймати на себе ризики різних суб'єктів господарювання. При цьому найбільш важливим аспектом ведення страхового бізнесу є здатність компанії об'єктивно оцінювати і керувати ризиками. Існує безпосередній зв'язок між ризиками, прийнятими страховою компанією (страховими ризиками), і ризиками властиві веденню страхової діяльності [3,с. 56].

Фінансовий стан страхової організації визначається великою кількістю пов'язаних між собою факторів. Діяльність страховика складається з кількох елементів – безпосереднього проведення страхових операцій, інвестування фінансових ресурсів, здійснення інших звичайних для будь-якого господарюючого суб'єкта функцій. Отже, функціонування страхової організації включає в себе три види ризиків, що впливають на її фінансове становище: страховий, інвестиційний та фінансовий [4, с. 62].

З огляду на це необхідно розробити модель фінансової надійності, яка буде враховувати всі об'єктивні ризики, що впливають на фінансовий стан страховика. Всі ризики доцільно розподілити за напрямами діяльності: страхова, інвестиційна та фінансова. Ці сфери аналізу формують і визначають фінансовий потенціал страхової організації. Отже, модель, яка буде містити фактори всіх трьох напрямків страхового бізнесу, що дозволить всебічно оцінювати фінансовий стан страхової компанії.

Таким чином, в даний час, в економіці України спостерігаються такі явища як: погіршення інвестиційного клімату, посилення кредитно-грошових відносин, спад промисловості, що, безсумнівно, призводить до неспроможності суб'єктів страхового ринку.

Розробка сучасної моделі оцінки фінансової надійності має високу практичну значимість для страхового бізнесу. По-перше, така модель може застосовуватися для поточного фінансового самоаналізу. По-друге, вона може бути використана для аналізу ефективності вибору напрямку діяльності та його обґрунтування. По-третє, модель може бути використана клієнтами страхових компаній для оцінки їх надійності. І нарешті, застосування моделі, яка охоплює в процесі аналізу всі складові потенціалу страховика, буде сприяти зниженню ризику банкрутства страхових компаній.

**Литература**

1. Глущенко Ю.Н. Управление рисками. Страхование. – Х.: Фактор, 2006. – 256с.

2. Кравченко В. О. Розвиток методів аналізу платоспроможності страховика як складової фінансової безпеки страхової компанії / В. О. Кравченко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 1. – С. 85–89.

3. Землячова О.А. Оцінка фінансового стану страховика та шляхи його поліпшення/ О.А. Землячова// Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2014. – №2. – С.54-66.

4. Страхування: підручник / наук. ред. С. С. Осадець. – Вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2002. – 599 с.

**Стремядін В.М.**
*здобувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності*
*Одеського національного політехнічного університету*
*м.Одеса, Україна*

## ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ І ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

В процесі удосконалення методичних підходів щодо організаційного проектування управлінських інновацій визначаємо наступні принципи, які слід використовувати в першу чергу:

1. Принцип першого керівника. Кожне управлінське нововведення вимагає уваги першого керівника підприємства. Якщо «спустити» розробку (впровадження) крупної інновації у відділ, то в начальника такого відділу може не вистачити повноважень, внаслідок чого нововведенню загрожує провал. Відомо багато випадків, коли під нововведення на підприємстві створювався підрозділ (наприклад, відділ, АСУ, відділ логістики, відділ нової техніки та ін.), після чого процес розробки і впровадження нововведення починав «пробуксовувати» по двох причинах. По-перше, у такий відділ часто прямували люди, від яких колишній керівник міг безболісно відмовитися (не кращі фахівці). Такі люди за рівнем своєї кваліфікації не відповідали завданням

нового відділу. По-друге, вся решта персоналу підприємства завжди чуйно уловлює, знаходиться дане нововведення в числі пріоритетних завдань директора чи ні.

В останньому разі (через закон економії трудової енергії) ніхто із суміжних підрозділів не поспішає повною мірою підключитися до розробки даного нововведення. А повноважень у керівника профільного відділу за визначенням менше, ніж директора. Разом з тим час першого керівника обмежений. Він може «вести» понад 5– проектів одночасно. З цієї причини уявляється доцільним, щоб перший керівник брав участь тільки на етапі розробки задуму і при «запуску» нововведення. Потім процес розробки і впровадження нововведення має продовжуватися відповідно до регламентів і стандартів підприємства що діють.

2. Принцип колегіальності. Управлінські нововведення створюються колективами людей і призначені для колективів людей. Багато методик розробки таких нововведень передбачають етап групової роботи (часто в режимі «мозкової атаки»). Отже, сама природа управлінських нововведень вимагає колегіальності в ухваленні рішень. Крім того, колегіальний принцип керівництва означає колективну відповідальність за ухвалені рішення, по суті, створюваного нововведення і за послідовністю його впровадження. Великі нововведення порушують інтереси багатьох членів колективу підприємства. Тому колективна відповідальність дозволяє подолати негативні наслідки, пов’язані з конфліктом інтересів.

Реалізація принципу колегіальності дозволяє залучити в процес розробки і впровадження управлінської інновації керівний актив підприємства, додає організаційним змінам офіційного статусу (схвалення їх радою директорів, науково технічною радою або правлінням підприємства).

3. Принцип персоніфікації відповідальності. У кожного управлінського нововведення має бути керівник. Подібна практика відома з досвіду роботи проектних і конструкторських інститутів, коли розробку очолює так званий головний інженер проекту (ГІП) або головний конструктор систем. У цьому сенсі дане правило відповідає також принципу єдиноначальності. Хто має нести особисту персональну відповідальність за якість розробки й успіх впровадження управлінської інновації.

От як про це пише відомий авторитет у сфері менеджменту П. Друкер: «Тепер багато говорять про «кінець ієрархії». Це просто нісенітниця. У будь-якій організації повинні існувати незаперечний авторитет, «бос» – ой, хто ухвалює остаточне рішення і якому беззаперечно підкоряється решта співробітників. У ситуації підвищеного ризику, а з такою ситуацією рано чи пізно стикається будь-яка організація, - від чіткого керівництва залежить само існування організації. Коли на кораблі пожежа, капітан не скликає збори, а віддає накази. І в ім’я порятунку корабля кожен повинен підкорятися наказам і точно знати, куди бігти і що робити, причому все це без сперечання і міркувань про ступінь своєї участі. «Ієрархія» та її абсолютне визнання кожним членом організації – єдина надія на порятунок у кризовій ситуації» [1, с.27]. У

наведеній цитаті йдеться про управління підприємством у цілому. Разом з тим, уявляється, що слова П. Друкера справедливі і для управління процесом розробки і впровадження управлінського нововведення.

4. Принцип авторства. До розробки інноваційних рішень необхідно залучити майбутніх функціонерів (виконавців) даного управлінського нововведення. Цей прийом дозволяє понизити вірогідність відтворення нових методів управління і підвищує «впровадженість» інновації. Принцип авторства добре ілюструється аналізом мотиваційної ситуації в координатах «хоче-може» (рис. 1). Якщо працівник «хоче й уміє» творити нововведення, то він приносить найбільшу користь справі організаційного розвитку підприємства. Саме таких працівників треба, насамперед, залучати до інноваційного проекту. Хороший резерв активістів нововведення складають ті, хто «хоче», але поки «не вміє». Їх можна навчити. Важче з тими, хто «не хоче». Але якщо такий працівник «уміє», то його можна «спонукати», «зацікавити» і тим самим «примусити» займатися організаційним розвитком.

| | Хоче | Не хоче |
|---|---|---|
| Може | «Залучимо» | «Змусимо» |
| Не може | «Навчимо» | «Звільнимо» |

Рис. 1. Мотиваційна матриця «хоче-може» [2, с.268]

5. Принцип інноваційної безперервності. У сучасних умовах постійними залишаються тільки «постійні» зміни. На підприємстві має здійснюватися регулярна інноваційна діяльність. Як при їзді на велосипеді (перестав крутити педалі – впав), менеджери повинні весь час змінювати методи і системи управління. Найбільш послідовно обговорюваний принцип реалізований у концепції «кайзен». От як про це пише Патриця Веллінгтон: «Кайзен – це концепція бізнесу, яка розвивалася в Японії після Другої світової війни і вважається ключем до успіху, якого вдалося досягти багатьом галузям цієї країни. «Кайзен («кайзер») перекладається як «поліпшення» (від «кай» – «зміна» і «зен» («цін») – добре»). Стосовно процесу управління і культури бізнесу він означає процес безперервного і поступового вдосконалення, який стає можливим завдяки активній участі всіх співробітників компанії в тому, що вона робить, і в тому, як вона це робить». І далі «Ключова ідея підходу «кайзен» полягає в тому, що зміни є всеосяжними: ніщо не є статичним, статус-кво відсутній. Все повинно піддаватися постійному перегляду. Наслідком цього є те, що зміни не повинні бути масштабними – іншими словами, вони можуть зводитися до невеликих, поступових модифікацій, що дозволить гарантувати, що компанія використовує найсучасніші методи і забезпечує як найкращу можливу якість. Протягом останніх п’ятдесяти років подібні послідовні, невеликі, еволюційні зміни дозволили перетворити економіку Японії і надавати споживачам по всьому світу продукти, які постійно встановлюють дедалі нові стандарти» [3].

Деякі фахівці менеджменту сперечаються з ідеями «кайзен». Так, Т. Пітерс [3] і М. Хаммер [4] є прихильниками революційних змін і відкидають теорію «малих поліпшень». Уявляється, що принцип «інноваційної безперервності» не виключає можливості радикальних організаційних змін. Адже тут йдеться про те, що на підприємстві повинна постійно здійснюватися інноваційна діяльність.

6. Принцип збалансованості поточної та інноваційної діяльності. Разом з тим число одночасно виконуваних організаційних проектів не може бути великим. Менеджер на підприємстві одночасно зайнятий і оперативною роботою і стратегічними питаннями. Вважається, що вищі керівники компанії постійно мають витрачати не менше 15% свого часу на вирішення інноваційних завдань. Це означає, що при шестиденному робочому тижні керівник має присвячувати вирішенню інноваційних завдань один день (наприклад, суботу). Даний принцип реалізується за допомогою застосування проектної (матричної) організаційної структури. Принцип збалансованості вдається витримати, якщо на підприємстві одночасно реалізується не більше 7 інновацій.

Матеріал цієї доповіді було спробувані на ПАТ «Одескабель» під час виконання НДР «Управління ризиком» в інноваційних проектах з розробки і модернізації високотехнологічних систем» (№ ДР 0107U003790).

**Література**

1. Друкер П. Управление, нацеленное на результат / П. Друкер – М.: Техн. школа бизнеса, 1992. – 192 с.

2. Меркулов М.М. Науково-технологічний розвиток і управління : [монографія] / М.С Меркулов. – Одеса: Фенікс, 2008. – 344 с.

3. Питерс Т. Представьте себе! Превосходство в бизнесе в эпоху разрушений / Т. Питер. – СМб. : Стокгольм. шк. экономики, 2004. – 352 с.

4. Хаммер М. Реинжениринг корпорации: манифест рефолюции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – СПб.: СПб. ун-т, 1997. – 332 с.

**Ткаченко А.М.**
*д.е.н., проф., зав.каф. Менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ДОСЛІДЖЕННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДПРИЄМСТВА ЩОДО ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Собівартість продукції – це виражені в грошовій формі сукупні витрати на підготовку і випуск продукції. В більш узагальненому вигляді собівартість можна визначити як грошовий вираз величини ресурсів, використаних з конкретною метою [1, с. 596]. З метою визначення собівартості на підприємствах складають калькуляцію, тобто роблять обчислення собівартості одиниці продукції чи послуг по статтях витрат. На відміну від елементів

кошторису витрат, статті калькуляції собівартості поєднують витрати з обліком їх конкретного цільового призначення та місця утворення [2, с.19].

При управлінні собівартістю продукції на підприємствах використовують декілька видів калькуляцій її собівартості. В плануванні, обліку й аналізі собівартості продукції основними є планова, нормативна, фактична (звітна) собівартість.

Метою планування собівартості продукції є встановлення економічно обґрунтованої величини витрат підприємства. Показник планової собівартості використовується для встановлення потреби в обігових засобах, плануванні прибутку, формуванні цін, визначенні ефективності окремих організаційно-технічних заходів і виробництва в цілому.

Метою розрахунку собівартості продукції є повне та достовірне визначення фактичної величини витрат підприємства, а також контроль за використанням матеріальних, трудових і грошових ресурсів. Інформація про фактичні витрати використовується для оцінювання й аналізу планово-економічних показників підприємства [1, с. 612].

При аналізі фактичної собівартості продукції, виявленні резервів та економічного ефекту від її зниження використовується розрахунок за економічними факторами. Економічні фактори найбільш повно охоплюють усі елементи процесу виробництва – кошти, предмети праці, саму працю. Вони відображають основні напрями роботи підприємства у площині формування собівартості, а саме підвищення продуктивності праці, впровадження передової техніки й технології, ефективного використання устаткування, здешевлення заготівлі та сировини, скорочення адміністративно-управлінських та інших непрямих витрат, зменшення браку та ліквідація непродуктивних витрат.

Вирішальною умовою зниження собівартості є безперервний технічний прогрес. Впровадження нової техніки, комплексна механізація й автоматизація виробничих процесів, удосконалювання технології, впровадження прогресивних видів матеріалів дають змогу значно знизити собівартість продукції [1, с. 612].

Важливе значення в боротьбі зниження собівартості продукції має збереження суворого режиму економії на всіх ділянках виробничо-господарської діяльності підприємства. Поступове впровадження на підприємствах режиму економії проявляється перш за все в зменшенні витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції, зменшенні витрат по обслуговуванню і управлінню виробництвом, в ліквідації втрат від браку та інших невиробничих витрат.

В собівартості значною статтею є витрати на заробітну плату виробничих робітників. Зниження собівартості продукції забезпечується насамперед за рахунок підвищення продуктивності праці. Із зростанням продуктивності праці скорочуються витрати праці на одиницю продукції, натомість зменшується частка заробітної плати в загальній структурі собівартості.

Слід зазначити, що джерелами зниження собівартості продукції є ті затрати, за рахунок економії яких знижується собівартість продукції, а саме:

витрати уречевленої праці, які можуть бути знижені за рахунок поліпшення використання засобів і предметів праці; затрати живої праці, які можуть бути скорочені за рахунок зростання продуктивності праці; адміністративно-управлінські витрати тощо.

Основними шляхами зниження собівартості продукції є скорочення тих витрат, які мають найбільшу питому вагу у її структурі [3, с. 303].

Чинниками зниження собівартості є підвищення технічного рівня виробництва, вдосконалення організації виробництва і праці, зміна структури та обсягу продукції, галузеві та інші фактори [3, с. 304].

Виявлення резервів зниження собівартості має спиратися на комплексний техніко-економічний аналіз роботи підприємства: вивчення технічного і організаційного рівня виробництва, використання виробничих потужностей і основних фондів, сировини і матеріалів, робочої сили, господарських зв'язків, а також всіх складових собівартості. Але звичайно ж, основним і найбільш головним резервом зниження собівартості продукції підприємства є зниження матеріальних затрат. Тому за рахунок закупівлі більш дешевшої сировини та зменшенню транспортних витрат, пов'язаних з її доставкою може значно знизити собівартість своєї продукції.

**Література**

1. Іванілов О.С. Економіка підприємства: Підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О.С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.

2. Остапова Г.М. Экономика предприятия: Курс лекций [для спец. 6.050200 направления 0502 «Менеджмент»] / Г.М. Остапова. – Ч.2. – Запорожье: ЗГИА, 2008. – 219 с.

3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч. посіб. / І.М. Бойчик. – К.: Атіка, 2004. – 480с.

**Топалова І.А.**
*пошукувач*
*Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України*
*м. Одеса, Україна*

## РОЗРОБКА ПРАВИЛ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Впровадження управлінських інновацій означає впровадження змін у неформальних нормах, у навиках роботи і спілкування працівників підприємства. Треба, щоб люди сприйняли нововведення і стали працювати по нових правилах [2, с. 65]. Такі зміни рекомендується здійснювати, додержуючись наукових положень, що їх розробив К. Левин [3]. Учений вважав, що для того, щоб змінити будь-яку групу людей, будь-то етнічна община, колектив підприємства або рада директорів, цю групу потрібно

провести через три стадії: «розморожування», «зміна» і «повторне заморожування».

«Розморожування» має на увазі створення тривожної ситуації, оскільки вважається, що для формування потреби в змінах потрібна певна частка неспокою або незадоволеності. Тобто для початку змін у стабільній системі необхідно її штучно дестабілізувати. Коли люди відчувають, що «так більше жити не можна», що порядок речей, що склався, в емоційному плані має «негативне» забарвлення, вони готові шукати вихід із ситуації, що склалася, готові сприймати ідеї і пропозиції по організаційним змінах. Цю властивість людей К. Левин використовував для вирішення великих завдань, що стоять перед США. Так, за завданням уряду він виконав програму, у результаті якої люди стали їсти більше чорного хліба замість білого (шкідливішого для здоров'я). Розробив і провів тренінги в армії США з метою викорінювання конфліктів на расовому, релігійному і віковому ґрунті («дідівщина») та ін. Призначення етапу «розморожування» – зробити зрушення у психології людей. Показати, що моральні групові норми і правила рухомі, що їх можна змінювати, що можна відмовитися від «поганих» звичок на користь «добрих». При цьому заслуга К. Левина полягає в тому, що він експериментально довів правило «групової динаміки», яке означає, що в групі чоловік легше відмовляється від «шкідливих» або «поганих» звичок або норм. У групі чоловік легше сприймає нове, «прогресивне» або «правильне». Саме тому на стадії «розморожування» застосовуються методи групового тренінгу, методи колективного пошуку організаційних рішень («мозковий штурм», «інтенсивні проблемні наради» тощо). До речі К. Левин є автором перших тренінгів, спрямованих на впровадження змін у колективах різних співтовариств (компаній, шкіл, армійських підрозділів, етнічних груп та ін.).

«Зміна» – центральна стадія процесу, коли і керівництво і співробітники пробують практикувати нові відносини, методи роботи і форми поведінки. Це процес пілотного запуску нововведення з метою переходу від ідеальної (теоретичної, проектної) моделі нововведення до моделі реальної і можливої в рамках компанії [4, с.276].

«Повторне заморожування» відбувається, коли учасники процесу нововведень упроваджують у практику зміни, які апробовані і оцінені як ефективні саме для цієї компанії. Процеси, які відбуваються на цій стадії, вимагають сприятливого і підтримуючого середовища (зокрема, схвалення відповідального керівництва). У підлеглих у цьому разі, особливо коли усвідомлюються досягнення у вирішенні поставлених завдань, зростає самоповага. На початкових етапах цієї стадії абсолютно необхідно підкріплювати кожне, навіть незначне досягнення підлеглих за допомогою нагороджень, премій, похвал. На пізніших етапах бажано також час від часу підсилювати цей процес, щоб сприятливі зміни у роботі не зникли. Важливо пам'ятати, що досягнення не фіксуються раз і назавжди, а вимагають постійного додаткового стимулювання як форми регулярного менеджменту. Зрештою набуті форми поведінки співробітників або посилюються і

засвоюються, або відкидаються.

**А. Правило «вузьких воріт».** Правилом «вузьких воріт» активно користувався відомий за часів планової економіки директор Тираспольської швейної фабрики В.С. Соловйова. Її методи управління колективом повною мірою можна назвати «ідеологічними», тобто заснованими на, як нині говорять, корпоративній культурі. Будь-яке нововведення на фабриці починалося зі створення творчої групи, потрапити в яку було престижно, а працювати – цікаво. Багато хто прагнув пройти через «вузькі двері». Це і було головним мотивом для високопродуктивної праці. Це і забезпечувало успіх нововведення. Можна сказати, що саме участь в інноваціях була стимулом для працівників. Адже зарплата на фабриці, як і в цілому по країні, була низька – 110 старих рублів на місяць.

Таким чином, як свідчить досвід, правило «вузьких воріт» може бути покладене в основу регулярної інноваційної діяльності на підприємстві.

Другий сенс цього правила полягає в такому. При залучені співробітника, особливо кваліфікованого, у процес змін важливо враховувати, як він може діяти при цьому. По дослідженнях фахівців, якщо в початковий момент такому співробітнику надати свободу у виборі методів його роботи, а оптимальний метод дій йому буде запропонований пізніше (наприклад, у вигляді інструкцій), то навіть за бажанням додержуватись цього оптимального методу він буде зрештою значно відхилятися від запропонованого методу, додержуючись власного. Якщо ж такому співробітникові із самого початку запропонувати оптимальний метод дії (або близький до нього), варіація вживаних методів наприкінці процесу буде незначною. З урахуванням сказаного, другий аспект правила «вузьких воріт» полягає в обмежені варіацій майбутнього нововведення, у додержані загального задуму із самого початку впровадження нововведення.

**Б. Правило «підйому по сходах».** Дослідження соціологів показують, що показники ефективності і якості роботи поліпшуються швидше, сильніше і на довший термін, якщо нові методи роботи вводяться відносно швидко з подальшими періодами стабільної роботи по нових методах («відпочинку» від нововведень).

При «ступінчастій» практиці впровадження, у порівняні з практикою безперервного масового впровадження, поліпшення настають швидше, тобто крива ефективності крутіша і поліпшення зберігаються довше (частина кривої загасання або спаду положиста). Правило «підйому по сходах» можна сформувати так: нові методи роботи слід вводити швидко, чергуючи періоди інтенсивного впровадження (декілька днів, у крайньому разі – тижнів) з періодами стабільної роботи по нових методах («майданчиками відпочинку»).

**В. Правило «повторення».** Ефективність інновації виявляється хвилеподібно. При цьому існує максимальне значення ефективності, яке називається «плато ефективності». Після досягнення цієї точки результативність нововведень може навіть часто знижуватися. Щоб закріпити рівень, досягнутий на точці «плато ефективності», необхідно на цій стадії

проводити навчання і тренування співробітників, закріплюючи придбані навики (з використанням правила «вузьких воріт»). Тому «правило повторення» можна сформувати таким чином: при впроваджені нових методів роботи необхідно передбачати відповідне навчання і тренінги (повторення).

**Г. Правило «попереднього прогрівання».** На придбання нових знань і навиків старі знання і навики співробітників можуть впливати як позитивно, так і негативно. Ломка старих звичок відбувається на фазі «розморожування», коли співробітники підприємства випробовують стан неспокою й активно шукають інформацію, щоб понизити цей рівень неспокою. Якщо «розморожування» не вдалося, співробітники прагнуть інтерпретувати нову інформацію з погляду збереження нових підходів. Тому правило свідчить: при проведені змін необхідно довести людям, що звичні їм методи роботи вже не придатні для вирішення нових завдань. Якщо ж спробувати впроваджувати нові методи роботи без попереднього руйнування старого порядку. Існує серйозний ризик негативної дії колишніх знань і навиків.

**Д. Правило «втомлених, але задоволених».** Виходячи як з теорії, так і з практики менеджменту, бажано встановлювати цілі трохи вище, ніж очікуваний результат. При цьому цілі мають бути реалістичними – ні дуже легкими, ані нездійсненними, але такими, щоб при їх досягненні виникало відчуття перемоги. У співробітника, що бере участь у змінах, має бути високий рівень очікувань у поєднанні з щирою впевненістю, що ефективність і продуктивність його роботи дуже високі. Цей ефект може ставати кумулятивним (тобто таким, що накопичується), – підвищення ефективності праці спонукає людину брати на себе нові обов’язки і, таким чином, створює для нього нові можливості для зростання і розвитку.

Навпаки, заниженні очікування можуть призводити до низької ефективності роботи, що. У свою чергу, може призвести до втрати довіри і розвитку невіри і скептицизму відносно нововведень. Тому дане правило може бути сформульоване так: при формуванні цілей інновацій для співробітників їх слід встановлювати трохи вище, ніж очікуваний результат.

**Е. Правило «щасливої сімки».** Це правило пов’язане з істотними відмінностями між людьми в їх здатності сприймати і переробляти нову інформацію. Маємо правило «щасливої сімки» (з поправкою на індивідуальні можливості) 7±2, згідно з яким: при навчанні, обмежуючи вхідну інформацію нижньою межею цієї шкали (тобто п’ятьма), викладач може уникнути перевтоми своєї аудиторії, хоч і ризикує викликати нетерпіння серед найбільш обдарованих слухачів; при створенні робочої групи загальна її чисельність (включаючи керівника) повинна складати 5, 7 або 9 чоловік; у цьому разі група працює найефективніше; при управлінні число безпосередніх підлеглих, з якими в основному контактує керівник, повинне бути 6±2 (7±2 з керівником); конкретне число залежить від особистих якостей керівника (у Д. Ейзенхауера, командувача Об’єднаними силами союзників під час Другої світової війни, було чотири безпосередніх підлеглих, чим історики багато в чому пояснюють його ефективне керівництво воєнними операціями); для того, щоб в організації

почалися зміни, необхідно створити «критичну масу» співробітників, сприяючих цим змінам (переучити їх, мотивувати змінити їм систему цінностей); величина «критичної маси» складає 1/(7±2) від загальної чисельності працівників в організації; добре підготовлений документ, наприклад методична інструкція, має містити 7±2 важливі положення або розділи; бажано, щоб здійснювана одним працівником діяльність або процес містили 7±2 етапи або технологічні операції, включаючи підготовчі й завершальні.

Звичайно, можливі й інші застосування цього найважливішого емпіричного правила, яке можна сформулювати так: на практиці все, що так чи інакше пов'язане з комунікацією між людьми або переробкою інформації окремою людиною, доцільно розбивати на 7±2 компоненти; якщо не спланувати таке розділення, воно може відбутися мимоволі, при чому чим вище складність комунікацій або переробки інформації, тим ближче до нижньої межі має бути число компонентів.

**Ж. Правило «зворотних зв'язків».** По-справжньому переконати співробітників у ефективності нововведень здатні не словесні докази, а конкретні дії. Тому керівник має реєструвати всі факти підвищення ефективності і якості роботи, щоб обґрунтувати ефективність нововведень. Тобто дане правило може звучати так: успіх нововведень багато в чому визначається ефективністю зворотних зв'язків між керівниками і виконавцями; своєчасна інформація про успіхи необхідна, щоб справою переконати людей ще краще працювати; своєчасна інформація про невдачі дозволяє їх оперативно проаналізувати і скоректувати процес, що допоможе не розчаровувати людей.

Фірмі, що вирішила впроваджувати управлінські зміни, потрібен довгий і важкий шлях, але існує стара притча: «Як з'їсти слона? – Ну і як? – По шматочках». Можна також скористатися радою К. Ісикаві [5]: «Якість починається і закінчується навчанням». Це – абсолютна істина й у справі впровадження управлінських інновацій! А почати працювати необхідно з керівництва, бо Е. Демінг вважав, що 90% проблем підприємства обумовлені неправильною системою менеджменту, тільки 4% – помилками виконавців.

Дане дослідження виконано у межах роботи над НДР «Соціальна відповідальність бізнесу та інституціональні новації» (№ДР 0114 И 001555).

**Література**

1. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності України: Закон України // Урядовий кур'єр, 2003. – №32. – С. 1–4.

2. Захарченко В.И. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика : [монография] / В.И. Захарченко, Н.Н. Меркулов, Л.В. Ширяева. – Одесса: Фаворит, 2011. – 598 с.

3. Левин К. Разрешение социальных конфликтов: [пер. с англ.] / К. Левин. – СПб.: Речь, 2000. – 408 с.

4. Меркулов М.М. Науково-технологічний розвиток і управління інноваціями: монографія / М.М. Меркулов. – Одеса: Фенікс, 2008. – 344 с.

5. Ishikawa K. What is Total Quality Control? The Japanese Way / K. Ishikawa. – London: Prentice Hall, 1985.

**Атаманчук Є.О.**
*студентка 2 курсу економічного факультету*
*ДНВЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Рябцева О.Є.**
*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

В сучасних динамічних умовах кожне підприємство прагне використовувати наявні ресурси максимально ефективно. Час – це такий же ресурс, як і люди, сировина, фінанси. Проте його суттєвою особливістю є безповоротність і непоправність – його не можна накопити, передати, узяти в кредит. Саме тому треба навчитися використовувати його з максимальною вигодою.

Самоменеджмент – це послідовне і цілеспрямоване використання випробуваних методів роботи в повсякденній практиці для того, щоб оптимально і зі змістом використовувати свій час. Самоменеджмент допомагає виконувати роботу з меншими витратами, краще організовувати працю, зменшити завантаженість роботою і, як результат, зменшити поспіх і стреси. Відомий фахівець в області менеджменту Ален Маккензі стверджував: «Немає нічого легшого, ніж бути зайнятим. І немає нічого важчого, ніж бути результативним ». Всі успішні люди дуже продуктивні. Вони багато працюють і багато встигають, а це не одне й те саме. Під продуктивністю, в першу чергу, мається на увазі результат, а не процес. Основний секрет особистої ефективності полягає в правильному розподілі часу [1].

Існує велика кількість підходів, методів та інструментів самоменеджменту, основні з яких відображені на рис. 1 [2].

Основними правилами самоменеджменту можна назвати наступні:

–при плануванні слід використовувати тільки 70% часу, залишивши 30% на рішення непередбачених завдань;

–письмово визначати цілі і завдання із зазначенням їхньої пріоритетності. Для розстановки пріоритетів добре підходить метод АБВГД. Це дуже простий спосіб планування, і полягає він у плануванні досягнення цілей найкоротшим шляхом з реальною оцінкою часових обмежень шляхом привласнення кожному завданню в списку справ літерний пріоритет його виконання;

– варто встановлювати короткострокові цілі, узгоджені з досягненням довготривалої глобальної мети;

– встановлювати реальні терміни виконання завдань і попередньо визначати «вузькі» місця;

– обов'язково забезпечувати гнучкість планів при можливих змінах

зовнішніх чинників;

– при плануванні на певний період першочергову увагу приділяти завданням, невиконаним в попередньому періоді (якщо немає більш термінових);

– під час планування необхідно враховувати зміни працездатності протягом робочого дня;

– об'єднувати під час планування невеликі однотипні справи в робочі блоки;

–звести до мінімуму можливість виникнення стресових ситуацій і сує ти.

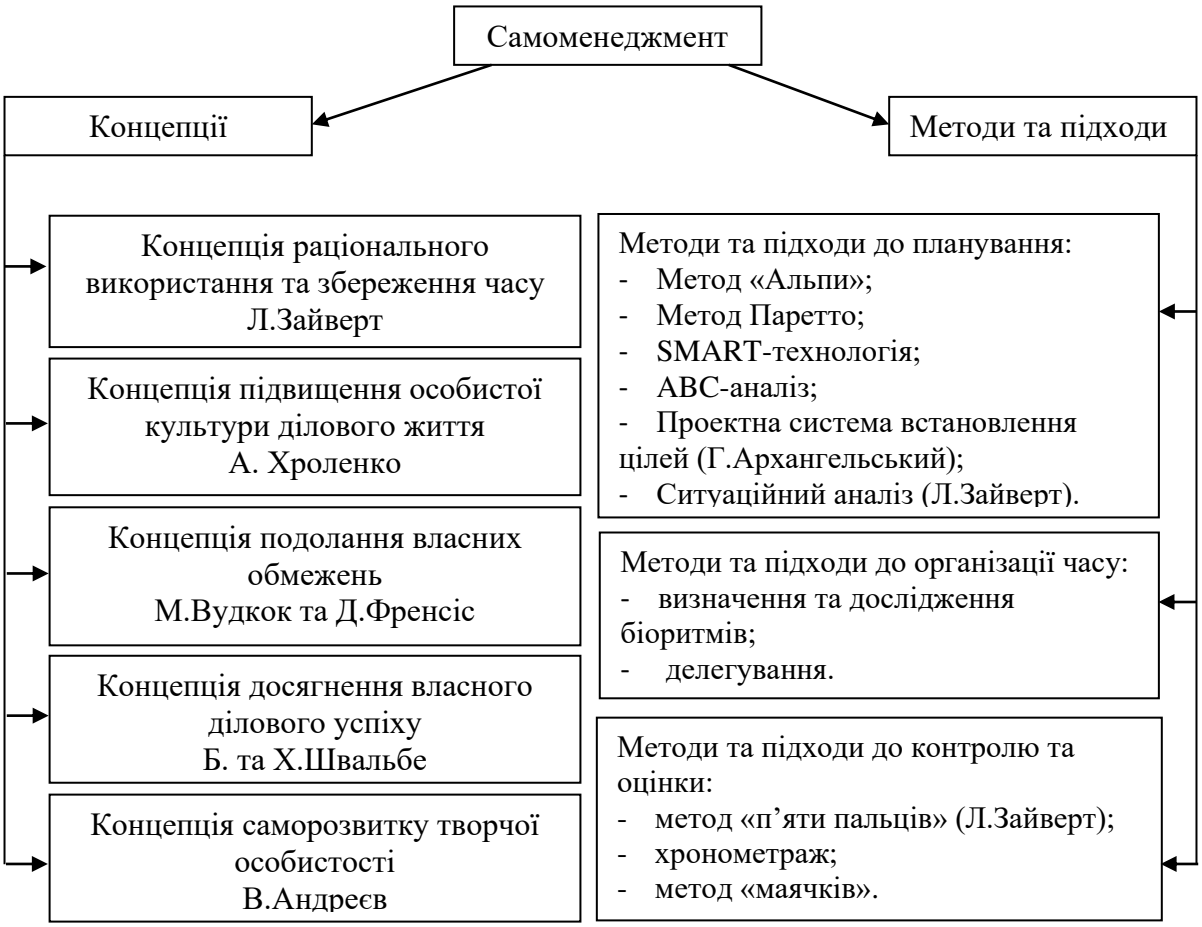



Рис. 1. Основні методи, концепції та підходи само менеджменту

У сучасному світі власники бізнесу, менеджери і наймані працівники повинні використовувати свій час раціонально. Управління особистим часом – важливий показник ефективності кожної людини. Навчившись правильно визначати свої цілі і планувати справи на наступний день, можна істотно підвищити власну продуктивність. Час безцінний, не слід витрачати його даремно. Саме за допомогою самоменеджменту можна підлаштувати його під свої пріоритети і цілі, правильно його використовувати і отримувати максимальну користь від своєї діяльності.

**Література**

1. Перерва П.Г. Мистецтво самомаркетінга. Працевлаштування без проблем. – Київ: Фактор, 2009. – 592 с.

2. Чкан А. С. Самоменеджмент як головний інструмент системи мотиваційного менеджменту на підприємстві / А. С. Чкан, І. В. Ганза // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 1. – С. 261–266. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znptdau_2014_1_52.

**Комарова К.В.**
*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та маркетингу*
*«Університет митної справи та фінансів»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ВІРТУАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКУ

Під впливом глобалізаційних процесів та міжнародної інтеграції, розвитком новітніх інформаційних технологій та посиленням конкуренції виникає нова модель ведення бізнесу – віртуальне підприємство. Віртуальне підприємство (далі ВП) – нова модель адаптивних організаційних структур, яка може швидко адаптуватися до динамічних змін зовнішнього середовища і трансформуватися в структури, необхідні для організації виробництва і надання послуг в залежності від потреб ринку (далі ВП). Особливо актуальною ця модель стає в умовах фінансово-економічної кризи, коли виникають проблеми з реалізацією виробленої продукції та спостерігається брак фінансових ресурсів.

Основу ідеї віртуалізації діяльності переважно складає не потреба забезпечення логістичної підтримки та взаємодії окремих агентів. Головним підґрунтям є організація взаємозв'язку бізнес-процесів, спрямування на формування конкретного механізму надання телекомунікаційних послуг на територіально розподілених підприємствах, при якому максимально проявляються ключові компетентності організацій, колективів і людей. Саме така організаційна форма дозволяє сформувати гнучку, розподілену у просторі сукупність компаній, найбільш пристосованих для якнайшвидшого надання нової послуги або обладнання та підвищує їх конкурентоспроможність.

Віртуальні підприємства можуть бути охарактеризовані наступними якостями і перевагами: незначна фізична структура; довіра комунікаційним технологіям; мобільність роботи; змішані форми для спільної роботи працівників підприємства, які об'єднують основні компетенції та ресурси; відсутність меж і залучення (віртуальні підприємства не обмежені, вони здатні об'єднувати постачальників і дистриб'юторів так, що важко розрізнити, де одна компанія, а де інша); гнучкість і зворотна реакція: віртуальні підприємства здатні достатньо швидко адаптуватися відповідно до потреб ринку [2].

Діяльність віртуальних підприємств неможлива без використання

новітніх інформаційних технологій (Workflow, управління знаннями, електронної обробки даних, технологій пов'язаних з роботою в Інтернеті) та централізованої системи управління. Центральне місце належить технології Workflow, яка передбачає підтримку в режимі реального часу всіх наявних бізнес-процесів ВП. За стандартом WfMC (міжнародна організація, що розробляє стандарти для систем класу Workflow), ця технологія визначається як повна чи часткова автоматизація бізнес-процесів, при якій документи, інформація або завдання для виконання передаються від одного учасника до іншого відповідно до набору процедурних правил [1].

Діяльність кожної економічної системи, яким би рівнем самоорганізації вона не визначалась, потребує на певних етапах своєї роботи чіткої системи управління та координації. У цьому аспекті ВП не є виключенням. При побудові ВП впроваджують американську або японську модель системи управління. Для американської моделі критерієм відбору агентів слугує запропонована ціна виконання замовлення. Ця модель заснована на взаємодії великої кількості замовників і виконавців, в основному в межах одного конкретного проекту, і не розрахована на тривалу перспективу. Японська система характеризується ранжуванням агентів залежно від розташованих виробничих потужностей і рівня технологій. Система управління передбачає, що клієнт передає замовлення агенту, який розподіляє його виконання між іншими агентами, ті, у свою чергу, розподіляють його між агентами нижчого рівня, при цьому кінцевий рівень ієрархії не визначається, головне, щоб агент реалізував взяті на себе обов'язки.

Характерним для обох систем є те, що при створенні віртуального підприємства координуючим органом може виступати як один із членів ВП, так і новостворений орган. При рівномірному розподіленні управлінських повноважень кожен агент відповідає лише за ту частину проекту, в якому безпосередньо бере участь. В іншому випадку, весь процес управління покладено на конкретний орган, який і слідкує за діяльністю віртуального підприємства. Можливість використання різних моделей управління дає змогу визначити оптимальну структуру і побудувати такі партнерські відносини, при яких кожна сторона буде зацікавлена в ефективності функціонування всього ВП.

Передбачається, що з'являться наступні, нові ініціативи, бо технологія VRML і систем UNIX вже дозволяє з довільного, під'єднаного до мережі терміналу, контролювати і наглядати за продуктивними лініями, розміщеними навіть на інших континентах. Так само можна віртуально спостерігати за роботою приладів і засобів, а системи CAM, відповідно оснащені, дозволяють у трьох вимірах слідкувати за цілими виробничими процесами й одночасно керувати ними.

Отже, створення віртуального підприємства у чистому вигляді для виробничої сфери – досить складний процес, який вимагає значної попередньої підготовки, детального аналізу інформаційних потоків, бізнес-процесів, виробничих можливостей учасників, фактичного завантаження їх обладнання

та ін. Форми віртуального підприємства, які проглядаються та усвідомлюються в теперішньому часі, будуть видозмінюватись, пристосовуючись як до майбутніх технологій, так і до виникаючих потреб, що являються рушійною силою розвитку новітніх методів управління віртуальними організаціями.

**Література**

1. Vannl, H. (2011). Looking for the right pill. Business Week, No. 6.

2. Корнер М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке / М. Уорнер, М. Витцель. – М.: Добрая книга, 2005. – 295 с.

**Негру И.К.**
*к.э.н., доцент*
*Кафедра «Менеджмент»*
*Молдавская Экономическая Академия,*
*г.Кишинев, Р.Молдова*
**Ворновицки Д.П.**
*ст. преп., аспирант*
*Кафедра «Менеджмент»*
*Молдавская Экономическая Академия,*
*г.Кишинев, Р.Молдова*

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Складское хозяйство предприятия охватывает множество разнообразных компонентов и по этой причине не попадает под строгие классификационные схемы, применяемые к таким видам деятельности, как обработка заказов, управление запасами или транспортировка. Обычно склад на предприятии рассматривают как место хранения запасов. Но во многих логистических системах роль его заключается не столько в хранении, сколько в распределении продуктов, обеспечивая тем самым демпфирование (сглаживание) несоответствий на различного рода стыках между темпом и характером поступления этих продуктов, с одной стороны, и потребления – с другой. На складах выполняются также погрузочно-разгрузочные, сортировочные, комплектовочные и некоторые специфические технологические операции.

Объектом изучения складирования на предприятии обычно являются товарно-материальные ценности в процессе их складирования, грузопереработки и упаковки.

*К основным* задачам складского хозяйства на предприятии *относятся:*

– размещение складской сети;

– складирование и подготовка груза к поставкам (производственные и другие услуги);

– управление товарными запасами;

– организация складских поставок.

В последнее время главным направлением развития складского хозяйства предприятий стало повышение гибкости и эффективности использования информационных технологий, что необходимо для удовлетворения растущих требований потребителей к ассортименту и условиям поставок. Совершенствование информационных технологий, автоматизация складского процесса увеличивает гибкость, давая возможность складским операторам быстрее реагировать на изменения и оценивать результаты деятельности в самых разных условиях.

Таким образом, создание разветвленного и автоматизированного складского хозяйства предприятия направлено на:

− обеспечение ритмичности совместной работы, организованности и оперативного взаимодействия различного рода производственных и транспортных подразделений;

− демпфирование колебаний внутри производства;

− сглаживание неравномерности внешних поставок и организацию их получения и использования;

− накопление готовой продукции и организацию ее распределения в соответствии с фактическим поступлением заказов от клиентуры;

− обеспечение в течение времени хранения, поиска и выдачи сохранности качества сырья, материалов, комплектующих изделий и готовой продукции;

− рациональное использование площадей, принадлежащих предприятиям и компаниям;

− снижение простоев транспортных средств, обеспечение гибкости в выборе транспортных средств и определении объемов перевозок и, в конечном счете, уменьшение транспортных расходов;

− снижение потребности в персонале, освобождение его от выполнения большого объема погрузочно-разгрузочных работ в условиях невысокого уровня организованности.

Для анализа эффективности функционирования складского хозяйства на предприятии служит ряд количественных показателей, с помощью которых можно адекватно оценить эффективность работы складского комплекса. Обычно к этим критериям относят:[2]

- конструкционные особенности складского помещения – планировка, высота складского помещения, расстояние между несущими колоннами, качество пола, стен, и т.д.;
- удобство подъездов к складу и их состояние;
- наличие пожарной сигнализации и средств пожаротушения;
- наличие регулируемого температурного режима, вентиляции и освещения;

[2] http://www.metall-soyuz.ru/ocenka_efectiv.html

– наличие бесперебойного электроснабжения, системы видеонаблюдения и охранной сигнализации;

– наличие подъездных железнодорожных путей, площадей для стоянки и маневрирования автомобилей и погрузочной техники;

– наличие необходимого количества ворот и погрузочных площадок, в соответствии с площадью хранилища;

– наличие офиса, снабженного средствами телекоммуникации, и хозяйственных и бытовых помещений.

При сооружении склада на предприятии необходимо оборудовать его подъездными путями, учесть погрузочно-разгрузочные фронты, обеспечить пожарную безопасность, определить массу различных материалов и места их хранения внутри склада, число стеллажей и исходить из допустимой нормы нагрузки на 1м$^2$ площади пола.

Следует отметить, что к затратам, влияющим на себестоимость складских услуг, относятся расходы по грузопереработке, хранению, внутрискладской транспортировке, упаковке и тарированию, а также иные издержки.

## Литература

1. Ильенкова С.Д., Производственный менеджмент. Изд. «ЮНИТИ». Москва, 2002. ISBN 5-238-00101-0.

2. Канке А.А., Кошевая И.П., Логистика. Изд. «ФОРУМ»-ИНФРА_М. Москва, 2007. ISBN 5-8199-0299-8 (ИД «ФОРУМ»). ISBN 5-16-002827-7 (ИНФРА-М).

3. Новицкий Н.И., Организация производства на предприятиях. Изд. «Финансы и статистика». Москва, 2003. ISBN 5-279-02122-9.

4. http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2015/TGU_6_38.pdf

5. http://www.metall-soyuz.ru/ocenka_efectiv.html.

**Рябцев О.О.**
*Студент 5 курсу економічного факультету*
*ДНВЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»,*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Рябцева О.Є.**
*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та фінансів*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОБОТИ HR-ПІДРОЗДІЛУ

В сучасних умовах динамічного оточуючого середовища кожна організація замислюється про пошук нових шляхів забезпечення стійкості та конкурентоспроможності. Однак для досягнення цих цілей потрібно не лише шукати перспективні напрями розвитку, а й ефективно розпоряджатися

наявними ресурсами та вміло використовувати структуру підприємства та функціонал його підрозділів.

Основу будь-якої організації становить її персонал і саме кількісний та якісний кадровий склад визначає реалії та перспективи підприємства. Для управління цим найголовнішим ресурсом на підприємствах існують кадрові служби. Деякі підприємства для цього створюють окремий підрозділ управління персоналом (HR), в якому працюють кваліфіковані та досвідчені спеціалісти в області управління людськими ресурсами. Інші – лише змінюють назву відділу кадрів на новомодне словосполучення «Відділ HR», не розуміючи при цьому функціональне навантаження та не змінюючи основну концепцію діяльності підрозділу.

Для того, щоб відповісти на питання: «Чи є різниця між кадровиком та HR-ом?», слід детально розглянути функції, що виконує кожен з них (табл.1).

Таким чином, управління персоналом сучасних підприємств можна визначити як сукупність заходів, спрямованих на оптимальне кількісне і якісне формування їх кадрового складу, організацію його професійного і соціального розвитку, досягнення раціонального ступеня мобільності та повне й ефективне використання його можливостей у процесі діяльності цих підприємств. В той час як кадрова служба виконує виключно формальні операції з ведення кадрового документообігу.

Таблиця 1

Порівняння функцій, виконуваних відділом кадрів та відділом управління персоналом

| ***Функції відділу кадрів*** | ***Функції відділу управління персоналом*** |
|---|---|
| Ведення кадрового документообігу (заповнення трудових книжок щодо зміни посади, винесення працівнику догани або заохочення тощо) | Ведення кадрового документообігу (заповнення трудових книжок, ведення обліку відпусток, оформлення прийняття та звільнення працівників) |
| | Моніторинг ринку праці з метою пошуку нових джерел кадрів |
| | Підбір, відбір та розстановка кадрів |
| Ведення обліку відпусток працівників | Адаптація нового персоналу на робочому місці |
| Оформлення прийняття та звільнення співробітників | Розробка програм мотивації персоналу |
| | Проведення атестації кадрів, оцінка трудової діяльності персоналу |
| | Організація професійного навчання та підвищення кваліфікації персоналу |
| | Забезпечення підприємства кадрами необхідної кваліфікації |
| | Оцінка задоволеності, вмотивованості та залученості персоналу |
| | Планування соціального розвитку персоналу |
| | Прогнозування та визначення потреби підприємства в персоналі |

Ефективне управління персоналом базується на наступних принципах:

– гуманізм. Працівник – основа корпоративної культури. Успішні підприємства приділяють велику увагу мотивації та розвитку персоналу;

– ієрархічність. Управління має здійснюватися на трьох рівнях: вище керівництво, середнє керівництво («команда») і нижня ланка («співробітники»);

– ефективність як критерій успіху підрозділу, що полягає у перевищенні результатів діяльності відділу HR від вартості його утримання;

– соціальна спрямованість;

– корпоративний дух. Всі команди й окремі співробітники, які входять у команду, несуть відповідальність як за успіх, так і за невдачі організації;

– систематичне навчання. Постійне підвищення професійного рівня – ключ до розвитку та змін і невід'ємна частина життєво важливого процесу просування організації.

Отже, різниця – не стільки в назві, скільки в ролі, поведінці, позиції і способі мислення. Навіть за типами темпераменту кадровик та HR-менеджер мають відрізнятися, адже функції документування та обліку кадрів вимагають посидючості, зосередливості та флегматичних проявів, у той час як ефективний HR має володіти достатнім зарядом життєвої енергії, харизмою, лідерськими якостями та неабиякими навичками комунікації, що характерно для сангвіністичного та холеристичного типів. Щодо спеціалізації, то із кадровою роботою краще впорається фахівець із юридичною освітою, а з роботою, пов'язану з управлінням персоналом, – випускники спеціальностей «Управління персоналом та економіка праці» або «Менеджер організацій».

Таким чином, в сучасних умовах керівники українських підприємств мають замислитися про ефективність їхнього підрозділу управління персоналом та відповісти на питання: «Чи виконує цей відділ на нашому підприємстві ті функції, що належать до компетенції HR?». І у разі негативної відповіді – суттєво реорганізувати цей підрозділ для забезпечення своєму підприємству перспективне ефективне функціонування та сталий розвиток.

**Алімов Д.К.**
*магістрант групи 5-МР-2*
*кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
**Комірна В.В.**
*д.е.н., доцент, завідувач кафедри теоретичної*
*та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Маркетингова діяльність стала невід'ємною частиною життєдіяльності суспільства. Напевно неможливо представити фірму, підприємство, будь то приватна компанія або державна установа, без відділу маркетингу у своїй структурі.

На сьогоднішній день існує нагальна потреба у свідомій і логічній організації маркетингу на підприємстві, а саме: у виборі чіткої і дієвої маркетингової стратегії, успішному розподілі обов'язків між співробітниками та дотриманні установчих норм та правил.

Існує декілька трактувань поняття «маркетинг».

Управлінське трактування маркетингу:

Маркетинг – це теорія і практика управління підприємством, його продуктово-ринковою стратегією, у рамках якої управлінські рішення приймаються на основі аналізу чинників ринкового середовища і ресурсів підприємства з метою повного узгодження економічних інтересів продавця і покупця [1].

Організаційне трактування маркетингу:

Маркетинг – система організації господарської діяльності фірми, заснована на вивченні стану і перспектив ринкового попиту, а також підпорядкуванні завданням успішного збуту продукції (товарів, послуг) усіх сторін ділової активності фірми, від розробки конструкції і технології виробництва товару до його доставки покупцю [1].

Функціональне трактування маркетингу:

Маркетинг (за визначенням Американської маркетингової асоціації) – це процес планування, здійснення задумів відносно ціноутворення, просування і реалізації ідей, товарів і послуг шляхом обміну для задоволення цілей окремих осіб і організацій [1].

Організація маркетингу – це структура управління маркетинговими функціями, яка встановлює підпорядкованість і відповідальність за реалізацію поставлених цілей і виконання завдань [2].

Ефективна маркетингова діяльність підприємства неможлива без організації відповідних управлінських структур – відділів, бюро, секторів тощо. Їх діяльність має базуватись на таких принципах:

– цілеспрямованість – відповідність цілям, стратегії, політиці

підприємства, спрямованість на вирішення проблем, пошук і задоволення потреб споживачів;

– чіткість організаційної структури – розумна спеціалізація, відсутність дублювання виконуваних функцій, забезпечення єдності керівництва маркетинговою діяльністю, підконтрольність виконавців;

– гнучкість – своєчасне модифікування у відповідь на зміни у навколишньому бізнес-середовищі;

– висока кваліфікація кадрів та їх постійна спеціальна підготовка;

– активна політика – пошук ринків, споживачів незадоволених потреб, творчі підходи до вирішення поставлених маркетингових завдань [3].

Досягнення цілей будь-якого підприємства залежить в основному від трьох чинників: обраної стратегії, організаційної структури та від того, яким чином ця структура функціонує. Організаційна структура маркетингової діяльності на підприємстві може бути визначена як конструкція організації, на основі якої здійснюється управління маркетингом. Іншими словами – це сукупність служб, відділів, підрозділів, до складу яких входять працівники, які займаються тією чи іншою маркетинговою діяльністю [4]. Маркетингова структура має вирішальне значення для успішної реалізації концепції маркетингу. Для організації маркетингу не існує універсальної схеми, бо вона охоплює широкий спектр робіт і функцій, що мають місце при впровадженні та використанні ринкової філософії організації підприємництва, головним принципом якої є орієнтація на споживача - на вивчення і задоволення його потреб і бажань.

Таким чином, для здійснення всього комплексу робіт і функцій у сфері маркетингу, підприємству слід приділити не аби яку увагу саме організаційним питанням. Треба чітко зрозуміти і виділити саме ту маркетингову стратегію, яка допоможе підприємству досягти бажаного результату та цілей. Організаційна структура має не менш важливе значення в системі маркетингу. Отже її треба розробити так, щоб взаємозв’язок між керуючою ланкою та підлеглими був злагодженим і не наносив шкоди підприємству та роботі усього персоналу. Ще одним не менш важливим питанням для організації маркетингу буде досвід співробітників. Це означає, що підприємству час від часу слід проводити тренінги, семінари, курси з підвищення кваліфікаційного рівня персоналу. Адже від цього буде залежати успіх не тільки відділу маркетингу, а й усього підприємства в цілому.

**Література**

1. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: Учебное пособие. – Киев: Центр учебной литературы, 2010. – 576 с.

2. Примак Т.О. Маркетинг: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2004. – 228 с.

3. Скибицкий О.М. Организация бизнеса [Электронный ресурс]: http://uchebnikionline.com/menedgment/organizatsiya_biznesu_-_skibitskiy_om/organizatsiya_marketingu_pidpriyemstvi.htm

4. Бурцева Т.А., Сизов В.С., Цень О.А. Управление маркетингом: Учебное пособие. – М.: 2005. – 271 с.

**Галимська Ю.В.**
*магістрант групи 5-МР-2 кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*
**Дубницький В.І.**
*д.е.н., проф., академік АЕН України, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Питання ефективного формування товарної політики є основою діяльності підприємства, джерелом його прибутків, перспективою подальшого функціонування та розвитку [4].

Актуальність товарної політики обумовлюється тим, що в умовах ринкової економіки грамотно складена маркетингова товарна політика прямо впливає на ефективність роботи підприємства.

Маркетингова товарна політика – це:

– складова господарської діяльності підприємства;

– визначений курс дій, принципи поведінки підприємства на товарному ринку;

– сукупність засобів впливу на споживача за допомогою товару;

– створення і підтримка конкурентоспроможності товарів на необхідному рівні;

– знаходження для товарів певних товарних ніш [3].

Сутність маркетингової товарної політики полягає в чотирьох характеристиках товарної номенклатури (широти, насиченості, глибини, гармонійності), які дають підприємству (фірмі) шанс виграти в умовах конкуренції [2].

Важливу роль у товарній політиці відіграє оптимальна номенклатура. Вона є індивідуальною для кожного окремого підприємства і залежить від ринків збуту, попиту, виробничих, фінансових та інших ресурсів, умов зовнішнього середовища та різних внутрішніх факторів розвитку підприємства [3].

Для того щоб товарна політика була ефективною, ринок необхідно розділити на сегменти, що складаються зі споживачів, що володіють подібними характеристиками, тобто провести сегментування ринку. Потім необхідно надати товару чітке місце на ринку і у свідомості цільових споживачів, тобто провести позиціонування ринку.

Відсутність товарної політики веде до нестійкості структури асортименту із-за впливу випадкових або текучих факторів, втрати контролю над конкурентоспроможністю і комерційною ефективністю товарів. Текучі

рішення, що приймаються керівником в таких випадках, нерідку мають основу виключно на інтуїції, а не на тверезому розрахунку, який враховує довгострокові інтереси.

Добре продумана товарна політика не тільки дозволяє оптимізувати процес оновлення товарного асортименту, але й слугує для керівництва підприємства свого роду вказівником загальної направленості дій, що здатен скоректувати текучі ситуації. Відсутність генерального курсу, без якого не має і довгострокової товарної політики, може призвести до неправильних рішень, розпиленню сил і засобів, відмови від запуску виробництва продукції, коли на це вже затрачено багато засобів [1].

Основою для формування асортименту є асортиментна концепція. Формування асортименту може здійснюватися різними методами залежно від масштабів збуту та специфіки виготовленої продукції. Критерієм оптимальності товарного асортименту є максимальне задоволення потреб покупців за найбільш ефективного використання ресурсів підприємства для виготовлення товару з низькими витратами повинен організувати постійний контроль за поведінкою товару на ринку, за його життєвим циклом. Однією з концепцій, що розв'язує проблеми формування та оптимізації асортименту, є організація та ефективна взаємодія виробника з гуртовими та роздрібними торговими представниками, що дозволить оптимізувати товаропотік від виробника до споживача. Дана концепція отримала назву категорійного менеджменту. Згідно з цією концепцією, при формуванні товарної категорії враховуються такі показники, як об'єм продаж, опитування споживачів [4].

Отже, маркетингова товарна політика передбачає певний курс дій товаровиробника або наявність у нього заздалегідь обміркованих принципів поведінки. Вона покликана забезпечити спадкоємність рішень та заходів щодо формування асортименту і його управлінню; підтримці конкурентоспроможності товарів на необхідному рівні; знаходженню для товарів оптимальних товарних ніш (сегментів); розробці та втіленню стратегії упаковки, маркування, обслуговування товарів.

**Література**

1. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навчальний посібник / Н.В. Бутенко. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 140 с.

2. Егорова М.М., Логинова Е.Ю., Швайко И.Г. Маркетинг. Конспект лекций. – 2008. – 160 с.

3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посіб. / В.Я. Кардаш. – К.: КНЕУ, 2003. – 250 с.

4. Ткаченко Н. Проблеми формування маркетингової товарної політики підприємства // Маркетинг і реклама. – 2006. – № 1. – С.16-19.

**Гриценко С.І.**
*д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу*
*та бізнес-адміністрування*
*ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»*
*м. Маріуполь, Україна*

# ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Підґрунтям формування інвестиційної стратегії економічного розвитку транспортно-логістичних систем є їх інноваційне оновлення. Інноваційне оновлення є однією з основних умов економічного зростання на принципах підвищення конкурентоспроможності [1, с. 7]. Проте інноваційне оновлення в сучасній Україні обмежене можливостями фінансових ресурсів для інвестування. Відповідно до підписаної Угоди про асоціацію між Україною і ЄС будуть впроваджуватися нові технічні норми і регламенти, які повинні прискорити процес інноваційного оновлення, у тому числі і транспортно-логістичних систем. Угода про асоціацію між Україною і ЄС має переваги, наприклад, для транспортної інфраструктури з точки зору імпорту нових технологій і технічних рішень для модернізації і технічного переоснащення рухомого складу і рейкового господарства залізничного транспорту в умовах науково-технічної співпраці з країнами ЄС. Застереженням є те, що на реформування залізничного транспорту України відводиться 8 років [1, с. 12]. Вихід на ринки ЄС можливий для транспортно-логістичних компаній з іноземним (європейським) капіталом, але через військовий конфлікт, нестабільність гривні і інших чинників європейські інвестиції мають тенденцію до згортання. Тому для України головним є - забезпечення інституціональних складових, що впливають на інвестиційний клімат в контексті інвестиційної стратегії транспортно-логістичних систем.

Розроблення та впровадження інвестиційної стратегії транспортно-логістичних систем здійснюється з метою максимізації прибутку від інвестиційної діяльності та мінімізації ризиків. Задля їх реалізації необхідні наступні заходи:

– дослідження зовнішнього інвестиційного середовища і прогнозування кон′юнктури інвестиційного ринку;

– інформованість учасників транспортно-логістичних систем про правила і процедури системи технічного регулювання ЄС, розробка і дотримання вимог національних технічних регламентів;

– оцінювання привабливості інвестиційних проектів і фінансових інструментів з відбором найефективніших із них;

– підготовки нормативної бази для роботи інвесторів і механізмів підтримки їх інвестиційно-інноваційної діяльності;

– формування раціональної структури інвестування.

Інвестиційні стратегії економічного розвитку транспортно-логістичних

систем як довготермінові, якісно певні напрями розвитку логістики, що стосуються форм і засобів її реалізації, міжфункціональної і міжорганізаційної координації і інтеграції відповідно до корпоративних цілей [2, с. 921] поділяють на:

– стратегію концентрованого розвитку інвестиційної діяльності, яка передбачає, що подальший розвиток транспортно-логістичних систем і забезпечення бажаного їх стану можуть здійснюватися шляхом зосередження, нарощування капіталу за допомогою з'єднання капіталів різних власників, а також за рахунок перетворення прибутку в капітал, капіталізації доходів;

– стратегію диверсифікованого розвитку інвестиційної діяльності, що визначає удосконалення процесу управління інвестиційною діяльністю та розвиток за рахунок розподілу грошових капіталів, що вкладаються в транспортно-логістичні системи, між різноманітними їх об'єктами з метою зниження ризику втрат і в надії отримати більш високий дохід;

– стратегію диверсифікованого розвитку інвестиційної діяльності, відповідно до якої шляхом утворення нових структурних підрозділів, розвитку нових видів діяльності, об'єднання капіталів, зняття взаємних бар'єрів, застосування різноманітних форм інтеграції зі своїми контрагентами можна досягти бажаного стану розвитку транспортно-логістичних систем.

Розроблення інвестиційної стратегії забезпечує спрямованість і адаптованість дій структурних (функціональних) підрозділів компанії, а також постачальників, споживачів і логістичних посередників щодо інвестування інноваційного оновлення в ринкових умовах, що є підґрунтям формування інвестиційної стратегії економічного розвитку транспортно-логістичних систем.

Комплексний показник оцінки ефективності капіталовкладень – повернення на інвестиції в логістичну інфраструктуру характеризує ефективність капіталовкладень в підрозділи інфраструктури логістичної системи: складське господарство; транспортні підрозділи і комунікації; телекомунікаційну систему; інформаційно-комп'ютерну систему тощо [2, с. 110-111].

Перегляд і коригування інвестиційної стратегії здійснюється на основі запровадження системи моніторингу, яка має систематично відстежувати та зіставляти фактичні показники інвестиційної діяльності з бажаними чи запланованими в умовах динамічного середовища функціонування, визначати розміри відхилень та виявляти їх причини [3, с. 132].

Реалізацію інвестиційної стратегії транспортно-логістичної системи вважають успішною, коли досягнуті основні стратегічні цілі щодо забезпечення змін у її майбутній діяльності.

**Література**

1. Геец В.М. Барьеры на пути развития промышленности на инновационной основе и возможности их преодоления / В.М. Геец // Экономика Украины. – 2015. – № 1. – С. 6-27.

2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов /

Под общ. и научн. ред. проф. В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 976 с.

3. Докієнко Л.М. Інвестиційний менеджмент / Л.М. Докієнко, В.В. Клименко, Л.М. Акімова. – К.: Академвидав, 2011. – 408 с.

**Каніщенко О.Л.**
*д.е.н., професор кафедри міжнародної економіки та маркетингу*
*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*
*м. Київ, Україна*

## МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ КОНФРОНТАЦІЙ

Використання ефективних маркетингових технологій є основним управлінським завданням компаній в умовах глобалізації товарних ринків. Це передбачає вирішення низки стратегічних і оперативно-тактичних заходів з метою формування міжнародних конкурентних переваг і створення сприятливих умов ведення міжнародного бізнесу, особливо в умовах зростання конкурентного протистояння і запровадження різного роду адміністративних обмежень у глобальному економічному середовищі.

В результаті посилення геополітичних конфронтацій набувають поширення і активного застосування різного роду обмежувальні заходи адміністративного характеру, які безпосередньо впливають на реструктуризацію ринкових механізмів та можливості цивілізованого економічного і правового захисту суб'єктів підприємництва. Одним із поширених інструментів впливу на управлінську діяльність і вільне волевиявлення суб'єктів підприємництва стають економічні санкції, які неоднозначно позначаються на можливостях застосування тих чи інших управлінських технологій і на стилі ринкової поведінки суб'єктів міжнародного підприємництва.

В таких умовах актуальним стає всебічний виважений аналіз суті, функцій та проявів обмежувальних механізмів, які позначаються на субординації конкурентних сил на світових товарних ринках, процесах реструктуризації міжнародної торгівлі, зміні векторів товарних потоків і самих технологіях маркетингової діяльності суб'єктів міжнародного підприємництва.

Важливим аспектом такого аналізу є класифікація як проявів протистояння від простих торгових спорів і локальних суперечок до масштабних торговельних конфліктів та торгових війн, так і реорганізація міжнародного управління, визначення можливих і допустимих норм використання інструментів міжнародної маркетингової діяльності.

Основними управлінськими завданнями маркетингової поведінки компаній в умовах міжнародних торговельних конфронтацій можна вважати:

– виявлення особливостей і пріоритетів нових мотивацій сторін конфлікту;

– визначення і оцінка контрольованих і неконтрольованих факторів відновлення лояльності споживачів з метою активізації міжнародного

співробітництва;

– визначення умов стабілізації маркетингової діяльності на засадах багатоваріантності управлінських рішень;

– врахування очікуваних та неочікуваних позитивних і негативних наслідків застосування міжнародних економічних санкцій та інших адміністративних обмежень для всіх учасників процесу тощо.

Залежно від інтенсивності та направленості політичних векторів протистояння можна виділити декілька напрямів розвитку ринкових стратегій, вживаних в системі управління міжнародним підприємництвом в умовах зниження маркетингових ризиків і підвищення стабільності розвитку міжнародного підприємництва:

– стратегія завоювання звільненої частки ринку або експансія нових ринків (країн, сегментів);

– стратегія активізації інноваційного розвитку;

– стратегія диференціації (диверсифікації);

– стратегія економії витрат виробництва;

– стратегія очікування або репозиціонування;

– стратегія індивідуалізації споживача, тощо.

В процесі міжнародного підприємництва формується один з 4-х рівнів маркетингової агресивності компанії, що позначається на результатах міжнародної експансії:

I рівень – компанія не реагує на зміни у геоекономічному середовищі, намагаючись уникати активних проявів конкурентної активності, зберігаючи status quo і очікуючи на сприятливі для неї зміни;

II рівень – компанія прагне дотримуватись управлінських стандартів і вимог, встановлених її основними конкурентами, використовуючи загальновизнані інструменти маркетингового управління, що не впливає реально на створення реальних ринкових переваг у конкурентно напруженому маркетинговому середовищі;

III рівень – компанія починає активно формувати власну цілісну маркетингову стратегію, суттєво зміцнюючи свої конкурентні позиції на ринку;

IV рівень – компанія, замість наслідування та копіювання досвіду конкурентів, винаходить та застосовує власні методи та інструменти маркетингового управління і, таким чином, створюючи собі низку конкурентних переваг на багато років вперед.

Втім, в умовах нестабільних геополітичних ситуацій виникає розбалансованість між можливостями розвитку систем маркетингового управління, що апріорі може застосувати компанія для посилення своїх ринкових позицій, і потенціалом реального використання її управлінських технологій, який визначається, візуалізовано через зниження лояльності споживачів, відмовами з боку постачальників та посередників тощо, а також, приховано – через активізацію конкурентів і можливу реструктуризацію ринку. З іншої сторони, застосування економічних санкцій сприяє активізації пошуку нових форм маркетингової діяльності і конкурентної поведінки.

**Кіріс С.П.**
*здобувач кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ*

# ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЖИТЛОВИМ ФОНДОМ ТА ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИМИ ПОСЛУГАМИ

Житлово-комунальне господарство – це галузь економіки, яка тісно пов'язана з задоволенням потреб людини, якістю її життя. Критичний екологічний та санітарно-епідеміологічний стан житлово-комунального господарства, періодичні техногенні катастрофи, які щороку набувають дедалі загрозливіших масштабів свідчать про те, що сучасний стан житлово-комунального господарства України набув особливої економічної та соціально-політичної гостроти і становить загрозу економіці України. Крім того, щорічне зростання цін на житлово-комунальні послуги сприяє зубожінню населення України. При відсутності компромісу між державними інтересами та інтересами громадян таке становище не тільки порушує права і законні інтереси громадян-споживачів житлово-комунальних послуг, а й створює сприятливе середовище для різноманітних зловживань, продукування корупції, тіньових схем енергозбереження тощо.

Рада національної безпеки і оборони України відмічає системний характер загроз національній безпеці в економічній, соціальній та екологічній сферах, що пов'язано з погіршенням ситуації у сфері житлово-комунального господарства. Непослідовність у політиці реформування житлово-комунального господарства, зокрема в частині встановлення економічно обґрунтованих тарифів на житлово-комунальні послуги, вкрай повільний розвиток конкурентних ринкових відносин, зволікання із впровадженням дієвих економічних стимулів щодо заохочення приватного підприємництва та самоорганізації населення унеможливлюють підвищення якості цих послуг, залучення в зазначену сферу інвестицій, необхідних для її модернізації та розвитку. Закономірним наслідком відсутності позитивних зрушень у поліпшенні інвестиційного клімату у сфері житлово-комунального господарства на тлі обмеженості можливостей державного та місцевих бюджетів щодо фінансування розвитку цієї сфери є зношеність основних фондів суб'єктів господарювання житлово-комунального господарства, що унеможливлює безпечне функціонування галузі та призводить до виникнення надзвичайних ситуацій техногенного характеру. Обмеженість та неефективне використання матеріально-технічних та фінансових ресурсів суб'єктами господарювання житлово-комунального господарства обумовлює неприпустимо високий рівень втрат та витрат паливно-енергетичних та інших матеріальних ресурсів при виробництві і наданні житлово-комунальних послуг, спричиняє постійне збільшення їх вартості [1].

Станом на 01.01.2015 площа, яку обслуговує ОСББ, становить –

73576,6 тис. м$^2$, що складає 16,6% від загальної площі обслуговування ОСББ, ЖБК, КП, ПП, СЕЗ багатоквартирного житлового фонду – 443 981,8 тис. м$^2$ [2]. Станом на 1 січня 2009 року дебіторська та кредиторська заборгованість галузі по країні становила відповідно 10,1 млрд і 9,4 млрд гривень. Збитки підприємств за підсумками роботи у 2008 році склали 1,6 млрд гривень. Кожен третій житловий будинок потребує капітального ремонту. В аварійному стані перебуває більше третини водопровідно-каналізаційних і теплових мереж, близько 30 відсотків теплопунктів, понад 20 відсотків мостів і шляхопроводів, понад 20 тисяч ліфтів [3].

Законом України від 24 червня 2004 року № 1869-IV, в редакції Закону України від 11 червня 2009 року № 1511-VI, затверджено Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009–2014 роки. Програма реформування галузі передбачала запровадження ринкових механізмів у сфері житлово-комунального господарства, узгодження інтересів держави та суб'єктів господарювання на ринку житлово-комунальних послуг, усунення дисбалансу між попитом та пропозицією на ринку ЖКГ, підвищення енергоефективності, зменшення техногенного впливу на людину та екологічну систему, розвиток ринкових відносин, дерегуляція ціноутворення на ринку ЖК, створення конкурентного середовища на ринку послуг.

У житловому господарстві – це створення ефективного власника житла (ОСББ – Об'єднань співвласників багатоквартирних будинків), замість неефективних ЖЕКів – передача функцій з управління житлового фонду приватним керуючим компаніям.

Станом на 01.01.2010 року в регіонах України було створено 10333 ОСББ, на 01.01.2015 року їх кількість досягла 16536 од.

За період дії Програми утворилось 6203 ОСББ або на 60% більше порівняно з 2009 роком.

Відповідно до очікувальних результатів Програми кількість утворених ОСББ складає 36,3% від прогнозних.

Відповідно до планових показників, визначених Програмою, у 2014 році частка загальної площі багатоквартирного житлового фонду, що обслуговується ОСББ, повинна складати 70%.

Постановою Кабінету Міністрів України від 14 березня 2012 року № 201 утворено Національну раду з питань створення та забезпечення функціонування об'єднань співвласників багатоквартирних будинків, яка розглядає питання удосконалення законодавства, стимулювання населення стосовно створення ОСББ, взаємовідносини ОСББ з монополістами у сері житлово-комунального господарства, відшкодування втрат від надання пільг та субсидій на оплату житлово-комунальних послуг.

14.05.2015 прийнятий закон «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку» № 417-VIII, який вносить зміни у деякі законодавчі акти стосовно утворення та функціонування ОСББ, що дещо полегшують умови утворення ОСББ та функціонування об'єднання.

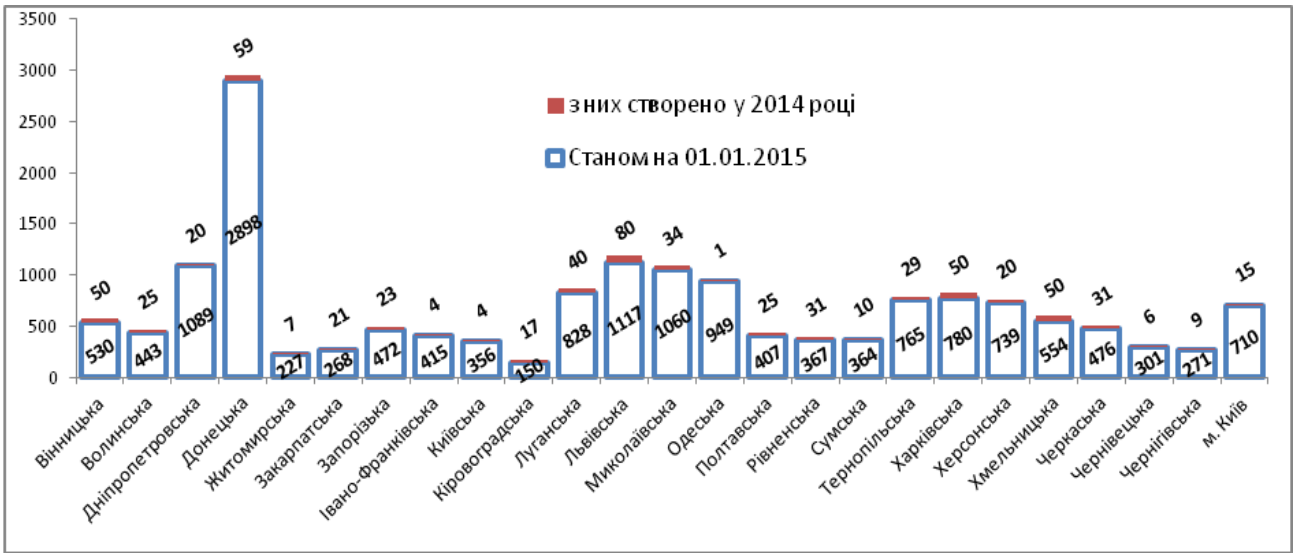



Рис. 1. Частка загальної площі багатоквартирного житлового фонду, що обслуговується об'єднаннями співвласників багатоквартирних будинків або іншими формами самоорганізації населення

За інформацією управління житлового господарства Дніпропетровської міської ради, на сьогодні у Дніпропетровську створено 377 ОСББ. За 2015 рік у Дніпропетровську створено 62 об'єднань співвласників багатоквартирних будинків. Це невелика цифра для нашого міста, але якщо порівнювати її з 2014 роком, коли було створено лише 13 ОСББ.

Прикладом позитивної роботи ОСББ є діяльність об'єднань співвласників багатоквартирних будинків, що створені і працюють у нашому місті – «Дементьєва-8», «Калинова-64», «Олімпік-2» та інші. Щомісячна плата на утримання житла та прибудинкової території, де створені і працюють ОСББ, є дещо нижчою порівняно із середніми тарифами по місту, водночас вона дозволяє створювати мешканцям належні умови проживання, забезпечувати ефективну експлуатацію житлового фонду.

**Література**

1. Про стан житлово-комунального господарства України та основні напрями його реформування: Рада національної безпеки і оборони України, Рішення введено в дію Указом Президента N 1093/2006 від 16.12.2006 // Верховна Рада України, офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/n0007525-06.

2. Інформаційно-аналітична довідка про стан виконання Загальнодержавної програми реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009-2014 роки. Верховна Рада України, Комітет з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства // Верховна Рада України, офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// kombud.rada.gov.ua/kombud/doccatalog/document;jsessionid=D8D9DCAE CFCBF1E91431658F03ECDD76?id=48940.

3. Про Загальнодержавну програму реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009–2014 роки: Закон України від 11.06.2009 № 1511-VI // Відомості Верховної Ради України, ВВР, 2009, N 47-48, ст.720.

**Колесніков В.П.**
*к.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

# УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВІСТЮ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Економічні, політичні та соціальні реалії України вимагають розробки дієвих механізмів сталого розвитку національної економіки. Вирішувати це важливе завдання треба з урахуванням сформованого розподілу власності, господарських відносин, законодавчої бази, забезпечивши інтереси пересічних громадян, численних суб'єктів господарювання, органів державної влади, громадських організацій. Але при цьому треба враховувати і об'єктивні загально-світові процеси та тенденції, насамперед глобалізацію, регіоналізацію та гомогенізацію, які ускладнюються бурхливим розвитком НТП та змінами у навколишньому природному середовищі [1].

Враховуючи досвід провідних науковців, можна визначити, що головними функціями загальнодержавного управління, які повинні бути використані в управлінні національною економікою є: розробка і виконання взаємозалежної політики держави щодо забезпечення економічної безпеки держави; забезпечення захисту здоров'я і життєздатності громадян; прийняття ефективних законів і нормативних актів; регулювання ринкових відносин між суб'єктами на державних і міжнародних ринках; створення інформаційних банків даних, стимулюючих розвиток товарних ринків; підтримка діяльності наукових організацій, що займаються вивченням ринкових відносин; стимулювання всебічного розвитку суспільства при використанні нових технологій; забезпечення ефективного управління державною і комунальною власністю; охорона ефективно використовуваної приватної власності; попередження та запобігання неефективним діям користувачів природними багатствами країни; охорона заповідників і історичних пам'ятників, що є національним багатством держави. При цьому основними принципами державного управління в промисловості повинні бути: дотримання конституційних норм і вимог чинного законодавства, використання заходів щодо регулювання ринкового механізму для забезпечення інтересів його суб'єктів і їх ефективної діяльності.

Тому на макрорівні управління; маркетинг може виконувати такі ж самі функції, як і на мікрорівні, тобто: вивчення, прогнозування, забезпечення та формування, але його внутрішнім середовищем буде галузь, що роздивляється, зовнішнім – держава, керівництво – органи державної влади, а досягнення цілей – забезпечення інтересів галузі. Тому на містах доцільно створити регіональні інформаційно-маркетингові центри, що будуть застосовувати інформаційний маркетинг для розвитку товарних ринків щодо забезпечення усіх суб'єктів ринкових відносин різноманітною інформацією (бізнес-інформація, новини,

інформація з галузі метеорології, нових наукових розробок). В Україні це може бути державний проект, комерційний або змішаний, у якому існуватиме можливість безкоштовного і частково безкоштовного одержання інформації, залишення цінної інформації, одержання порад і розміщення рекламної інформації. Прикладом даного заходу може послужити організація сайта www.agri.ac.cn у Китаї, де доступ до інформації здійснюється по інтернету і телефону [2].

Враховуючи тенденцію посилення економічного співробітництва між країнами і динамічного розвитку інтеграційних процесів у світовій економіці (які відбуваються насамперед під впливом глобалізації і регіоналізації), треба визнати, що вирішення завдання удосконалення функціонування галузей промисловості в існуючих економічно-несприятливих умовах для нашої країни неможливе без урахування цих глобальних чинників.

Зараз позитивними чинниками, які обумовлюють можливість динамічного розвитку вітчизняної промисловості та завдяки цьому і української економіки є: наявність виробничих потужностей, сировинної бази, наукові здобутки, кваліфікована робоча сила, наявність ефективних технологій. До негативних чинників слід віднести: спрацювання основних засобів, недостатність інвестиційних ресурсів, недосконала законодавча база, велика частка тіньового сектору, вплив міжнародної конкуренції у вигляді присутності великої кількості імпортних товарів на внутрішньому ринку.

Можна визначити три позитивні напрями подальшої трансформації галузей промисловості України, які вже відбуваються. Перший – це активна державна підтримка галузі шляхом залучення внутрішньодержавних ресурсів у відновлення або створення нових промислових підприємств з метою випуску конкурентоспроможних товарів, які зможуть забезпечити вимоги споживачів на внутрішньому та зовнішньому ринку, що призводить до динамічного розвитку визначеної галузі. Другий – в умовах відсутності активної державної підтримки галузі розвиток підприємств забезпечується за рахунок їх власних накопичень або вітчизняних інвестиційних коштів. Третій – при наявності або відсутності активної державної підтримки розвиток галузі відбувається завдяки співпраці українських промислових підприємств з закордонними суб’єктами господарювання.

Поширення першого та другого напрямку буде відбуватися лише в умовах сталої політичної та економічної ситуації в країні, при наявності великих внутрішньодержавних інвестиції, якісних підприємницьких ресурсів у галузі та налагодженому виробництві. Третій напрямок зараз є менш розповсюдженим і реалізується в промисловості, насамперед, у вигляді створення спільних підприємств, використання франчайзингу та традиційних форм, зовнішньоекономічного співробітництва [3].

**Література**

1. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть / А.С. Філіпенко, В.С. Будкін, А.С. Гальчинський та ін. – К.: Либідь, 2002. – 470 с.

2. Чжан Цзюнь-фен. Развитие сельскохозяйственной информационной службы в Китае // Економіка АПК. – 2003. – № 4. – С. 139–142.

3. Сардак С.Е., Колесніков В.П. та ін. Потенціал маркетингу в промисловості України: Монографія. – Дніпропетровськ: ДВНЗ УДХТУ, 2008. – 160 с.

**Лепеха А.Ю**
*магистрант кафедры маркетинга*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*
**Чуприна Н.Н.**
*к.э.н., доц., декан экономического факультета*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

## МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СОКОВ В Г. ДНЕПРОПЕТРОВСК

Маркетинговые исследования дают комплексную оценку и анализ рынков, позволяют изучить поведение потребителей. Результаты исследований дают основание для принятия важных управленческих решений, используются при планировании и оценке эффективности рекламных кампаний, изучении имиджа марки, разработке инвестиционных проектов и продвижении новых товаров и услуг [1]. Компании приходит к выводу о необходимости маркетинговых исследований, как правило, в момент подъёма, что связано с расширением сбыта, введением новых товарных позиций, выходом на новый рынок и т.д. [2].

Проблемою является, снижение покупательской способности, а соответственно, и спроса потребителей и уменьшение доли рынка ТМ «Сандора». Цель маркетингового исследования: определить какие виды соков предпочитают потребители, по каким критериям они выбирают сок, что важно для потребителей при выборе сока, чтобы сделать акцент на определенный сегмент рынка, увеличить объемы продаж ТМ «Сандора» и с этим долю рынка.

В качестве объекта исследования были выбраны жители г. Днепропетровск. В опросе принимали участие – потребители соков возрастом от 18 до 40 лет. Главный признак, обеспечивающий попадание в выборку – потребление соков. Данное исследование проводится в форме анкеты. По характеру: направленное; по степени формализации: свободное. Выбор метода сбора информации вытекает из особенностей изучаемой проблемы, характера объекта, поставленных задач. Для анализа информации будет применяться метод анализа анкетных данных.

Проведя анализ результатов проведенного анкетирования, можно сказать, что равнодушных в этом опросе было мало, каждый из респондентов давал четко осознанный ответ на каждый из заданных вопросов. Анкетирование проходило в свободной форме, в среднем по времени каждое занимало 5 минут.

В результате маркетингового исследования, цель которого определить какие виды соков предпочитают потребители, по каким критериям они выбирают сок, что важно для потребителей при выборе сока, чтобы сделать акцент на определенный сегмент рынка, увеличить обьем продаж ТМ «Сандора» и долю рынка.

Частота потребления составляет: 26% – потребителей соков пьют сок 1 раз в месяц и реже; 34% – потребляют 2–3 раза в месяц; 2–3 раза в неделю пьют соки – 31% опрошенных; и только 9% потребляют соки каждый день. Соковую продукцию покупают в обьеме: 40% – потребителей соков покупают обьемом 1 л; обьемом в 2 л покупают – 20%; 22%– предпочитаю обьем в 1,5 л; 14% – покупают обьемом 0,5 л; и 4% – выбирают обьем 0,2 л. Важную роль в выборе сока играет упаковка, 64% – потребителей покупают упаковку тетра пак; 21% – покупают в пластиковых бутылках; и 15% – предпочитают покупать в стекле. Что касается причины покупки и потребления сока то 31% – потребляют сок, чтобы доставить себе удовольствие; 20% – утолить жажду; 30% – чтобы получить витамины; 9% – приглушить чувство голода; и 10% – чтобы запить еду.

Место покупки сока: 65% – покупают сок в супермаркете; 23% – в продуктовом магазине; 8% – покупают на рынке; и 4% – преобретают в киосках. Сезонность не влияет на потребление соков, 63% – потребляют сок круглый год; 5% – зимой; 10% – весной; 14 % – летом; 5%– осенью; и 3% – затруднились ответить. Выбор торговой марки играет очень важную роль при покупке, 34% – покупают сок ТМ «Садочок»; 31% – ТМ «Сандора»; 12% – ТМ «Rich»; 10% – ТМ «Добрый»; 7% – ТМ «Биола»; 5% – затрудняются ответить; и 1% – выбрал ТМ «Літо»/

Вкусовые предпочтения у всех разные, 22% – апельсиновый; 21% – мультифруктовый; 12% – ананасовый; 11% – гранатовый; 8% – персиковый; 6% – яблочный, вишневый, виноградный; и затруднялись ответить; 2% – томатный. Какой вкус сока, которого нет в ассортименте фирм, вы бы предложили: 31% – арбуз; 4% – груша; 13% – авокадо; 27% – малина; 15% – лайм; 10% – мандарин.

Проведя маркетинговое исследование, мы считаем, что нужно акцентировать свое внимание на сегмент студенты и работники, возраст которых от 18 до 35 лет. Разрабатывать комплекс мероприятий по увеличению этого сегмента рынка и увеличивать за счет этого долю рынка. В результате исследования мы определили что в ассортименте нет всех предпочитаемых вкусов сока. И по этому чтобы увеличивать продажи летом и привлечь новых потребителей нужно разработать линию летних соков со вкусом: малины; арбуза; лайма; клубники.

**Литература**

1. Цель, объекты, классификация и методы маркетинговых исследований [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.km.ru/referats/332772-tsel-obekty-klassifikatsiya-i-metody-marketingovykh-issledovanii.

2. О пользе и необходимости маркетинговых исследований [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.psmedia.ru/articles/statya_o_marketingovyh_issledovaniyah/.

**Лошак О.О.**
*магістрант групи 5-МР-2*
*кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
**Комірна В.В.**
*д.е.н., доцент, завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## НЕОБХІДНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Комп'ютерні технології дозволяють звільнити людину від рутинних процесів обробки інформації в управлінні, економіці та науці, на їх основі формується нова інформаційно-технологічна база прийняття рішення. Менеджерам для успішної діяльності необхідна основа для прийняття рішень в області науково-обгрунтованої економічної політики. Нові інформаційні технології дозволяють перевести цей процес у сферу творчості, моделювання економічних та управлінських ситуацій. Перевага динамічних моделей полягає в тому, що вони дозволяють за допомогою комп'ютерної графіки наочно представляти різноманітні сценаріями із змінними параметрами. Такі сценарії дозволяють прийняти чи відхилити вибрану модель.

*Маркетингова інформаційна система* (МІС) – це сукупність персоналу, інформації і методів (процедур), призначених для її регулярного збору, опрацювання, аналізу і підготовки до прийняття маркетингових рішень.

Концепція маркетингової інформаційної системи виникла па початку 70-х рр. минулого сторіччя і виходила з потреби постійного збору необхідної для прийняття маркетингових рішень інформації з використанням найефективніших методів її аналізу й оцінки.

Маркетингова інформаційна система (МІС) складається з трьох основних елементів:

– персонал, фахівці зі збору, обробки, аналізу інформації;

– безпосередньо інформація, що функціонує в рамках МІС;

– методи і процедури збору інформації, її обробки, аналізу, підготовки до прийняття рішень [1].

Роль інформаційної системи полягає у наданні доступу до інформації, у своєчасному "продукуванні" інформації і в розподілі інформації з прийнятними витратами.

Блоки МІС взаємопов'язані завдяки прийнятим рішенням та комунікаціям. Потоки інформації, які надходять до маркетингового менеджера,

допомагають йому у плануванні та здійсненні запланованих маркетингових заходів. Зворотні потоки в напряму ринку складаються з маркетингових заходів та інших комунікацій [2].

МІС як один із видів автоматизованих інформаційних систем є фактором успіху фірми нарівні з гнучкою стратегією і наявністю необхідних ресурсів. У зв'язку із цією важливою роллю автоматизованих інформаційних систем виникає реальна потреба в освоєнні нових інформаційних технологій [3].

Отже, у суспільстві інформація виступає складовою процесу товарного виробництва та стає важливим його чинником, оскільки впливає на організацію та управління господарською діяльністю, кваліфікацію працівників, на продуктивність і якість праці. Подібно праці, матеріалам та капіталу, вона створює багатство. І це дійсно, як економічний ресурс, інформація призначена для обміну та споживання, вона є у обмеженій кількості, та має платоспроможний попит.

Таким чином, практичне втілення віртуального маркетингу можливо з урахуванням створення маркетингової інформаційної системи підприємства, тобто системи постійного спостереження, збереження і обробки маркетингових даних, необхідних для вироблення управлінських рішень.

**Література**

1. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навчальний посібник / Н.В. Бутенко. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008.

2. Полторак В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю.. Маркетингові дослідження: навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури. – 2013.

3. Лук’янов В.О, Мухін Г.Б. Маркетинг туристичного бізнесу: навчальний посібник. – К.: Інститут Економіки та Управління. – 2012.

**Маметьєва А.В.**
*здобувач кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## АНАЛІЗ ВИМОГ КРАЇН ЄС ДО ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

В сучасних умовах економічного розвитку України постають проблемні питання стосовно ринків збуту промислової продукції вітчизняного виробництва. Актуальною є проблема виходу України на ринки збуту до країн західної Європи, а також питання щодо розробки стратегії збуту продукції промислових підприємств в країни Європейського Союзу (ЄС). Одним з аспектів формування стратегії збуту продукції промислових підприємств є вимоги відповідно до якості продукції стандартам країн ЄС. Тому треба розібратися які вимоги пред’являють ринки країн ЄС до продукції промислового виробництва.

На сьогоднішній день, нами проводиться детальний аналіз вимог ринків збуту ЄС щодо якості продукції згідно стандартам цих країн. Необхідність даного аналізу – це обґрунтована переорієнтація ринків збуту промислових підприємств в зв'язку з економічної та політичною ситуацією в країні.

Таблиця1

Порівняльна характеристика вимог на ринках ЄС та Українських ринках збуту

| **Вимоги до системи збута в країнах ЄС** | **Вимоги до системи збуту в Україні** |
|---|---|
| 1. Визначити впевненість в тому, що продукт безпечне для покупців | 1. Замінити застарілу систему продаж |
| 2. Виконання всіх вимог законодавства ЄС, відповідаючих певним вимогам чи стандартам. Оцінка відповідності:<br>• Випробування характеристик продукції<br>• Контроль – перевірка документації, продукції та відповідності до вимог<br>• Сертифікація – підтвердження відповідності третьою незалежною стороною | 2. Змінити негативну думку про українців в ЄС |
| • Маркування | 3. Сертифікація (як одна з найголовніших вимог) |
| • Пакування | • пакування |
| • технічна документація | • маркування |
| • тестування (роками) | • гарантія якості продукції |

Проаналізувавши вимоги країн Європейського Союзу до продукції нами були розроблені наступні рекомендації для українських підприємств:

– замінити стару систему продаж;

– скласти позитивне ставлення до українців в ЄС;

– а також розрішити проблему відсутності належного фінансування, яке на даний час стримує розвиток українських виробництв та компаній;

– необхідно пройти достатньо складну та довготривалу процедуру сертифікації, та як без відповідної сертифікації товар не вийде на ринки Європейського Союзу;

– обов'язково потрібно тестувати продукцію для продажу, щоб підтвердити її якість, бо якщо ми кажемо про довіру та позитивне ставлення до українців ми повинні збувати якісний товар.

Застосування даних заходів призведе до виходу продукції вітчизняного виробництва на ринки країн Європейського Союзу, а також до високої якості промислової продукції. Також при тестуванні продукції можливо виявити недоліки та виправити їх. Якщо промислові підприємства будуть дотримуватися усіх вище названих рекомендацій, проблема виходу України на ринки збуту до країн західної Європи буде поступово вирішена.

**Решетнікова І.Л.**
*д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу*
*ДВНЗ «Київський національний економічний університет*
*ім. Вадима Гетьмана»*
*м. Київ*

# ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ОСТАННІХ РОКІВ

Сучасна економічна криза, що охопила українське суспільство у поєднання з політичною нестабільністю і військовим конфліктом на Сході, вплинула на поведінку вітчизняного споживача. Зниження реальних доходів населення на тлі підвищення цін призвело до прискореного падіння обсягів роздрібної торгівлі протягом 2014–2015 років.

Скорочення споживчого попиту спостерігалося за всіма споживчими цілями, насамперед на продукти харчування (на 21,1% р/р), а також на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива (на 26,9% р/р). Найбільш вразливими до скорочення доходів населення були витрати на відпочинок і культуру (–30,7% р/р).[1]

Як свідчать дані щомісячного дослідження споживчих настроїв в Україні, яке проводить компанія GfK Ukraine, індекс споживчих настроїв українців за шкалою від 0 до 200 склав у січні 2016 року 50,2, що на 2,9 пункту нижче грудневого показника (див. табл.1).

Таблиця 1

Динаміка індексу споживчих настроїв в Україні [2]
(цільова аудиторія 16+)

| Місяць, рік | Індекс споживчих настроїв | Індекс поточного становища | Індекс економічних очікувань | Індекс очікувань щодо динаміки безробіття | Індекс інфляційних очікувань | Індекс девальваційних очікувань |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 01.16 | 50,2 | 43,4 | 54,8 | 154,5 | 186,2 | 161,9 |
| 12.15 | 53,1 | 48,4 | 56,3 | 144,1 | 187,2 | 150,3 |
| 01.15 | 45,8 | 42,1 | 48,4 | 152,4 | 186,2 | 152,6 |

Різний рівень достатку споживачів диктує і різні моделі їх поведінки на ринку. Тому можна означити наступні сегменти споживачів і можливі «сценарії» їх поведінки.

*Перший сегмент* – споживачі, доходи яких скорочуються в наслідок кризових явищ, і які мають зобов‘язання по виплатам кредитів. Такі споживачі намагаються скоротити свої витрати і надають перевагу споживанню «базових» товарів і послуг. В той же час, в умовах недовіри до банківської системи та фактичної відсутності фінансових механізмів, перевага надається поточному

споживанню. Враховуючи звичку вже до певного рівня споживання, представники даного сегменту будуть намагатися його зберегти, використовуючи для цього попередні заощадження. Тому витрати на «базові» товари і послуги цієї групи споживачів будуть скорочуватися, але повільніше у порівнянні із скороченням поточних доходів.

*Другий сегмент* – споживачі, реальні доходи яких різко скорочуються. Або ті, що надають перевагу заощадженню коштів (в гривні, або валюті) в умовах невпевненості в подальшій економічній і політичній ситуації. Представники даного сегменту будуть скорочувати витрати на базові товари і послуги.

*Третій сегмент* – споживачі, доходи яких значно не змінилися, або ті, які компенсують їх незначне падіння використанням заощаджень попередніх років. Подальше заощадження коштів їх не приваблює (в силу відсутності дієвих механізмів), кредити і великі купівлі (нерухомість, авто) їм недоступні, тому витрати на базові товари і послуги залишаються незмінними, або навіть зростають.

Таким чином, з одного боку, падіння доходів населення повинно скоротити споживання товарів групи FMCG, а з іншого – в умовах очікування інфляції і знецінення грошей можливо збільшення частки витрат на поточне споживання, в тому числі за рахунок заощаджень. Крім того, в умовах кризи споживач більш зважено робить покупки, звертаючи увагу в першу чергу на відповідність якості товарів їх ціні. Можна припустити, що в таких умовах споживачі менш охоче будуть купувати дорогі товари відомих марок, не бажаючі переплачувати зайве.

Умови кризи і зміна поведінки споживачів вимагають перегляду маркетингових технологій виробників і торговельних посередників. Комунікаційна політика, особливо в частині прямої реклами, втрачає свою актуальність. Підприємства намагаються всіма засобами скоротити свої витрати за рахунок скорочення витрат на пряму реклам. Цінова чутливість споживачів підвищується, тому необхідна корекція позиціонування деяких марок у відповідь на зміну поведінки споживачів. Безумовно, у виграші залишаться власники марок «преміум-класу». Споживачі цієї категорії товарів поки ще не розлучаються із своїми улюбленими виробниками, хоча скорочують кількість придбаних товарів на сезон. В більш скрутному становищі знаходяться ті, хто орієнтував випуск своєї продукції на середній клас і його вищий прошарок. Для цих споживачів в умовах кризи чинник ціни стає більш важливим. Тому вони переходять на більш дешеві, або не марочні товари. Цей факт повинен враховуватися виробниками товарів в своїй маркетинговій політиці. Наприклад, в умовах здороження товарів повсякденного вжитку, їх виробники, що раніше пропонували їх в основному через роздрібні мережі, перейшли на торгівлю в on-line. Це дозволили їм значно зменшити кінцеву ціну для споживачів за рахунок логістичних витрат.

**Література**

1. Інфляційний звіт НБУ. http://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=27033423.
2. Споживчі настрої українців в січні погіршилися: http://news.finance.ua/ua/news/-/369659/spozhyvchi-nastroyi-ukrayintsiv-u-sichni-pogirshylysya-doslidzhennya

**Starostina A.O.**
*Doctor of Economic Science,*
*Head of International Economy and Marketing Department,*
*Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv*
**Kravchenko V.A.**
*Candidate of Economic Science, Head of Economic Research Center,*
*Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv*

## IMPLEMENTATION OF "FAIR TRADE" PRINCIPLES IN UKRAINIAN-EU BUSINESS RELATIONS

One of possible perspective directions to obtain additional resources in the economy of Ukraine consists in usage of "fair trade" approach in the field of economic relations between the Ukrainian companies and their partners from the EU developed countries. The World Fair Trade Organization underlines the essence of fair trade, as "a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers" [1].

WFTO outlines 10 key principles of "fair trade", namely:

1. Creating opportunities for economically disadvantaged producers.
2. Transparency and accountability.
3. Fair trading practices.
4. Payment of a fair price.
5. Ensuring no child labor and forced labor.
6. Commitment to non discrimination, gender equity and freedom of association.
7. Ensuring good working conditions.
8. Providing capacity building.
9. Promoting fair trade.
10. Respect for the environment [1]

These principles are fully befit for Ukraine, taking into account the low level of salary and social standards in the country. The average monthly salary of the Ukrainian workers in January 2016 was about 4362 hryvnas. Taking into account euro-hryvna exange rate it means that a typical Ukrainian worker earned 165 euros [2]. This fact testifies that Ukraine belongs to the group of underdeveloped

countries, and for the average monthly salary our country occupies last place among the European countries.

Usage of the fair trade principles implies that a range of theoretical and practical problems must be sold. First of all, it is about theoretical aspects of using principles of "fair trade" in the sphere of international relations and their interconnections with principles of socially responsible marketing. Synergetic connection with observing fair standards of international labor regulation, as well as ecological and social regulation in the international sphere trading (macro-level) with marketing activities of enterprises on grounds of the social-and-ethic marketing (micro-level) must be discussed.

Second, we need to consider special features of management of international marketing of goods and services, which are traded observing principles of "fair trade". From this point of view marketing practical experience of trading with these goods on markets of European developed countries and opportunities of its using in activities of domestic companies (through the example of agricultural enterprises and enterprises of light industry) should be analyzed.

There are many favorable opportunities for the Ukrainian business owing to observing principles of "fair trade", namely, – rising level of incomes earned by engaged employees and as a result, rising staff provision for commercial activities and obtaining additional advantages for Ukrainian companies in their competition on markets of those countries, where consumers highly appreciate social responsibility of business; observing principles of "fair trade" also strengthens sympathy of local authorities, because business commercial activities facilitate social infrastructure development.

Third thing is, introducing principles of "fair trade" into commercial activities of Ukrainian companies carries out and certain risks for them. The special attention must be paid to consideration of strategic risks, because the official participation of Ukrainian companies in the "fair trade" program obligatory turns attention of state supervising bodies to the activities of said companies.

## References

1. World Fair Trade Organization. Definition of fair trade. March 11, 2016. http://www.wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade.

2. World Fair Trade Organization. 10 principles of fair trade. March 11, 2016. http://www.wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade.

3. Average wages and salaries by types of economic activity (monthly information), 2016. State Statistics Service of Ukraine. March 11, 2016. http://www.ukrstat.gov.ua.

**Худомака М.А**.
*инженер кафедры маркетинга ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*
**Аксенова Л.О.**
*к.э.н., доцент кафедры банковского дела Днепропетровского национального университета им. Олеся Гончара*
*г. Днепропетровск, Украина*

# МАРКЕТИНГОВЫЕ РИСКИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

На экономическую эффективность проекта влияет целый ряд факторов, а проблемы, возникающие в работе над инвестиционным проектом, вносят в этот процесс неопределенность, имеют динамичный, субъективный характер и тесно связаны с интересами всех участников проекта. Маркетинговые исследования рынка, учитывая их особое значение в экспертизе проекта, проводятся на самой ранней стадии инвестиционного проектирования.

Основная задача маркетинговой экспертизы – определить возможности инвестора получить стабильные конкурентные позиции на конкретном сегменте рынка. Большое значение при проведении маркетинговых исследований имеет изучение маркетинговой среды. Специалисты выделяют внешнее и внутреннее окружение проекта, которое требует глубокого и научно обоснованного анализа при оценке эффективности инвестиционной деятельности.

Анализ внешнего окружения проекта лежит в основе стратегии маркетинга, определяет требования к проекту, связанные с использованием необходимых элементов комплекса маркетинга. Основным правилом внешней оценки является независимость и целостность анализа, так как это ключевое условие для того, чтобы получить всестороннюю, справедливую и объективную внешнюю оценку инвестиционного проекта [1, с.1].

Внутренняя среда характеризует потенциал проекта, производственные и маркетинговые возможности будущего объекта. Управляемые элементы внутренней проектной среды в маркетинговом анализе – это такие факторы, как цена, распределение, продвижение, сбыт, качество персонала и др. Оценка маркетинговой проработанности инвестиционного проекта при анализе как внешнего окружения проекта, так и внутренней проектной среды, позволяет выявить основные проектные риски.

Одним из важнейших моментов в инвестиционном проектировании является вопрос об источниках финансирования проекта, особенно, если будут использованы схемы проектного финансирования. К основным характеристикам проектного финансирования относят использования сложного механизма распределения рисков (allocated risk). При этом, основной принцип распределения рисков: риск должен быть распределен к участнику, который в

наибольшей степени способен эффективно управлять этим риском с наименьшими издержками (в т.ч. транзакционными) [2, с. 60]. Процесс управления маркетинговыми рисками – это процесс комплексного, систематического и непрерывного анализа и мониторинга маркетинговых рисков, выработки и реализации маркетинговых решений на всех уровнях управления в целях повышения эффективности маркетинговой деятельности [1, с.1]. Маркетинговые риски напрямую связаны с ситуациями, которые возникают в период экономической и политической нестабильности в стране. Они приводят к изменениям в уровнях спроса на продукцию или услуги, полученных от реализации проекта, колебаниям цен на энергоносители, проблемам перепроизводства, и, в целом, снижению конкурентоспособности будущего проекта. Если обобщить опыт проведения маркетинговой экспертизы, то можно выделить следующие основные проектные риски по коммерческой части проекта. Оценка основных рынков сырья – обеспеченность проекта сырьем, условия транспортировки сырья, его стоимости, существующих тарифных и нетарифных барьеров, стоимости энергоносителей, вспомогательных материалов и др.. Оценка рынков продукции/услуг – риск перепроизводства или невозможности сбыта продукции, риск снижения объемов реализации продукции, снижение стоимости продукции, потеря качества продукции, условия транспортировки продукции. Оценка торговых взаимоотношений производителя и конечного потребителя – анализ существующих торговых схем от производителя до конечного потребителя готовой продукции и сырья, как на внутреннем, так и на внешних рынках**.** Оценка уровня конкуренции, системы маркетинга на предприятии, форс-мажорных обстоятельств и др. [3, с.165].

Используя данные экспертов по оценке коммерческого риска в инвестиционном проекте, должен быть определен необходимый объем страхового фонда и выделен резерв времени для устранения проблем, связанных с маркетинговой средой. Заранее принятые меры по снижению таких рисков помогут участникам инвестиционного проектирования уменьшить отставание от графика, повысить рентабельность проекта и соблюсти сроки окупаемости инвестиций.

## Литература

1. Бадалова А.Г. Основные проблемы управления маркетинговыми рисками машиностроительных предприятий. / А.Г. Бадалова, О.А. Чурзина. – Вестник МГТУ «Станкин» № 2 (6), 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://churzina.wordpress.com/category/маркетинговые-риски/.

2. Родионов И.И. Проектное финансирование / И.И. Родионов, Р.Н. Божья-Воля. – М.: Издательство: Алетейя, 2015. – 338 с.

3. Кошелевский И.С. Обзор методов управления проектными рисками [Текст] // Проблемы современной экономики: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С. 164–166.

**Чуприна Н.М.**
*к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу*
*декан економічного факультету*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ*

# УМОВИ УСПІШНОГО ПОДОЛАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ КОНФЛІКТІВ

Питання екологічних конфліктів в економіці країн приділяється значна увага. На сьогоднішній день в Україні, як в країні, в якій: функціонують великі промислові підприємства хімічної, металургійної та інших галузей виробництва; сільськогосподарській країні, на площах земель, які обробляються використовуються різні види агрохімічних добавок; застосовуються харчові добавки при розведенні тварин, існує не лише загроза виникнення екологічних конфліктів, а вже й практика їх подолання. Нажаль, вирішення екоконфліктів в Україні незавжди є ефективною, а іноді, навіть, існування екоконфліктів не є визначеним, як місцевими органами влади, так і на державному рівні.

Отже, втручання держави при усуненні екоконфлікту повинно привести не лише к його вирішенню, але й надати можливості співіснування і подальшому розвитку всіх учасників екоконфлікту. Тобто повинні бути враховані інтереси учасників конфлікту, а шлях його подолання привести к подальшому економічному та екологічному розвитку держави. З позиції виникнення та подолання екоконфліктів необхідно визначити поетапну трансформацію екоконфлікту, що впливає на стан навколишнього середовища і формує новий, удосконалений розвиток промислового підприємства. Ця трансформація та ступень залежності учасників екоконфлікту один від одного, і є демонстрацією їх можливої співпраці або співіснування. Ця співпраця (співіснування) є досить складним елементом взаємодії та одним з шляхів вирішення екоконфліктів. Вона може характеризувати особливості взаємодії учасників екоконфлікту, взаємовідношення їх інтересів та пріоритетів, що досягається в точці «Екологічної рівноваги».

Тоді ж, необхідно зауважити, що на державу, як механізм врегулювання екологічних конфліктів може впливати багато факторів, які переміщують вирішення конфлікту з точки «екорівноваги» в бік або суспільства, або природи. До таких факторів ми можемо віднести: економічні, соціальні, політичні, демографічні, науково-технічні, нормативно-правові та інші. Але, також, необхідно зазначити, що точка «екорівноваги» – це не завжди оптимальне рішення вирішення екоконфлікту.

Виникнення екоконфлікту може бути зумовлено низкою протиріч, які обумовлені співіснуванням людини з природою. Необхідно зазначити, що, людина (підприємство) можуть бути не лише причиною екоконфлікту, але і його вирішенням, тобто навпаки, не причиною, а результатом. Не всі взаємовідносини людини і природи можуть визивати екоконфлікт, через те, що

є допустимі норми втручання людини в екосистему, але необхідно зазначити, що екоконфлікт може виникнути і без втручання людини (природні кризові явища – торнадо, повені та ін.)

Коли обидва суб'єкти екоконфлікту (людина (суспільство) та природа) самостійно врегульовують екоконфлікт – це найліпший варіант, через те, що не треба задіяти державні інструменти влади для вирішення такого типу екологічних конфліктів, тобто ми можемо бачити приклад самоврегульованих екоконфліктів. Такі конфлікти передбачають інтеграцію функцій учасників екоконфлікту, та характеризується вмінням системи до самовідновлювання. Це дає можливість зменшити або зовсім відмовитися від регулюючої функції держави та може бути застосована в тих випадках коли стратегічні цілі учасників екоконфлікту перетинаються. Саме через це, дослідження можливості самоврегулювання екоконфлікту є одним з основних етапів вивчення процесу подолання екоконфліктів. Це дає можливість вибрати і адаптувати інструменти самоврегулювання екоконфліктів, що в свою чергу, призведе до залучення інструментів держави в інших, більш напружених аспектах економіки.

**Шевчук О.В.**
*магистрант группы 5-МР-2*
*кафедры маркетинга*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*
**Дубницкий В.И.**
*д.э.н., проф., академик АЭН Украины*
*профессор кафедры теоретической и прикладной экономики*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

## РЕБРЕНДИНГ В МАРКЕТИНГЕ

В первой половине XX века считалось, что товарные знаки создаются раз и навсегда, специалисты полагали, что любые изменения отрицательно скажутся на узнаваемости изделия. Сегодня изменилось сознание потребителей, и бренды тоже должны меняться, если хотят быть успешными. Моральное устаревание любого бренда, даже лучшего из лучших, неизбежно: со временем набор эмоциональных представлений о компании и её продукте изживает себя в сознании потенциальных потребителей. От участников рынка требуется быстрая адаптация к новым условиям. Коррекция бренда или ребрендинг – один из способов сделать это [2, с. 61].

Чем более насыщен рынок, тем важнее становится имиджевая составляющая, тем более важную роль играет бренд в обеспечении лояльности потребителей. Когда борьба происходит за каждого клиента, конкурировать ценами или потребительскими свойствами товаров становится все сложнее.

Наступает очередь маркетинговых, коммуникативных технологий, начинается «борьба за умы», главным оружием в которой является бренд. Бренд есть уникальный и привлекательный для потребителя образ торговой марки. Он отражает именно отношение потребителей, в то время как торговые марки, знаки, упаковка являются лишь атрибутами бренда, идентификаторами, якорями для психики, вызывающими нужные ассоциации с объектом потребления (товаром, услугой). И если мы говорим о ребрендинге, мы имеем в виду изменение образа, имеющегося в сознании потребителя. А поскольку нужное отношение формируется под влиянием мотивирующей ценности, заложенной в бренде, имеет смысл говорить о смене мотивов целевой аудитории данной марки, а, возможно, и переключении бренда на другую аудиторию вообще [1, с. 34].

Современный потребительский рынок – это конкуренция между товарными знаками, торговыми марками и рекламными образами за место в сознании потребителей. Каждый год на рынке появляется множество новых товаров. Со временем отношение потребителей меняется ко всем продуктам и услугам на рынке. Во многом в силу того, что прогресс не стоит на месте, меняется мода и вкусы, и если в компании не меняется ничего, то интерес к продукции также быстро угасает. Поэтому компании необходимо провести ребрендинг, чтобы поменять что-то в лучшую сторону, необходимо чем-то жертвовать. А жертвовать приходится старыми взглядами и былыми заслугами. И все это ради новой и лучшей жизни компании.

Причины обновления бренда:

– бренд устарел;
– появился конкурент с более интересным брендом;
– бренд должен выполнять новые задачи;
– компания меняет или охватывает новую сферу деятельности.

Для проведения ребрендинга необходимо выполнить следующие задачи:

– усиление бренда для роста лояльности потребителей;
– дифференциация бренда с целью усиления его уникальности;
– увеличение целевой аудитории бренда за счет привлечения новых потребителей [3, с. 29].

В любом бизнесе важно не потерять уже имеющихся клиентов, подстраиваться под запросы целевой аудитории, поэтому ребрендинг в первую очередь направлен на рост лояльности потребителей. В этой ситуации обновление бренда будет усиливать позиции компании на рынке. Как следствие, возрастает авторитет.

На сегодняшний день рынок товаров и услуг продолжает увеличивать свои масштабы, соответственно конкурентная среда тоже растет. Компании, которые преследуют цель усилить своё место на рынке и повысить уровень конкурентоспособности необходимо провести ребрендинг. Такой компанией оказалась ТМ «Doily». Одним из направлений торговой марки является производство эко-изделий из спанбонда, так как это малая часть деятельности предприятия, команда маркетологов выдвинула предложение о

дифференцировании эко-товаров от основной деятельности фирмы. С целью не смешивать абсолютно разные направления предприятия, экспертами было принято решение создать отдельное направление по эко-изделиям от ТМ «Doily» и реализовать проект с новым название «Artpack People». Также с помощью проведения маркетинговых программ была поставлена задача, завоевать новый рынок сбыта, тем самым повысить уровень конкуренции.

Итогом проведения ребрендинга компании является:

– появление нового названия и нового логотипа торговой марки;

– проведением программ лояльности проект охватил новый сегмент рынка;

– с помощью расширения ассортиментной группы, компания завоевала новую нишу рынка и тем самым повысила уровень конкурентоспособности.

**Литература**

1. Малинка О. "ДНК" бренду як система збереження, відтворення і передачі інформації до споживача // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 1. – С. 34–38.

2. Несторова Ю. Методи оцінки вартості бренду // Маркетинг в Україні. – 2006. – № 3. – С. 61–64.

3. Тамберг В., Бадьин А. Ребрендинг // Отдел маркетинга. – 2006. – № 11. – С. 29–35.

**Заєць О.М.**
*к.філос.н., доцент*
*кафедра філософії*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ*

## БІЗНЕС – ЦЕ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Загроза соціальних катаклізмів супроводжує капіталізм. Привид комунізму лякає бізнес, загроза соціальних революцій завжди була причиною поступок профспілкам, на які йшли підприємці. Виникнення теорії відповідального бізнесу, а згодом – Корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), – це захисна міра бізнесу проти суспільних колізій. Імплементація теорії КСВ демонструє, на які зміни спроможний капіталізм, який критикував Маркс. Взагалі, моральність філантропії, інших видів благодійництва, може бути поставлена під питання, як будь-які дія, що претендує на визнання моральною. Тому важливо відзначити саме утилітаристський мотив Соціальної відповідальності – вести соціально відповідальний бізнес є вигідним, тому що це захищає і сам бізнес, і суспільство взагалі від катаклізмів.

Теорія Соціальної відповідальності виникла саме в США не випадково – в цій країні капіталізм набував крайніх форм, і саме в цій країні буржуазія найгостріше переживала потребу в захисті статус-кво. Енрю Карнегі, найуспішніший підприємець в металургії початку минулого століття, наприкінці життя вклав мільйони доларів в соціальні програми та побудував тисячі публічних бібліотек, підкреслюючи, що якщо людина вмирає багатою, то вона вмирає негідною. Джон Рокфеллер заснував фонд Рокфеллера. Психоаналітична мотивація подібних дій не викликає сумнівів, моральна мотивація – під питанням. Але факт є фактом: найбагатші люди світу жертвують гроші на користь суспільства – чи то будівництво публічних бібліотек (Е. Карнегі), чи то спасіння африканських дітей від СНІДу (Б. Гейтс), чи то розбудова демократії в країнах другого та третього світу (Дж. Сорос).

Велика депресія 30-х років була причиною тому, що ідеї благодійності не мали широкого поширення в той час: бізнес цікавило елементарне виживання, а робітники не чекали від працедавців нічого крім робочих місць та заробітної плати. Ідеї соціальної відповідальності бізнесу почали розвиватись лише після Другої світової війни, коли уряд США став співпрацювати з бізнесом, тим більше теорія набувала популярності із збільшенням напруги між країнами радянського блоку та країнами, що дотримувались ринкових відносин. «Холодна війна» робила виклик до бізнесу просувати будь-які ідеї з метою ослаблення прорадянської ідеології та комуністичних вподобань серед населення.

Спори про роль бізнесу в суспільстві підстьобнули події 60-х і 70-х рр. В суспільній думці з'явилася опозиція світу бізнесу. У різних сферах суспільства

проявився активний інтерес до таких питань, як цивільні права, війна у В'єтнамі, рівноправність жінок, забруднення середовища відходами промисловості і стан довкілля в цілому, а також конс'юмеризм. У 70-ті і 80-ті рр. на перший план вийшли роззброєння, атомна енергетика, позбавлення від голоду країн третього світу. Протягом останніх десятиліть в США наростала криза суспільної довіри до великого бізнесу, чому сприяли поряд з екологічними катастрофами гучні корупційні скандали, таємні пожертви корпорацій до передвиборчих фондів політиків і фінансові шахрайства. Американська громадськість різко засудила нечесні практики компаній Enron, концерну Parmalat та ін. Бізнес, який трусять гучні корпоративні скандали, усвідомив необхідність етичного менеджменту. Тобто робітники, споживачі, не- та урядові організації виступали з вимогами до бізнесу бути соціально відповідальним.

Дійсним батьком теорії соціальної відповідальності вважається Ховард Боуен, на думку якого соціальна відповідальність може бути поширена на бізнес (тобто може бути не лише особистісною, але й колективною), а одержуваний фірмою прибуток є чинником розвитку економіки держави. Бізнес подібно до уряду є «of the people, by the people and for the people». Термін «соціальна відповідальність бізнесменів» – приймати такі рішення, дотримуватися такої лінії поведінки, проводити такі рішення, які бажані з погляду цілей і цінностей нашого суспільства» [1, с. 6].

Протилежною точкою хору на відповідальність бізнесу є позиція Мілтона Фрідмена, який вважав, що справжня роль бізнесу полягає «у використанні його енергії та ресурсів у діяльності, спрямованій на збільшення прибутку за умови, що він дотримується правил гри ... (і) бере участь у відкритій конкурентній боротьбі , не вдаючись до шахрайства і обману…Коли я чую, як бізнесмен промовляє про «соціальну відповідальність бізнесу та систему вільного підприємництва», це нагадує мені чудові рядки про одного француза, який відкрив в свої 70 років, що він своє життя розмовляв прозою... Тільки люди (особистості) можуть відповідальними, а не організації. Так, корпоративні виконавці є особистостями, які мають багато інших зобов’язань – сім’я, церква клуби, місто, держава. Вони можуть присвячувати цьому частину їх доходу, вони навіть вільні залишити роботу аби піти у збройні сили захищати державу. Але в цьому випадку він витрачає свої власні гроші та енергію – це соціальна відповідальність індивідуумів, а не організацій. Якщо корпоративний виконавець витрачає чужі гроші заради загального суспільного блага, якщо він витрачає гроші робітників, споживачів, або акціонерів, то чи можна таке вважати соціально відповідальним? На політичному рівні урядові функції полягають у витраті бюджету (податків) на соціальні потреби. Для виконання цих функцій створені юридичні, конституційні та парламентські процедури» [2].

**Література**

1. Bowen Howard. Social Responsibilities of Businesman. – Iowa: University of Iowa Press. – 2013. – 248 p.

2. Milton Friedman. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // The New York Times Magazine, September 13, 1970 // Режим доступу: http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html

**Рубан О.В.**
*викладач кафедри теоретичної та прикладної економіки*
*ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет»*
*м. Дніпропетровськ, Україна*

## ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Україна на сучасному етапі розвитку вибрала європейський фактор розвитку, тобто намагається поглибити процеси інтеграції з країнами Європейського Союзу, зробити більш прозорим руху позичкового капіталу, залучити іноземні інвестиції з метою розвитку малого та середнього бізнесу, підвищити ефективність трудової міграції, а це вимагає приведення українського законодавства у відповідність до сучасних європейських стандартів, насамперед соціальних, поступове виховання цивілізованих норм ведення бізнесу, в тому числі соціальної відповідальності бізнесових структур та побудови відносин між ними, профспілковими організаціями та державою задля досягнення соціальної стабільності в суспільстві.

Поняття соціальної відповідальності є дуже поширеною в Європі та світі і трактується неоднозначно представниками різних економічних шкіл, але якщо їх узагальнити, можна сказати, що корпоративна соціальна відповідальність трактується як певний тип соціальних зобов'язань та відповідальності перед найманими працівниками, бізнес-партнерами, державою, суспільством тощо [1, с. 2]. Згідно з глобальним дослідженням, проведеним компанією IBM у 2008 році, соціальна відповідальність була визнана однією з п'яти умов успішної організації майбутнього [1, с. 3].

Корпоративна соціальна відповідальність є добровільною, вона не має на увазі отримання прибутку чи користі, та спрямована на розвиток загальнолюдських цінностей, підтримку соціально незахищених верств населення, створення сприятливого психологічного клімату в соціально-трудових відносинах, зокрема між роботодавцями та профспілковими організаціями як представником найманих працівників, розвиток персоналу, профілактичне лікування, будівництво соціальної інфраструктури, охорону навколишнього середовища, формування відносин між громадськими та суспільними організаціями, державою тощо.

На жаль, Україні необхідно формувати модель соціальної

відповідальності між бізнесовими структурами, суспільством і державою, яка буде відповідати європейським і світовим стандартам розвитку соціального сектору. Сучасні реалії пов'язані з існуванням наступних проблем:

– висока частка тіньової економіки (згідно з дослідженнями Міністерства економіки України частка тіньової економіки зросла з 34% у 2011 році до 47% офіційного ВВП в І кварталі 2015 року [2]);

– значне податкове навантаження на фонд заробітної плати (за даними рейтингу Глобальної конкурентоспроможності 2014/2015 Україна посідає критичну позицію за індикатором "вплив податків на стимули до праці" – 135 місце зі 144 країн [3, с. 7]);

– тінізація ринку праці в Україні (за оцінками Міжнародної організації праці, рівень тіньової зайнятості в Україні становить близько 9% зайнятого населення. Крім того, специфікою тінізації ринку праці в Україні є поширеність комбінованих форм оплати праці, які передбачають часткову виплату заробітної плати «у конвертах» [3]);

– відсутність сильних незалежних профспілкових організацій та їх низький вплив на прийняття суспільно-політичних рішень на місцевому, регіональному та державному рівні;

– недосконалість законодавчої бази та повільні темпи реформ на державному рівні;

– корупційні схеми ведення бізнесу;

– відсутність стимулів для здійснення інвестицій в соціальну сферу, благодійність тощо;

– низький рівень довіри населення та бізнесових структур до влади у зв'язку із складною політичною та економічною ситуацією в країні тощо.

З огляду на це, з нашої точки зору, є доцільним розробка державної стратегії, спрямованої на здійснення заходів, які сприятимуть підвищенню соціальної відповідальності та, наразі, пом'якшать протиріччя між реформами у соціальній сфері та їх асоціальними наслідками. Зокрема, ми вважаємо за необхідне: стабілізувати політичну та економічну ситуацію в країні; впровадити реформи з децентралізації; сприяти залученню іноземних інвестицій в національну економіку та підвищенню їх ефективності; знизити податковий тягар підприємницькі структури; підвищити частку заробітної плати в собівартості продукції; стимулювати інвестиції в малий та середній бізнес; надати податкові пільги підприємцям, що створюють додаткові робочі місця; реформувати пенсійну систему в Україні; здійснювати заходи щодо виховання цивілізованих соціально-трудових відносин, формування бізнесової етики та дотримання загальнолюдських цінностей та стандартів при веденні бізнесу тощо.

Ми вважаємо, що посилення соціальної відповідальності членів суспільства є однієї з запорук успішної інтеграції України до європейської та світової спільноти, підвищення добробуту населення країни та, нарешті, досягнення сталого економічного розвитку.

**Література**

1. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А.М. Колот // Економічна теорія. – 2013. – № 4. – С. 5-26. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/**ecte**_2013_4_2.
2. www.ukrstat.gov.ua.
3. Тенденції тіньової економіки в Україні в І кварталі 2015 р. Звіт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. – К., 2015. – 19 с.

**Чичков А.Г**.
*к. филос. н, доцент, заведующий кафедры философии*
*ГВУЗ «Украинский государственный химико-технологический университет»*
*г. Днепропетровск, Украина*

## СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Проблема становления и понимания социальной ответственности тесно связана сущностными отношениями с более широкими проблемами в обществе: отчуждения, социальной справедливости (несправедливости), функционирования либеральной модели развития экономики и общества, становлением среднего класса и, наконец, – гражданского общества (общественных организаций). И даже если помнить о Наоми Клайн и его «No logo», то всё равно в идеях социальной ответственности объединились думающий разум ответственных людей и мораль, тоже, ответственных людей. Мораль и разум. И часть общества, с тревогой думающая о будущем и беспокоящаяся о нем, поддержали эти идеи, которые получили легитимацию на свое шествие не только в бизнес среде, но и среди политиков, экологов, философов, средств массовой информации, общественных организаций.

А в основе этого лежит диалектически противоречивые отношения либерализма, отстаивающие свободу, активность человека, его борьбу за свои права, конкурентности, актуализирующие борьбу за «своего потребителя» и соединение личной ответственности за свое дело, моральности, веры, и заботы о своей малой родине и личной репутации субъекта бизнеса. Истоки этих современных идей ответственности можно найти во взглядах английского философа Дж. Локка, обосновавшего взгляды либерализма в обществе, французское Просвещение 18 века считало силу разума и образовательно-моральные ценности источника прогресса человека и общества, протестантские идеи М. Лютера обосновали ценность активного труда законопослушного человека, который должен быть ответственным и в вере, и в делах своих, взгляды молодого К. Маркса в середине 19 века высветили проблему отчуждения наемного рабочего и повлияли на формирование идеи среднего класса в будущем. Как видим, предпосылки становления и понимания этого явления не только экономические, но и социально-политические, философские, культурные, духовные. Плюс сюда, конечно, надо добавить

современные информационные технологии и средства массовой информации, которые могут и убить на корню идею ответственности, а могут, если надо, не только поддержать, а и поднять за идеи социальной ответственности немалые массы людей на активные действия. И это тоже входит в предпосылки укрепления современной тенденции ответственности капитала перед людьми, с которыми они рядом живут и работают. А это уже действия гражданского общества, активистов и волонтеров, членов общественных организаций. И если за это дело берется такая организация как ООН, да еще подводит правовое обоснование статуса социальной ответственности, то это означает не только поддержку такого явления, но и подчеркивает его современность, необходимость, а для субъекта социальной ответственности его действия приобретают социальную значимость, личное достоинство и статусность в обществе.

В современных социально-экономических отношениях серьёзные экономические корпорации уже переросли статус просто экономических, чаще всего их прямая и непрямая деятельность уже социально-экономическая, с акцентом в той или иной мере на заботу о человеке и его жизненном пространстве как необходимом компоненте своей взвешенной и результативной (приносящей прибыль) социально-экономической политике.

Ответственность профсоюзных организаций – это не только поддержка в соблюдении, защите и отстаивании экономических и других прав своих коллективов, что является, естественно, преобладающей задачей, но и работа над совершенствованием обязанностей, над развитием новых идей своей деятельности в новых условиях трансформации социально-экономических отношений. Социальная ответственность профсоюзных организаций – это обоюдная деятельность над совершенствованием бизнес-климата внутри коллектива и, одновременно, жесткая конкурентная борьба за своего потребителя и свой продукт, гармоничная адаптация и творческая деятельность в период кризиса.

В Украине в современный период профсоюзные организации оказались не готовы к адекватному пониманию своих действий в таких условиях. Как спрашивал президент Украины Л.Д. Кучма, обращаясь к Парламенту Украины: «А что строить-то?» У нас до сих пор нет модели рациональной трансформации экономики Украины как части экономики бывшего СССР (как системы) в самостоятельную современную экономику. Хотя надо признать, что полностью самостоятельных экономик почти нет в мире – любая экономика взаимодействует с другими экономиками. И на этом фоне профсоюзные руководители должны выработать адекватные усилия для выполнения своих функций. И они должны быть и консервативно старые, и творчески новые. На всех вершинах власти сейчас один дефицит – порядочные и честные профессионалы. Вот и среди профсоюзных лидеров должны быть новые люди – честные и профессиональные.

## ЗМІСТ

### Секція № 1. Конкурентоспроможність підприємств та їх об'єднань

*Dr Joanna Kacała*
ORGANIZATIONAL EXCELLENCE OF THE ENTERPRISE……...……..5

*Koczar J., Кочар И.*
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СУБЪЕКТОВ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПОЛЬШЕ..... 8

*Warzocha G.*
IFRS IN EU LEGISLATION FINANCIAL REPORTING IN POLAND……. 10

*Wawrzynek L.*
THE USE OF NETWORK ANALYSIS ORGANIZATIONAL
TO BUILD COMPETITIVE ADVENTAGE……...……. 11

*Анарбаева С.О.*
АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ…… 12

*Бейсенова М.У., Илашева С.А., Бекманова Г.У.*
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО
МАШИНОСТРОЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН……... 15

*Бигельдиева З.А., Жошыбаева Д.А., Дырка С.*
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ
ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ…… 17

*Братута О.Г.*
ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ
ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ
ПІДПРИЄМСТВ……..…….. 19

*Velychko O.P.*
MODEL OF LOGISTICAL MANAGEMENT IN MULTIFUNCTIONAL
GRAIN PROCESSING COOPERATIVE…….. 21

*Дідик А.М.*
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ПОДАТКОВОЇ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ПОЛІВЕКТОРНОГО РОЗВИТКУ……... 23

*Дідченко О.І.*
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ ТА
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ УКРАЇНИ: ЇХ ВПЛИВ НА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ…….. 25

*Доценко Г.Є.*
ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА…… 27

## ЗМІСТ

*Дугінець Г.В.*
УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС В ГЛОБАЛЬНІЙ МЕРЕЖЕВІЙ ЕКОНОМІЦІ…….. 29

*Yesbolova A.E., Ibraimova S.S., Akhelova A.L.*
AN ANALYSIS OF OPPORTUNITIES AND CHALLENGES IN POULTRY SECTOR IN KAZAKHSTAN PERSPECTIVES…….. 31

*Іванова М.В., Остапчук А.О.*
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВ: ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ……. 33

*Коць І.І.*
ТОЛІНГОВІ ОПЕРАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ……... 35

*Куцинська М.В.*
РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ САНАЦІЙНОСПРОМОЖНИХ ПІДПРИЄМСТВ…… 37

*Куцинська М.В., Кононенко О.С.*
ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ……....39

*Кучкова О.В.*
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ…….. 41

*Македон В.В., Фурдуй С.Г.*
ВПРОВАДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ……. 43

*Мячин В.Г.*
ЭВОЛЮЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ……. 45

*Ниязбекова Р.К., Тулеметова А.С.*
АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ КАЗАХСТАНА В СООТВЕТСТВИИ С ПРОГРАММОЙ ГПФИИР…….. 47

*Паршина О.А., Курдіна Д.О.*
МОТИВАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ…….. 50

*Паршина О.А., Лютова Л.С.*
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ……...52

*Паршина О.А., Мицюк А.В.*
МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В УКРАИНЕ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ…… 53

## ЗМІСТ

*Паршин Ю.І., Ливада Р.І.*
СКЛАДОВІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ…….. 55

*Прялін М.А., Гуцалова В.І.*
ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ШЛЯХОМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ…….. 57

*Шукіс І.З.*
ОРГПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ…….. 59

*Яворська О.Б.*
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В АСПЕКТІ РОЗВИТКУ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА…….. 61

*Баюра Д.О.*
КОРПОРАТИВНА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ В УКРАЇНІ……. 63

**Секція № 2. Теоретичні аспекти економічного розвитку**

*Айдарова А.Б., Досмуратова Э.Е.*
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТРАНЗИТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН……. 66

*Бородіна О.А.*
РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ТА ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАДИ. МЕХАНІЗМ ПРЕФЕКТІВ…… 69

*Брюховецька Н.Ю.*
ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ З ВИСОКОЮ ДОДАНОЮ ВАРТІСТЮ……71

*Булеев И.П.*
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ……... 75

*Демесинова А.А., Сатымбекова К.Б.*
ЭНЕРГЕТИКА КАЗАХСТАНА И УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ…….. 79

*Довгунь О.С., Zofia Patora-Wysocka*
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСПАРЕНТНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ….. 81

*Дубницький В.І., Ганжела І.П.*
ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ІНФРАСТРУКТУРИ ГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ ЯК ОСНОВНИЙ НАПРЯМОК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СТАРОПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ……... 83

## ЗМІСТ

*Zablodska I.V., Zablodska D.V.*
СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ
MODERN FEATURES OF ECONOMIC SCIENCE…… 86

*Іванова М.І.*
ЦІЛЕПОКЛАДАННЯ ЯК СКЛАДОВА ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ……. 87

*Іванова М.В., Саннікова С.Ф.*
ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ
ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА…….89

*Кузьменко Л.М., Солдак М.О.*
СУЧАСНА МОДЕРНІЗАЦІЯ І ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ У ПРИСКОРЕННІ
ПРОЦЕСУ ПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ…….. 91

*Марценюк Л.В.*
МЕТОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ……. 93

*Нікілєва Н.О., Іщенко І.О.*
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ В УКРАЇНІ…… 95

*Ольферович А.Б.*
ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ
КОНЪЮНКТУРООБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ НА ДЕЛОВУЮ
АКТИВНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ…….. 98

*Павлов К.В.*
ИНВЕСТИЦИИ И ИННОВАЦИИ
ИНТЕНСИВНОГО И ЭКСТЕНСИВНОГО ТИПА…… 100

*Сейдахметов М.К., Айдаров Т.А., Кыдырова Ж.Ш.*
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АПК В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА……. 102

*Сейдахметов М.К,. Айдаров Т.А., Сатымбекова К.Б.*
ПЕРЕРАБОТКА ПРОДУКЦИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ
СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА…… 104

*Смєсова В.Л.*
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ В
УКРАЇНІ……. 106

*Смесова В.Л., Литвин Р.*
ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАИНЫ….. 108

*Смесова В.Л., Авчинникова В.*
ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ЭКОНОМИКЕ УКРАИНЫ….. 110

*Смесова В.Л., Жилко Ю.И.*
ОСНОВНЫЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ…….. 113

## ЗМІСТ

*Федорова Н.Є.*
ТРАНСФОРМАЦІЯ СУСПІЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ ЯК НЕОБХІДНА ПЕРЕДУМОВА ФОРМУВАННЯ СУСПІЛЬСТВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ……...…. 115

*Чернишова О.М., Буряк А.С., Омелян К.Р*
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ОСНОВНИХ КОНЦЕПЦІЙ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ……. 117

*Тютюнник О.В., Яворська О.Б.*
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ……. 119

**Секція № 3. Прикладні аспекти моделювання економічних систем і процесів**

*Бень В.П.*
ВИКОРИСТАННЯ АНСАМБЛІВ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ ПРИ ОЦІНЮВАННІ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПОЗИЧАЛЬНИКІВ-ФІЗИЧНИХ ОСІБ……..…… 122

*Васильчук Н.О.*
ПРОСТОРОВА МОДЕЛЬ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНКИ ЩІЛЬНОСТІ ЗВ'ЯЗКІВ ВЗАЄМОДІЇ РЕГІОНІВ……..123

*Гудзь В.П., Аль-Шаргі Ф.М.*
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ПОБУДОВИ СИСТЕМНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ І ЙОГО ПРОЦЕСАМИ… 126

*Дубницкий В.И.*
МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СТРУКТУРЫ……..129

*Загреба В.С., Шумейко В.А., Комірна В.В.*
ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПРОДУКЦІЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ ОПТИМІЗАЦІЇ…….. 132

*Заруцька О.П.*
ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ГРУП БАНКІВ…… 134

*Іванов Ю.Б., Іванова О.Ю.*
МОДЕЛЮВАННЯ СЦЕНАРІЇВ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ…….. 136

*Кашицина А.С., Дубницький В.І.*
ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІКО-ВИРОБНИЧОГО МОДЕЛЮВАННЯ В СФЕРІ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ…….. 138

*Клебанова Т.С., Гурьянова Л.С.*
МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ…… 139

## ЗМІСТ

*Ковальчук К.Ф., Козенкова В.Д.*
НЕМАТЕРІАЛЬНІ АКТИВИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА……. 142

*Колодинський С.Б., Ковальов А.І.*
СТРУКТУРА МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ……...144

*Комирная В.В.*
АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ СУЩЕСТВУЮЩИХ ИСТОЧНИКОВ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ КОНЪЮНКТУРЫ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ…… 146

*Кухарська Н.О.*
ФОРМУВАННЯ ВНУТРІШНІХ УМОВ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ…….. 150

*Матвійчук А.В., Стрельченко І.І.*
ДОСЛІДЖЕННЯ КАНАЛІВ ПЕРЕНЕСЕННЯ КРИЗОВИХ ПРОЦЕСІВ МІЖ ФІНАНСОВИМИ РИНКАМИ ОКРЕМИХ КРАЇН: ПОПЕРЕДНІЙ АНАЛІЗ ТА ВІДБІР ІНДИКАТОРІВ……... 152

*Меркулов М.М.*
УГРУПУВАННЯ ПРИНЦИПІВ І ПРАВИЛ РОЗРОБКИ І ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ…….. 155

*Навроцький О.О.*
СТАНОВЛЕННЯ СЕРВІСНОЇ МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ…….. 157

*Науменко Н.Ю., Коротка Л.І.*
ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМИ ПІДТРИМКА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ……... 159

*Овчаренко О.В.*
ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ…… 161

*Пархоменко І.Ф., Комірна В.В.*
ОЦІНКА, АНАЛІЗ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА……..163

*Писарькова В.Р., Овчаренко О.В.*
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИМИТАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ СИСТЕМ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕСА……..164

*Петрик І.В., Яворська Моніка*
ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТРАТЕГІЧНОЇ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ «ЯКРАЗ ВЧАСНО» (JUST IN TIME)……... 167

## ЗМІСТ

*Портний О.О., Стрельченко І.І.*
ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ
ТА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКОВСЬКОЇ УСТАНОВИ……... 168

*Рекун Г.П., Прус Ю.І.*
МОДЕЛЮВАННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОТИВАЦІЇ
НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ…….. 170

*Родченко В.Б., Свіденська М.С.*
ЯКІСТЬ ПРОЦЕСІВ РЕФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ЕКОНОМІКИ……. 172

*Рябич О.М.*
МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ……..175

*Федулова С.О.*
ПРОБЛЕМИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ВОДНИХ РЕСУРСІВ
РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ЗМІН……..... 177

*Чорна Д.В., Дубницький В.І.*
ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ…… 179

*Чорна Т.О., Стрельченко І.І.*
ПОБУДОВА ІНДИКАТОРІВ ЗАКРИТТЯ ЗБИТКОВОЇ ПОЗИЦІЇ
(STOP-LOSS) НА ОСНОВІ НЕЛІНІЙНОГО ПІДХОДУ…….. 181

**Секція № 4. Інноваційні технології управління бізнесом та фінансами**

*Бакута А.В., Гуслова Я.О.*
КІЛЬКІСНО-ЯКІСНІ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-
ГОСПОДАРСЬКОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА……184

*Білоброва О.В*
ДОСЛІДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ПЕРЕТВОРЕННЯ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В ІННОВАЦІЇ…….. 186

*Гайдар І.В., Стрельченко І.І.*
ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УКРАЇНІ НА
ОСНОВІ ТРЬОХ ОСНОВНИХ МОДЕЛЕЙ: АМЕРИКАНСЬКОЇ,
ЯПОНСЬКОЇ ТА ЗАХІДНОЄВРОПЕЙСЬКОЇ……...188

*Гончарук П.А.*
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ
ВІТЧИЗНЯНОГО МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА…… 191

*Гудкова М.С., Андреюк С.Ф.*
ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ НА СТИЛЬ
КЕРІВНИЦТВА ПІДПРИЄМСТВОМ……193

## ЗМІСТ

*Драчук Ю.З.,Трушкіна Н.В., Косарєв В.В.*
ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ПРОМИСЛОВОСТІ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД…… 195

*Журавель А.О., Яшкіна Н.В.*
РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК УСПІХУ КРАЇНИ…… 198

*Захарченко В.І.*
РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ФУНКЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА……..200

*Захарченко Н.В.*
ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА……... 204

*Колесніков Є.В.*
ВИБІР НАЙБІЛЬШ ВИГІДНОГО ЛАНЦЮЖКА ПОСТАВОК ПРОДУКЦІЇ НА РИНОК…….. 208

*Крутоус Я.О., Андреюк С.Ф.*
КОМПЛЕКС ЗАХОДІВ СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ……... 210

*Куланова Д.А., Сейдахметов М.К., Абдикеримова Г.*
ЗНАЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ БАНКОВСКОГО МАРКЕТИНГА……... 212

*Метіль Т.К.*
ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТУ БЕНЧМАРКІНГУ В ПРОЦЕСІ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ…… 214

*Пожуєва Т.О.*
“НОВА ЕКОНОМІКА” – ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУЧАСНОГО ПОСТУПУ…… 217

*Прудников В.Ф., Шевченко А.А., Санжара В.А.*
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СНИЖЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ РИСКОВ…….. 219

*Сейдахметов М.К., Пазилов Г.А., Сейдахметова Г.М.*
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РК В УСЛОВИЯХ ВТО…….. 222

*Силенко С.А.*
АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ЇХ СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ……..224

*Скрипник О.В.*
АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ…… 225

*Спінчевська А.С., Яшкіна Н.В.*
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОЇ НАДІЙНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ…… 227

*Стремядін В.М.*
ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ І ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ…… 229

*Ткаченко А.М.*
ДОСЛІДЖЕННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДПРИЄМСТВА ЩОДО ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ……..232

*Топалова І.А.*
РОЗРОБКА ПРАВИЛ ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ……... 234

*Атаманчук Є.О., Рябцева О.Є.*
САМОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЗАПОРУКА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ…….. 239

*Комарова К.В.*
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ВІРТУАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РИНКУ……. 241

*Негру И.К., Ворновицки Д.П.*
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СКЛАДСКОГО ХОЗЯЙСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ…… 243

*Рябцев О.О., Рябцева О.Є.*
ДЕЯКІ АСПЕКТИ РОБОТИ HR-ПІДРОЗДІЛУ……. 245

**Секція № 5. Соціально-економічні тенденції сучасних маркетингових технологій**

*Алімов Д.К., Комірна В.В.*
ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ…… 248

*Галимська Ю.В., Дубницький В.І.*
ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ…….. 250

*Гриценко С.І.*
ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ…… 252

*Каніщенко О.Л.*
МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УМОВАХ ГЕОПОЛІТИЧНИХ КОНФРОНТАЦІЙ……. 254

## ЗМІСТ

*Кіріс С.П.*
ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЖИТЛОВИМ ФОНДОМ ТА ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИМИ ПОСЛУГАМИ…….. 256

*Колесніков В.П.*
УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВІСТЮ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ…… 259

*Лепеха А.Ю., Чуприна Н.Н.*
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СОКОВ В Г. ДНЕПРОПЕТРОВСК……. 261

*Лошак О.О. Комірна В.В.*
НЕОБХІДНІСТЬ МАРКЕТИНГОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВ…… 263

*Маметьєва А.В.*
АНАЛІЗ ВИМОГ КРАЇН ЄС ДО ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА…… 264

*Решетнікова І.Л.*
ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ОСТАННІХ РОКІВ…… 266

*Starostina A.O., Kravchenko V.A.*
IMPLEMENTATION OF “FAIR TRADE” PRINCIPLES IN UKRAINIAN-EU BUSINESS RELATIONS……... 268

*Худомака М.А., Аксенова Л.О.*
МАРКЕТИНГОВЫЕ РИСКИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ……... 270

*Чуприна Н.М.*
УМОВИ УСПІШНОГО ПОДОЛАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ КОНФЛІКТІВ……... 272

*Шевчук О.В., Дубницкий В.И.*
РЕБРЕНДИНГ В МАРКЕТИНГЕ…… 273

**Секція № 6. Взаємодія бізнесу та профспілкових організацій у площині соціальної відповідальності**

*Заєць О.М.*
БІЗНЕС – ЦЕ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ…….. 276

*Рубан О.В.*
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ…… 278

*Чичков А.Г.*
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ……... 280

Наукове видання

**Тези доповідей**
**І Міжнародної**
**науково-практичної конференції**

# СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

**З нагоди 20-річчя економічного факультету**
**ДВНЗ УДХТУ**
**21–22 квітня 2016 рік**

Набір здійснено з готових оригіналв-макетів, які були надані авторами доповідей в електронному вигляді. Відповідальність за зміст окремих публікацій, їх орфографію та якість рисунків несуть автори тез.

Технічне редагування В.П. Синицька
Комп'ютерна верстка Т.М. Кіжло

Віддруковано:
Оригінал-макет виготовлений РВК ДВНЗ УДХТУ

Редакційно-видавничий комплекс ДВНЗ УДХТУ,
49005, Дніпропетровськ-5, пр. Гагаріна,8
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №5026 від 16.12.2015 р.
Підписано до. друку 15.04.2016. Формат 60х84 1/16. Папір офсетний №1.
Друк різограф. Гарнітура Times New Roman.
Умов. друк. арк. 13,27. Облік.-видавн. арк. 13,39.
Тираж 100 прим. Зам. № 48.