

**Збірник
матеріалів**

VI Міжнародної
науково-
практичної
конференції

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА:

**теорія
і практика**

13 жовтня 2016 р.



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Вадима Гетьмана»

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

**Збірник матеріалів
VI Міжнародної науково-практичної конференції
(до 110-річчя кафедри економіки підприємств)**

Ekonomy of eneterprise: theory and experience

13 жовтня 2016 р.

УДК 658.11
ББК 65.291я43
Е 45

Економіка підприємства: теорія і практика [Електронний ресурс] : зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф. — К. : КНЕУ, 2016. — 185 с.
ISBN 978-966-926-112-0

Конференція спрямована на обговорення вченими і практиками результатів наукових досліджень і розвитку функціонування підприємств у контексті формування знань з новітньої економіки і розвитку інтеграційних процесів.

The conference is aimed at discussing the results of scientists research and experience of enterprise functioning by scientists and workers in the sense of providing knowledge in modern economics and integration processes development.

УДК 658.11
ББК 65.291я43

Редакційна колегія: Г. О. Швиданенко, к.е.н., проф. (відп. за вип.); І. М. Рєпіна, д.е.н., проф.; В. П. Кукоба, д.е.н., проф.; І. А. Павленко, д.е.н., проф.; О. І. Олексюк, д.е.н., проф.; К. А. Андрющенко, д.е.н. проф.

*Рекомендовано до друку Вченою радою КНЕУ.
Протокол №3 від 29 вересня 2016 р.*

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 «ТЕОРІЇ ТА МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ»

Денісова О.О. Міжкомпонентні зв'язки архітектури підприємства	10
Дерев'янка О.Г. Інституціоналізація та імплементація репутаційного менеджменту на підприємствах	11
Галиця І.О., Коп'як Н.П. Стратегічні особливості управління підприємством на постіндустріально-біфуркаційному етапі	14
Іванова А.С., Голіонко Н.Г. Розвиток потенціалу наукомісткого виробництва	15
Швиданенко О. А., Криворучкіна О.В. Розвиток теорій підприємства	16
Литвиненко Т.М. Організаційна структура бізнес-моделі підприємства	18
Семенчук А. О. Унікальні характеристики продукції — запорука формування конкурентної переваги	20
Федорченко А.В. Вимірювання задоволення споживачів у системі внутрішнього маркетингу підприємства	21
Швиданенко Г.О. Ціннісна парадигма управління підприємством	23
Ямненко Г.Є. Еволюція та тенденції розвитку бізнесу	25

СЕКЦІЯ 2 «ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Бойченко К.С. Соціалізований розвиток підприємства в сучасних умовах господарювання	28
Червона О.Ю. Інтелектуальне підприємництво в сучасних економічних умовах	29
Чухраєва Н.М. Методи трансферу технологій	31
Долгова Л.І. Забезпечення стимулювання інноваційної діяльності в Україні	33
Гужва В.М. Інтернет речей: сучасний стан і перспективи розвитку	35
Кечеджи М.С. Підбір правильної команди як ключового фактору майбутнього успіху проекту	37
Хазар Х.Х. Управління інформаційним зв'язком у стратегії реструктуризації підприємства	39
Кравець І.В. Інноваційне підприємництво в Україні:реалії та перспективи	40
Малярчук О. Г. Фріланс як сучасна форма підприємницької діяльності	42
Мельникова О. А. Маркетингові інновації в закладах ресторанного господарства України	44
Мельник О. В. Соціальне підприємництво: засади та можливості розвитку	46
Ніколайчук О. А. Інтелектуальне підприємництво: сутність та ознаки	47
Ожелевська Т. С. Інституційне забезпечення розвитку інноваційного підприємництва в аграрному секторі України	49
Павленко І. А., Петренко Л. А. Активізація інноваційного підприємництва в Україні за умов глобальних соціогуманітарних та технологічних викликів	51
Плотникова М. Ф. Інноваційні підходи в управлінні розвитком підприємницьких структур	53
Радько В. М., Мацюра С. І. Управління ресурсозбереженням на інноваційній основі як засіб забезпечення конкурентоспроможності гірничо-збагачувального підприємства	55
Рапута К. О. Венчурне фінансування стартапів в Україні	58
Репіна І. М. Капіталізація результатів інтелектуальної праці	59
Самсонова О. І., Тихоненко Ю. В. Банківські інновації у реформуванні банківської системи України	61
Смирнов Є. В. Віртуалізація енергетичних потоків у мережевій економіці	63
Стукан Т. М. Етапи формування системи управління підприємствами	65
Силенко О. М. Роль інновацій у суспільному поступі	66
Яковлев А. І. Розвиток методів визначення ефективності високоякісних інновацій	67
Заріпова А. О. Інноваційний продукт та особливості оцінювання його вартості в процесі комерціалізації	69
Прохорова Є.В. Організаційна культура як середовище та інструмент упровадження стратегічних змін на підприємстві	71

СЕКЦІЯ 3 «ПРОБЛЕМИ МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ СПІВПРАЦІ»

Гречана С. І. Сучасні інструменти активізації міжрегіонального співробітництва	73
Рогозян Ю. С. Аналіз сучасної системи показників оцінки розвитку міжрегіонального співробітництва	75
Васильчук Н. О. Методичні підходи до вибору організаційних форм міжрегіонального співробітництва	76
Заблодська І. В., Носкова С. А., Татарченко О. М., Завойських Ю. А. Сучасні проблеми регіонального розвитку: економічний аспект	78
Захарін С. В., Одотюк І. В. Активізація українсько-китайського інвестиційного співробітництва	80

СЕКЦІЯ 4 «БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»

Бакалова Н. Л. Особливості впровадження систем управління якістю та екологізації виробничих підприємств	83
Батанова Т. В. Построение комплекса системы сбалансированных показателей деятельности и реинжиниринга предприятия	84
Будяєв М. О. Механізм оцінювання інвестиційної привабливості підприємства	87
Гонтарева І. В. Ефективність організаційного капіталу підприємницької діяльності	88
Грановська В. Г. Перспективи розвитку малих форм агропідприємництва	90
Іваненко О. В. Організаційні аспекти забезпечення енергоефективності підприємств: впровадження міжнародних практик в Україні	91
Іванова М. І. Логістична інфраструктура: особливості наповнення терміну	94
Клименко С. М., Шевчук Н. В. Факторне моделювання вартісного зростання підприємства	95
Козик В. В. Проблеми підготовки фахівців економічних спеціальностей	97
Кукоба В. П. Передумови оцінювання реорганізаційної активності підприємств	99
Кужель В. М. Специфіка використання фундаментальних елементів ощадливого виробництва в логістиці	101
Ляшенко О. М. Управління результативністю діяльності підприємств в умовах гібридної війни	102
Михайлюк М. О. Методичні засади ідентифікації, класифікації та оцінювання ресурсів підприємства	104
Панкратьєва Т. Л. Системоутворюючі фактори впливу на інвестиційний процес	107
Павленко О. В. Спільні риси політичного маркетингу і маркетингу товарів (послуг)	109
Шергіна Л. А., Жемба А. Й. Переваги застосування процесного підходу до організації виробництва	112
Ткаченко А. М., Бобровников В. А. Економіко-управлінський аналіз формування організаційної структури підприємства	114
Ткаченко А. М., Пожусєва Т. О. Оптимізація витрат промислового підприємства на енергоресурси	116
Цемашко Ю. С. Підвищення ефективності економічних результатів як наслідок адаптації бізнес-моделі підприємства в сучасних умовах	118
Урба С. І., Грисюк Ю. С. Бізнес-модель як ключовий фактор успіху компанії	119
Омельченко Л. С., Лактионова О. Е. Финансовый аутсорсинг в повышении результативности деятельности предприятий малого и среднего бизнеса	121

СЕКЦІЯ 5 «ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ»

Андрющенко К. А. Особливості процесного управління при розробці конкурентної стратегії підприємства	124
Батенко Л. П. Категоризація проектів у контексті управління портфелем проектів компанії	126
Бесараб С. О. Сучасні тенденції розвитку підприємств металургійної галузі України	127
Чайка В. О. Потенціал і розвиток вітчизняного тепличного господарства	129
Гребешкова О. М., Грабовенко О. В. Диверсифікація діяльності підприємства в контексті економічного управління	132
Грисюк Ю. С., Лабута А. В., Данилов О. О. Взаємодія, інтеграція та партнерство суб'єктів господарювання автомобільного транспорту	133
Кукурудзяк Л. В. Визначення узагальнюючих діагностичних параметрів системи управління нематеріальними активами підприємства	134
Кузьменко О. М. Розмір фінансової допомоги для реалізації пілотного проекту	136

<i>Кизенко О. О.</i> П'ять інструментів управління, що змінили економіку підприємства	138
<i>Літвінов О. С.</i> Управління відтворенням нематеріальних ресурсів підприємства	140
<i>Ліщинська В. В.</i> Оцінка ресурсного потенціалу хлібопекарських підприємств	142
<i>Оберемчук В. Ф.</i> Інструменти формування успішного бренду підприємства як роботодавця . . .	143
<i>Обнявко А. В.</i> Внутренний экономический механизм предприятия: подходы и решения	145
<i>Олійник Я. В.</i> Інформаційне забезпечення управління підприємств в умовах посткризового економічного зростання	146
<i>Пономарьова Ю. І.</i> Особливості управління розвитком підприємства в нестійкому бізнес-середовищі	148
<i>Позняк С. В.</i> Особливості формування конкурентних переваг вітчизняних підприємств на міжнародному ринку	149
<i>Сабадириьова А. Л.</i> Моделювання та оцінювання капіталізації потенціалу підприємства	151
<i>Швидка О. П.</i> Аутсорсинг як інструмент забезпечення ефективності бізнес-моделі компанії . . .	153
<i>Темченко О. А.</i> Перспективи стійкого розвитку вітчизняних гірничорудних підприємств у контексті підвищення енергоефективності їх діяльності	154
<i>Теплюк М. А.</i> Ключові індикатори розвитку діяльності пивоварної промисловості України . . .	157
<i>Тонюк М. О.</i> Сучасні аспекти регулювання малого бізнесу в Україні	159
<i>Трушкіна Н. В., Петрова І. П.</i> Збутова мережа як ефективна форма партнерства учасників ринку вугілля	160
<i>Ямненко Г. Є., Совенко О. І.</i> Мале підприємництво в Україні як двигун розвитку національної економіки	162
<i>Євдокимова Н. М.</i> Формування системи бізнес-аналізу на підприємстві	164
<i>Верба В. А.</i> Трансформація інструментів стратегічного розвитку підприємства	165

СЕКЦІЯ 6

«РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ТА АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ»

<i>Чижов В. А.</i> Аналіз зовнішнього середовища функціонування ІТ-бізнесу в Україні	168
<i>Ковтун В. П.</i> Систематизація методів управління репутційними ризиками підприємства	170
<i>Кузьомко В. М.</i> Теорія нечітких множин у діагностиці економічної безпеки підприємства . . .	172
<i>Литюга Ю. В.</i> Сучасний інструментарій управління ризиками інновацій	174
<i>Люшенко О. І.</i> Економічна стійкість функціонування підприємств у контексті забезпечення їх екологічної безпеки	175
<i>Солов'янчик А.В.</i> Стратегічні орієнтири підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств України	176
<i>Силенко С. А.</i> Банкрутство як невід'ємний елемент ринкової економіки	178
<i>Терент'єва О. В.</i> Новації в забезпеченні антикризової діяльності підприємства	180
<i>Вітлінський В. В., Скіцько В. І.</i> Тенденції розвитку ризик-менеджменту в індустрії 4.0	181
<i>Коцюба О. С.</i> Вимірювання господарського ризику в умовах інтервальної невизначеності даних	182

ПЕРЕДМОВА

Поступ економічної науки не можливий без подолання однобічності та догматизму будь-якої з економічних концепцій, без аналізу й синтезу всього прогресивного, що створено видатними економістами й економічними науковими та науково-освітніми школами попередніх поколінь. Усвідомлюючи це, кафедра економіки підприємств ДВНЗ «Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана» проводить вже VI «Міжнародну науково-практичну конференцію «Економіка підприємства: теорія і практика», яка стала вагомим платформою для обговорення вченими і практиками результатів наукових досліджень і досвіду функціонування підприємств у контексті перспективних ринкових реформ в Україні.

Знаменним є те, що ця конференція приурочена до 110-річчя освітнього життя університету. Разом з університетом пліч-о-пліч цей шлях проходила й кафедра економіки підприємств. Організатори конференції поєднали Інтернет-формат для проведення секційних обговорень результатів науково-дослідної роботи учасників конференції з традиційним підсумковим пленарним засіданням, яке відбулося 13 жовтня 2016 року в цьому історичному закладі.

Робота конференції організована за науковими секціями:

Секція № 1 «Теорії та моделі підприємств»

- ✓ еволюція теорій підприємства;
- ✓ особливості функціонування підприємств за ринкових умов;
- ✓ теорія активації економічних ресурсів і соціально-відповідальне управління активами підприємства;
- ✓ концепція контролінгу в управлінні підприємством;
- ✓ концепція управління вартістю та її мультиплікація в оцінці вартості потенціалу підприємства;
- ✓ форми та рівні економічних відносин між підприємствами різних форм власності;
- ✓ методи та моделі функціонування підприємств.

Секція № 2 «Інноваційне підприємництво»

- ✓ інноваційне підприємництво та інноваційний потенціал підприємства;
- ✓ дослідження тенденцій становлення та розвитку інноваційного бізнесу в Україні;
- ✓ сучасні методи та моделі управління інноваційною діяльністю підприємства;
- ✓ методи та моделі комерціалізації технологій на підприємствах України;
- ✓ формування та забезпечення ефективної діяльності українських стартапів (венчурних підприємств);
- ✓ напрями підвищення ефективності функціонування українських технопарків та бізнес-інкубаторів.

Секція № 3 «Проблеми міжрегіональної співпраці»

- ✓ сучасні інструменти міжрегіонального співробітництва;
- ✓ методичні підходи до вибору організаційних форм міжрегіонального співробітництва;
- ✓ аналіз сучасної системи індикаторів оцінювання розвитку; міжрегіонального співробітництва;
- ✓ модернізація інфраструктури міжрегіонального співробітництва;
- ✓ нормативно-правове забезпечення міжрегіонального співробітництва;
- ✓ показники та методи оцінки ефективності міжрегіональної співпраці.

Секція № 4 «Бізнес-процеси та результативність діяльності підприємств»

- ✓ процесна теорія підприємств, бізнес-інжиніринг і виробнича логістика;
- ✓ домінуючі бізнес-моделі сучасних підприємств;
- ✓ економічне моделювання та стандартизація бізнес-процесів;
- ✓ бюджетування та інвестиційне проектування;
- ✓ управління капіталом підприємства;
- ✓ бренд-менеджмент;
- ✓ торетико-методичні аспекти реінжинірингу бізнес-процесів;
- ✓ стратегічні наміри підприємства: технологія розробки та реалізації;
- ✓ стратегічні ресурси як основа формування компетенцій підприємства;
- ✓ економічне управління енергозбереженням на підприємстві.

Секція № 5 «Потенціал і розвиток підприємств»

- ✓ еволюція наукових теорій управління розвитком суб'єктів господарювання;
- ✓ генезис економічної категорії «потенціал підприємства» та особливості його формування, функціонування й використання;
- ✓ сучасний моніторинг рівня конкурентоспроможності потенціалу вітчизняних підприємств;
- ✓ ринкова капіталізація та результативність використання потенціалу підприємства;
- ✓ діагностика ефективності розвитку підприємства;
- ✓ методичний інструментарій розробки стратегії розвитку вітчизняних підприємств.

Секція № 6 «Ризик-менеджмент та антикризова діяльність підприємств»

- ✓ трансформація сутності та забезпечення управління економічною безпекою в діяльності сучасних підприємств;
- ✓ формування системи «ризик-менеджменту» підприємств;
- ✓ місце антикризового управління у загальній системі управління підприємством;
- ✓ основні методи та способи подолання конфліктів у кризових ситуаціях на підприємстві.

Кафедра економіки підприємств висловлює глибоку подяку співорганізаторам, керівництву університету та факультету за допомогу в організації конференції, а також усім науковцям, викладачам і практикам, які взяли активну участь у проведенні конференції, і сподіваємось на майбутню конструктивну співпрацю.

INTRODUCTION

The progress of the economical science is not possible without the overcoming of the unilateralism and dogmatism of any economical concepts, without the analysis and synthesis of the everything progressive what was created by the famous economists and by the economical scientific and the scientific educational schools of the previous generations. Having taking it into the account, the Department of the Economy of Enterprises of the State Higher Educational Institution named after Vadym Hetman (SHEI) has been holding yet the VI «International Scientific and Practical Conference named as «The Economy of Enterprise: Theory and Practise», which has become the significant platform for the scientists and practitioners to discuss the results of the scientific researches and experience of the enterprises functioning in a context of the perspective marketing reforms in Ukraine.

The significant is the fact that this conference is dated to the 110-th anniversary of the educational life of the University. The Department of the Economy of Enterprises has been passing that way with the University side- by- side. The organizers of the conference have joined the Internet-format to hold the discussions of the results of the scientific experimental work by the participants of the conference in the sections with the final traditional plenary meeting which would be held the 13th of October, 2016 in that historical institution.

The conference activity has been organized according to the scientific sections:

Section 1. «The theory and the models of enterprises»

- the evolution of the theory of enterprises;
- the peculiar properties of the enterprises functioning in the marketing conditions;
- the theory of the economical resources activation and the social responsible management by the enterprise's actives;
- the controlling conception in the enterprise management;
- the shareholder value concept and its multiplication in the value estimation of the enterprise's potential;
- the forms and levels of the economical relations between the enterprises of the different forms of property;
- the methods and the models of the enterprises' functioning.

Section 2. «The innovative enterprising»

- the innovative enterprising and the innovational potential of enterprise;
- the research of the formation and development trends of the innovative business in Ukraine;
- the contemporary methods and models of the technologies' commercialization in the Ukrainian enterprises;
- the formation and provision of the efficient activity of the Ukrainian startups (the venture enterprises);
- the ways to increase the efficiency of the Ukrainian thechnical parks and business incubators functioning;

Section 3. «The cross-regional cooperation problems»

- the contemporary instruments of the cross-regional cooperation;
- the methodical approaches to choose the organizational forms the cross-regional cooperation;
- the analysis of the contemporary system of the estimation indicators of the development of the cross-regional cooperation;
- the modernization of the infrastructure of the cross-regional cooperation;
- the regulative and legal support of the cross-regional cooperation;
- the indicators and the estimative methods of the efficiency of the cross-regional cooperation;

Section 4. «The business processes and the effectiveness of the enterprises' activity»

- the process theory of the enterprises, the business engineering and the production logistics;
- the dominating business models of the contemporary enterprises;
- the economical modeling and the business processes standartization;
- the budgeting and the investitional projection;
- the management of the capital of enterprise;
- the brand-management;
- the theoretical and methodical aspects of the business processes reengineering;
- the strategical purposes of enterprises: the technology of creation and realization;

- the strategical resources as the base of the enterprise's competitions formation;
- the economical management of the energy saving in the enterprise;

Section 5. «The potential and the development of enterprises»

- the evolution of the scientific theories of the development of economic subjects management;
- the genesis of the economical theory «the potential of enterprise» and the peculiar properties of its formation, functioning and use;
- the contemporary monitoring of the competitive level of the domestic enterprises' potential;
- the marketing capitalization and the efficiency of use of the enterprises's potential;
- the diagnostics of the efficiency of enterprises's development;
- the methodical instruments of the creation of the domestic enterprises development strategy;

Section 6. «The management of risks and the turnaround management»

- the essence transformation and provision with the management by the economical security in the contemporary enterprises' activity;
- the enterprises' system of «management of the risks» formation;
- the place of the turnaround management in the total system of the enterprise management;
- the principal methods and ways to overcome the conflicts in the crisis situations in the enterprise.

The Department of the Economy of Enterprises is expressing the profound gratitude to the organizers, the university and the faculty management for their help to hold the conference and to all scientists, professors and practitioners who had participated actively in the conference and is hoping for the future constructive cooperation.

«ТЕОРІЇ ТА МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВ»

УДК 65.011.8

oldeni@ukr.net

Денісова Ольга Олександрівна

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Denisova Olga O.

PhD, Associate Professor

Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman, Ukraine

МІЖКОМПОНЕНТНІ ЗВ'ЯЗКИ АРХІТЕКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

ENTERPRISE ARCHITECTURE INTER-COMPONENT LINKS

Анотація. Досліджено проблеми використання сучасних шаблонів архітектури підприємства. Запропоновано типи міжкомпонентних зв'язків для побудови інтегрованої архітектури підприємства.

Ключові слова: архітектура підприємства, модель, компонент, зв'язок, інтеграція.

Summary. Problems of using Enterprise Architecture frameworks are examined. Inter-component link types are proposed for integrated Enterprise Architecture elaboration.

Keywords: enterprise architecture, model, component, link, integration.

Архітектура підприємства, оформлена як сукупність моделей, що відображають усі аспекти підприємства, є складною системою з великою кількістю різномірних елементів. Діаграми, таблиці і списки описують бізнес-функції, бізнес-процеси, організаційну структуру, акторів та їх ролі, потоки даних і системи їх зберігання, програмні додатки, апаратне забезпечення та засоби комунікацій.

Для змістовного опису підприємства, визначення та впорядкування його компонентів сучасні методології [1, 2] виокремлюють комплексні структурні елементи — точки погляду (views), рівні архітектури, архітектурні домени, змістовні аспекти або ін., зокрема:

— у моделі архітектури підприємства Захмана (Zachman Framework for Enterprise Architecture) — «Дані», «Функція», «Мережа», «Люди», «Час», «Мотивація»;

— у розширеному шаблоні архітектури підприємства E2AF (Extended Enterprise Architecture Framework) — «Бізнес», «Інформація», «Інформаційні системи», «Технологічна інфраструктура»;

— у довідковій архітектурі та методології для узагальненого підприємства GERAM (Generalised Enterprise Reference Architecture and Methodology) та ISO 19439-2006 — «Функція», «Інформація», «Ресурс», «Організація»;

— у методиці опису архітектури TOGAF (The Open Group Architecture Framework) — «Бізнес», «Інформація», «Додаток», «Технологія».

Розмаїття підходів і відповідних моделей ускладнює їх вибір і використання під час розроблення або вдосконалення архітектури. Водночас їх спільним недоліком є відсутність комплексу зв'язків між структурними рівнями та окремими моделями, що унеможливує розгляд архітектури підприємства як єдиного цілого, реалізацію у повному обсязі системного підходу і вирішення проблем, що стоять перед архітекторами підприємств:

— розвиток інформаційних систем підприємства має відповідати вимогам бізнесу. Саме останні задають критерії для вибору як ІТ-стратегії, так і конкретних технологічних рішень;

— інформаційні технології повинні бути не просто одним з центрів витрат підприємства, а джерелом його нових можливостей, для повного використання яких ІТ-процеси мають бути інтегровані у повний життєвий цикл бізнес-процесів із вдосконалення якості продуктів і послуг і підвищення гнучкості бізнесу.

З метою заповнення вказаних прогалів пропонується визначення таких типів зв'язків між компонентами архітектури підприємства.

Структуруючі зв'язки є основою архітектури. Зв'язки типів «ціле — частина» та «батько — дитина» встановлюються між елементами одного типу для подання внутрішньої структури об'єкта або ієрархії об'єктів. Вони мають значення для міжкомпонентних зв'язків на етапі переходу від ескізу, коли можуть з'єднуватись моделі в цілому, до детального проектування, під час якого зв'язуються конкретні елементи моделей і відповідний зв'язок «спус-

кається» до нижчих рівнів ієрархії. Водночас структуроутворюючі зв'язки забезпечують узагальнене подання міжкомпонентних зв'язків шляхом згортки всіх елементів окремих моделей у відповідні блоки зі збереженням встановлених зв'язків.

Між елементами різних моделей можливі зв'язки розташування (належності). Зокрема, вони надають змогу відобразити цілі, завдання, функції або вимоги на «фізичні» блоки з урахуванням різних типів архітектури.

Семантичні зв'язки забезпечують розгляд архітектури в цілому, надаючи можливість зіставити різні компоненти, дотримуючись логіки їх залежності або взаємодії. Так, зокрема, на вищому рівні архітектури підприємства можна відстежити такі зв'язки:

- стратегія «має за результат» показники діяльності;
- стратегія «реалізується» працівниками, процесами, технологіями;
- працівники «керують» процесами;
- організаційна структура, політика та регламенти «підтримують» працівників;
- моделі потоків робіт «визначають» процеси;
- архітектура безпеки «захищає» процеси та технології;
- архітектура даних, архітектура додатків та архітектура інфраструктури «підтримують» технології.

Під час детального розгляду до семантики зв'язків додають елементи асоційованих даних. Так, запити на розвиток інформаційних технологій можуть подавати бізнес-функції корпоративного управління, розвитку бізнесу, маркетингу, взаємодії з клієнтами, фінансів, виробництва. З іншого боку, поява нових технологій забезпечує додаткові можливості, що їх слід розглядати у контексті бізнес-функцій. Водночас маркетинг, фіксуючи потребу в нових продуктах і послугах, передає ідеї щодо нових або вдосконалених продуктів до підсистеми розвитку бізнесу, до фінансів — прогнози продаж, до клієнтів — пропозиції. Усі подібні зв'язки повинні відстежуватись на сонові моделей архітектури підприємства.

Зв'язки залежності задають:

- упорядковану послідовність переходів між моделями та їх елементами, утворюючи логічні ланцюжки на зразок «Чому — Хто — Що — Як — Чим»;
- хронологічну послідовність планів заходів і проектів з переведення архітектури з поточного стану до запланованого, окремих фаз та етапів життєвого циклу архітектури;
- шляхи відстеження зв'язків між рішеннями, їх обґрунтуванням, зацікавленими особами, заходами з їх реалізації, виконавцями, задіяними елементами моделей, планами та результатами дій. З цією метою можуть встановлюватись зв'язки «походить», «відповідає», «уточнює», «перевіряє», «конфліктує», «залучає», «є альтернативою», «має за наслідок» тощо.

Описаний комплекс зв'язків забезпечує інтегрованість архітектури підприємства, узгодження її окремих елементів і поліпшення процесів їх розроблення та удосконалення.

Література

1. Minoli D. Enterprise Architecture A to Z: Frameworks, Business Process Modeling, SOA, and Infrastructure Technology. Auerbach Publications. — 2008. — 512 p.
2. Schekkerman Ja. How to Survive in the Jungle of Enterprise Architecture Frameworks: Creating or Choosing an Enterprise Architecture Framework. Trafford Publishing. — 2004. — 195 p.

УДК 659.1.012

y.derevyanko@pr-service.com.ua

Дерев'янка Олена Георгіївна
Національний університет харчових технологій,
Україна

Derevianko Olena G.
National University of Food Technologies, Kyiv,
Ukraine

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ ТА ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

INSTITUTIONALIZATION AND IMPLEMENTATION OF REPUTATION MANAGEMENT IN COMPANIES

Анотація. Статтю присвячено розвитку фундаментальних засад управління репутацією підприємств і розробці його методологічного забезпечення. За результатами дослідження обґрунтовано концептуальний підхід до формування системи репутаційного менеджменту шляхом децен-

Summary. This article is devoted to the fundamental principles of reputation management in companies, and the development of its methodological and quality assurance. Thanks to the results of the research, a conceptual approach was developed to build reputation management systems through

тралізації управління репутацією підприємств і активізації співпраці з ключовими стейкхолдерами.

Ключові слова: імідж, репутація, довіра, стейкхолдери, нематеріальні активи, система управління підприємством.

decentralization of enterprises' reputation management and stepping up cooperation with key stakeholders.

Key words: image, reputation, trust, stakeholders, intangible assets, company management system.

Економічне зростання неможливе без упровадження високих сучасних стандартів управління, одним із яких є інституціоналізація та імплементація нового напрямку в системі управління — репутаційного менеджменту. У світлі євроінтеграційних пріоритетів підприємствам України нагально необхідні системи управління на рівні найкращих світових стандартів, що здатні забезпечити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Використання системного підходу до управління репутацією на українських підприємства є невід'ємною складовою розвитку продуктивних і корпоративних брендів, управління знаннями, забезпечення економічної безпеки та безперервності ведення бізнесу. І завдання вітчизняної економічної науки — стимулювати впровадження репутаційного менеджменту у практику діяльності підприємств в Україні, систематизуючи і розвиваючи його теорію.

Грунтуючись на розумінні репутації як довіри стейкхолдерів до підприємства, процес управління репутацією автор розглядає як формування зазначеної довіри. Довіра, у свою чергу, забезпечується сучасними бізнес-процесами, підсилюється засобами інформаційного впливу і обумовлює форму дій стейкхолдерів, спрямованих на підтримку розвитку підприємства, «переломлюючись» через систему їх цінностей.

З позиції автора цього дослідження, економічна категорія «управління репутацією підприємства» або «репутаційний менеджмент» за економічною ознакою відтворює процес, який характеризує якість управління підприємством у динаміці через досягнення ним певного рівня розвитку і суспільного визнання та підтримки його діяльності стейкхолдерами (через купівлю товарів, надання кредитів, підписання ділових контрактів, інвестування тощо).

Відповідно, розглядаємо процес формування довіри до підприємства як системну взаємодію трьох напрямів репутаційного менеджменту: репутаційний менеджмент інформаційних комунікацій, репутаційний менеджмент бізнес-процесів, вплив підприємства на цінності стейкхолдерів. При обґрунтуванні певного напрямку як пріоритетного необхідно враховувати його особливості: часовий лаг між управлінським впливом й отриманням результату (дій стейкхолдерів щодо підтримки розвитку підприємства) та вимоги щодо стійкості (чутливості) сформованої репутації.

Логіка побудови системи репутаційного менеджменту підприємства відповідає забезпеченню довіри до підприємства згідно з визначеними векторами управління репутацією — щодо ключових стейкхолдерських аудиторій через канали комунікації. Комплекси інструментів комунікації та формування репутації з певними стейкхолдерськими аудиторіями як векторами в CPM є такими: щодо стейкхолдерської групи споживачів застосовують продуктивний PR (PR-підтримка продажів, брендинг), у тому числі у складі інтегрованих маркетингових комунікацій; за напрямом роботи з так званою внутрішньою громадськістю — персоналом підприємства — внутрішній PR; задля поліпшення/оптимізації відносин із владою — GR (Government Relations); за вектором вибудовування/оптимізації відносин з інвесторами — IR (Investor Relations); підтримка відносин із суспільством у широкому значенні — CSR (Corporate social responsibility).

Формування системи репутаційного менеджменту (CPM) підприємства (компанії) — це процес стратегічного рівня управління. Репутація «працює на підприємство» у довгостроковій перспективі, спираючись на довіру стейкхолдерів, що стає важливим фактором підтримки і розвитку бізнесу в періоди економічної кризи: завдяки активному РМ формується запас антикрихкості репутації та антикризової стійкості, що дозволяє швидше та з меншими витратами ресурсів відновити довіру стейкхолдерів, якщо вона похитнулася через кризові явища.

Актуальною проблемою формування репутаційного потенціалу вітчизняних підприємств є брак кваліфікованих кадрів, здатних здійснювати ефективне управління репутацією. Управління репутацією є основною функцією фахівців у галузі зв'язків із громадськістю, які мають бути, насамперед, управлінцями, вже потім — авторами текстів. У той же час, в українських ВНЗ на концептуальному рівні відсутня спрямованість спеціальності «фахівець

у галузі зв'язків із громадськістю» на управління репутацією. Отже, необхідні зміни на рівні формування світогляду майбутніх фахівців зі зв'язків із громадськістю.

У контексті євроінтеграційних пріоритетів України обґрунтовано є необхідність приведення теорії і практики дослідження репутаційного менеджменту вітчизняних підприємств у відповідність із «барселонськими принципами» як сучасними європейськими стандартами об'єктивності досліджень, професійними орієнтирами для фахівців з управління репутацією. Застосування концепції контролінгу у сфері репутаційного менеджменту підприємств ґрунтується на широті методичного інструментарію, що дозволяє вимірювати й оптимізувати нематеріальні ресурси. Для цілей репутаційного контролінгу можуть бути рекомендовані: 1) короткострокова модель PR-діяльності, розрахована на нетривалий період часу і як така, що включає заходи, здатні забезпечити швидкі результати; 2) довгострокова модель діяльності, розрахована на тривалий період часу, заснована на поступальній стратегії «маленьких кроків», результати якої можуть бути отримані через рік або більше.

У контексті розвитку методології автором розроблено тривимірну модель системи репутаційного менеджменту. Перший вимір — площина взаємодії зі стейкхолдерами (споживачами, персоналом підприємства, суспільством, у т. ч. в особі органів влади, інвесторами, власниками та партнерами) та рівень зворотного зв'язку з ними: «меседжування», «інформування», «переконання» та «залучення»; другий вимір — активність використовуваних інструментів репутаційного менеджменту, регулярність/інтенсивність і кількісні показники їх застосування в межах напрямів продуктового PR, корпоративного PR та IR, внутрішнього PR, GR і PR&CSR; третій вимір — наявність і рівень організаційних передумов (функціональний, системний і стратегічний) системи репутаційного менеджменту. Управлінські зусилля щодо формування необхідної антикрихіткої репутації доцільно представити у вигляді шкали: мінімальні зусилля відповідатимуть такому цільовому ставленню стейкхолдерів до підприємства як «поінформованість», максимальні — такому, як «довіра, заснована на підтримці і намірах щодо довгострокової співпраці».

Далі необхідно застосовувати методичний підхід до ідентифікації моделі репутаційного менеджменту підприємства, що дозволяє оцінити наявні організаційні передумови управління репутацією (організаційний профіль системи репутаційного менеджменту підприємства) і їх здатність забезпечувати необхідну репутаційну активність, а також розвиток і самовідновлення системи репутаційного менеджменту, що дає можливість підвищити гнучкість управління репутацією та її антикрихіткість, успішно розвиватися на міжнародних ринках і швидко нарощувати масштаби діяльності без загрози втрати або деформації репутації.

Для оцінювання системи репутаційного менеджменту у площині взаємодії із ключовими стейкхолдерами необхідно: по-перше, проводити опитування представників кожної групи стейкхолдерів (споживачів, персоналу, представників громадськості, інвесторів, партнерів); по-друге, досліджувати систему підтримки двостороннього зв'язку зі стейкхолдерами шляхом опитування менеджменту підприємств і PR-експертів галузі. Ідентифікація моделі репутаційного менеджменту підприємства відбувається на основі підрахунку набраних балів за кожним із трьох напрямів оцінювання системи репутаційного менеджменту. За результатами дослідження охарактеризовано типові моделі репутаційного менеджменту підприємства, серед яких виокремлено такі: «збалансована», «безфундаментна» або «літній будинок», «сховище» або «айсберг», «широка» модель, «пірамідальна», «воронка», «гребінець». Відповідно до ідентифікованої моделі репутаційного менеджменту слід здійснювати розробку пропозицій щодо вдосконалення системи РМ, розвитку репутаційного потенціалу підприємства. Ми стоїмо на позиціях, що ідеальної моделі не існує: модель РМ має відповідати цілям бенефіціарів підприємства і потенціалу конкретного підприємства.

Згідно із прогнозами автора, уже найближчим часом під впливом політичних факторів, що змушують до переорієнтації основного потоку українського експорту з російського на інші спрямування, відповідно до теперішнього геополітичного вектору України, репутаційний менеджмент підприємств зобов'язаний удосконалюватися. Західні стандарти ведення бізнесу, наявність у підприємств, з якими доведеться конкурувати вітчизняним виробникам, виокремлених підрозділів з управління репутацією, затверджених стратегії її розвитку та плану антикризових дій, вимагатимуть від вітчизняних підприємств удосконалення моделей репутаційного менеджменту та децентралізації управлінських процесів щодо формування і підтримки репутації.

Література

1. Derevianko O.H. Building stakeholders' trust through key directions of company's reputation management / O. H. Derevianko // Економічний часопис — XXI : наук. журн. — К., 2013. — № 9–10 (1). — С. 50–52.
2. Derevianko O. H. System of enterprise reputation management / O. H. Derevianko // Бізнес інформ : наук. журн. / ХНЕУ; Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України. — Х., 2014. — № 3. — С. 381–386.
3. Derevianko O.H. Identification of a company reputation management model / O. H. Derevianko // Економічний часопис — XXI : наук. журн. — К., 2014. — № 7–8. — С. 92–94.

УДК: 330.1: 658

Галица Игорь Александрович,

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Университета экономики и права «КРОК», Киев,

Копьяк Наталья Павловна,

главный врач санатория «Хорол», Миргород

e-mail: igalica@ukr.net

Halytsa Igor O.,

Doctor, Professor, department chair of the University of Economy and Law named «KROK», Kyiv,

Kopyak Nataliia P.,

head physician of the resort named «Khorol», Myrhorod

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ПОСТИНДУСТРИАЛЬНО-БИФУРКАЦИОННОМ ЭТАПЕ¹

THE STRATEGICAL PECULIARITIES OF THE ENTERPRISE MANAGEMENT IN THE INDUSTRIAL AND BIFURCATIONAL STAGE

Аннотация. Рассмотрены особенности «экономики стресса» и исследовано как изменяется характер управления предприятием в ее условиях. Доказано, что в условиях «экономики стресса» здоровье превращается в один из важнейших конкурентных ресурсов менеджера.

Ключевые слова: «экономика стресса», изменение характера управления, здоровье менеджера как конкурентный ресурс.

Abstract. The peculiarities of the «stress economy» have been considered and the kind of enterprise management changes has been investigated in its conditions. It has been proved that a health has been turning out to be the one of the most important competitive resource of the manager in the conditions of the «stress economy».

Keywords: «stress economies», changes of the kind of management, manager's health as the competitive resources.

Мы живем в эпоху значительных изменений и кардинальных трансформаций. Человечество в своем развитии прошло три основных этапа: доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный. Можно много говорить об отличиях этих этапов. Но основное их отличие заключается в темпе общественной жизни и, в частности, хозяйственной жизни.

На доиндустриальном этапе качественные скачки в общественной и хозяйственной жизни практически не происходили. Между двумя последовательными качественными скачками проходили столетия и даже тысячелетия. Например, до появления пороха Европа почти тысячу лет не знала технического прогресса. На индустриальном этапе период замены технических нововведений составлял десятилетия. На современном глобально-постиндустриальном этапе качественные скачки в экономике приобретают перманентный характер и происходят практически постоянно. Например, на современном этапе замены технологий нововведениями составляет, в зависимости от отрасли, годы и месяцы.

Качественный скачок (иначе говоря, бифуркация или «экономический стресс») — это такой период в развитии, когда одна и та же задача при прочих равных условиях может быть выполнена значительно быстрее и значительно более эффективными методами.

«Экономика стресса» изменяет кардинально всю жизнь. Например, еще полтора века тому назад даже в сказке невозможно было представить, что человек, находясь в любой точке мира, сможет разговаривать с человеком, который находится в любой другой точке мира по устройству, которое по объему равняется двум спичечным коробкам.

Но наиболее коренные изменения под воздействием «экономики стресса» происходят в системах управления. Эти изменения происходят на всех уровнях: макро-, мезо- и микроуровне. Но, в первую очередь, они касаются субъектов хозяйствования.

¹ Приоритет на данное научное направление и авторские права на данную статью подтверждены регистрацией в Государственной службе интеллектуальной собственности Украины от 07.09.2016 №14038.

Указанные изменения происходят в следующих стратегических направлениях. Во-первых, сокращается «жизненный цикл» знаний, которые необходимы для эффективного принятия управленческих решений. Это значит, что период, в течение которого знания являются актуальным и не замещаются новыми знаниями, постепенно сокращается.

Во-вторых, происходит диверсификация знаний, необходимых для принятия эффективных управленческих решений. То есть, в современных условиях для принятия эффективных управленческих решений надо использовать информацию из разных областей знаний и разных научных направлений в рамках одной области знаний.

Третье важное направление заключается в том, что в условиях «экономики стресса» при прочих равных условиях сокращается лаг, необходимый для принятия управленческих решений. Это значит, что менеджеры предприятий вынуждены принимать в единицу времени все больше и больше управленческих решений.

И не менее важным является то обстоятельство, что при прочих равных условиях сокращается лаг на реализации управленческих решений. То есть, управленец вынужден эффективно реализовывать все больше и больше управленческих решений в единицу времени. Существенным результатом «экономики стресса» является значительное увеличение системности современного производства и управления. Доиндустриальное производство — это десятки, максимум сотни системообразующих связей. Индустриальное производство — это тысячи, десятки и иногда сотни тысяч системообразующих связей. Постиндустриальное высокотехнологичное производство — это сотни тысяч и миллионы системообразующих связей.

Вполне понятно, что в условиях «экономики стресса» кардинально увеличиваются психоэмоциональная нагрузка на менеджеров всех уровней управления предприятием. Но особенно это касается топ-менеджеров.

Управление всегда было так сказать «стрессовой» профессией. Но в условиях постоянных качественных скачков и последствий, которые ими порождаются, «стрессовость» управления увеличивается в десятки и сотни раз.

Поэтому здоровье менеджера превращается в один из его мощнейших конкурентных ресурсов. Сотрудниками кафедры экономики и менеджмента предприятия Университета экономики и права «КРОК» совместно со специалистами санатория «Хорол» разрабатываются системы профилактики и сохранения здоровья менеджера.

УДК 658.589:519.86

allaserg.ivanova@gmail.com golionko@ukr.net

**Іванова Алла Сергіївна,
Голіонко Наталія Григорівна**
к.е.н., ст. викладачі кафедри стратегії підприємств ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

**Ivanova Alla S.,
Holionko Natalia G..**
Phd, Senior Lecturers of the strategy of enterprise department KNEU named by Vadym Hetman, Ukraine

РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ НАУКОМІСТКОГО ВИРОБНИЦТВА

THE DEVELOPMENT OF SCIENCE- INTENSIVE PRODUCTION

Анотація: Визначено причини стриманого розвитку потенціалу наукомістких підприємств. Зазначено шляхи підвищення ефективності наукомісткого виробництва в Україні.

Ключові слова: потенціал наукомісткого виробництва, імітаційне моделювання, прогнозна оцінка, стратегії розвитку, стратегія функціонування.

Summary. Determined the causes of the development of high-tech enterprises. Outlined the ways of increasing the effectiveness of science-intensive production.

Key words: the potential of science-intensive production, simulation modeling, predictive assessment, strategy development, strategy of functioning.

Високий рівень конкурентоспроможності національної наукомісткої продукції забезпечує економічну результативність будь-якої держави на світовому ринку в сучасних умовах глобалізації. Тому розвиток потенціалу наукомістких галузей є серед пріоритетних питань національних програм розвитку багатьох країн світу. А потреба у забезпеченні тривалої економічної стійкості підприємств, зайнятих розробкою і виробництвом сучасної інноваційної продукції, робить актуальними питання виявлення проблем і розвитку потенціалу для подальшого становлення наукомістких виробництв.

Серед дослідників-науковців, які займаються вивченням питань пов'язаних з наукомістким виробництвом, слід назвати Б. Твісса, К.В. Ільяшенка, В. М. Александрова, В. М. Гейця В.Г., Ю.М.Бажала та ін. У працях цих та інших авторів визначено та підкреслено нагальну

необхідність розвитку високотехнологічного сектору національної економіки. Проте реалії життя свідчать про наявність суттєвих причин стриманого розвитку наукомісткого виробництва в Україні.

Метою нашого дослідження є виокремлення та аналіз причин, що стримують розвиток потенціалу підприємств наукомістких галузей, і виявлення шляхів, що сприятимуть підвищенню економічної ефективності наукомісткого виробництва.

У становленні й розвитку інноваційної економіки визначну роль відіграють наукомісткі, високотехнологічні галузі і виробництва. Вони в першу чергу формують попит на дослідження і розробки, стимулюючи розвиток фундаментальних і прикладних досліджень. У них реалізуються передові технології, а також нові форми організації виробництва і управління. Наукомісткі виробництва виступають драйверами інноваційного розвитку економіки країни, визначаючи структуру і параметри національної інноваційної системи, виявляючи нові вимоги до технічного і технологічного рівня суміжних і обслуговуючих виробництв, компетенцій підготовки інженерних кадрів.

До причин, що стримують розвиток наукомісткого виробництва в нашій країні, дослідники відносять у першу чергу кризовий характер загальноекономічних, зокрема інноваційно-технологічних процесів у національній економіці, що набуває прояву останніми роками. Також поряд зі значним науковим потенціалом, який мають більшість вітчизняних підприємств, фінансове забезпечення державних програм розвитку наукомісткої сфери є недостатнім. У цілому ж розвиток високотехнологічної сфери в країні залежить від багатьох факторів, серед яких демографічні фактори, науковий і виробничий потенціал, наявність висококваліфікованих працівників, купівельна спроможність, комп'ютерна освіченість населення, державні програми підтримки, навіть, попередня історія становлення виробничих структур, рівень розвитку інформаційно-телекомунікаційної сфери тощо. Для України, де були започатковані і розвивалися кібернетичні школи, формувалися принципи побудови обчислювальних машин і потужні науково-виробничі комплекси, існувала потужна система освіти, на жаль, історичний аспект не відіграв вирішального значення, а набутий потенціал лідера під впливом різних факторів був втрачений [1].

У сучасному глобалізованому світі перспективним убачається розвиток інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств у напрямі створення високотехнологічної наукомісткої сфери на базі економіки знань. Вважаємо, що саме «економіка знань», базована на потенціалі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), у поєднанні з науково-виробничим потенціалом вітчизняних підприємств спроможні вивести промисловість на якісно новий рівень розвитку з порівняно вищою економічною ефективністю виробництва.

Вважаємо, що розглянуті питання наявного потенціалу і одночасно стриманого розвитку сфери наукомістких вітчизняних виробництв є перспективними для подальших досліджень особливо на тлі розвитку сучасних ІКТ і мережі Інтернет. Рушійною ж складовою високотехнологічного розвитку в Україні також можуть стати і нанотехнології, становлення і розвиток яких набирає обертів останніми роками.

Література

1. *Войтко С.В.* Управління розвитком наукомістких підприємств: монографія / С.В. Войтко. — К.: НТУУ «КПІ», 2012. — 280 с.

УДК 65.016

elena.k1810@mail.ru

Швиданенко Олег Анатолійович
д.е.н., професор

кафедра міжнародної економіки
Криворучкіна Олена Володимирівна,

к.г.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний університет
імені Вадима Гетьмана», Україна

Shvydanenko Oleg A.
Doctor, Professor

Department of International Economics
Krivoruchkina Olena V.

PhD (Geol.), Associate Professor,
Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman, Ukraine

РОЗВИТОК ТЕОРІЙ ПІДПРИЄМСТВА

ENTERPRISE DEVELOPMENT THEORIES

Анотація. Представлено основні етапи еволюції теорій підприємства. Визначено переваги стратегічної теорії фірми. Акцентовано увагу на пріоритетності її симбіозу з системно-інтеграційною теорією.

Summary. The basic stages of evolution theories company. Advantages strategic theory of the firm. The attention to prioryettnosti symibozu of its system-integration theory.

Ключові слова: підприємство, теорія підприємства, стратегічна теорія підприємства, системно-інтеграційна теорія підприємства

Key words: venture enterprise theory, strategic theory, system theory, enterprise integration

Забезпечення позитивного вектору розвитку сучасних підприємств не можливе в рамках формально-юридичного розуміння їх природи. Економічне розширення цього контексту уособлюється у теоріях фірми. Так, неокласична теорія розкриває сутність підприємства як економічного суб'єкта, через його виробничу діяльність і самостійність у формуванні обсягів виробництва і цінових параметрів продукції. А ключовою метою його функціонування визначає максимізацію прибутку в умовах повної поінформованості про попит і пропозицію, що сприяє встановленню адекватних цін та обсягів виробництва продукції [1, с. 8-9]. Однак, варто відзначити, що ця теорія має значні обмеження у використанні: 1) розуміє фірму виключно як «чорний ящик», що характеризується визначеним співвідношенням входів і виходів; 2) не враховує інформаційну асиметрію та орієнтується на її доступність і необмежені можливості індивідуума по сприйняттю; 3) не акцентує увагу на інших цільових функціях фірми.

Неоінституційна теорія визначає, що підприємство і ринок виступають полярними градаціями єдиної шкали механізмів координації [2, с. 8], однак характеризуються внутрішньою єдністю. Відповідно до положень цієї теорії, фірма є результатом і продуктом скоординованих взаємодій між індивідуумами. З огляду на це, трансформується пріоритетність фокусу уваги на організаційну структуру, цілісність і межі компанії [1, с. 9]. У рамках неоінституційної теорії широке розповсюдження отримали теорія агентських відносин і теорія трансакційних витрат. Перша розглядає фірму як взаємовідносини принципала (власника) і агента (менеджера) та орієнтована на зниження витрат опортуністичної поведінки останнього. Друга розглядає фірму як стабільний (інституціоналізований) пучок контрактів між агентами, а ринок як «океан» контрактних відносин між продавцями та споживачами.

З середини 80-х років минулого століття активно почав розвиватися альтернативний напрямок розуміння підприємства як «пучка ресурсів» і компетенцій, які є основою формування стійких конкурентних переваг. Ключові положення ресурсних теорій можна в укрупненому вигляді можна представити таким чином: 1) різниця в економічних результатах одногалузевих фірм, які діють на одному ринку, залежать від складу ресурсів, якими вони володіють; 2) ресурси розуміються в широкому сенсі, як всі задіяні можливості, що забезпечують існування підприємства; 3) успіх підприємства на ринку визначається формування унікального набору ресурсів, якими не володіють конкуренти, серед них пріоритетного значення набувають стратегічні: інноваційні, інтелектуальні, інформаційні, організаційні.

Кожний підхід у тій чи тій мірі акцентує увагу на об'єктивній необхідності пристосування до змін середовища господарювання, що розкривається крізь призму еволюційної та поведінкової теорій. Як наслідок, підприємства розглядаються як адаптивні агенти, а стан середовища характеризується варіабельністю (чи ступенем змінюваності), складністю та рівнем загроз. Еволюційна теорія розкриває механізми адаптації через координацію інноваційного розвитку та рекомбінацію ресурсів; поведінкова — через механізми реакцій на спонукальні мотиви середовища.

Зазначені теорії використовують різноманітні моделі індуктивного та дедуктивного характеру для розуміння внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, типу його раціональності та організації базових процесів. При цьому, сучасні умови господарювання унеможливають розвиток підприємства на засадах вищезазначених теорій підприємства з огляду на принципову трансформацію умов господарювання, яка має прояв у такому: зростання ролі інтелектуалізації праці та знань як джерела створення доданої вартості; становлення принципово нової системи морально-етичних принципів і цінностей; перехід до антропоцентричної форми організації праці, що фокусується навколо здатностей окремих індивідуумів, їх можливостей та особистої мотивації; трансформації пріоритетів особистості від максимізації «якості життя» до «немонетарних» критеріїв існування та самоствердження на основі професійного розвитку, що супроводжується акумулюванням нових знань і впровадженням інноваційних технологій і продуктів; унеможливлення ефективного контролю з боку власників бізнесу інтелектуального капіталу фірми, що призводить до неявної (тобто економічної, а не юридичної) диференціації перерозподілу прав власності між власниками фізичного капіталу та висококваліфікованими найманими працівниками; перманентності інновацій та технологічної конвенгенції, мобільності галузевих структур, посилення внутрішньогалузевої інтеграції.

Представлені аргументи визначають об'єктивну необхідність розуміння природи підприємства на основі міждисциплінарної концепції стратегічної теорії фірми, що пропонує адекватніший теоретичний апарат для дослідження поведінки підприємства в динамічних змінах умов господарювання: 1) симбіотично поєднує вплив зовнішнього середовища на підприємство та його реакцію, яка проявляється не лише в адаптації, а в можливостях активного впливу на його формування; 2) органічно синтезує ключові положення економічної теорії і теорії стратегічного управління, забезпечуючи конвенгерцію підходів і створення реальної моделі підприємства та акцентує увагу об'єктивній необхідності еволюції економічних систем; 3) забезпечує генетичну єдність неоінституційної, еволюційної та підприємницької теорій фірми, які визначають ключові позиції відповідності підприємства об'єктивній реальності; 4) уособлює фундаментальні фактори забезпечення перманентного функціонування та розвитку підприємства. Варто відзначити, що попри всі переваги, стратегічна теорія сфокусована переважно на умовах розвитку підприємства, при цьому поза її увагою залишаються питання його поточного стану, що визначає доцільність її симбіозу з системно-інтеграційною теорією фірми.

Системно-інтеграційна теорія [3] органічно доповнює дослідження факторів розвитку підприємства внутрішніми властивостями компанії, які, відповідно до цієї теорії, крім технологічних, враховують інституційні, культурні, ментальні. Крім того, ця теорія консолідує різні погляди на природу компанії та зменшує розрив між двома полюсами: «макропідходом», згідно якого підприємство розглядається як безструктурна «скринька», що рефлекторно реагує на зміни оточення, та «мікропідходом», за яким підприємство — складний багатоклітинний організм, що наділений своєрідною «душею» [4, с. 224], яка і надає діяльності підприємства активності та цілеспрямованості, забезпечує його прагненням до гармонійного функціонування та розвитку. В рамках системно-інтеграційної теорії підприємства пропонується дискретна теорія змін, відповідно до якої, воно (як єдине ціле) реагує не на всі сигнали, а лише на ті, які ототожнюються з подією — зміною внутрішнього чи зовнішнього середовища, що тією чи іншою мірою впливає на майнові, технологічні, ментальні, культурні, інституційні, інформаційно-когнітивні компоненти.

Література

1. Лукша П.О. Конструирование ниши: пересмотр моделей взаимодействия фирмы и окружающей среды / П.О. Лукша // Montenegrin Journal of Economics. — 2014. — No.3. — С. 7—34.
2. Тамбовцев В.Л. Стратегическая теория фирмы: состояние и возможное развитие / В.Л. Тамбовцев // Российский журнал менеджмента. — 2010. — Том 8. — № 1. — С. 5—40.
3. Клейнер Г.Б. От теории предприятия к теории стратегического управления / Г.Б. Клейнер // Российский журнал менеджмента. — 2003. — Т. 1. — № 1. — С. 31—56.
4. Інновації: проблеми науки і практики: [монографія] / за ред. В.С. Пономаренко, О.М. Кизима, О.М. Ястремської. — Х.: ФОП Павленко О.Г., ВД «ІНЖЕК», 2010. — С. 222—241.

УДК 65.012

tat-lit@mail.ru

Литвиненко Тетяна Миколаївна

к.е.н., доц.,

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, Україна, Київ

ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА БІЗНЕС- МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто основні підходи до визначення структури підприємства. Запропоновано підхід з позицій внутрішньовиробничих відносин між підрозділами підприємства.

Ключові слова: організаційна структура підприємства, структура за капіталом, структура за управлінням, структура за функціональними внутрішніми взаємодіями, структура за внутрішньовиробничими відносинами між підрозділами.

Lytvynenko Tetyana M.,

PhD in Economics, Associate Professor
Taras Shevchenko Kyiv National University

ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF BUSINESS-MODEL OF ENTERPRISE

Summary. The variants of structure of enterprise are considered. A structure on the basis of mutual relations between subsections of enterprise is offered.

Key words. Organizational structure of enterprise, capital and proprietor's structure, structure of management organs, structure of collaboration of workers, structure of collaboration of subsections.

Під впливом багатьох внутрішніх і зовнішніх чинників змінюється бізнес-модель підприємства. В сучасних умовах у бізнесі функціонують окрім традиційних виробничих і торгове-

льних такі модифіковані види підприємств, як мережевоподібні, оболонкові, віртуальні. Зовнішні прояви видозмін підприємств узгоджені зі змінами внутрішньої структури підприємства, більше того, саме зміна структури підприємства і є основою його трансформації. Проте належної уваги з боку науковців структура підприємства все ще не отримала. У переважній більшості підручників і посібників з економіки підприємства увага приділяється виробничій структурі з аналізом основних і допоміжних підрозділів, також розглядається й структура управління підприємством. Наприклад, структура підприємства подається як «його внутрішній устрій, який характеризує склад підрозділів і систему зв'язків, підпорядкованості та взаємодії між ними»; а організаційна структура управління подається як «форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів» [1].

Усі ці аспекти вивчаються розрізнено, до того ж зазначені підходи до структури потребують доповнення, адже сучасне підприємство, яке розвивається, постійно змінюється має різні характеристики і заслуговує комплекснішого вивчення. Наприклад, з метою посилення конкурентних позицій кілька підприємств об'єднуються, в результаті чого трансформується і структура підприємства, яку вже недостатньо описувати лише виробничими характеристиками, адже змінюється не лише кількість виробничих основних і допоміжних структурних одиниць, а й склад юридичних осіб, які беруть участь в організації бізнесу.

Науковці зазначають відсутність єдиної думки щодо визначення категорії «організаційна структура підприємства» [2], тому ця проблема потребує уваги науковців. Однією зі спроб комплексніше розглянути структуру підприємства є ідея виділення трьох її аспектів: з точки зору інтересів власників та інвесторів, керівництва підприємства та працівників [3]. Відштовхуючись від цієї ідеї, враховуючи доцільність виділення кількох аспектів для аналізу структури можна спробувати точніше розкрити бізнес-модель, тобто спосіб, механізм того, як підприємство діє, щоб отримати прибуток і збільшити свою вартість. Врахування зазначених трьох аспектів структури підприємства дозволяє, на наш погляд, отримати повнішу та всебічнішу характеристику підприємства, яка дозволяє описати його як соціально-економічну бізнес-модель, що розкриває не виробничі та технологічні процеси, а соціально-економічні взаємодії. Структура капіталу підприємства дозволяє виявити склад власників та їхні частки в статутному фонді. Структура управління характеризує взаємозв'язок і взаємодію керуючої та керованої підсистем підприємства, кожна з яких має впорядковане розташування елементів. Невдало обрана структура управління не призведе до негайного краху підприємства, але буде постійним джерелом проблем, заважатиме функціональним і лінійним менеджерам управляти організацією та досягати поставлених цілей. Організаційна структура є також і способом і формою поєднання працівників для здійснення спільної виробничої діяльності. Вона фіксується в посадових інструкціях, передбачає необхідні контакти між працівниками, визначає формальні правила для виконання службових обов'язків окремими співробітниками та групами працівників.

Крім зазначених підходів до вивчення структури підприємства як соціально-економічної моделі, на наш погляд, доречно запропонувати ще один підхід з позицій внутрішньовиробничих відносин між підрозділами підприємства та рівнем їх фінансової відповідальності. З розвитком великих корпоративних об'єднань відбувається зміна внутрішніх корпоративних економічних відносин, з'являються нові моделі організаційних структур підприємств, особливістю яких є розширення автономії окремих структурних підрозділів, між якими видозмінюється обмін інформацією, і які мають відособлену систему прийняття управлінських і господарських рішень, несуть більшу відповідальність за результати діяльності. З точки зору ефективної організації внутрішньовиробничих економічних відносин при дещо спрощеному підході можна виділити такі організаційні одиниці, або форми функціонування підрозділів: центри витрат; центри прибутку, які, в свою чергу, підрозділяються на підрозділи, що формують розрахунковий умовний прибуток; підрозділи — центри реального прибутку.

Підрозділи, що є центрами витрат, виготовляють, як правило, продукцію внутрішньовиробничого призначення. Їх діяльність достатньо чітко регламентується, а ефективність оцінюється за показниками витрат. Це перш за все підрозділи технологічної спеціалізації, яким властиві зв'язки в рамках технологічної послідовності обробки.

Підрозділи, що є центрами прибутку, продукують або кінцеву продукцію, яку реалізують на ринку, або проміжну продукцію внутрішньовиробничого призначення, яку передають іншим підрозділам за внутрішніми планово-розрахунковими цінами і створюють, таким чином, розрахунковий умовний прибуток як частину прибутку підприємства. Як правило, це підрозділи предметної і змішаної спеціалізації. Для того, щоб ці структурні одиниці могли виконувати свої завдання на підприємстві мають бути створені відповідні умови, серед яких важли-

ве значення має майнова відособленість як основа відносної економічної самостійності; прогресивна нормативна база; налагоджена система обліку матеріальних цінностей, витрат і продукції; раціональна система оцінки і матеріального стимулювання діяльності; економічна відповідальність за кінцеві результати діяльності та чітке визначення того, що має бути визнаним за кінцеві результати діяльності кожного підрозділу.

Дослідження структури підприємства, пошук оптимальної структури бізнес-моделі важливо не лише на основі об'єднань підприємств, а й на основі відокремлення окремих підрозділів. У кожному випадку потрібно не втратити здобуті конкурентні переваги підприємства, тому слід уважно аналізувати як нову, так і стару структуру підприємства.

Таким чином, організаційна структура підприємства є важливою основою здійснення трансформації сучасного підприємства з метою побудови такої його соціально-економічної моделі функціонування, яка дозволяє досягти необхідного економічного ефекту та задовольнятиме потреби власників, керівників підприємства, працівників, покращує взаємодію та відповідальність підрозділів і потребує подальшого поглиблення дослідження як комплексне багатоаспектне поняття.

Література

1. Економіка підприємства: Підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного. — Вид. 2-ге, перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2006. — 350 с.
2. Козик В.В. Організаційна структура промислового підприємства, орієнтованого на стійкий розвиток [Електронний ресурс] / В.В. Козик // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. — 2013. — № 1(6). — С.190-195. — Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n1.htm>
3. Гагарский В. Оптимизация оргструктуры [Електронний ресурс] / В. Гагарский // Управление компанией. — 2006. — № 11. — Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm072.html>

УДК 658

semenchuk_alina@ukr.net

Семенчук Аліна Олександрівна

к.е.н., доцент, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Semenchuk Alina Oleksandrivna

Candidate of Economic Sciences (ph.D), docent, SHEE «Vadym Hetman Kyiv National Economic University», Ukraine

УНІКАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКЦІЇ — ЗАПОРУКА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ

THE UNIQUE CHARACTERISTIC OF THE PRODUCT IS THE KEY TO BUILDING COMPETITIVE ADVANTAGE

Анотація. Умови конкурентного ринку змушують виробників замислюватись над постійним удосконаленням товару. Успіх цього процесу залежить від пошуку специфічних потреб споживачів, додаткових характеристик товару, які створять вищу цінність продукту в порівнянні з аналогічними на ринку. Унікальні властивості такого продукту сформують перевагу над конкурентами.

Ключові слова: конкурентна перевага, конкуренція, унікальність, цінність.

Summary. The conditions of the competitive market forced manufacturers to think about continuous improvement of the product. The success of this process depends on search the special needs of customers, additional product characteristics that will create the highest value product in comparison with similar on the market. The unique properties of this product will create an advantage over competitors.

Key words: competitive advantage, competition, uniqueness, value.

Сучасні ринкові умови змушують підприємства перебувати в стані конкурентної боротьби один з одним, формувати конкурентні переваги та прагнути якомога довше зберігати свої конкурентні позиції. Результативність цього процесу прослідковується у їх успішному довгостроковому стратегічному управлінні підприємством, а точніше у стратегії, якої вони дотримуються конкуруючи на ринку. Але незалежно від позиції, яку займає підприємство на ринку, воно змушене постійно вивчати потреби своїх споживачів застосовуючи оригінальні способи підвищення споживчої цінності товару, а також відслідковувати дії конкурентів, коригуючи стратегію управління підприємством відповідно до динамічного конкурентного середовища. Така динамічність середовища обмежена у часі. Тобто підприємство створивши конкурентоспроможний продукт у певному періоді, може втратити свої конкурентні позиції в іншому часовому проміжку. Тому процес пошуку нових, оригінальних шляхів виділення свого товару від конкурентів є безперервним. Найефективнішим способом такого процесу є

застосування дієвої стратегії диференціації товару. Можливості диференціації продукції існують на будь-якому етапі ланцюжка створення цінності й тільки атрибутивність конкурентоспроможного товару вказує на виокремлення унікальних характеристик, які формують конкурентну перевагу підприємства (тобто чітке бачення того, які саме властивості продукту забезпечать цю конкурентну перевагу: унікальність продукції, додатковий сервіс, оригінальна технологія виробництва, специфічні характеристики товару тощо) [1].

На основі ретельного вивчення споживчого середовища підприємство розробляє одну або декілька відмітних характеристик свого товару (послуги). Увага до такої продукції підприємства з новими характеристиками і його купівля великою кількістю споживачів є ознакою того, що у підприємства з'являється конкурентна перевага перед суперниками, що дає їй можливість: установити вищу ціну на товар/послугу; збільшити обсяг реалізації продукції з диференційованими атрибутами; завоювати лояльність споживачів до своєї торгової марки — підвищити рівень конкурентоспроможності [2].

Диференціація продукції вибудовує для підприємства певний захист від стратегій конкурентів, адже у споживачів з'являється лояльність стосовно торгової марки підприємства та вони готові заплатити (або переплатити) за продукцію, в якій виникла потреба.

Таким чином, успіх стратегії диференціації продукції залежить від можливості підприємства сформувати, зберегти й особливо захистити у довгостроковій перспективі нововведення та/або унікальні характеристики продукції, запропоновані даним підприємством. Крім того, такі характеристики не можуть бути швидко скопійовані конкурентами, особливо якщо створення таких оригінальних властивостей не потребує значних капіталовкладень. Також, необхідно пам'ятати, що витрати на створення унікальних характеристик продукції можуть збільшити ціну даної продукції так високо, що він втратить свою конкурентоспроможність на ринку.

Немає ніяких гарантій, що стратегія диференціації продукції принесе значну конкурентну перевагу. Якщо споживач першочергово не вбачає цінності унікальних характеристик продукції, а стандартні властивості товару повністю задовольняють його потреби, то стратегія витрат може домінувати над стратегією диференціації продукції.

Рівень конкурентоспроможності, кількість набутих конкурентних переваг підприємства являє собою підсумок роботи його управлінських відділів і підрозділів, а також його реакцію на зміну зовнішніх факторів впливу, особливо здатність такого підприємства оперативно реагувати на зміни в поведінці споживачів, у їх смаках і перевагах.

Література

1. Мануйлович Ю.М. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства / Ю.М. Мануйлович // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2013. — № 4. — [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2013_4_28
2. Віханський О.С. Стратегічне управління: Підручник. — М.: Гардарики, 2005. — 296 с.

УДК: 339.13.021+339.138+658.8

e-mail: a_fedorchenko@hotmail.com

Федорченко А.В., д.е.н., професор,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Andrii Fedorchenko
Doctor, Professor,
Kyiv National Economic University named after V.
Getman, Ukraine

ВИМІРЮВАННЯ ЗАДОВОЛЕННЯ СПОЖИВАЧІВ У СИСТЕМІ ВНУТРІШНЬОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

CONSUMERS SATISFACTION MEASURING WITHIN INTERNAL MARKETING SYSTEM OF ENTERPRISE

Анотація: Описано напрями застосування дослідницької й аналітичної функцій маркетингу в системі внутрішнього маркетингу підприємства. Доведено значення вимірювання рівня задоволення потреб споживачів у формуванні їх лояльності. Показано роль працівників немаркетингових підрозділів підприємства у створенні ланцюгів споживчої цінності.

Ключові слова: внутрішній маркетинг; задоволення потреб споживачів; ланцюги споживчої цінності; споживча лояльність

Abstract: Described application areas of research and analytical functions of marketing in the domestic marketing company. It is proved value measurement of customer satisfaction in the formation of their loyalty. The role of workers nonmarketing divisions to create customer value chains.

Keywords: internal marketing; customer satisfaction; customer value chains; consumer loyalty

Внутрішній маркетинг, будучи складовим елементом холістичного маркетингу, є однією із найсучасніших концепцій маркетингового управління. Тому багато питань, пов'язаних із його впровадженням, на сьогодні є недостатньо вивченими. У даному контексті потребують уваги дослідницька й аналітична функції сучасного маркетингу. Адже передумовою ефективного функціонування бізнесу в умовах посилення конкуренції і зміни традиційної ролі споживача виступає його клієнт-орієнтація. Іншим важливим моментом є залучення співробітників не маркетингових структурних підрозділів підприємства до маркетингового процесу, спрямованого на задоволення споживчих потреб і формування їх лояльності до торгової марки за рахунок побудови ланцюгів споживчої цінності. Внаслідок цього управління підприємством, що сповідує маркетингові принципи, потребує побудови ефективного і постійного зворотного зв'язку зі споживачем.

Ф. Котлер даний феномен називає інтегрованим маркетингом і розглядає його у вигляді дворівневої системи. Адже в сучасних умовах досягти і утримати конкурентні переваги, засновані на глибокому знанні потреб споживачів, можливо лише за умови, коли функціонування усіх без винятку структурних підрозділів підприємства спрямоване на їх задоволення з урахуванням відповідних обмежень, що диктуються його внутрішнім середовищем. «Зовнішній маркетинг — це маркетинг, спрямований на людей, що не працюють в компанії. Задача внутрішнього маркетингу — здійснення найму працівників, їх навчання і стимулювання до високого рівня обслуговування клієнтів. Немає сенсу обіцяти відмінний рівень обслуговування, якщо співробітники компанії не готові забезпечити його» [1, с. 58]. Внутрішній маркетинг передбачає забезпечення прийняття маркетингових принципів усіма працівниками організації і, особливо, її вищим керівництвом [2, с. 38].

Дослідження рівня задоволення споживача є одним із головних питань у маркетингу, адже їх збереження вважається набагато ефективнішим, ніж залучення нових. До того ж незадоволені споживачі здатні перетворитися на потужне джерело негативної інформації про підприємство, що, своєю чергою, здатне вплинути і на його ринкові позиції. Тому таке вимірювання дає змогу приймати необхідні управлінські рішення у всіх функціональних сферах діяльності підприємства. Це сприятиме утриманню споживачів, формуванню тривалих партнерських стосунків із ними, поліпшенню іміджу підприємства-виробника і його торгових марок, а також покращенню операційних показників ефективності його діяльності. Існує чотири основних групи методів, що традиційно використовувалися в маркетингу з метою визначення рівня задоволення споживача: система збору скарг і пропозицій, маркетингові дослідження методом «таємний покупець», аналіз причин зменшення клієнтів, опитування споживачів [1, с. 81—82].

Такий підхід, але уже як обов'язкова вимога, був офіційно закріплений у Міжнародній системі стандартів якості ISO серії 9000:2000: «Керівництву підприємства потрібно освоїти підхід до процесу розробки, впровадження та підвищення ефективності системи управління якістю, спрямованої на задоволення споживача за рахунок виконання його вимог» [3, с. 15]. Задоволення визначається в стандартах як «сприйняття споживачем того ступеня, у якому виконуються його запити» [3, с. 34].

Залежність між рівнями задоволення споживача і його лояльності до торгової марки має експоненційний характер. Це важливо для розуміння необхідності залучення усіх співробітників підприємства (передусім, з його немаркетингових підрозділів) до здійснення маркетингового процесу на основні ланцюгів створення споживчої цінності. У Стандарті ISO 9001:2000 зазначено, що вимірювання рівня задоволення споживача — це основа для безперервного вдосконалення можливостей підприємства задовольняти і утримувати споживачів за схемою «план → вимірювання → дія → оцінка».

Подібний підхід часто використовується на практиці, оскільки дозволяє визначити загальну оцінку міри задоволеності споживачів, а також її середньоквадратичне відхилення, що забезпечує точнішу їх оцінку. Вона може порівнюватися із середніми показниками по ринку чи його сегментах, а також із оцінками по товарам чи торговим маркам конкурентів. Оцінювання по окремим важливим характеристикам чи атрибутам товару також здійснюється за допомогою обчислення відповідних коефіцієнтів і побудови матриці «задоволеність/незадоволеність».

Дослідження рівня задоволення споживачів також часто здійснюється через визначення рівня споживчої лояльності за допомогою проведення аналізу частки ринку даної торгової марки у динаміці протягом визначеного проміжку часу. Рівень лояльності — це відсоток покупців, які купували і надалі купують товар даної торгової марки в поточному періоді. Рівень привабливості — це відсоток покупців, які купували товар даної торгової марки в минулому

і купують інший товар конкурентів у поточному періоді [4, с. 271]. Тому лояльність характеризує ефективність не лише маркетингової, але й усієї господарської діяльності підприємства. Натомість рівень привабливості свідчить про потенціал для його розвитку, вказуючи на перспективу побудови ефективніших взаємозв'язків і завоювання довіри з боку тих споживачів, які вже обізнані про даний товар (торгову марку), але на даний момент з певних причин переключилися на споживання конкуруючих пропозицій.

Зазначені дослідження мають носити системний характер. Адже лише у такому випадку можливо зібрати цінну інформацію, використання якої забезпечить менеджменту підприємства можливість збільшення рівня лояльності своїх споживачів за рахунок потенційного зменшення кількості їхніх скарг, підвищення іміджу торгової марки завдяки ефективному залученню усіх співробітників підприємства до його маркетингового процесу. Дана обставина є особливо актуальною у контексті побудови ефективної системи внутрішнього маркетингу підприємства, тому належне використання дослідницької і аналітичної функцій слід вважати одними із перших кроків у даному напрямку [4, с. 271]:

Складні задачі диктують необхідність застосування складніших систем інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття різнопланових управлінських рішень в умовах ринкової невизначеності. В сучасних умовах традиційні засоби конкурентної боротьби втрачають свою ефективність, адже конкурентні переваги, що засновані на технологічних інноваціях чи на ефективному управлінні фінансовими активами підприємства, сьогодні не мають такого тривалого впливу, як раніше. Тому на порядку денного постає питання ефективного управління його нематеріальними активами, що надає можливість розвивати відносини з клієнтами, забезпечуючи їм найвищий рівень обслуговування; ефективніше запроваджувати нові продукти (послуги), що матимуть попит у цільового сегмента ринку; виробляти товари (надавати послуги) високої якості за прийнятною ціною і у найкоротші терміни надавати їх споживачам; мобілізувати співробітників і мотивувати їх для постійного удосконалення своїх умінь і навичок, якості виконуваної ними роботи, а також поліпшення зворотної реакції для вирішення поставлених задач; впроваджувати інформаційні технології і системи, створювати відповідні бази даних [5, с. 14].

Література

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер: изд. 9-е. — СПб.: Питер Ком, 1998. — 896 с.
2. Маркетинговый менеджмент: Підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. — К.: Видавництво «Хімджест», 2008. — 720 с.
3. Хилл Н. Измерение удовлетворенности потребителя по стандарту ИСО 9000:2000 / Н. Хилл, Б. Сельф, Г. Роше. — М.: Издательский дом «Технология», 2004. — 192 с.
4. Войчак А.В. Маркетингові дослідження: підручник / А.В. Войчак, А.В. Федорченко; за наук. ред. А.В. Войчака. — К.: КНЕУ, 2007. — 408 с.
5. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. — М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 2003. — 214 с.

УДК: 338.23

| shvidanenko-go@mail.ru

Швиданенко Генефа Олександрівна
к.е.н., професор кафедри
економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Shvydanenko Genefa O.
Ph.D, professor of the economics of enterprises
chair of the SHEE «Vadym Hetman Kyiv
National Economic University», Ukraine

ЦІННІСНА ПАРАДИГМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

PARADIGM OF VALUES OF ENTERPRISE MANAGEMENT

Анотація. У статті визначено сутність цінностей у підприємницькій діяльності. Виокремлено ключові фактори формування цінностей підприємств та їх основні види. Запропоновано напрями їх формування з метою підвищення результативності діяльності вітчизняних компаній.

Ключові слова: цінність, управління за цінностями, розвиток підприємства, вартість компанії

Summary. This article explains the purpose of values in business. The key factors of business value and basic types were pointed out. The ways for its formation to improve the performance of domestic companies were suggested

Key words: value, value based management, enterprise development, value of the company

Кожне покоління має свою парадигму розвитку, використовуючи накопичений досвід освоєння наявних цінностей і рухається до створення нових. Цінності можна трактувати і як поведінковий кодекс, як створення «благ» для всіх стейкхолдерів, як систему задоволення потреб колективу та кожного працівника зокрема, як стимул ефективної роботи, і як сенс діяльності. Дослідження наукового доробку багатьох учених, присвяченого питанням інтелектуалізації та інноваційності діяльності суб'єктів ринкових відносин, а також об'єктивної необхідності створення цінності в процесі їх функціонування, свідчить про високий рівень актуальності та підвищений інтерес до даної проблематики.

Щодо дослідження проблематики, пов'язаної із сутністю, формуванням, оцінюванням, діагностикою та вдосконаленням системи «цінностей» займаються ряд учених, а саме: О. Балла, І. Бусва, В. Вашкевич, М. Вебер, Д. Денісон, Н. Зарубіна, І. Кандарія, В. Касьян, С. Ковалевська, В. Козлова, М. Рокіг, Г. Пітерс, Р. Уотерман, О. Короткіна, Е. Шейн та ін. Разом з тим окремі аспекти, пов'язані із класифікацією цінностей, їх трансформацією та інтеграцією у вирішальні (ключові), а також аспекти процесного формування цієї дефініції є дискусійними і потребують подальшого дослідження.

В узагальненому сенсі трактування поняття «цінності» можна вважати як властивість окремого предмета чи явища задовольняти потреби індивіда, групи людей, суспільства. Цінності спонукають людину до дій, праці та прийняття рішень, тобто формують певні погляди, переконання людини, уявлення про явища навколишнього світу під власною призмою. Доведено, що цінності людей під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, які в основному спрямовані на поліпшення матеріального добробуту, поступово змінюються.

«Цінність» за аксіологічною сутністю є категорією соціальною та завжди пов'язана з людськими переконаннями, з судженням і діями людини. Слід враховувати те, що кожна людина формує свою систему ціннісних орієнтацій, які є сенсом її життя. На сучасному етапі дослідження людських цінностей доцільно розглянути теорії цінності, де фундаментальні цінності визначають основні життєві цілі та засоби їх досягнення. Цінності виникають у процесі практичної діяльності людини. Мова йде про соціально значущі (позитивні) результати, які стають цінностями. Слід відзначити, що вони для кожного індивіда є неоднозначними та залежать від багатьох факторів.

Очевидно, що етап створення бізнесу відбувається паралельно з формуванням і використанням ціннісних параметрів, а саме: мораль, поведінка, норми, дисципліна, мотиви, стимул, довіра, бажання успіху тощо. Вважаємо, що на етапі зростання бізнесу — розвиваємо систему цінностей, закріплюємо за критерієм односпрямованості для всіх, на етапі зрілості бізнесу характерним є нарощення потенціалу на основі накопиченого досвіду і системи цінностей, що є передумовою динамічного зростання у довготривалому періоді. При необхідності реструктуризації, проведенні санації, саме дієві реальні корпоративні цінності сприяють подоланню кризових явищ і початку нового життєвого циклу компанії.

На сьогодні особливо актуальною є проблематика, яка пов'язана з результуючими цінностями, характерними для підприємств, їх колективів і кожного працівника. Для виміру цінностей може бути використана певною мірою їх умовна класифікація, оскільки вони згруповані за відповідними критеріями, але всі взаємопов'язані між собою. За результатами дослідження, враховуючи різноманітність наукових підходів до вирішення цього питання, пропонується виокремити такі чотири групи цінностей, а саме: економіко-корпоративні, соціально-економічні; етико-соціальні і компетентісно-розвиваючі.

Вважаємо, що економіко-корпоративні цінності формуються суб'єктом господарювання на основі таких основних чинників, як ефективність, продуктивність, відповідність стандартам, встановленим нормативам. До економічних цінностей компанії можна віднести частку на ринку, ринкову вартість бізнесу, дохід, прибуток, рівень рентабельності продукції, продаж, активів, репутацію компанії та продукції (послуг), ціну, конкурентоспроможність, індивідуальність, інноваційність, ноу-хау тощо.

Соціально-економічні цінності більше спрямовані на індивіда та стосуються, в основному, створення необхідних можливостей для успішної діяльності та життя. Це можуть бути такі цінності, як рівень заробітної плати, частка премій у доході працівника, вагомість соціального пакету, участь у прибутку, дивіденди тощо.

Етико-соціальні (поведінкові) цінності формують стиль поведінки персоналу в процесі діяльності, у відносинах. Вони поєднуються, в основному, із дією соціальних чинників. Це культура, виконання прийнятих стандартів обслуговування клієнтів, звички, погляди на життя, переконання, уміння навчатися, здатності до змін, формування та сприйняття власних су-

часних стандартів якості, здатність до роботи в команді, можливість активної участі в діяльності компанії, чесність, повага, лояльність.

Компетентісно-розвиваючі цінності включають такі, як бажання працювати, гнучкість, самопізнання, адаптивність, креативність, безперервне набуття нових компетенцій і компетентностей (навички реалізації компетенцій). Компетентісно-розвиваючі цінності — це створення об'єктивних можливостей постійного розвитку для персоналу в цілому і кожного індивіда, зокрема, для досягнення креативного, нестандартного мислення, сміливості, впевненості в собі, гнучкості, свободи, мудрості, самопізнання, гідності, честі. Це спонукає до досягнення вищих стандартів життя, продуктивності і результатів діяльності компанії в цілому.

Разом з тим, важливим є створення системи необхідних передумов, які сприяють довгостроковому зростанню ефективності діяльності суб'єктів ринкових відносин, мотивують внутрішнє бажання колективу і кожного індивіда, зокрема, підвищувати стандарти та якість життя і діяльності. Таке поєднання неможливе при абстрактності та неоднозначності сприйняття цінностей, скепсисі щодо їх об'єктивної необхідності та результативності. Ми поділяємо точку зору вчених і практиків, які вважають, що цінності: по-перше, є сучасним фундаментальними та довгостроковими дієвими інструментами життєвого циклу компанії та персоналу, по-друге, спрямованні на поєднання інтересів всіх учасників діяльності суб'єкта господарювання та ринку; по-третє, це суспільний ідеал; по-четверте, це соціальний стандарт.

Література

1. Гордеева Ю. В. Инновационные подходы к управлению человеческими ресурсами в системе создания стратегических ценностей транснациональных корпораций / Ю. В. Гордеева, Г. И. Янчукова // Транспортное дело России. — 2011. — № 10. — С. 60—61.
2. Романова Л.В. Проектирование системы управления человеческими ресурсами организации // Современные тенденции развития науки и технологий. — 2015. — №1-5. — С. 108—115.
3. Shalom H. Schwartz. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. // Online Readings in Ps. and Culture, 2(1). 2012 [Electronic resource]. — Access: <http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1116&context=orpc>

УДК 330.3

e-mail: galina-yamnenko@ukr.net

Ямненко Галина Євгенівна

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Yamnenko Halyna Y.,

PhD in Economics, associated professor of the
economics of enterprise chair of SHEI «Kyiv
National Economic University named after Vadym
Hetman», Ukraine

ЕВОЛЮЦІЯ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

EVOLUTION AND TENDENCIES OF DEVELOPMENT BUSINESS

Анотація. Розглянуто еволюцію моделей підприємства у процесі розвитку економіки, виділено тенденції розвитку сучасного бізнесу, визначено пріоритетність активізації інноваційної діяльності для розвитку підприємств.

Ключові слова: теорії підприємств, інновації, розвиток бізнесу.

Abstract. The evolution of the enterprise models is considered in the process of economic development, highlighted trends in the development of modern business, determined priority of activation of innovative activity for enterprises development.

Keywords: theory of enterprises, innovation, business development.

Сучасна економіка перебуває під різноспрямованим впливом факторів зовнішнього середовища, а безперервно мінлива кон'юнктура ринку викликає необхідність безперервного розвитку підприємства, адекватної реакції на ринкові економічні умови та вимагає підвищення ефективності управління, застосування в практиці господарювання нових інструментів менеджменту, що забезпечують якісне зростання бізнесу, його конкурентоспроможність на місцевому і міжнародному ринках.

У сучасних умовах ведення бізнесу необхідне постійне вдосконалення системи стратегічного і оперативного управління компанією як механізму організаційного розвитку, що дозволяє їй адаптуватися до змін ринкового середовища, підвищити ефективність діяльності, здійснити перехід на нову стадію свого розвитку. Щоб вирішити такі завдання потрібен ком-

плексний аналіз здатності підприємства стабільно функціонувати та використовувати накопичений потенціал для майбутнього розвитку.

У дослідженнях функціонування та розвитку підприємств сформувалось багато теорій, які визначають природу та поведінку суб'єктів господарювання.

У межах класичної теорії функціонування підприємства забезпечується поділом праці та спеціалізацією відповідно до масштабів попиту (А. Сміт, 1776), фірма розглядається як ресурсний процесор, підприємство володіє такими специфічними ресурсами, як підприємницькі здібності та схильність до ризику (А. Маршалл, 1919), основною метою підприємства є максимізація прибутку при зменшенні витрат виробництва (Дж. Хікс, 1939).

У неокласичній теорії фірма розглядається як особлива «чорна скринька» — перетворювач вхідних ресурсів у продукцію на основі зміни ситуації на ринку. Ринкова поведінка підприємства та його розвиток залежать від вибору обсягів та якості економічних ресурсів. Основною проблемою ефективності фірми є максимізація прибутку, який визначає рівень її конкурентоспроможності, розмір фірми визначають технології та економія на масштабах. Альтернативними цілями фірми є максимізація продажів чи загальної виручки (модель Баумоля, 1958), максимізація вартості фірми (Міллер, Модільяні, 1958), максимізація темпу зростання фірми (Марріс, 1963).

У межах інституційної теорії поведінка підприємства залежить від ефективного використання потенціалу персоналу, його мотивації, ефективності контрактних взаємовідносин міжстейкхолдерами: власниками, топ-менеджерами та кредиторами, фірма розглядається як фінансовий перетворювач (теорія Дженсена-Меклінга, 1976), за інформаційною теорією основною метою підприємства є отримання, переробка і використання інформації у процесі виробництва (Аокі, 1986), підприємство веде господарську діяльність на основі спільності комплексу базових цінностей, переконань, оцінок, способів тлумачення нової інформації та історичних фактів, стилю, характерного для даного підприємства (теорія корпоративної культури, Ренмен, 1973), корпорація і є культура (Вейк, 1995), підприємство як процесор знань, веде господарську та пізнавальну діяльність, використовуючи знання і вміння (у тому числі колективні, особистісні, явні і неявні) в якості одного з ресурсів (когнітивна теорія, Полані, 1962).

В еволюційній теорії (Нельсон, Вінтер, 1973) функціонування підприємства залежить від ділових стосунків між усіма контрагентами та внутрішнім потенціалом самого підприємства. Теорія позиціонування (Портер, 1980) вказує, що фірма є процесором ринкового простору, а результати діяльності визначаються його галузевою позицією.

У підприємницькій теорії фірма виступає інноваційним двигуном економіки, генератором новаторських чи підприємницьких ініціатив (Й. Шумпетер, 1934), зосереджує увагу на обов'язковому розкритті та реалізації підприємницьких можливостей та інноваційних ідей персоналу, а теорія максимізації корисності менеджера (модель Уільямсона, 1967) базується на аналізі поведінки, що проявляється менеджерами і визначається цілями, альтернативними максимізації прибутку (зацікавленість у статусі, влада, престиж і грошова винагорода).

Теорія фінансів (середина 1980-х рр.) наголошує на максимізації цінності фірми, а саме: управлінні орієнтованого на цінність (value-based management), орієнтованого на цінність маркетингу (value-based marketing) та використанні нових інструментів вимірювання ефективності роботи менеджменту (EVA, BSC та ін.). Поява безперервних хвиль злиттів і поглинань звернули увагу на співвідношення структури власності і способів мотивації менеджерів, схильності до злиттів, а також до інших корпоративних способів реструктуризації, зокрема до викупу за допомогою боргового фінансування (LBO, leveraged buy-out) [1, с. 103].

На певному етапі дослідження теорії підприємств кожна з них висувала свої вимоги до функціонування бізнесу. Наявність різноманітних моделей підприємства викликала появу різних методів оцінки функціонування та управління ним, сприяла пошуку нових шляхів розв'язання існуючих проблем і прогнозування напрямків його розвитку.

У наш час підприємствам дуже складно вести ефективну господарську діяльність і адаптуватися до ринкових умов через велику кількість конкурентів. Оскільки трансформація економічних процесів, інтенсифікація інформації та знань викликають зміни у всіх сферах життя суспільства на чому наголошують праці багатьох дослідників, особливої пріоритетності та актуальності набувають процеси побудови конкурентоспроможного підприємства, орієнтованого на безперервні інновації.

Запорукою успіху сучасних підприємств є інновації як підґрунтя модернізації, фактор успішної діяльності. Саме вони сприяють формуванню та підтриманню конкурентоспроможності, а також є стимулом економічного зростання держави. Активна інноваційна діяльність

не тільки забезпечує прогресивність розвитку суспільства, а й сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності підприємств. Інтенсифікація та глобалізація сучасних економічних процесів на основі швидкої зміни інформації та знань викликають проблеми у функціонуванні різних суб'єктів господарювання, а уникнення проблем вимагає використання різноманітних методів дослідження, а саме моделювання, що надає їм особливої актуальності [2].

Світовий досвід свідчить, що тенденціями розвитку сучасного бізнесу є:

- використання потенціалу малого та середнього підприємництва шляхом реалізації програм їхньої підтримки;
- пріоритет на реалізацію стратегії інноваційного розвитку;
- розвиток потенціалу та сприяння творчій ініціативі персоналу підприємства;
- впровадження модернізованих комп'ютерних систем, розвиток технологій інтернет-речей, смарт-технологій і смарт-систем, орієнтація на «сервіс-орієнтоване проектування»;
- використання нових підходів ведення бізнесу (моделі відкритих інновацій та agile-менеджменту);
- постійне підвищення якості продукції;
- розвиток внутрішньофірмового підприємництва на основі єдиної інформаційної мережі, фінансової системи і корпоративної культури;
- постійні організаційні пошуки, створення ризикових «новаторських команд».

Саме реалізація стратегії інноваційного розвитку підприємств сприятиме досягненню стійкого зростання, поліпшення якості економічного потенціалу, підвищенню всього добробуту країни, збільшення ефективності процесу суспільного відтворення. Інноваційні можливості забезпечують формування конкурентних переваг і подальший розвиток бізнесу. Активізація процесів інноваційної діяльності в сфері виробництва і підвищення ефективності управління ними є у даний час реальним інструментом прискореного соціально-економічного розвитку в нашій країні.

Література

1. Бухвалов А.В. Теория фирмы и теория корпоративного управления // Вісник Санкт-Петербурзького університету. Сер. 8, Вип. 4 (№ 32), 2004. — С. 99—117.
2. Ямненко Г.Є. Інноваційні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка. — 2016. — № 178. — С. 47—52.

«ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

УДК: 330.341

boychenka@ukr.net

Бойченко Катерина Степанівна

к.е.н., доцент кафедри
економіки підприємств

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Boichenko Kateryna

Ph. D., associated professor
of the economic of enterprises chair of the
SHEE «Vadym Hetman Kyiv National
Economic University», Ukraine

СОЦІАЛІЗОВАНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

SOCIALIZED ENTERPRISE DEVELOPMENT IN THE CONTEMPORARY ECONOMY

Анотація: У статті визначено сутність соціалізованого бізнесу. Виокремлено ключові аспекти соціалізації суб'єктів господарювання. Запропоновано напрями соціалізації розвитку вітчизняних компаній.

Ключові слова: соціалізація, розвиток підприємства, соціальна відповідальність, соціалізований бізнес

Summary: In the article the essence of socialized business was defined. The key aspects of business socialization were determined. The ways of socialization for domestic companies were suggested.

Key words: socialization, enterprise development, social responsibility, socialized business

У сучасних умовах господарювання соціальна відповідальність є одним із чинників успішного розвитку бізнесу. Ініціативи компаній у цьому напрямку високо цінуються зацікавленими групами, а також багато в чому визначають успішність ділової активності. Об'єктивна необхідність соціалізації бізнесу і соціальної відповідальності корпоративних об'єднань пов'язана з тим, що даний напрям розвитку підприємства в сучасному суспільстві знаходиться в центрі уваги, адже постійно змінюються умови ведення бізнесу, його взаємодія з економікою і соціальною сферою.

Розгляд соціалізації та соціальної відповідальності бізнесу, сучасних тенденцій її розвитку та впливу на економічні процеси отримав значний розвиток у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі, зокрема в працях І. Беляєвої, Ю. Благова, Х. Джонсона, К. Девіса, О. Іншакова, Г. Йонаса, В. Козлова, А. Колота, А. Керролла, Н. Лебедевої, С. Литовченко, І. Ніколаєвої, А. Оріхівського, С. Сидорова, М. Фрідмана та ін. Даними науковцями створено необхідний фундамент для продовження досліджень у напрямку повнішого визначення можливостей і перспектив розвитку соціалізації підприємств, а також практичних підходів до її вдосконалення.

Сутність поняття «соціалізація бізнесу» в економічній науці може трактуватися по-різному. Значна кількість вчених ототожнює поняття соціалізація бізнесу і корпоративна соціальна відповідальність, проте, ми вважаємо, що під соціалізацією бізнесу слід розуміти форму організації бізнесу, засновану на співпраці з зовнішнім середовищем за рахунок використання соціальних технологій — продуктів і сервісів, які роблять можливим соціальні взаємодії в цифровій сфері, і таким чином дозволяють компаніям і окремим особам взаємодіяти віртуально. При цьому основними суб'єктами даної взаємодії є бізнес з одного боку і його зовнішнє середовище — з іншого.

Якщо говорити про корпоративну соціальну відповідальність, то дане явище отримало висвітлення в науковій літературі ще в середині ХХ століття. Перше визначення запропонував у 1953 році Г. Боуен: «Соціальна відповідальність бізнесмена полягає в реалізації такої політики, прийнятті таких рішень або проходженні такої лінії поведінки, які були б бажаними для цілей і цінностей суспільства». Корпоративна соціальна відповідальність сьогодні містить внутрішню складову, орієнтовану на соціальний розвиток персоналу компанії, а також зовнішню складову, спрямовану на вклад в розвиток суспільства. Даний тип відповідальності передбачає виділення ресурсів на добровільних засадах для вирішення соціальних проблем з боку певної компанії. Натомість сутність соціалізації бізнесу має тісний взаємозв'язок з цим напрямком, але не тотожно дорівнює соціалізації бізнесу в контексті корпоративної соціальної відповідальності.

Головним інструментом реалізації концепції соціалізованого бізнесу є соціальні технології, які містять спектр таких інструментів:

- соціальні мережі — підтримка зв'язків за допомогою індивідуальних і корпоративних профілів;
- файлообмінники — завантаження, передача, обговорення та обмін необхідною інформацією;
- краудсорсинг — використання колективного інтелекту з метою вирішення конкретних завдань компанії-ініціатора;
- спільні робочі простори — спільне створення контенту, бізнес-проектів, вирішення завдань і прийняття ефективних рішень;
- дискусійні форуми — обговорення актуальних бізнес-тем у відкритих суспільствах;
- блоги / мікроблоги — публікація та обговорення актуальних управлінських завдань і обмін досвідом;
- рейтинги та огляди — формування оцінки і рейтингування продуктів, послуг, висловлювання думок тощо;
- соціальна торгівля — групові закупівлі на соціальних платформах.

Перехід до соціалізованої моделі розвитку бізнесу зумовлений не тільки економічними процесами і усвідомленням економічної доцільності, але й тим, що розвиток соціуму сприяє трансформації бізнесу. Особливе місце в соціалізації бізнесу займає краудсорсинг, оскільки, на відміну від більшості інших видів соціальних технологій, дозволяє не просто отримувати зворотний зв'язок і виявляти потреби контрагентів, але також дає можливість організовувати пошук рішень, здатних підвищити ефективність діяльності компанії. Таким чином, впроваджуючи соціалізований напрям розвитку, компанія в сучасних умовах господарювання може отримати ряд переваг: забезпечення взаємодії між підприємством, персоналом, споживачами та іншими суб'єктами господарювання; подолання бар'єрів часу і простору між учасниками виробництва на основі використання онлайн-середовища; забезпечення учасників процесу соціалізації можливостями здійснення операцій з контентом; надання користувачам можливостей об'єднуватися в групи з метою ефективного виконання певних бізнес-завдань.

Література

1. Боброва Е.Б. Социализация бизнеса как закономерный процесс в развитии общества. исторический обзор // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. — 2014. — №3 (24). — С. 35.
2. Корпоративная социальная ответственность : учебник для бакалавров / Э. М. Коротков, О. Н. Александрова, С. А. Антонов [и др.] ; под ред. Э. М. Короткова. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — С. 45.

УДК 334.7:330.341.1

Olgachervona@gmail.com

Червона Ольга Юріївна

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки підприємства,
Львівський національний університет
імені Івана Франка, Україна

Chervona Olga U.

Ph.D, associate professor,
Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

INTELLECTUAL ENTREPRENEURSHIP IN CURRENT ECONOMIC CONDITIONS

Анотація. Представлено сутність та особливості інтелектуального підприємництва у сучасному економічному середовищі. Запропоновано вдосконалення управління інтелектуальним бізнесом шляхом виділення в структурі підприємств інтелектуальних систем.

Ключові слова: інтелектуальне підприємництво, знання, управління інтелектуальним бізнесом.

Summary. In theses presented the essence and features of intellectual entrepreneurship in today's economic environment. Creation in the structure of business the intelligence systems to improve the management of intellectual business are offered.

Key words: intellectual entrepreneurship, knowledge, management of intellectual business.

У сучасному суспільстві науковці все частіше сходяться на думці, що відбувається формування Інтелектуальної економіки, яка базується на використанні нових знань. Новітні технології прискорюють темп інновацій і конкуренція у бізнесі стає настільки сильна, що підприємства мають постійно задіювати інтелектуальний потенціал і найшвидше створювати інноваційні продукти. Як наслідок, розвивається інтелектуальне підприємництво, в якому кінцевий продукт — це результат розумової та інтелектуальної праці.

Інтелектуальне підприємництво може бути реалізовано на основі:

- творчої діяльності, що націлена на комерціалізацію інтелектуального продукту;
- різноманітних видів професійних консультацій (юридичних, медичних, економічних, психологічних, консалтингових послугах, бізнес-тренінгах та інше);
- аналітичної діяльності (як інтелектуальної), тобто експертні дослідження, моніторинг, оцінка.

Основою інтелектуального підприємництва виступають чотири ціннісних орієнтира: бачення та відкриття, власність і відповідальність, інтегральне мислення і дія, співпраця і взаємодія.

— Розглядаючи інтелектуальне підприємництво як фактор конкурентної переваги в новій економіці, виділяються основні ознаки інтелектуального підприємництва:

- інтелектуальна міцність, необхідність якої пов'язана з наростанням складності знань і яка передбачає наявність здібностей до подолання труднощів пізнання;
- інформаційна компетентність, що виявляється в здатності швидко знаходити і обробляти необхідну інформацію;
- об'єктивність рішень в умовах інформаційної надмірності і невизначеності;
- здатність породжувати нове знання;
- мотивація виробництва нового знання.

Досліджуючи процес функціонування інтелектуального підприємництва можна виділити специфіку управління даним видом бізнесу. Вона зумовлена різноманітністю управлінської діяльності в ланцюзі: ідея, наукові дослідження, розробки, проектування, виробництво, реалізація інтелектуальних продуктів. Прийняття рішень по створенню та просуванню продукту потребує спілкування між багатьма частинами організації, включаючи відділ розробок, виробництво, маркетинг і продаж, фінанси, а також процеси і критерії для прийняття рішень. Усі ці складові частини підприємства формують певну сукупність елементів, які в структурі організації (особливо на великих підприємствах) доцільно об'єднувати в інтелектуальні системи [3]. Інтелектуальні системи на підприємстві включають механізми, процеси, інформаційні системи за допомогою яких створюється інтелектуальний продукт і визначається форма щоденних взаємодій і рішень персоналу у сфері творчої праці.

Інтелектуальні системи на підприємстві виконують п'ять функцій:

- 1) підсилення ефективності інтелектуальної діяльності. Система повинна розпізнавати і просувати вдалі ідеї від концепції до комерціалізації з максимальною швидкістю і мінімальними затратами ресурсів;
- 2) створення відповідних ліній зв'язку всередині компанії та з зовнішніми контрагентами (оскільки для розвитку технологій необхідно знати потреби клієнтів і характеристики нових продуктів; мати доступ до знань інших відділів тощо);
- 3) налагодження та координація діяльності між розробниками інтелектуальних продуктів і рештою команди, а також своєчасна забезпеченість процесів необхідними ресурсами;
- 4) навчання, тобто передача та обмін знань, які постійно створюються в процесі інтелектуальної діяльності. Системи можуть збирати інформацію та передавати її за вимогою, що дозволяє знаходити проблеми та шляхи їх вирішення. Навчання також забезпечує розуміння самого інтелектуального процесу;
- 5) синхронізація цілей різних контрагентів. Працівники організації мають розуміти стратегію компанії і її наслідки для всієї діяльності.

Інтелектуальні системи мають функціонувати на основі обраної стратегії та інвестиційного портфелю для реалізації нових ідей.

На початку створення інтелектуальних продуктів переважно існує множина ідей з якої вибирають тільки найкращі. Інтелектуальні системи керують потоком від множини ідей до кількох, які досягають комерціалізації. Цей процес проходить такі стадії:

- 1) просування ідей по організації від їх генерування до етапу прийняття рішень щодо фінансування;
- 2) процес прийняття рішення по фінансуванню, де вибраний продукт або отримує початкове інвестування або його відхиляють;
- 3) комерціалізація інтелектуальних продуктів.

Спроектвані належним чином інтелектуальні системи можуть допомогти зібрати разом необхідних людей і потрібні знання для здійснення діяльності необхідної для розробки та просування інтелектуального продукту і, як наслідок, успішного функціонування інтелектуального підприємства.

Література

1. *Базилевич В.Д.* Інтелектуальна власність: Підручник / В.Д. Базилевич: 3-тє вид., переробл. і доповн. — К. : Знання, 2014. — 671 с.
2. *Бунтік-Сіверський О.* Інноватика та інтелектуальна економіка / О.Бунтік-Сіверський О. // Теорія і практика інтелектуальної власності. — 2008. — № 1. — С. 63—77.
3. *Тоні Д.* Працююча інновація: Як управляти нею, вимірювати її та здобувати з неї вигоду / Давіла Тоні, Епштейн Марк Дж., Шелтон Роберт / Пер. з англ. за наук. ред. Т.Ф. Козицької. — Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2007. — 320 с.

УДК 658.152:337.716

Nataliya_nch@mail.ru

Чухраєва Наталія Миколаїна

к.е.н.,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Chuhrayeva Nataliia N.

PhD of Economics, SHEE «Vadym Hetman Kyiv National Economic University», Ukraine

МЕТОДИ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

METHODS FOR TECHNOLOGY TRANSFER

Анотація. Ключовим фактором інноваційного розвитку компаній є трансфер технологій, вибір якого повинен ґрунтуватися на певних методах. Розглянуті особливості кожного методу повинні бути враховані при впровадженні певного трансферу для досягнення ефективного існування сучасних підприємницьких структур.

Ключові слова: трансфер технологій, методи трансферу технологій, інноваційні технології.

Summary. The key innovation of companies is technology transfer, which choice should be based on specific methods. The features of each method should be considered when implementing a given transfer to achieve effective existence of modern businesses.

Keywords: technology transfer, technology transfer methods, innovative technologies.

Вибір методу трансферу технологій повинен ґрунтуватися на аналізі самої технології, майбутньої стратегії співпраці з її розробником, інвестиційних можливостях і технічних здібностях компанії у впровадженні інноваційних технологій.

При виборі методу трансферу, необхідно розуміти, що чим складніша і масштабніша технологія, тим тісніша співпраця повинна бути між її покупцем і творцем. Трансфер технологій не закінчується тільки постачанням обладнання. Наявність обладнання не генерує нові компетенції та знання. Справжні зміни в роботі підприємницьких структур можуть бути здійснені при трансфері знань, навичок і прав на інтелектуальну власність, що забезпечить компанію конкурентними перевагами з виходом на нові сучасні ринки [1—3].

Розглянемо існуючі методи трансферу технологій, їх переваги й обмеження [4].

1. Патентний або ліцензійний договір. При укладанні ліцензійного договору власник патенту передає іншій компанії право на використання розробленої ним технології, або продукту на певній території, протягом певного часу. До переваг можна віднести невеликі витрати в порівнянні з іншими методами трансферу технологій. Однак покупка ліцензії передбачає наявність достатніх знань, досвіду, необхідних фахівців і виробничої бази для самостійного впровадження технології.

2. Договір про технічну підтримку. У результаті даної угоди, розробник бере участь у впровадженні технології, надаючи на кожному етапі трансферу технічну підтримку, спільно з навчанням персоналу. Таким чином, угода про технічну підтримку може стати частиною договору ліцензування, підвищуючи тим самим ефективність трансферу.

3. Спільне підприємство — угода між двома і більше компаніями, що припускає об'єднання активів, спільне управління, розподіл ризиків, участь у прибутку, виробництво, сервіс і маркетинг. Перевагами є тривала співпраця між сторонами; мотивація усіх учасників в успішному впровадженні технології; менші витрати. Недоліки — різне бачення і різні цілі партнерів, відсутність незалежності в управлінні, не завжди об'єктивне визначення цінності внесеного капіталу кожної зі сторін з подальшим розподілом прибутку.

4. Франчайзинг — вид угоди, при якому компанія-власник передає іншій компанії, право на виробництво і реалізацію товарів на даній території, використовуючи існуючий бренд і бізнес-модель. Перевагою є купівлі готового бренду, технології, перевірену бізнес-модель, знання в управлінні та маркетингу. До недоліків можна віднести залежність компанії від власника технології, виконання всіх його норм і процедур. У більшості випадків, компанія повинна закуповувати сировину, обладнання, продукцію тільки у певних постачальників.

5. Стратегічне партнерство. Угода між двома і більше великими компаніями для використання специфічних компетенцій кожної з них у розробці нових інноваційних технологій, що дає партнерам кращий результат, ніж самостійна розробка нового напрямку. Формами партнерства можуть бути спільні лабораторії, дослідницькі програми, випуск і просування нового продукту де кожна з компаній може отримати необхідний їй досвід у нових сферах і формах управління. Недоліком є труднощі в управлінні, пов'язані з різною культурою компаній і менеджерів, що мають різні підходи.

6. Угода про здачу проекту «під ключ», при виконанні якого, на постачальника покладається відповідальність за розробку, створення, постачання, введення в експлуатацію та передачу технології замовнику. Переваги: для компанії — укладання угоди тільки з одним підрядником, який бере на себе повну відповідальність за виконання всього проекту з фіксованою на нього ціною; для замовника — отримання гарантій на виконання і задану ефективність в роботі проекту. Недоліки: для компанії — заздалегідь знати всі функції та вихідні параметри, якими повинна володіти технологія після її запуску; висока ціна реалізації трансферу; відсутність контролю виконання; для покупця — невизначеність фінансового становища підрядника і його здатність самостійно профінансувати всі етапи трансферу.

7. Придбання обладнання або сервісу — найпоширеніший метод трансферу технологій. Головними недоліками даного методу є той факт, що компанія обмежує себе тільки технічними знаннями закладеними в обладнання і не отримує при цьому нових компетенцій в управлінні і організації виробництва; доступне на ринку обладнання не дає унікальних можливостей його покупцеві, так як дане устаткування може бути придбано будь-яким з його конкурентів.

8. Наймання іноземного менеджера або експерта. Технологія може бути передана через компетентного експерта, якого компанія може «запозичити» у іншої фірми. Спосіб трансферу найменш витратний, однак, ефективний тільки для невеликих проектів з простою не запатентованою технологією.

9. Купівля іноземної фірми. Компанія може купити іноземну фірму, що займається розробкою технології яка її цікавить і автоматично виводить компанію на нові міжнародні ринки. В даному випадку, компанія отримує не тільки нову технологію, але ще і команду, здатну розвивати її надалі. Ризики при покупці існуючої фірми пов'язані з можливим відходом ключових співробітників після її продажу.

10. Прямі іноземні інвестиції — один з головних методів трансферу технологій на державному рівні. Найчастіше, іноземна компанія інвестує в країну, що розвивається для того, щоб створити новий ринок, уникнути експортні бар'єри, отримати доступ до дешевої робочої сили. У даному випадку країна отримує всі переваги трансферу технологій, зокрема розвиток власної дослідницької діяльності, створюються нові робочі місця, надходять податки та інші дивіденди, які прямо не пов'язані з самою технологією. Однак, для залучення великих інвесторів, державі доводиться поступатися певними моментами своєї політики.

11. Контракт про зворотні закупівлі є однією з форм угод між країнами, що розвиваються і великими іноземними компаніями. Іноземна компанія поставляє виробниче устаткування в обмін на прибуток від продажу сировини або товарів, вироблених за допомогою цього обладнання при будівництві нових заводів, або розробці родовищ у країнах, що розвиваються. При цьому держава входить у капітал даного підприємства, або стає його власником. Недоліки — мотивація іноземної компанії запустити виробництво з мінімальними витратами, що вплине на якість виконання.

12. OEM угода (виробництво первинного обладнання) може розглядатися як форма субпідряду, при якій місцева фірма виробляє продукцію за конкретною специфікацією іноземної компанії. Участь в OEM угоді дає можливість місцевим фірмам: залучити нові технології та реорганізувати своє виробництво; отримати нові обладнання і компетенції; можливість розпочати виробництво товарів для внутрішнього ринку під власним брендом. Недоліком угоди є зобов'язання поставок продукції іноземної компанії за фіксованою ціною, яка є набагато нижчою від ринкової.

Трансфер технологій є процесом, що сприяє переміщенню та розповсюдженню технологічних знань, нових компетенцій. Здійснення процесу трансферу технологій може ускладнюватись окремими випадками, що залежать від можливостей компанії і належності до різноманітних сфер діяльності суб'єктів трансферу. Враховуючи те, що об'єктом трансферу щоразу є нова технологія, вибір певного методу трансферу технологій повинен бути чітко обґрунтований менеджментом підприємницької структури, оскільки помилкова стратегія фірми у здійсненні трансферу може призвести до негативних наслідків.

Література

1. Соловьев В. П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) / В. П. Соловьев. — К. : Феникс, 2006. — 560 с.
2. Ляшенко О. М. Методи та моделі комерціалізації трансферу технологій : дис. доктора екон. наук : 08.00.11 / О. М. Ляшенко. — К., 2009. — 504 с.
3. Фоломьев А. Н. Менеджмент инноваций: теория и практика / А. Н. Фоломьев, Э. А. Гейгер. — М.: Изд. Российской Ак. гос. службы, 1998. — 385 с.
4. Трансфер технологій: підручник / А. А. Мазаракі, Г. О. Андрощук, С. І. Бай та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. — 556 с.

УДК 338.439 І.

dolgova@meta.ua

Долгова Людмила Іванівна
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Dolhova Lyudmyla
PhD, Associate Professor, Department of business
economics,
SHEI «Kyiv National Economic University after
named Vadym Hetman»

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

PROVIDING STIMULATING INNOVATION IN UKRAINE

Анотація. Розглянуто зарубіжний досвід податкового стимулювання інноваційної діяльності. Здійснено порівняльний аналіз способів податкового стимулювання в Україні та закордоном. Проаналізовано передумови та нормативно-правове забезпечення стимулювання інновацій в Україні. Рекомендовано запровадження дієвих податкових стимулів інноваційної діяльності підприємств.

Ключові слова: податкові стимули інноваційна діяльність підприємств.

Annotation. Foreign experience of tax incentives for innovation. The comparative analysis of methods of tax incentives in Ukraine and abroad. The analysis conditions and regulatory support to stimulate innovation in Ukraine. Recommended effective implementation of tax incentives for innovation companies.

Keywords: tax incentive, innovation companies.

Основною умовою досягнення позитивних темпів економічного зростання як реального сектора економіки, так і окремих підприємств, є динамічна інноваційна та інвестиційна діяльність. Особливо в умовах світової економічної та фінансової кризи важливою є стабільна державна підтримка науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок (НДДКР), які у свою чергу дадуть змогу швидшими темпами забезпечити економічне зростання, досягнути докризових показників розвитку національної економіки, сприяти розширенню ринків збуту вітчизняної інноваційної конкурентоспроможної продукції. Одним із елементів системи стимулювання зазначених процесів є засоби податкової політики держави, спрямовані на підтримку інноваційно-активних суб'єктів господарювання, реінвестування отриманого прибутку в інноваційні проекти, розширене фінансування НДДКР на рівні підприємств та організацій. За формою впливу на інноваційну діяльність ці методи належить до непрямих методів державного управління. Їх сутність полягає у зменшенні податкових надходжень на користь збільшення обсягу пріоритетної для держави інноваційної продукції. За рахунок цього податкові надходження зростають, і коли їх сума стає більшою за суму наданих податкових пільг, податкове стимулювання стає вигідним як для підприємств, так і для держави.

Для створення і ефективного використання потенціалу інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України, потрібно створити систему дієвого податкового стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств. І одним з найсуттєвіших засобів впливу на інвестиційно-інноваційний клімат є Податковий кодекс. Тому метою даного дослідження є засвоєння досвіду зарубіжних країн використання податкового стимулювання інноваційної діяльності для визначення можливостей використання даного методу та формування інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку України.

Державна політика має вагоме значення у стимулюванні та використанні результатів інноваційної діяльності. Пряме державне фінансування інновацій забезпечує вирішення важливих соціально-економічних завдань, серед яких національна оборона, охорона здоров'я та навколишнього середовища, науково-технічний розвиток пріоритетних галузей економіки тощо. Важливою передумовою та запорукою швидкого виходу національної економіки з

кризових умов з найменшими втратами та мінімізацією негативних наслідків є розроблення та впровадження комплексу різноманітних заходів державного регулювання, націлених на підтримку інноваційної діяльності. Важливу роль у втіленні цього стратегічного завдання належить ефективному використанню податкового інструментарію стимулюючого характеру [5]. Однак нині в Україні практично відсутні дієві важелі непрямого стимулювання інновацій, чільне місце серед яких належить різноманітним методам та інструментам податкового регулювання.

Проаналізувавши досвід зарубіжних країн щодо податкового стимулювання інноваційної діяльності, можна виділити такі методи:

- відшкодування витрат на проведення ННТР, що зменшує базу для розрахунку податку;
- інвестиційний податковий кредит;
- зменшення податкових ставок для суб'єктів інноваційної діяльності; — встановлення неоподатковуваного мінімуму об'єкта оподаткування;
- звільнення від сплати окремих податків для венчурних фірм;
- зменшення визначеної суми податку тощо.

Кожна країна має особливу властиву систему податкового стимулювання, яка встановлюється згідно з економічними умовами, особливостями національної інноваційної системи, стратегії інноваційного розвитку, традицій і політичних цілей. Проте, найрозповсюдженішими є 3 перших види пільг.

Для порівняння рівня податкового стимулювання інноваційної діяльності в ОЕСР використовується показник граничного навантаження на одиницю витрат на ННТР [4]. Чим більше величина граничного податкового навантаження, тим менш сприятливим є режим оподаткування. Найменший показник МЕТР мають Іспанія, Канада, Чехія, Нова Зеландія, Португалія, Угорщина, Франція, Австралія, Японія. Варто також відмітити, що в багатьох країнах пільгове оподаткування ННТР різниться залежно від розмірів підприємства. Для малих інноваційних підприємств порівняно з великими більші податкові пільги встановлено в Італії, Канаді, Японії, Нідерландах і Данії [6, 7]. Проведений аналіз зарубіжного досвіду і тенденцій у сфері державного стимулювання інновацій вимагає ґрунтовного дослідження передумов і вироблення конкретного податкового інструментарію для застосування в Україні.

Механізм надання пільг суб'єктам інноваційної діяльності в Україні суттєво відрізняється від механізму в країнах — членах ОЕСР. По-перше, у промислово розвинутих країнах підприємство має змогу використовувати податкові пільги для покриття витрат на ННТР, а у нас права на отримання пільг надається лише тим підприємствам, які мають свідоцтво про державну реєстрацію інноваційного проекту, в розмірі 50 % ПДВ і 50 % податку на прибуток [3]. З одного боку, це навіть передовіший механізм податкового стимулювання, адже йдеться про надання податкових пільг залежно від остаточних результатів інноваційної діяльності. Проте визначити в бухгалтерському і податковому обліку величину ПДВ і величину прибутку від реалізації саме інноваційного проекту дуже складно. Крім того, певна частина ПДВ і розміру прибутку не обов'язково є результатом реалізації виключно інноваційного проекту. На них можуть впливати різного роду ринкові фактори: стан ринку, ціни на ресурси тощо. По-друге, розмір податкових пільг, що надаються підприємствам у промислово розвинутих країнах, є значним для суб'єктів інноваційної діяльності. А за умови, що фіскальні органи контролюватимуть формування валових витрат підприємств, робить розвиток інноваційної діяльності економічно вигідним не лише для підприємства, а й для держави. По-третє, за кордоном широко використовуються пільги, що стимулюють підприємства до розвитку інноваційної діяльності. По-четверте, у зарубіжних країнах існує система контролю за цільовим використанням коштів інвестиційного податкового кредиту.

Зарубіжний досвід стимулювання інноваційної діяльності показує, що відбувається поступовий перехід від прямого державного фінансування НДДКР підприємств до непрямих методів їх стимулювання. Це вимагає створення нових і вдосконалення існуючих механізмів податкового сприяння інноваціям. Цим проблемам приділяють особливу увагу уряди і країн ОЕСР, і країн, що розвиваються. Останні удосконалюють податковий інструментарій, створюючи сприятливе та конкурентоздатне податкове середовище для інвестицій у НДДКР. Для впровадження в Україні податкового стимулювання інноваційної діяльності, на прикладі світового досвіду у даній сфері, насамперед необхідно ввести чітко визначені правила процесу підрахунку валових витрат і налагодити дієву систему боротьби з «мінімізацією» підприємствами прибутку, що підлягає оподаткуванню та його «гінізації». Про чималий масштаб «мінімізації» прибутку свідчать дані Державної податкової адміністрації України [2]. Аналіз передумов стимулювання інноваційної діяльності в Україні доводить, що майже відсутні дієві

інструменти інтенсифікації цих процесів. Тому для вирішення даних проблем потрібно зменшити ставку податку на прибуток до 20 %, ввести механізм надання інноваційного податкового кредиту залежно від обсягу, дозволити використання підвищених до 150 % від реально-го обсягу витрат на НДДКР норм вирахування з бази оподаткування прибутку підприємств.

Важливою умовою реалізації податкового стимулювання інноваційної діяльності є також розробка та затвердження наказом Міністерства фінансів України положення (стандарту) щодо витрат на наукові дослідження, дослідно-конструкторські розробки та експериментальні роботи. У даному розпорядженні повинен бути утверджений список кваліфікованих витрат, що мають враховуватись для обчислення розміру податкового списання та інвестиційного податкового кредиту.

Отже, нагальною необхідністю сьогодення є робота над удосконаленням положень Податкового кодексу в частині податкових стимулів інноваційної діяльності та його прийняття загальною. Поглибленого доопрацювання вимагають й інші податкові інструменти, зокрема, застосування прискореної амортизації, застосування пільг для СЕЗ і ТПР, встановлення оптимальних параметрів податкових пільг та їх коригування на конкретних етапах розвитку національної економіки.

Література

1. Білюк А.В. Розвиток державної податкової політики стимулювання інноваційної діяльності в Україні: Авторефер. дис. канд. наук з держ. управ.: спец. 25.00.02 „Механізми державного управління” / А.В. Білюк. — Запоріжжя, 2009. — 23 с.
2. Державна фіскальна служба України — <http://sta-sumy.gov.ua>.
3. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40-IV // www.rada.gov.ua.
4. Захарін С. Фінансові інструменти активізації інвестиційної та інноваційної діяльності / С. Захарін // Економіка України. — 2010 — № 12 — С. 48 — 58.
5. Малютін О. К. Концепція поліпшення інвестиційного клімату в Україні / О. К. Малютін // Фінанси України. — 2008. — № 11. — С. 64—74.
6. OECD Science, Technology and Industry Outlook, 2008. — 258 p. — <http://www.oecd.org>.
7. OECD Science, Technology and Industry Scoreboard, 2009. — 145 p. — <http://www.oecd.org>

УДК 004

volodymyr.huzhva@kneu.ua

Гужва Володимир Михайлович,
к.е.н., професор кафедри інформаційних
систем в економіці ДВНЗ «Київський національ-
ний економічний університет імені Вадима Геть-
мана»

ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Анотація. Інтернет речей (Internet of Things, IoT) — нова технологія, яка робить реальним створення інтелектуальних мереж, що пов'язують мільярди об'єктів і пристроїв між собою і надають інформацію про стан і зміну комутуючих об'єктів. Доступність цієї інформації для аналізу і прогнозу зміни стану об'єктів (речей) і можливість в ряді ситуацій вплинути на їх стан революційним чином змінює сфери діяльності людини і його соціальне середовище.

Ключові слова: промислова революція, Інтернет, радіочастотна ідентифікація, інфраструктура, інформаційне суспільство, Інтернет речей, кібербезпека, конфіденційність.

Guzhva Volodymyr M.,
PhD in Economics Professor of the Department of
Information Systems in Economics Kyiv National
Economic University named after Vadym Hetman

INTERNET OF THINGS: THE CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Abstract. Internet of Things (Internet of Things, IoT) — a new technology that makes it feasible to create intelligent networks that connect billions of objects and devices to each other and provide information on the status and changing commuting facilities. The availability of this information to analyze and forecast the changing status of objects (things) and the possibility in some situations affect their state of revolutionary changes the scope of the man and his social environment.

Keywords: industrial revolution, internet, radio frequency identification, infrastructure, information society, Internet of Things, cybersecurity, privacy.

Можна із впевненістю сказати, що людство знаходиться напередодні чергової промислової революції. Зростання кількості підключених об'єктів, відоме як Інтернет речей, може замарити такі технологічні дива минулого, як друкарський верстат, паровий двигун і електрику. У розвинених країнах і в країнах, що розвиваються, — у кожному куточку планети настане глибоке економічне відродження. Ще примітніша швидкість, з якою ці зміни відбудуться. Десять років тому було близько 500 мільйонів пристроїв, підключених до Інтернету.

На сьогоднішній день їх близько 10—20 млрд. Через п'ять років їх може бути від 40 до 50 млрд.

На відміну від попередніх промислових революцій, цю можна спрогнозувати. Інтернет речей — це не вражаючий винахід на зразок машини для очищення бавовни. Промисловість не буде спіймана зненацька в мишоловку, яка зробить виробничі системи і продукти застарілими. Насправді кожна галузь і кожна окрема компанія виграють від впровадження об'єктів Інтернету речей у свої бізнес-моделі і, як наслідок, відкриють нові і кращі способи ведення бізнесу. З'являться нові численні галузі, а старі зникнуть.

Щоб оцінити можливості для бізнесу, властиві Інтернету речей, слід розглянути його можливі макроекономічні наслідки. Європейська комісія, базуючись на проведених компанією RAND Europe дослідженнях [1], позначила верхню оцінку економічного потенціалу Інтернету речей між 1,4 трлн доларів на рік (1,09 трлн євро) до 14,4 USD трлн (11,2 трлн євро) у всіх секторах глобального ринку. Крім того, продаж підключених пристроїв і послуг досягне близько 2,5 трлн дол. США в 2020 році, у той час як накопичені інвестиції від з'єднання мільярдів підключених пристроїв досягнуть, як мінімум, 2 трлн євро в нинішніх цінах.

Історія виникнення. Термін Internet of Things (IoT) був запропонований в 1999 році Кевіном Ештоном — засновником дослідного центру Auto-ID у Массачусетському технологічному університеті, що займався радіочастотною ідентифікацією (RFID) і сенсорними технологіями. Спочатку під Інтернетом речей малася на увазі обчислювальна мережа об'єктів (речей), що мала пристрої і технології для зв'язку і взаємодії один з одним.

Після 2003 року інтерес до IoT перейшов на якісно новий рівень, і перш за все, завдяки появі нової версії протоколу адресації в Інтернеті (Internet Protocol, IP) — версії IPv6, що дозволяє присвоїти адреси 340 ундециліонам (10 у 39 ступені) об'єктів [2]. Це більше кількості, необхідної для того, щоб присвоїти IP-адресу кожному атому на поверхні Землі. Іншими факторами, що сприяють бурхливому розвитку Інтернету речей, стали поширення хмарних обчислень і бездротових мереж, а також розвиток технологій міжмашинної взаємодії (Machine-to-Machine, M2M).

У 2008 році Національна розвідувальна рада США опублікувала звіт, у якому вказала на шість цивільних технологій, що володіють у доступній для огляду перспективі найбільшою для суспільства «вибуховою силою» [3]. Серед цих технологій автори вказують на Інтернет речей. На думку авторів звіту, до 2025 році вузлами IoT зможуть стати всі оточуючі нас предмети. Стають реальністю інтелектуальні мережі, що зв'язують мільярди об'єктів і пристроїв (речей), і комутуючих один з одним. Кожен об'єкт реального світу зв'язується бездротовими мережами з цифровим світом, у якому він відповідним чином ідентифікований. Як зазначається в [4], тепер IoT не обмежений тільки зв'язком з речами, забезпеченими мітками радіочастотної ідентифікації (RFID), а розглядається в контексті об'єднання таких сучасних концепцій, як всепроникаючі комп'ютерні системи та інтелектуальне довкілля (Pervasive Computing, Ubiquitous Computing, Ambient Intelligence). Конвергенція створює умови для нового явища — Інтернету майбутнього, що включає крім нинішнього Інтернету людей (Internet of People, IoP)) ще й Інтернет медіаконтенту (Internet of Media, IoM), Інтернет сервісів (Internet of Services, IoS) та Інтернет речей (Internet of Things, IoT).

Суть концепції та базові принципи IoT. У загальному випадку під Інтернетом речей розуміється сукупність різноманітних приладів, датчиків, пристроїв, об'єднаних у мережу за допомогою будь-яких доступних каналів зв'язку, що використовують різні протоколи взаємодії між собою і єдиний протокол доступу до глобальної мережі. У ролі глобальної мережі для Інтернет речей зараз використовується мережа Інтернет. Спільним протоколом є IP.

Офіційне визначення Інтернету речей наведено в Рекомендації МСЕ-Т Y.2060, згідно з яким IoT — *глобальна інфраструктура інформаційного суспільства, що забезпечує передові послуги за рахунок організації зв'язку між речами (фізичними або віртуальними) на основі існуючих і таких, що розвиваються, сумісних інформаційних і комунікаційних технологій* [5]. Під «речами» (things) тут розуміється фізичний об'єкт (фізична річ) або об'єкт віртуального (інформаційного) світу (віртуальна річ, наприклад, мультимедійний контент або прикладна програма), які можуть бути ідентифіковані та об'єднані через комунікаційні мережі.

Інтернет речей ґрунтується на трьох базових принципах. По-перше, на повсюдно поширеній комунікаційній інфраструктурі, по-друге, на глобальній ідентифікації кожного об'єкта і, по-третє, на можливості кожного об'єкта відправляти і отримувати дані за допомогою персональної мережі або мережі Інтернет, до якої він підключений.

Найважливішими відмінностями Інтернету речей від існуючого інтернету людей є:

- фокус на речах, а не на людині;

- істотно більше число підключених об'єктів;
- істотно менші розміри об'єктів і невисокі швидкості передачі даних;
- фокус на зчитуванні інформації, а не на комунікаціях;
- необхідність створення нової інфраструктури і альтернативних стандартів.

Види IoT і деякі приклади. Принято виділяти два різновиди IoT: 1) побутовий Інтернет речей; 2) промисловий Інтернет речей.

Прикладами IoT можуть слугувати:

- «розумне» дзеркало від Panasonic;
- «розумний» газовий балончик сфотографує злочинця і відправить його фото в поліцію;
- велосипедний дзвінок, що дозволяє знаходити свій транспорт на парковці;
- OnHub — «розумний» домашній Wi-Fi-роутер компанії Google;
- система контролю сна від Samsung;
- «розумний» дім компанії Siemens;
- Smart Grids — «розумні мережі» електропостачання та ін.

Ризики Інтернету речей. До числа найбільших ризиків, які приходять з розвитком технологій Інтернету речей, слід віднести:

- забезпечення конфіденційності;
- кібербезпека;
- відповідальність.

Перспективні напрями розвитку IoT. В якості перспективних напрямків подальшого розвитку IoT слід назвати: 1) *Інтернет нано-речей*; 2) *когнітивний Інтернет речей (Cognitive Internet of Things)*.

Література

1. http://www.rand.org/randeurope/research/innovation_policy/ict.html
2. <http://ua.smart-ip.net/what-is-ipv6>
3. Disruptive Civil Technologies. Six Technologies with Potential Impacts on US Interests out to 2025. The National Intelligence Council sponsors workshops and research with nongovernmental experts to gain knowledge and insight and to sharpen debate on critical issues. CR 2008-07 April 2008. — P. 27-32.
4. Черняк Л. Інтернет вещей: новые вызовы и новые технологии // Открытые системы. 2013. № 04, <http://www.osp.ru/os/2013/04/13035551/>
5. <https://www.itu.int/rec/T-REC-Y.2060-201206-I>

УДК 005.551:005.8

kechedzhy@gmail.com

Кечеджи Марія Станіславівна

аспірант,
проектний менеджер, Люксофт, Україна

Kechedzhy Mariia Stanislavivna

phd student,
project manager at Luxoft, Ukraine

ПІДБІР ПРАВИЛЬНОЇ КОМАНДИ ЯК КЛЮЧОВОГО ФАКТОРУ МАЙБУТНЬОГО УСПІХУ ПРОЕКТУ

SELECTING THE RIGHT TEAM AS THE KEY CONTRIBUTOR TO A PROJECT'S FUTURE SUCCESS

Анотація. Стаття розкриває основні кроки у підборі правильної команди для новоствореного проекту. У ній освітлюються деякі ризики, з якими зіштовхується проектний менеджер при наборі кращих спеціалістів, та містить рекомендації по їх уникненню.

Ключові слова: проектний менеджмент, набір проектною команди

Summary. The article covers the basic steps of making the right team for a newly initiated project. It highlights some risks a project manager might face when selecting the best candidates and contains some recommendations on how to eliminate mistakes at this stage.

Key words: project management, project staffing

Creating the right team is the half of a project's success. Basically, to the same extent it refers to run-the-business activity, though in most cases the latter works with existing staff.

A project might as well start with already composed team, but it happens that there's a need to collect a team from the scratch. I would put this process into three steps: Plan>Create*Support.

Step 1. Plan

Prior to hiring process, it is necessary to make a clear understanding of resource demand — volumes, location split, seniority, skills matrix etc. These tangible parameters of the team will define — who, where and for how much time you will need to involve. It is very important at this

moment neither to underestimate nor overestimate the requirements of certain project. In the first case you will lack expertise to complete the tasks, in the second one — you will face the problem of demotivated high-skilled employees performing routine exercises far below their capabilities. What's more, planning the team composition and creating the hierarchy will help you a lot in understanding the level of maturity of the future resources and avoiding the dilemma of who reports to whom. The same with the size of the team — I would always go rather with understaffing than overstaffing: better to cover some tasks with several overtimes than keep extra specialists on board, wasting their time and skills and your budget.

Planning the resources for a project, one needs to remember that we are usually hunting the best experts, whose capacity is most probably booked years in advance. Thus, the second issue is the availability of resources. Just as hardware or any other resource — people have limited production capacity. Good coordination among the units within the organization and clear prioritization of line and project activity will serve well to distribute man-days in the most efficient way. It will help to keep the deadlines, guarantee the deliverables in time and avoid overtimes.

Step 2. Create

After defining what we actually need we go to the next step of hiring the team. Obviously, the first and foremost criteria will be how the candidate matches technical requirements of certain level of competence, skills and experience. But this is only the first round of selection, where you will deny a half of candidate pull. My personal experience shows that in most cases either candidates do not demonstrate the level of skills claimed in the cv, or the cv doesn't reveal the full potential of the candidate. Therefore, if there is the least chance of face-to-face interview — don't miss it. Otherwise, you will make the decision on the candidate's ability to compose a good resume. Definitely, it's not the case if you're searching for technical staff. In the last case it works with technical tasks — online or offline it will give the possibility to your interviewee to reveal his/her full potential and expertise.

After selecting candidates based on technical skills go to so called «soft skills». Lately a lot of attention has been paid to the latter. I must admit not in vain. Especially if we are talking about senior staff or anyone more or less involved in management — diplomacy, problem-solving, communication skills become crucial and no less important than technical skills. Project delivery will require a lot of team work, joint efforts, decisions and responsibility, thus it would be great if they are able to work both individually and as the part of the team.

There are some risks connected to sole decision while composing a team:

- only people with one certain type of character might be approved. A project manager must understand that the project will only benefit if people with different personal characteristics join the team — introverts and extraverts, accurate and attentive to details or creative and unpredictable. The first will guarantee the preciseness of numbers, the others will bring fresh ideas to your project.
- only the best specialists are accepted to the team. Since every project contains not only non-standard decisions and workarounds, but a lot of routine, your «rock stars» will soon get bored with it and quickly become demotivated. First, reasonably evaluate the complexity of the tasks, match it with seniority of staff required and hire appropriate people. My personal take here is to assign less mature staff to more difficult tasks they theoretically can execute. It both allows me to keep them motivated and them — to evolve dramatically within a very short period of time.
- only people of your field of expertise will be well selected. It means that if a project manager is a former business analyst — he/she will be able to make the perfect team of business analysts, while developer and tester sub-team will suffer and get delays in time.

Step 3. Support

After there has been a full team composed, tasks and responsibilities assigned, subordination fixed, project manager steps into the next part — team maintenance and support. It involves a lot of different activities — from keeping the existing employees motivated to fighting with attrition and searching for replacements in case the previous efforts failed.

Summing up all said above, you can never fail to make a good team when starting a project, since it will be much more challenging to replace or dismiss the existing staff already in the process — it will jeopardize the schedule and put extra dismissal costs on your project.

Literature

1. «How to Pick a Project Team» by Kathleen Melymuka, April 12, 2004 — www.computerworld.com
2. «IT Project Management 101: How to Select the Right Team and Make Them Productive» by Abhinav Kaiser, December 14, 2012 — www.pluralsight.com
3. «Choosing the Best Team for Your Project» by Dr. Keith Mathis, — www.projectsmart.co.uk

Хазар Хамад Хуссейн,
аспірант, Одеський національний економічний
університет, Україна

Khazar Hamad Hussain,
graduate, Odessa National Economic University,
Ukraine

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗВ'ЯЗКОМ У СТРАТЕГІЇ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

MANAGEMENT INFORMATION COMMUNICATION STRATEGY IN ENTERPRISE RESTRUCTURING

Анотація. Викладено основи та особливості управління інформаційним зв'язком у стратегії реструктуризації компанії Іракського Курдистану за умов економіки, що ґрунтується на інвестиціях.

Ключові слова: підприємство, реструктуризація, стратегія, інформаційний зв'язок.

Abstract. Bases and features management information communication strategy in corporate restructuring Iraqi Kurdistan for an economy based on investments.

Keywords: enterprise restructuring strategy, information communication.

Інформаційні комунікації використовують мову ділового спілкування та забезпечують інформаційний зв'язок у стратегії реструктуризації підприємства.

Реструктуризація розглядається автором як сукупність організаційно-правових, фінансово-економічних і виробничо-технічних заходів, що підвищують ефективність господарювання відповідно до вимог внутрішнього і зовнішнього середовища та головних стратегій підприємств Іракського Курдистану. Кінцева мета реструктурування подається як підвищення конкурентоспроможності та ефективності господарювання підприємства [1, с. 24]. Головною стратегією підприємства в умовах інвестицій є стратегія реструктуризації, що забезпечує ефективність проектів, які нестимуть в індустріальні галузі новітні технології, забезпечуватимуть високі споживчі якості продукції [2, с. 132]. При підготовці стратегії реструктуризації підприємства встановлюють інвестиційні потреби та джерела фінансування, прогнозують фінансову віддачу у виді грошових потоків і визначають процеси управління в системі проектного менеджменту. Зокрема, процес управління інформаційним зв'язком проекту виконується за тим каналом зв'язку, що є необхідним для забезпечення своєчасного отримання, поширення, зберігання та кінцевого розміщення проектною інформації. Канал зв'язку і якість інформації формує у проекті комунікації, в основу яких покладено інформацію, засоби її обробки, засновані на інноваціях [3, с. 132]. Управління інформаційним зв'язком у стратегії реструктуризації підприємства Іракського Курдистану базується на інформаційних технологіях, що є важливішим фактором розвитку і підвищення конкурентоспроможності економічних систем.

Розвиток розглядається автором як вдосконалення, а процес зростання — як розвиток, що здійснюється, в основному, через кількісне накопичення благ на макро- та мікроекономічному рівнях. Розвиток інформаційних технологій — фактор удосконалення системи проектного менеджменту і процесу управління інформаційним зв'язком компаній Іракського Курдистану. Основними якостями інформації в системі проектного менеджменту є оперативність, достовірність, актуальність, точність і корисність. Інтеграція суб'єктів економіки Іракського Курдистану до спільноти світу дає новий імпульс розвитку інформаційним технологіям в автоматизованому офісі компаній; забезпечує якість проектного менеджменту. Автоматизований офіс компанії — відповідає вимогам «мови» ділового спілкування та забезпечує інформаційний зв'язок підприємств нафтогазового комплексу, що швидко зростає в Іракському Курдистані. Від продажу нафти в квітні КРГ отримало \$ 376 395 901, з яких \$ 58 895 901 було виділено виробникам [4]. Потенціал автоматизованого офісу компанії нафтогазового комплексу Іракського Курдистану дозволяє ефективно реагувати на коливання ринку, оперативно доводити завдання до виконавців, управляти інформаційним зв'язком у стратегії реструктуризації підприємства. Творчий підхід до управління в автоматизованому офісі компанії і стратегічне мислення менеджерів визначає людський фактор з назвою «вміння керувати». Завдяки дії людського фактору компанія може звільнятися від поточних витрат, неминучих через відсутність інформації.

Процес управління інформаційним зв'язком у стратегії реструктуризації підприємств нафтогазового комплексу Іракського Курдистану має особливості, через складність прогнозування обсягів видобутку нафти і газу; необхідність оцінки надходження грошових коштів в інтервалі планування інфляції; облік ризику при оцінюванні ефективності виробництва та складність оцінювання ефективності багатовалютних проектів. З урахуванням цих обставин автором рекомендується використовувати автоматизовану систему управління компанії Іракського Курдистану і удосконалювати управління інформаційним зв'язком у стратегії рестру-

ктуризації підприємства на підставі автоматизованого офісу і, тим самим, створити інноваційний варіант системи проектного менеджменту.

Література

1. Ковалев А. И. Управление реструктуризацией предприятия / Монографія. — К.: АВРИО, 2006. — 368 с. — С. 161.
2. Хазар Х. Х. Сучасні підходи в формуванні антикризової політики підприємства [Електронний ресурс] / Хамад Хусейн Хазар // ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». — 2014. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.irbis.kneu.kiev.ua:8080/handle/2010/12540>
3. Хазар Х. Х. Система проектного менеджменту в антикризовій політиці підприємства [Електронний ресурс] / Хамад Хусейн Хазар // Одеський національний економічний університет. — 2014. — Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3590>
4. Щоденні новини політики, культури та соціального життя Курдистану [Електронний ресурс] // KURDISTAN.RU. Сайт про події в Курдському регіоні. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: http://kurdistan.ru/2016/05/06/news-26415_Kurdistan_eksportiro.html

УДК: 334.012/.7(477)

ikravets2009@ukr.net

Кравець Ірина Вікторівна
к.е.н., Житомирський національний агроекологічний університет, Україна

Kravets Iryna V.
Ph.D. in Economics
Zhytomyr National Agroecological University,
Ukraine

ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE: REALITIES AND PROSPECTS

Анотація. Висвітлено проблеми розвитку інноваційного підприємництва в Україні. Досліджено структуру фінансування інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. Зроблено висновки стосовно перспектив розвитку інноваційного підприємництва на території України.

Ключові слова: інноваційне підприємництво, фінансування інновацій, краудфандинг, бізнес-інкубатори.

Summary. The paper reveals the problems of innovative entrepreneurship development in Ukraine. The financing structure of innovative activity of domestic enterprises was explored. The conclusions concerning prospects of innovative entrepreneurship development in Ukraine was done.

Key words: innovative entrepreneurship, financing innovation, crowdfunding, business incubators.

Сьогодні, в умовах інтеграції України в світове господарство, головним фактором розвитку підприємництва є втілення та застосування інновацій, оскільки реалізація ресурсорієнтованої стратегії та відсутність дієвих стимулів до ведення інноваційної діяльності суб'єктами підприємництва призводить до низького рівня ефективності та конкурентоспроможності підприємств на зовнішньому та внутрішньому ринку. Інноваційне підприємництво є діяльністю з підвищеним коефіцієнтом ризикованості, оскільки зміна — це не тільки дія, але і самовираз, який часто зустрічається супротивом. Це ризиковане діяння, на яке неохоче інвестують кошти поза власного бюджету підприємства, що в свою чергу веде до зменшення питомої ваги підприємств, що займаються інноваціями в загальній їх кількості. Динаміка питомої ваги підприємств України, що застосовували інновації, відображає незначні коливання у бік зменшення, а обчислення тренду з метою дослідження даних відхилень виявляє, що даний показник є практично незмінний протягом останніх 15 років (рис.1.). Безперечно, інновації не можуть втілюватися підприємством з року в рік, в цьому немає необхідності для високотехнологічних, налагоджених підприємств, проте, на даному етапі розвитку таких підприємств одиниці. Інновації, як правило, здійснюються точково, а не комплексно, при цьому підприємства не досягають позитивного синергетичного ефекту від їх господарської діяльності.

Наразі власні джерела інвестування переважної більшості вітчизняних підприємств виявляються недостатніми для реалізації сучасних інвестиційно-інноваційних проектів, і це є однією з головних проблем ефективного розвитку економіки. Хоча функціонування бюджетного механізму передбачено як на державному (цільові програми), так і на регіональному рівні (регіональні програми), проте, масштаб таких фінансових впливів в основний капітал підприємств виявляється недостатнім.

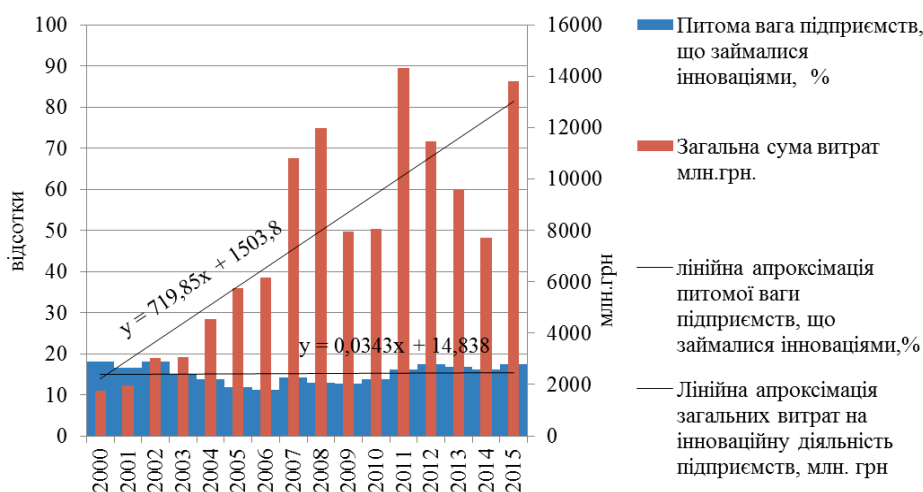


Рис. 1. Динаміка витрат на інноваційну діяльність вітчизняних підприємств, 2000—2015 рр.

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [1, 2].

У структурі фінансування інноваційної діяльності основним джерелом незмінно виступають власні кошти підприємств. Динаміка та обсяг інвестицій іноземних та інших джерел інвестування нестабільні і змінюються відповідно до політично-економічної ситуації в країні. Бюджетне фінансування інноваційної діяльності є досить незначним, і в загальній структурі витрат протягом 2000—2015 рр. займає від 0,4 % до 4,5 % (рис. 2).

Питома вага на виконання наукових і науково-технічних робіт у ВВП України також із року в рік зменшується, в той час як у розвинених країнах вона постійно зростає. Так, у 2005 р. питома вага на виконання наукових і науково-технічних робіт у ВВП України становила 0,99 %, а в 2014 р. — 0,66 %. Наприклад, за даними Євростату даний показник країн Євросоюзу (ЄС-28) постійно збільшується: з 1,76 % у 2005 р. до 2,01 % у 2013 р., а в окремих країнах (Фінляндія, Швеція, Данія) він становить понад 3 % [1].

Вважаємо, що ефективніші, ніж пряме субсидування, механізми державної підтримки полягають у площині заохочення виробників до самостійної організації та втілення процесу інвестування в інновації. Зокрема, це стосується: покращення умов кредитування, удосконалення системи оподаткування та амортизаційної політики, зменшення (наближення до нуля) ставок ввізного мита на необхідне устаткування для безпосереднього використання його на підприємствах; покращення інфраструктури інноваційного розвитку; удосконалення нормативно-правової бази та інформаційно-аналітичного забезпечення; ведення моніторингу та прогнозування кон'юнктури внутрішнього та зовнішнього ринку інновацій та інвестицій.

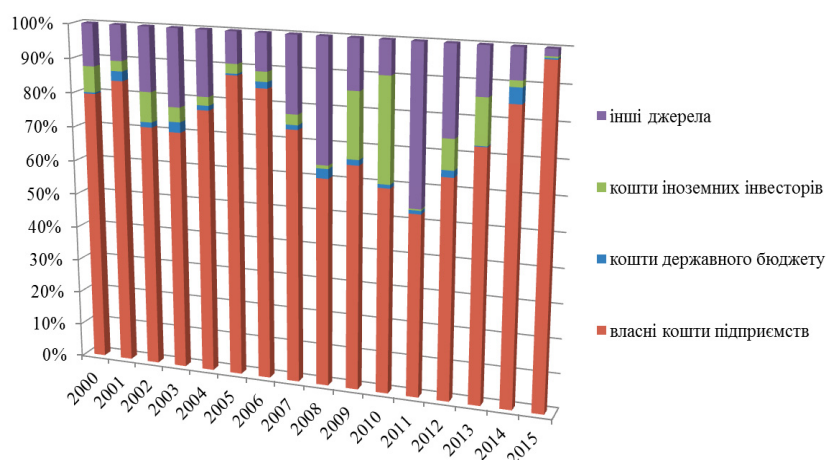


Рис. 2. Структура фінансування інноваційної діяльності підприємств України

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України [1, 2].

Фінансування інноваційних підприємств за рахунок «інших джерел» може відбуватися у різний спосіб, при цьому може відбуватися синтезування кількох способів одночасно. Це може бути *краудфандінг* (кооперування людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій); *бізнес-ангели* (індивідуальні інвестори, професійні нетворкери та незалежні консультанти, які допомагають отримати гроші, працюють паралельно з компаніями-інкубаторами); *бізнес-інкубатори* (освітні проекти, які беруть в організаційний і фінансовий обіг потенційно успішні інноваційні проекти) тощо.

Судячи зі зростання кількості вдалих інноваційних проектів українських авторів і кількості офіційно висвітлених у ЗМІ бізнес-ангелів, інноваційна діяльність (правда поки що тільки в сфері ІТ) в Україні набирає обертів. Проте, слід зазначити, що такі явища, як інноваційний проект, стартап, інноваційне підприємництво (на відміну від підприємства) важко обмежити географічно. Стартапи, інноваційне підприємництво, інноваційно-інвестиційні фонди, бізнес-ангели та бізнес-інкубатори можуть бути на 100 % українськими за умови не тільки фактичної праці, а й реєстрації в Україні, спонукаючи при цьому не тільки пишатися ними, що вони є вітчизняними, а й, звісно, виступають джерелом поповнення держбюджету, наприклад, поки що виключно на науку і освіту. Тому, на державному рівні необхідно створювати максимально комфортні умови для їх роботи у формі простих процедур реєстрації та лояльного оподаткування.

Література

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2005—2015 рр. Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
2. Капітальні інвестиції в Україні за 2009—2013 рр. Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>
3. Barnett, Chance (September 23, 2013). «The Crowdfunder's Guide To General Solicitation And Title II Of The JOBS Act». Forbes.

УДК 334.012

olga_maliarchuk@ukr.net

Малиарчук Ольга Георгіївна,
к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Maliarchuk Olga,
PhD, senior lecturer of the Enterprise's Strategy
Department, SHEE «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman», Ukraine

ФРІЛАНС ЯК СУЧАСНА ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

THE FREELANCING AS A MODERN FORM OF ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Визначено сутність, переваги та недоліки розвитку фрілансу як форми ведення підприємницької діяльності в сучасних умовах.

Ключові слова: фріланс, підприємницька діяльність, ринок фріланс-послуг.

Summary. The nature, advantages and disadvantages of freelancing as a form of entrepreneurial activity in modern conditions are presented.

Key words: freelancing, entrepreneurship, freelance services market.

Розвиток глобалізаційних процесів, становлення «креативної економіки» та віртуалізація змінюють параметри майбутнього попиту на ринку праці, виникає потреба в «мультикомпетентних» фахівцях та одночасно спостерігається зниження продуктивності праці персоналу компаній, зокрема відносно низька ефективність використання робочого часу. За останніми дослідженнями [1], близько 45 % офісних працівників «зависають» у соціальних мережах, що не пов'язано безпосередньо з виконанням функціональних обов'язків. За сучасних умов робочий графік 9—18 не є ефективним, так як для працівників є важливим баланс між роботою та відпочинком і можливістю управляти власним часом.

За умов глобалізації ринку праці та розвитку нових технологій фріланс є одним з ефективних способів боротьби з безробіттям. Функціонування фріланс-майданчиків (інтернет-бірж фрілансу) дозволяє фрілансерам співпрацювати із замовниками з інших країн, оскільки фактор відстані між замовником і виконавцем нівелюється. У сучасному розумінні *фрілансер* (англ. *freelancer* — вільний списоносець, найманець; у переносному значенні — вільний художник) — людина, що виконує роботу без укладання довготривалого договору з працедавцем, наймана тільки для виконання певного переліку робіт (позаштатний працівник). Тобто

фріланс — це є самостійна, систематична, ініціативна, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється з метою досягнення соціальних та економічних результатів та отримання прибутку, що відповідає ст. 42 Господарського кодексу України [2] і може визначатися як форма підприємницької діяльності. Основними способами реалізації фрілансу як форми підприємництва є [3]: ведення підприємницької діяльності без реєстрації підприємцем (на основі трудового договору); реєстрацією як суб'єкта підприємницької діяльності (ФОП) та фріланс-група.

На сьогодні ринок фріланс-послуг уже досить розвинений у Європі та США та стрімко розвивається в країнах СНД. Близько 34 % трудових ресурсів США є фрілансерами. За прогнозами аналітиків [4] до 2020 р. 60 % світового ринку праці будуть складати фрілансери. Україна є лідер за фріланс-послугами у сфері ІТ серед країн Східної Європи, зокрема щорічні темпи зростання фрілансерів з України на світовому ринку — від 10 до 25 %. Найбільшим попитом користуються такі послуги, як копірайтинг, дизайн, розробка мобільних додатків та ін. (рис. 1).

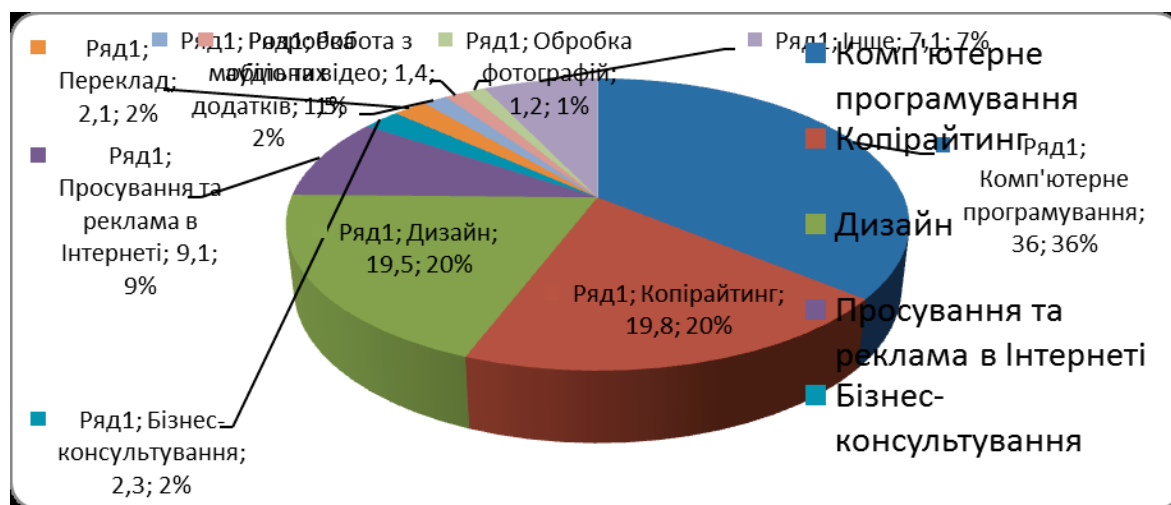


Рис. 1. Структура ринку фріланс-послуг за сферами діяльності, %
(складено на основі даних фріланс-біржі Freelancehunt)

Ефективною платформою, де можуть співпрацювати замовники та фрілансери на даний час, є інтернет-біржі фрілансу або ж фріланс-майданчики. Інструменти інтернет-бірж дозволяють замовникам отримувати якісно виконані роботи, зменшити витрати на фріланс-проекти, здійснювати швидкий пошук виконавців. Фрілансери можуть мінімізувати ризики «неоплати» виконаних робіт та уникнути випадків шахрайства.

Фріланс як форма підприємницької діяльності дозволяє самостійно здійснювати вибір проектів і замовників, проте виникає потреба у спілкуванні, обміну думками та ідеями між фрілансерами. Така ідея втілилася у розвитку креативних просторів як інструменту взаємодії творчоорієнтованих підприємців. Креативні простори функціонують як майданчики для інтелектуального, професійного та культурного розвитку їх учасників. Коворкінги, смартворкінги та інші форми ефективної організації спільнот фрілансерів поєднують переваги офісу та можливості гнучкого графіку роботи.

Разом з перевагами фрілансу, як сучасної форми підприємницької діяльності, є проблеми або ж ризики: шахрайство та невиконання зобов'язань, формування власної клієнтської бази та ділової репутації, законодавче врегулювання фрілансу. Фрілансери одноосібно несуть відповідальність за власну продуктивність, що вимагає навиків з тайм-менеджменту, проектного управління та ефективної роботи з клієнтами (замовниками).

Література

1. HH.ua. 45 % офисных сотрудников регулярно «висят» в социальных сетях [Електронний ресурс] // HeadHunter. Київ, Україна. — Режим доступу: <http://hh.ua/article.xml?articleId=13883>
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2003. — №18, №19–20, №21–22. — Ст. 144.

3. Гоцуєнко Н. Фріланс: «підібрати» чи «обібрати»? [Електронний ресурс] / Надія Гоцуєнко. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: <http://gazeta.dt.ua/business/frilans-pidibrati-chi-obibrati-ukrayinapershav-yevropi-y-chetverta-u-sviti-za-obsyagom-frilanserskih-dohodiv-.html>.

4. Фріланс в Україні — чи існує життя після офісу? [Електронний ресурс]. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: <http://unlimitukraine.com.ua/freelance/Frilans-v-Ykrayini-chi-isnyie-zhittya-pislya-ofisy/>.

УДК 658.8.011.1:640.432

melnikova_aa@mail.ru

Мельникова Олександра Анатоліївна
к.е.н., доцент
Луганський національний університет
ім. Т. Шевченка, м. Старобільськ, Україна

Melnikova Alexandra A.
candidate of economic sciences
associate professor
Luhansk National University of T. Shevchenko
Starobilsk, Ukraine

МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

MARKETING INNOVATIONS IN COMPANIES OF THE RESTAURANT INDUSTRY OF UKRAINE

Анотація. Запропоновано визначення категорії «маркетингові інновації». Визначено основні напрями маркетингових інновацій у ресторанному господарстві в Україні.

Ключові слова: маркетинг, інновації, маркетингові інновації

Summary. The thesis provides the definition of «marketing innovations». The article defines the main areas of marketing innovations in the restaurant industry of Ukraine.

Key words: marketing, innovations, marketing innovations.

У даний час ресторанний бізнес в Україні охоплений конкурентною боротьбою, в яку вступають заклади ресторанного господарства за своє виживання. Негативні економічні тенденції в розвитку національної економіки призвели до зниження купівельної спроможності населення в слідстві знецінення гривні. Так як послуги ресторанного бізнесу не є першочерговими для населення, то зниження купівельної спроможності населення негативно вплинуло на співвідношення попиту і пропозиції на ринку ресторанних послуг в Україні. У зв'язку з цим особливої актуальності набирають нові способи конкурентної боротьби за залучення нових відвідувачів й утримання вже існуючих. При цьому, одними з найефективніших інструментів у цій боротьбі можна вважати маркетингові інновації.

Маркетинговими інноваціями в ресторанному бізнесі можна назвати використання нових маркетингових підходів до ведення бізнесу або значне поліпшення або розширення маркетингового інструментарію, який уже використовується в закладі ресторанного господарства під час реалізації продуктової, цінової, комунікаційної та збутової політики закладу.

Так, прикладом маркетингових інновацій закладів ресторанного господарства в продуктивній політиці може бути технологічне вдосконалення виробничих процесів на кухні: використання нових технологій для приготування страв, використання нового електричного обладнання для поліпшення швидкості, якості та зовнішнього вигляду виготовлених страв, вивільнення робочого часу кухарів.

Традиційними маркетинговими інноваціями у сфері продуктової політики є оновлення асортименту пропонованих страв (меню), розробка спеціальних пропозицій (сезонних пропозицій, комплексних сніданків, обідів і вечерь тощо) і пропозиції додаткових послуг (кейтеринг, тверезий водій, обслуговування банкетів, дитяча кімната, доставка страв додому і т.д.) [3].

Усе більшої популярності в суспільстві набирає ідея ведення здорового життя, у зв'язку з чим актуальним є використання натуральних і екопродуктів при приготуванні страв, що може виступати підставою для позиціонування закладу ресторанного господарства. Крім того, популярними і оригінальними стають заклади ресторанного господарства з авторською кухнею, що робить заклад ексклюзивним в очах існуючих і потенційних відвідувачів.

Актуальними маркетинговими інноваціями в ціновій політиці закладах ресторанного господарства можуть бути диференційоване ціноутворення, наприклад, залежно від часу доби, що дозволяє вирівняти завантаженість виробничих потужностей протягом дня, а також використання різноманітних дисконтних програм, програм лояльності.

Особливе значення в умовах кризи є використання маркетингових інновацій у комунікаційній політиці закладів ресторанного господарства. Так, усе більшої популярності набирає використання QR-коду, який дозволяє існуючому або потенційному гостю в лічені секунди отримати доступ до інформації про заклад ресторанного господарства. Така інформація може

містити історію закладу, меню з цінами, карту розташування, інформацію про спеціальні акції та пропозиції і багато іншої інформації. QR-код можна розміщувати на чеках, меню, на різноманітних рекламних носіях, що говорить про універсальність його застосування [1].

Велика увага сьогодні приділяється анімаційним програмам у закладах ресторанного господарства: проведення виставок, презентацій, тематичних вечорів, свят і т.д. Новинкою для закладів ресторанного господарства в Україні є проведення теплан-шоу — коли на очах публіки, кухар віртуозно готує страву для гостей [1]. Окремо, деякі просунуті заклади роблять панорамне вікно на кухню або навіть ставлять відеокамери на робочому місці кухаря, з тим щоб дати можливість відвідувачам ознайомитися з процесом приготування їх блюд, що безумовно свідчить про високу майстерність кухарів і всебічну відкритість закладу ресторанного господарства.

У даний час дуже актуальними є додаткові привілеї для дітей у закладах ресторанного господарства. Наявність дитячої кімнати, іграшок, спеціального меню і анімаційних заходів є додатковим бонусом під час вибору того чи того закладу сім'ями з дітьми.

З активним розвитком Інтернет-технологій у керівництва закладів ресторанного господарства постає питання про розробку власного сайту та просування своїх послуг у мережі Інтернет. Сайт закладу ресторанного господарства повинен містити не тільки яскраву і барвисту інформацію про заклад, а й можливість перегляду меню з цінами, можливість замовити їжу додому (як додаткова послуга), можливість он-лайн бронювання столика і т.д.

У ресторанному бізнесі завжди особлива увага приділялася інтер'єру закладу. Сучасні технології дозволяють створювати тематичні та надзвичайні інтер'єри, які можуть виступати візитною карткою закладу. Так, найцікавішими з інтер'єру і концепції в Україні можна назвати такі заклади: ресторан-музей «Старий Млин» у Тернополі, кафе з кішками «KittyCafe» в Харкові, ретро ресторан «Дача» в Одесі, казковий багатоповерховий ресторан із запорожцем на даху «Дім легенд» у Львові, кафе з інтер'єром із закарпатської солі «Соляна печера» в Києві і т.д. Оригінальним є створення тематичних залів у закладі — наприклад, кімнати візуалізації фірмових сирів, кімнати сигар і віскі і т.д.

З активним розвитком соціальних мереж, цікавими для гостей є створення тематичних фотозон. Гості закладу ресторанного господарства не тільки отримують особисте задоволення від гарних фотографій, але і створюють рекламу, відзначивши свою геопозицію при розміщенні фотографій у соціальних мережах. У даний час окремі ресторатори навіть заохочують такі публікації гостей подарунками та бонусами.

Справжнім нововведенням для українських рестораторів у збутової політиці є використання інтерактивного електронного меню, яке дозволяє не тільки зробити вибір страв цікавим і наочним, але й дає можливість порахувати калорійність страв, побачити остаточний чек, або навіть пограти в ігри в очікуванні замовлення [2].

Окремою можливістю збільшити реалізацію послуг і підвищити впізнаваність бренду є участь у різних гастрономічних заходах і фестивалях. Так наприклад, у Києві з квітня по жовтень щомісяця проводять фестиваль «Вулична їжа», де беруть участь понад 1200 рестораторів, аналогічні фестивалі проводять у Тернополі — «Галицька дефіляда», в Ужгороді — фестиваль вина і меду «Сонячний напій», фестиваль «Закарпатське Божоле», у Рахові — «Гуцульська бринза», у Львові — «Львів на тарілці», фестиваль Дерунів у Коростені і т.д.

Так, підбиваючи підсумки, можна зробити висновок, що сьогодні особливо актуальним є комплексне використання маркетингового підходу та інструментарію у ресторанному бізнесі в Україні. Орієнтація бізнесу на клієнта, а також комплексне впровадження маркетингових інновацій у заклад ресторанного господарства дозволить не тільки підвищити конкурентоспроможність закладу, а й створюють майбутню перспективу його стратегічного розвитку.

Література

1. Инновации в ресторанном бизнесе. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/2013/02/restaurant-innovation/>
2. Колісниченко Т.О., Сагдєєва Д.Р. Сучасні тренди ресторанного бізнесу у Дніпропетровській області / Т.О. Колісниченко, Д.Р. Сагдєєва // Тези Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди» (м. Київ, 7 квітня 2016 р.) — К.: КНТЕУ, 2016. — 362 с. — С. 158—160.
3. Шустов А. А. Маркетинговые инновации как одно из важнейших направлений инновационной политики / А.А. Шустов // Молодой ученый. — 2013. — №9. — С. 258—263.

Мельник Оксана Володимирівна
к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Київ,
Україна

Melnyk Oksana V.
PhD in Economics, associate professor,
Enterprises Strategy Department,
Vadym Hetman Kyiv National Economic University,
Ukraine

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ЗАСАДИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: PRINCIPLES AND DEVELOPMENT OPPORTUNITIES

Анотація. Розглянуто причини розповсюдження інновацій, у тому числі соціальних, і визначено основні критерії соціального підприємництва. Здійснено порівняльну характеристику «традиційних» і соціальних підприємств та основні передумови їх створення.

Ключові слова: соціальні інновації, соціальне підприємство, соціально-орієнтована економіка

Summary. The article considers the reasons for spreading innovation, including social and the main criteria of social entrepreneurship. The comparative characteristic of «traditional» and social enterprises and on the preconditions of their creation.

Key words: social innovation, social entrepreneurship, social oriented economy

Світовий розвиток і розповсюдження інновацій, у тому числі і соціальних, включає появу нових стратегій, ідей, принципів, організацій, які ставлять на меті вирішення нагальних потреб соціуму, або попередження типових проблем суспільства, таких як бідність, адиктивна поведінка, нерівномірність у розподілі капіталу та ін. Протягом більшої частини минулого століття під соціальними інноваціями розуміли, частіше всього, соціальні зміни, індустріалізацію та сучасність у цілому. На сьогодні вектор дещо змінився, адже саме соціальні інновації є тією рушійною силою, яка зміщує фокус з технічного прогресу на розвиток людських цінностей, які орієнтовані на збільшення достатку або економічне зростання, а отже і вирішення певних соціальних завдань [4].

Яскравим прикладом соціальних інновацій є соціальне підприємство, що реалізується через створення соціальних підприємств. Нові форми організації підприємництва або взагалі нова ідея чи принципи діяльності підприємництва можуть активно впливати на соціум, створюючи та змінюючи організації, поширюючи певні ідеї та принципи. Такі якісні перетворення мають впроваджуватися і підтримуватися не тільки на рівні підприємців та організацій, а й на рівні держави.

Термін «соціальне підприємство» вперше був використаний в Англії у 60-х роках минулого століття. Одним із перших, хто створив першу Школу соціального підприємництва, а також більше ніж 60 соціальних підприємств, був М. Янг [1].

З кінця 1970-их років використовується таке визначення соціального підприємства: це юридично зареєстрована організація, яка перебуває у спільній власності та контролі членів цієї організації, та заснована на принципах рівної частки власності. Підприємство здійснює комерційну діяльність, створює суспільне багатство та сприяє покращенню екології. Суспільне багатство та екологічні вигоди є невід'ємною частиною цілей діяльності соціального підприємства; або на їх досягнення підприємство скеровує частину прибутку [5].

Умови сприяння створення соціального партнерства доцільно розглядати через інституційний підхід соціального підприємництва як інноваційної інституції доцільно через інституційний підхід, який розглядався вище в питанні поширення соціальних інновацій. Більшість інновацій у процесі свого розвитку, за вдалих умов, можуть зазнати процесів інституціоналізації, тобто стають нормами, закріплюючись і стаючи стійкими практиками в суспільстві [3, с. 411].

Таким чином, на нашу думку, соціальне підприємство — це бізнес із соціальною місією, для якого характерні такі критерії:

- соціальний вплив (спрямованість на вирішення чи пом'якшення конкретної відчутної соціальної проблеми);
- інноваційність (застосування нових підходів чи способів розв'язання як давньої, так і новопосталої соціальної проблеми);
- самоокупність і фінансова стійкість (незалежність від зовнішнього фінансування);
- тиражованість (відтворюваність моделі соціального підприємства в інших географічних і соціальних умовах) [6].

Для наочності відобразимо порівняльні характеристики підприємств в табл. 1.

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ ОРГАНІЗАЦІЙ

Параметри	Соціальне підприємництво	Благодійна організація	Традиційне підприємство
Структура підприємства (організації)	Соціально орієнтована	Соціально орієнтована	Комерційна
Мета діяльності	Бути соціально корисним	Благодійність	Реалізація власної місії і поставлених цілей
Фінансування	Потрібен стартовий капітал	Залежить від зовнішніх джерел фінансування, пожертв, донорів, грантодавців	Може не залежати від зовнішніх джерел фінансування; необхідний тільки стартовий капітал
Результат діяльності	Розв'язання соціальних проблем, отримання прибутку	Отримує гранти та пожертви, які спрямовуються на розв'язання соціальних проблем	Отримує дохід від власної діяльності, метою якої є максимізація прибутку
Прибуток	Реінвестується	Відсутній	Прибуток розподіляється серед власників та акціонерів

Доповнено на основі [6]

Соціальне підприємництво як вид соціальних інновацій можна охарактеризувати як новий спосіб вирішення ряду соціальних проблем, що раніше перекладався на плечі держави. Соціальне підприємництво може бути представлене в різних формах (компанії, громадські організації, кооперативи) як проміжна ланка між благодійністю і класичним підприємництвом, що досить актуально в сучасних умовах особливо у східних регіонах України.

Література

1. Коханова Н. М. Появление и развитие социального предпринимательства как особого вида деятельности в России и в других странах / Н. М. Коханова // Экономика и социум. — 2013. — №4.
2. Назарук В. 5 парадоксів соціального підприємництва в Україні [Електронний ресурс], Джерело доступу: // <http://gurt.org.ua/blogs/%D0%92%D0%B0%D1%81%D0%B8%D0%BB%D1%8C%20%D0%9D%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%80%D1%83%D0%BA/1288/>
3. Нуреев Р.М. Постсоветский институционализм. / Под ред. Р.М. Нуреева, В.В. Дементьева А. — Донецк: Каштан, 2005. — 480 с.
4. Пікап'юк Д. Соціальне підприємництво, як вид соціальних інновацій // [Електронний ресурс], Джерело доступу: // <http://www.sociology.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/06/>
5. Спреклі Ф. Посібник з планування соціального підприємництва // [Електронний ресурс], Джерело доступу: http://www.britishcouncil.org.ua/sites/default/files/posibnik_z_planuvannya_socialnogo_pidpriemstva.pdf
6. Український форум благодійників. Соціальне підприємництво. [Електронний ресурс], Джерело доступу: <http://ufb.org.ua/sekto-blagodijnosti/filantropija-u-sviti/trendi/trend-2.htm>

УДК 330.341.1

olganicolaychuk@rambler.ru

Ніколайчук Ольга Анатоліївна
к.е.н., КЕІ ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Nikolaichuk Olga A.
PhD, Kriviy Rih Economic Institute SHEE
«Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman», Ukraine

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО:
СУТНІСТЬ ТА ОЗНАКИINTELLECTUAL ENTREPRENEURSHIP: THE
NATURE AND CHARACTERISTICS

Анотація: Досліджено сутність інтелектуального підприємництва в сучасних умовах економічного розвитку. Виокремлено основні ознаки інтелектуального підприємництва. Запропоновано типи інтелектуальних підприємницьких структур на основі інтелектуальної взаємодії працівників.

Ключові слова: інтелектуальне підприємництво, знання, інтелектуальна взаємодія, інтелектуальна корпорація.

Summary. The nature of intellectual entrepreneurship is investigated in modern conditions of economic development. The basic features of intellectual entrepreneurship are allocated. The types of intellectual business structures are proposed which based on the intellectual interaction of the employees.
Key words: intellectual entrepreneurship, knowledge, intellectual interaction, intellectual Corporation.

Економіка знань кардинально змінює традиційні принципи та моделі конкурентоспроможного підприємництва. Новим особливим видом підприємництва стає інтелектуальне підприємство, що безпосередньо пов'язано з підвищення ролі знань та інтелекту в суспільному виробництві

Інтелектуалізація підприємництва виражається в підвищенні значущості нематеріальних ресурсів, особливо інтелектуальних для забезпечення конкурентоспроможності підприємницьких структур; переході від виробництва матеріального продукту до створення інтелектуальних цінностей — знань, інформації тощо; зміні типу підприємництва — від трудового до інтелектуального бізнесу.

Питання інтелектуалізації економіки та праці є предметом обговорення багатьох теоретиків і практиків управління, зокрема Е. Брукінг, О. Бутнік-Сіверського, Л. Едвінсона, С. Ілляшенка, Б. Леонтьєва, Й. Рууса, С. Пайка, Л. Фернстрема, К. Свейбі, Т. Стюарта, А. Чухна, Г. Швиданенко та ін. Разом з цим, розвиток підприємництва на основі інтелектуалізації недостатньо вивчено в науковому колі та вимагають подальшого дослідження.

Першим, хто використав термін «інтелектуальний підприємство», був професор Техаського університету в Остіні Річард Червітц [1]. На його думку, інтелектуальне підприємство, в першу чергу пов'язано з виробництвом нових знань і втіленням їх у конкретні життєві блага допомогою механізмів співпраці та взаємодії економічних агентів, які беруть на практиці форму різних інтелектуальних співтовариств.

Дослідження наукових підходів до розуміння сутності інтелектуального підприємництва дозволило виокремити такі підходи:

1) особливий тип підприємництва, здійснюваний інтелектуалами, які створюють соціально-орієнтовані складні, високотехнологічні інтелектуальні продукти (ноу-хау, програмне забезпечення, нові технології та способи інвестування тощо), причому керуються не тільки економічними вигодами (прибутком), а й цілями самореалізації та духовно-моральними орієнтирами [2];

2) підприємство, здійснюване інтелектуалами, тобто людьми з вищою освітою, результатом діяльності яких є інтелектуальний продукт [3];

3) це когнітивне підприємство, націлене на генерацію новітніх ідей і знань, забезпечують поступальний розвиток особистості і суспільства [4];

4) інтелектуальне підприємство тлумачиться як навичка, ступінь освоєння якої є виразом п'яти ознак: інтелектуальною безстрашністю, інформаційною грамотністю, толерантністю до інформаційної надлишковості та невизначеності і сильною мотивацією до породження нового знання [5, 6].

При дослідженні сутнісних основ інтелектуального підприємництва об'єктивно виникає питання: яка підприємницька діяльність може бути віднесена до інтелектуальної?

Про інноваційний характер підприємництва зазначав ще Й. Шумпетер, який у своїй книзі «Теорія економічного розвитку» трактує поняття «підприємець» як «новатор». Шумпетером була зроблена спроба виділити особистісні якості підприємця, що зумовлюють наявність певного стійкого зв'язку між підприємницькими та інтелектуальними здібностями особистості.

Російські дослідники Б. В. Саліхов і Б.А. Нейматова [7] розуміють ключову відмінність інтелектуального підприємництва у виробництві та отриманні прибуткових інтелектуальних знань. Тобто, прибуток отримується не «за всяку ціну» і не шляхом використання звичайних інновацій, а в результаті творчого застосування виключно інтелектуальних знань.

Таким чином, не всяке підприємство можна вважати інтелектуальним, а лише те, яке за основу ставить розвиток і використання інтелектуальних знань.

На основі узагальнення вищевказаних досліджень пропонується тлумачити інтелектуальне підприємство залежно від економічного рівня: на макрорівні — як особливий інститут економіки знань; на мікрорівні — як діяльність щодо управління інтелектуальними ресурсами компанії з метою максимізації прибутку; на нанорівні — як сутнісна характеристика конкурентоспроможної особистості.

Основні ознаки інтелектуального підприємництва зводяться до такого:

- 1) характерною є стійка мотивація до генерації нового знання;
- 2) інтелектуальне підприємство має здатність створювати нове знання;
- 3) характеризується когнітивною активністю та сміливістю,
- 4) наявність прогресивних форм пошуку та обробки інформації;
- 5) передбачає наявність психологічної стійкості до інформаційною «перенасиченості» та інформаційного «вакууму»;

б) формування і розвиток нової корпоративної культури, органічно поєднує в собі елементи гуманітарного і природничо-наукового знання.

Відмінності у формах інтелектуальної взаємодії працівників дозволяють узагальнити кілька типів інтелектуальних підприємницьких структур:

1) інтелектуальне співробітництво — засновано на безпосередній інтелектуальній взаємодії висококваліфікованих працівників без ієрархічних формальностей;

2) віртуальне та мережеве підприємництво — здійснення інтелектуальної взаємодії у віддаленому режимі на основі телекомунікаційних технологій;

3) інтелектуальна корпорація — базується на партнерстві творчих, інноваційно орієнтованих особистостей, спрямованих на генерацію нових ідей і знань. Основними умовами їх функціонування є свобода вибору, корпоративна відповідальність і обмежене корпоративне правління.

Література

1. Cherwitz, A.R. Intellectual Entrepreneurship. A vision for graduate education / A.R. Cherwitz, Ch.A. Sullivan // Change. November/December 2002. <https://webpace.utexas.edu/cherwitz/www/ie/articles.html>
2. Шевченко Л.С. Університети як суб'єкти інтелектуального підприємництва / Л.С. Шевченко // Теорія і практика правознавства. — 2014. — Вип. 1 (5) [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/6343/1/shevchenko.pdf>
3. Ахтямов М. К. Интеллектуализация предпринимательства как объективная закономерность развития экономики знаний / М. К. Ахтямов, Н. А. Кузнецова, Л. В. Саакова // Российское предпринимательство. — 2011. — № 4. — Вып. 2 (182). — С. 16–24.
4. Салихов Б. В. Интеллектуальное предпринимательство. Управление когнитивными знаниями современной корпорации [Электронный ресурс] / Б. В. Салихов. — Режим доступа: <http://www.bv-salikhov.ru/intellektualnoe-predprinimatelstvo.html>.
5. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б.З. Мильнера. — М.: ИНФРА — М., 2013. — 624 с.
6. Константинов Г.Н. Интеллектуальное предпринимательство, или принципы обретения конкурентного преимущества в новой экономике. [Электронный ресурс] / Г.Н. Константинов, С.Р. Филонович. — Режим доступа: www.hbr-russia.ru.
7. Салихов Б.В. Интеллектуальное предпринимательство в сфере производства корпоративных знаний [Электронный ресурс] / Б.В.Салихов, Б.А. Нейматова // Креативная экономика. — 2009. — № 1 (25). — С. 53—63. — Режим доступа: <http://bgsience.ru/lib/3919/>

УДК 631.15:65.014.12(477)

ozhelevskaya@ukr.net

Ожелевська Тетяна Станіславівна
к.е.н., доцент, Київський національний торговельно-економічний університет, Україна

Ozhelevska Tetyana S.
PhD of Economics, Associate Professor (docent) of Kyiv National University of Trade and Economics, Ukraine

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

INSTITUTIONAL SUPPORT LEVEL OF THE DEVELOPMENT OF THE INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP IN THE AGRARIAN SECTOR OF UKRAINE

Анотація. Проаналізовано ступінь інституційного забезпечення сучасного розвитку інноваційного підприємництва в аграрному секторі України. Визначено складові державного регулювання в контексті механізму стимулювання розвитку інноваційного підприємництва.

Ключові слова: інституційне забезпечення, підприємництво, державне регулювання.

Summary. The analysis of the institutional support level of the modern development of the innovative entrepreneurship in the agrarian sector of Ukraine. Components of state regulation in the context of the stimulation mechanism of development of the innovative entrepreneurship are defined

Key words: institutional support, entrepreneurship, state regulation.

У сучасному світі ефективність будь-якого економічного агента, в першу чергу, залежить від його інноваційної активності. Як влучно наголошує П.С. Єщенко, у ХХІ ст. процвітаючими будуть ті країни, які зуміли стати лідерами у розвитку науки, у розширенні освіти, у створенні нових технологій, систем інформації та управління [1, с. 15].

Підписання Україною угоди про асоціацію з ЄС відкрило нові можливості для міжнародної інтеграції вітчизняного аграрного сектору, використання його наявного потужного екс-

портного потенціалу для освоєння глобального економічного простору. Проте, незважаючи на одержання преференційного режиму у взаємній торгівлі для України, за більшістю товарних позицій вітчизняні аграрії не змогли реалізувати жодної тонни сільгосппродукції. Продукція українських аграрних підприємств виявила низьку конкурентоспроможність на європейському ринку. Йдеться про дрібних товаровиробників, які забезпечують 70—80 % виробництва сільгосппродукції у країні, але вони не можуть бути інтегровані у світовий і європейський ринки, тому що вироблена ними продукція неконкурентоспроможна ні за стандартами якості та безпеки, ні за ціною. Однією з основних причин цього є низький рівень інноваційної активності вітчизняного підприємництва в аграрній сфері.

Зниження рівня державної підтримки аграрного підприємництва в умовах стрімкого падіння рівня доходів українських споживачів призвело у 2015 р. не тільки до згорання інноваційної активності аграріїв, а й взагалі до скорочення кількості суб'єктів (насамперед, фермерських) малого та середнього підприємництва [2, с. 33]. Якщо в 2008 р. обсяг видатків по Міністерству аграрної політики та продовольства України був затверджений на рівні 12,2 млрд грн, то у 2015 р. — 2,2 млрд грн [3, с. 19].

У той час як розвиток інноваційної моделі аграрного підприємництва розвинених країн призвів до зниження собівартості продукції, незважаючи на кризові явища в світовій економіці, в Україні ж, яка володіє 25 % чорноземів світу, спостерігається зростання затратності сільськогосподарського виробництва. Так, індекс витрат на виробництво сільськогосподарської продукції за 2013—2015 рр. становив 179,7 % і формувався, у першу чергу, за рахунок збільшення вартості матеріальних ресурсів, запчастин до автомобілів і сільськогосподарських машин, девальвації гривні — у 2,9 разу. Разом з тим, на світовому продовольчому ринку спостерігався тренд до зниження цін, зокрема, на пшеницю — на 50,1 % у період з грудня 2012 р. по лютий 2016 р., на кукурудзу — на 48,3 % [4]. Зрозуміло, що подальший розвиток вітчизняного аграрного підприємництва у цьому напрямі обов'язково призведе до його повного банкрутства.

Загальновідомо, що інноваційна модель розвитку підприємництва потребує відповідного інституціонального забезпечення, яке має створити держава. В Україні для цього необхідно:

- створити відповідну законодавчу базу, яка б містила комплекс заходів інноваційної політики з визначенням термінів виконання, чітких інструментів, джерел і розмірів фінансування. Наприклад, інституційну основу аграрної політики в країнах ЄС і США, складовою якої є інноваційна політика, закладають законодавчі акти, які охоплюють всю множину її напрямів, розраховані на певний період дії, визначають умови, порядок й обсяги фінансування державних програм, їх затвердженню передують широкі громадські обговорення за участю всіх заінтересованих суб'єктів і науковців [3, с. 23]. Для підвищення інноваційної активності, наприклад, у Франції запроваджено такий вид податкового стимулювання, як «інноваційний податковий кредит», доступний для малих і середніх підприємств. Польща надає різноманітні податкові пільги науково-дослідним центрам [5, с. 17];

- створити аналітично-координаційну державну/регіональну структуру, яка б проводила моніторинг ефективності інноваційних проектів. Наразі пріоритетними стають ті інноваційні проекти, результатом яких буде примноження інвестиційних ресурсів його власника. Але вкрай важливим також є врахування інтегрального ефекту від впровадження інновацій — не тільки економічного, а й ресурсного (раціональне використання всіх ресурсів), екологічного та соціального. Також доцільно врахувати досвід формування та реалізації мети Спільної аграрної політики ЄС залежно від економічних умов, в яких перебував аграрний сектор на певному історичному етапі свого розвитку. Якщо протягом 1962—1977 рр. метою Спільної аграрної політики ЄС було збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, то на період 2014—2020 рр. закладена мета: встановлення справедливості та стимулювання пропозиції суспільних благ; захист екології і справедливий розподіл виплат фермерів;

- створити ефективну систему фінансового забезпечення розвитку інноваційного підприємництва;

- сформувати дієву систему науково-інформаційного забезпечення суб'єктів малого та середнього підприємництва. На жаль, створені інформаційно-консультаційні центри в Україні ще не виконують свої функції джерела новітніх інноваційних знань;

- створити ефективну інституціональну структуру ринку інновацій, яка б сформувала сприятливе мотиваційне середовище для функціонування системи продукування та реалізації інновацій в аграрному секторі;

- створити дієву гнучку систему заохочень до результативної високотехнологічної виробничої і обслуговуючої кооперації науково-дослідних установ, екстеншн-центрів при агра-

рних університетах України з суб'єктами малого та середнього аграрного підприємництва, а особливо з їх кооперативними об'єднаннями, для гарантованого збуту власної науково-технічної та інноваційної продукції;

— створити ефективні інституції для поширення кооперативної ідеї серед сільського населення та залучати їх співробітників до створення бізнес-інкубаторів;

— сформувати дієве інституціональне забезпечення стимулювання розвитку регіональних інноваційних кластерів.

Розвиток інноваційного підприємництва в аграрному секторі України дозволить не тільки підвищити конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на світовому ринку, але й знизить соціальну напругу на селі, підвищить добробут сільського населення, дасть поштовх для розвитку сільських територій та їх інфраструктури.

Література

1. *Єщенко П.С.* До інновацій та стратегічних пріоритетів шляхом об'єднання «невидимої» та «видимої» руки / П.С. Єщенко // Економіка України. — 2016. — № 6. — С. 3—16.
2. *Лупенко Ю.О.* Розвиток аграрного сектору економіки України: прогнози та перспективи / Ю.О. Лупенко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. — 2015. — Серія «Економіка». — Випуск 2(4). — Частина 2. — С. 30—34.
3. *Онегіна В.М.* Інституційна основа аграрної політики: українські реалії й досвід США ТА ЄС / В.М. Онегіна, Н.В. Шибасева // Економіка АПК. — 2016. — С. 18—24.
4. *Данилишин Б.* Нова державна підтримка агропромислового комплексу — шлях в нікуди [Електронний ресурс] / Б. Данилишин. — Режим доступу : http://economics.lb.ua/state/2016/04/07/332278_nova_derzhavna_pidtrimka.html
5. *Гесць В.М.* Інституційна обумовленість інноваційних процесів у промисловому розвитку України / В.М. Гесць // Економіка України. — 2014. — № 12. — С. 4—19.

УДК 65.011.4 : 334.7.01

liudmyla.petrenko.3@kneu.ua

Павленко Ірина Анатолівна
д-р екон. наук, професор,
Петренко Людмила Анатоліївна

к.е.н., доцент,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Pavlenko Iryna A.,
Doctor of Science (Econ.), Professor,
Petrenko Liudmyla A.,
PhD, Associate Professor
Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ГЛОБАЛЬНИХ СОЦІОГУМАНІТАРНИХ І ТЕХНОЛОГІЧНИХ ВИКЛИКІВ

ENHANCING OF INNOVATIVE BUSINESS IN UKRAINE IN CONDITIONS OF GLOBAL SOCIAL AND TECHNOLOGICAL CHALLENGES

Анотація. Доведено необхідність обґрунтування концепції активізації інноваційного підприємництва в Україні як основи національної економічної безпеки за умов глобальних соціогуманітарних і технологічних викликів. Викладено принципи публічно-приватного діалогу/партнерства в системі «наука-освіта-бізнес-суспільство» як основи адаптації національної інноваційної системи до умов обмеженого державного фінансування та реалізації підприємницького потенціалу країни.

Ключові слова: національна інноваційна система, підприємницький потенціал, державне фінансування інноваційного розвитку.

Summary. Is proved the necessity of innovational business concept in Ukraine as the foundation of national economic security in the global social and technological challenges. The principles of public-private dialogue / partnership in the «science-education-business society» as the basis of the national innovation system adapting to the conditions of limited state financing and realization entrepreneurial potential.

Key words: national innovation system, entrepreneurial potential, state funding for innovative development.

Інноваційний розвиток є основою конкурентоспроможності сучасних економік. Внаслідок двадцятирічної бездіяльності має місце відставання українських підприємств від зарубіжних конкурентів. Для вирішення цієї проблеми в умовах існуючих соціогуманітарних викликів (війна, анексія територій і втрата частини технологічного потенціалу країни на Сході, корупція в різних формах і проявах) неможливо використати традиційні для пострадянських країн методи стимулювання науково-технічного прогресу. Тому необхідно створити принципово нову концепцію і впровадити відповідну національну програму активізації інноваційного підприєм-

ництва, що має базуватися на основі досягнень економіки, техніки та технології, соціології та включати: формування ціннісно-орієнтованого на інновації суспільства, розвиток знансєвих компетенцій підприємств та інших учасників інноваційного процесу, інтеграцію механізмів формування нових знань у систему суспільних інститутів — активізаторів інноваційного підприємництва. *Перетворення інноваційного підприємництва у національну ідею*, стимулювання підприємництва як базису інноваційного розвитку країни необхідне на основі ефективної дерегуляції підприємницької діяльності, зниження адміністративного тиску на бізнес, усунення адміністративних причин нереалізованості підприємницького потенціалу в Україні.

Тому ці аспекти потребують поглибленого наукового опрацювання в напрямку пошуку концептуальних основ розвитку активізації інноваційного підприємництва та здійснення технологічного стрибка в Україні, зокрема на основі залучення проривних інновацій, сучасних концепцій управління знаннями, ціннісно-орієнтованого менеджменту, формування доданої вартості та можливостей інформаційно-комунікаційних технологій.

Проблема інноваційної активності соціально-економічних систем та її ефективності перебувала у центрі досліджень багатьох видатних закордонних і вітчизняних науковців, таких як: Michael George, Л.І. Абалкін, Л.Л. Антонюк, Ю.М. Бажал, Konstantinos Biginas, Clayton Christensen, Н.В. Chesbrough, В.М. Геєць, Benedict C. Doepfer, Robin Feldman, Christopher Freeman, Андрій Habisch, Antti Hautamäki, Mark A. Lemley, Kaisa Oksanen, Ben Spigel, А. Павленко, Harald Pechlaner, Xenia-Isabel Poppe, Stavros Sindakis, J. A. Schumpeter, Christoph Schwarz, Stephen Spinelli, Jeffry A. Timmons, О.Б. Чернега, Kimberly Watson-Hemphill, James Works та ін. Суттєвим напрацюванням у сфері регулювання інноваційних процесів стала «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів». Традиційно в полі зору наукових досліджень знаходяться проблемні аспекти інноваційного розвитку на рівні національної економіки і регіонів. У той же час за останні десятиліття в Україні майже не було системних досліджень з проблематики інноваційного підприємництва, з поглибленою увагою до вітчизняної специфіки перебігу інноваційних процесів в умовах загрози національній безпеці внаслідок неочікуваного виникнення соціогуманітарних викликів глобального характеру та поглиблення технологічного відставання.

Публікації зарубіжних авторів (Benedict C. Doepfer; Андрій Habisch; Harald Pechlaner; Xenia-Isabel Poppe; Christoph Schwarz, Ben Spigel, Kaisa Oksanen and Antti Hautamäki, Konstantinos Biginas and Stavros Sindakis) поглиблено досліджують досвід успішного приватно-публічного партнерства у сфері інновацій, реалізації підприємницького потенціалу для спрямування розвитку економіки країни за інноваційним вектором. У даному контексті особливо цікавим є досвід пострадянських європейських країн, наприклад, Хорватії та Словенії, а також таких країн, як В'єтнам, Ізраїль, досвід успішного технологічного зростання постсоціалістичної Східної Німеччини шляхом стимулювання підприємницьких відносин інноваційного спрямування. Даний досвід необхідно осмислити з позиції тих соціогуманітарних викликів, що стоять перед Україною.

Тому вважаємо, що на сьогодні вітчизняна економічна наука у цьому аспекті суттєво відстає від світового рівня і потребує перегляду з точки зору необхідності створення нової концепції активізації інноваційного підприємництва в Україні як основи національної економічної безпеки за умов глобальних соціогуманітарних і технологічних викликів задля подолання підприємницької аморфності та забезпечення прискореного інноваційного розвитку вітчизняної економіки. Міждисциплінарна проблема подолання технологічного відставання шляхом активізації інноваційного підприємництва в Україні потребує найшвидшого і водночас системного вирішення.

Базисними для дослідження проблеми є наукові напрацювання початку ХХІ століття щодо функціонування національних інноваційних систем на основі концепції екосистеми інновацій, відкритих інновацій, активізації інноваційного розвитку в умовах глобалізації економіки, публічно-приватного партнерства, використання новітніх механізмів трансферу технологій, пріоритетів ціннісно-орієнтованого управління діяльністю підприємств, впровадження інноваційних бізнес-моделей, оптимізації бізнес-процесів підприємств, спрямованої на забезпечення продуктивності інновацій, а також дослідження успішних економік, що пройшли випробування глобальними соціогуманітарними та технологічними викликами (європейські постсоціалістичні країни, Ізраїль, Північна та Південна Корея, Західна та Східна Німеччина та ін.).

Водночас новітні соціогуманітарні виклики, війна і втрата частини науково-технічного та промислового потенціалу економіки на Сході вимагають концептуального переосмислення принципів публічно-приватного діалогу/партнерства в системі «наука-освіта-бізнес»

суспільство», вимагають адаптації національної інноваційної системи до умов обмеженого державного фінансування та реалізації підприємницького потенціалу для прискорення інноваційного розвитку як умови економічного процвітання та незалежності України.

Таким чином, науковим підґрунтям активізації інноваційного розвитку в країні за сучасних умов є:

- обґрунтування теоретико-методологічних засад активізації інноваційного підприємництва за умов глобальних соціогуманітарних і технологічних викликів,
- розробка рекомендацій щодо управління інноваційними процесами, комерціалізації результатів наукових досліджень,
- формування ефективних систем інноваційної діяльності та її нормативно-правової бази і стимулювання інноваційного підприємництва в Україні сучасними інструментами економічного регулювання та забезпечення на цій основі ефективного розвитку економіки держави й пріоритетів підвищення національної безпеки.

Усе це дозволить забезпечити нову якість економічного зростання на основі створення та розвитку інноваційної економіки України.

Література

1. Геєць В.М. Іноваційна Україна 2020: Національна доповідь / за заг. ред. В.М.Геєця та ін.: НАН України. — К., 2015. — 336 с.
2. Павленко І.А. Іноваційне підприємництво у трансформаційній економіці України : Монографія. — К.: КНЕУ, 2007. — 248 с.
3. Jeffrey A. Timmons, Stephen Spinelli. New venture creation: entrepreneurship for the 21st century / McGraw-Hill/Irwin, 2004. — 700 p.
4. Konstantinos Biginas and Stavros Sindakis. Innovation through Public-Private Partnerships in the Greek Healthcare Sector: How is it achieved and what is the current situation in Greece? // The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal. — Volume 20(1). — 2015, article 5.
5. Kaisa Oksanen and Antti Hautamäki. Transforming regions into innovation ecosystems: A model for renewing local industrial structures // The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal, 19(2), 2014, article 5.
6. Ben Spigel. Developing and governing entrepreneurial ecosystems: the structure of entrepreneurial support programs in Edinburgh, Scotland // International Journal of Innovation and Regional Development. — 2016. — Vol. 7. — No. 2. — P. 141—160.
7. Lemley, Mark A. and Robin Feldman. Patent Licensing, Technology Transfer, and Innovation // American Economic Review. — 2016. — 106(5). — P. 188—192.
8. Benedict C. Doepfer; Andrii Habisch; Harald Pechlaner; Xenia-Isabel Poppe; Christoph Schwarz. Entrepreneurship, shared values and the region — assessing the conditions for regional social performance of entrepreneurial behaviour // International Journal of Innovation and Regional Development. — 2016. — Vol. 7. — No. 1. — P. 36—56.

УДК 338.631

marianma@yandex.ru

Плотникова Марія Федорівна
к.е.н., доцент, Житомирський національний агро-
екологічний університет, Україна

Plotnikova Mariia F.
candidate economic of sciences, Zhytomyr National
Agroecological University, Ukraine

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

INNOVATIVE APPROACHES IN MANAGING OF BUSINESS STRUCTURES DEVELOPMENT

Анотація. Висвітлено сутність поняття «розвиток» як економічної категорії. Виявлено її види та форми прояву в умовах суспільно-економічних інноваційних процесів. Визначено структурні складові розвитку сільських територій із врахуванням інноваційного системно-синергетичного підходу.

Ключові слова: розвиток, територія, гармонійність і збалансованість, поселення родових садіб.

Summary. The essence of the concept of 'development' as an economic category is highlighted. Its types and manifestations in terms of socio-economic processes are revealed. The structure constituents of rural territory development considering innovative system-synergistic approach are identified.

Keywords: rural areas, rural development, infrastructure provision, food security, sustainable development

Діяльність урядових структур переважно зосереджена на макроекономічних параметрах розвитку країни як об'єкту управління. Водночас недостатньо врегульованими залишаються

чинники індивідуального розвитку окремих домогосподарств. З позицій ефективності доцільним є стимулювання розвитку родин та їх груп як визначальних рушіїв регіонального розвитку. Перехід державного стимулювання розвитку на мікроекономічному рівні (окремої людини, родини) спроможний зробити еволюційний крок до розвитку суспільства в цілому. Головним резервом цього розвитку є забезпечення прозорості та відкритості системи доступу до загальнодержавних ресурсів, зокрема землі. Формування спрощеного порядку отримання 1 га кожним бажаючим того громадянином для облаштування Родової садиби, безоплатно, в постійне (або довічне) користування, без права продажу, з правом передачі лише в спадок, дозволяє вирішити низку соціально економічних питань. До них, зокрема, можна віднести зниження соціальної напруженості внаслідок підвищення рівня зайнятості та самозайнятості, оздоровлення населення, забезпечення його житлом, екологічно безпечними поживними та смачними продуктами харчування, стимулювання народжуваності, зниження навантаження на об'єкти інфраструктури міст, відродження родючості ґрунтів і захист їх від ерозії тощо. Процес отримання землі запускати економічний мультиплікатор, що стимулюватиме виробництво в будівельній галузі, в тому числі матеріалів. Аналогічні процеси відбуваються і в інших галузях економіки. Крім того, близько 25 % капіталів знову повертається в економіку у вигляді податків і зборів, які в свою чергу стимулюють розвиток інших секторів, що дає стійке замовлення промисловості й усій економіці в цілому. Сприяння розвитку локальних виробництв буде додатковим стимулятором розвитку.

Паралельно з процесами деградації соціально-економічних відносин і природно-ресурсного потенціалу в суспільстві спостерігається рух людей до землі (і це не може не радувати). Люди реалізують свої наміри щодо володіння земельними ділянками хто як може. Мотивація руху людей до землі різна, але факт залишається фактом, люди йдуть на землю, облаштовуються, незважаючи на всі проблеми, які з цим пов'язані. Для розуміння темпів розвитку цього процесу можна навести два приклади: Черкаська область, Чигиринський район — Хутір Будда (примітний тим, що там є дуб, якому 1000 років): 2003 р. — три сім'ї, а в 2009 р. — 23; Житомирська область — 2008 р. — 1 поселення, 2015 р. — 12. Всеукраїнська громадська організація «Народний рух захисту Землі» (ВГО НДЗЗ), вивчивши ці нові тенденції в суспільстві, у 2008 р. запропонувала ряду міністерств, відомств і аграрної науки провести круглий стіл з представниками родових помість України. У жовтні 2008 р. такий круглий стіл був проведений у Міністерстві аграрної політики та продовольства України на рівні заступників міністрів, перших заступників міністрів. Для участі в круглому столі були запрошені представники родових помість з усіх регіонів України (близько 50 осіб). На цьому круглому столі представники міністерств, відомств та аграрної науки, заслухавши і обговоривши виступи представників родових помість, внесли пропозицію підготувати проект Концепції про родові помістя. У першій половині 2009 р. проект Концепції «Родове помістя» був підготовлений, погоджений із заінтересованими міністерствами, відомствами, а так само з аграрною наукою (НААНУ) і направлений на розгляд Кабінету Міністрів України. Результатами такого рішення стало підписання Прем'єр-міністром України доручення восьми міністерствам, відомствам і аграрної науки: вивчити проект Концепції «Родове помістя» і внести узгоджену пропозицію в Кабінет Міністрів України. Міністерства направили в Кабінет Міністрів пропозицію такого змісту: даний проект Концепції заслуговує уваги і його слід застосувати в програмі розвитку сільських територій до 2020 р.

Основна ідея проекту Концепції «Родове помістя» полягає в такому: «Надати законодавче право кожному громадянину України, при бажанні, отримати 1 га землі для облаштування родового помістя. Безоплатно. У постійне (довічне) користування. Без права продажу. З правом передачі тільки по спадку». Організація родових помість, на наш погляд, повинна базуватися на трьох основних принципах: органічне землеробство, нові форми і підходи в освіті і вихованні дітей, безвідходна життєдіяльність, що включає альтернативну енергетику. Проводячи інформаційну роботу ми використовуємо такі форми, як: міжнародні науково-практичні конференції; громадські слухання; круглі столи; фестивалі; зустрічі. Ця робота проводиться за сприяння і участю державних адміністрацій і рад усіх рівнів (від сільського до обласного). Наведена вище інформаційна робота несла в собі, в основному, роз'яснення з трьох питань, а саме: 1) земля, щоб кожен бажаючий міг взяти собі 1 га для облаштування родового помістя, в Україні є (відповідну кількість захищено Академії аграрних наук); 2) люди, охочі взяти 1 га для облаштування родового помістя, в Україні — є; 3) законодавча база, що дозволяє вирішувати це питання сьогодні, до прийняття спеціального Закону, в Україні теж є.

Крім того, за ініціативи Міністерства аграрної політики та продовольства України Національний науковий центр (ННЦ) «Інститут аграрної економіки», Житомирський національний

агроекологічний університет і Всеукраїнська громадська організація «Народний рух захисту Землі» у 2014 р. підготували подали на затвердження в установленому порядку Програму з вивчення студентами аграрних університетів (усіх спеціальностей) теми розвитку сільських територій шляхом реалізації концепції «Родове помістя». Для вивчення цієї дисципліни розроблено посібник для студентів Вузів. Для ознайомлення зі змістом підручника, Міністерством освіти України та Всеукраїнської громадської організації «Народний рух захисту Землі», у червні 2015 року, було організовано 5-тиденний семінар для представників аграрних університетів. Учасниками семінару були: автори підручника (Житомирський національний аграрний університет), Всеукраїнська громадська організація «Народний рух захисту Землі», Одеська юридична академія, новатори педагогіки України, представники родових помість України. Така різнопланова і різнорівнева інформаційна робота з роз'яснення суті і змісту ідеї родових помість призвела до зміни в свідомості певних верств суспільства і поміняла ставлення до цієї теми. Почало проявлятися розуміння корисності реалізації ідеї родових помість для всіх сфер життя суспільства.

Література

1. *Попова О.Л.* Розвиток багатофункціонального сільського господарства: досвід Німеччини / О.Л. Попова // Економіка і прогнозування. — 2015. — №2. — С. 148—158.
2. Plotnikova M. Innovative character of rural territories social potential realization / M. Plotnikova // Management Theory And Studies For Rural Business And Infrastructure Development. — 2014. — №36. — №4. — Р. 956—958.
3. *Секлікова Л.А.* Законы Мироздания или основы существования Божественной Иерархии. Т. 1 / Л.А. Секлитова, Л.Л. Стрельникова. — М.: Амрита, 2012. — 384 с.
4. *Попова О.Л.* Соціальні та екологічні параметри діяльності сільськогосподарських підприємств: диверсифікація за економічними класами / О.Л. Попова, Л.Л. Панкратова, М.Г. Бетлій // ЕП. — 2010. — №. — С. 110—125.
5. *Павлов О.І.* Формування системи управління розвитком сільських територій / О.І. Павлов // Економіка АПК. — 2009. — №12. — С. 109—115.
6. Rural Development policy [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm
7. New perspectives for EU rural development [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/rurdev/refprop_en.pdf

УДК 339.137.2

vitaradko@yandex.ua

Радько Вікторія Миколаївна

к.е.н., доцент,

Мацюра Світлана Іванівна

к.е.н., доцент,

Криворізький економічний інститут
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Radko Victoria M.

Ph.D., associate professor

Matsyura Svetlana I.

Ph.D., associate professor

Krivoy Rog Economic Institute SHEE
«Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman», Ukraine

УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ НА ІННОВАЦІЙНІЙ ОСНОВІ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРНИЧО- ЗБАГАЧУВАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

THE RESOURCE CONSERVATION MANAGEMENT BASED ON INNOVATIONS AS COMPETITIVENESS FACILITY OF MINING ENTERPRISE

Анотація. Визначено принципи забезпечення стратегічного рівня конкурентоспроможності та запропоновано дерево цілей управління ресурсозбереженням ГЗК Кривбасу з визначенням їх пріоритетності з метою формування стійких конкурентних переваг.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги, управління ресурсозбереженням, дерево цілей.

Annotation. The principles of strategical level of competitiveness are determined and objectives tree of resource conservation management of Krivoy Rog mining enterprises with definition of their priority for the purpose of stable competitive position formation are offered.

Keywords: competitiveness of enterprise, competitive position, resource conservation management, objectives tree.

Для формування стійких конкурентних переваг необхідним є системна декомпозиція цілей підприємства як системи. Для цього доцільним є використання «дерева цілей». В умовах

діяльності гірничо-збагачувальних підприємств використання цього методу зумовлено вирішенням комплексу взаємозалежних проблем. У першу чергу, це виявляється в скороченні поглибленні гірничих виробок і погіршенні гірничо-геологічних умов видобутку мінеральних ресурсів. З цього випливає щорічне зростання питомих витрат ресурсів, що виявляється в збільшенні собівартості, зростанні ресурсоемності. На нашу думку, перехід до стратегічного рівня конкурентоспроможності ГЗК зумовлений системним підходом, що базується на таких положеннях (принципах): визначення і деталізація цілей; визначення прийомів, способів діяльності, що сприяють досягненню цих цілей; розподіл задач по виконавцях і об'єднання їх у керовані групи; координація різних видів діяльності; забезпечення єдності цілей; встановлення ефективного контролю; облік взаємозв'язку факторів зовнішнього середовища з діяльністю підприємства; урахування їх зворотного зв'язку.

Складність управління ресурсозбереженням в умовах діяльності видобувних підприємств вимагає ретельного аналізу цілей і завдань діяльності, шляхів і засобів їхнього досягнення, оцінки впливу різних факторів на підвищення ефективності і якості роботи. Це приводить до необхідності широкого застосування експертних оцінок у процесі формування та вибору рішень з управління ресурсозбереженням. Використання експертного методу здійснено на підставі заповнення матриць парних порівнянь з використанням шкали Сааті.

У табл. 1 представлено результати використання експертного методу для ранжирування цілей ГЗК: цілі нижнього рівня показують міру впливу кожної цілі на цілі наступного, вищого ієрархічного рівня. При цьому сума загального впливу цілей кожного рівня складає одиницю.

Як видно з табл. 1, найпріоритетнішими є цілі 1.6, 1.7, 1.1, 1.4, а саме — реалізація ресурсозберігаючих технологій, удосконалення мотиваційних стимулів ефективного використання ресурсів, ефективне використання наявних ресурсів підприємства, організація заходів щодо ресурсозбереження. Зазначені напрямки складають близько 86 % досягнення генеральної мети підприємства — формування стійких конкурентних переваг.

Таблиця 1

ДЕРЕВО ЦІЛЕЙ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ ГЗК КРИВБАСУ

Рівень	Складові дерева цілей			Пріоритетність
Генеральна ціль — формування стійких конкурентних переваг за рахунок зниження ресурсоемності виробництва				
1.1	Ефективність використання наявних ресурсів підприємства			0,129
	1.1.1	Ефективне використання мінерально-сировинної бази		0,455
		1.1.1.1	Зменшення обсягу відходів збагачення	0,632
		1.1.1.2	Зменшення втрат залізної руди на етапі її транспортування	0,087
		1.1.1.3	Збільшення коефіцієнту вилучення заліза в концентрат	0,206
		1.1.1.4	Підвищення коефіцієнту виходу концентрату	0,075
	1.1.2	Ефективне використання трудових ресурсів підприємства		0,108
		1.1.2.1	Ефективне використання управлінського потенціалу підприємства	0,625
		1.1.2.2	Ефективне використання потенціалу менеджерів середнього рівня підприємства	0,236
		1.1.2.3	Ефективне використання потенціалу менеджерів нижнього рівня підприємства	0,045
		1.1.2.4	Ефективне використання потенціалу робітників	0,093
	1.1.3	Ефективне використання фінансових ресурсів підприємства		0,283
		1.1.3.1	Ефективне використання власних ресурсів підприємства	0,714
		1.1.3.2	Ефективне використання позикових ресурсів підприємства	0,143
		1.1.3.3	Ефективне використання залучених ресурсів підприємства	0,143
	1.1.4	Ефективне використання паливно-енергетичних ресурсів підприємства		0,038
1.1.4.1		Ефективне використання паливних ресурсів підприємства	0,75	

Закінчення табл. 1

Рівень	Складові дерева цілей			Пріоритетність
Генеральна ціль — формування стійких конкурентних переваг за рахунок зниження ресурсоемності виробництва				
		1.1.4.2	Ефективне використання енергетичних ресурсів підприємства	0,25
	1.1.5	Ефективне використання інформаційних ресурсів підприємства		0,116
		1.1.5.1	Ефективне використання вхідної інформації підприємства	0,75
1.1	1.1.5	1.1.5.2	Ефективне використання внутрішньої інформації підприємства	0,25
1.2	Зниження собівартості реалізованої продукції			0,032
	1.2.1	Зниження витрат залізорудної сировини		0,656
	1.2.2	Зниження трудомісткості продукції за рахунок впровадження нових методів збагачення		0,205
	1.2.3	Зниження фондомісткості продукції		0,106
	1.2.4	Зниження інших витрат		0,032
1.3	Збільшення доходів від усіх видів діяльності на підприємстві			0,064
	1.3.1	Збільшення доходів від операційної діяльності		0,666
	1.3.2	Збільшення доходів від фінансової діяльності		0,110
	1.3.3	Збільшення доходів від інвестиційної діяльності		0,191
	1.3.4	Збільшення доходів від інших доходів		0,032
1.4	Реалізація організаційних заходів щодо ресурсозбереження на підприємстві			0,106
	1.4.1	Організація контролю за використанням ресурсів		0,114
	1.4.2	Організація контролю за технологічним режимом		0,135
	1.4.3	Організація контролю якості устаткування		0,214
	1.4.4	Організація моніторингу ресурсозбереження		0,304
	1.4.5	Організація контролю професійної відповідності персоналу		0,061
	1.4.6	Організація навчання персоналу		0,172
1.5	Залучення інвестицій для розвитку гірничо-збагачувальних підприємств			0,042
	1.5.1	Залучення інвестицій для розробки нових ресурсозберігаючих технологій збагачення залізних руд		0,371
	1.5.2	Залучення інвестицій для реалізації програми комплексної переробки сировини		0,297
	1.5.3	Залучення інвестицій для удосконалювання структури управління підприємством		0,332
1.6	Реалізація ресурсозберігаючих технологій			0,454
	1.6.1	Застосування нових технологій комплексної переробки сировини з отриманням будівельних матеріалів		0,652
	1.6.2	Застосування нових технологій при збагаченні залізних руд		0,208
	1.6.3	Застосування нових технологій при переробці відходів збагачення		0,101
	1.6.4	Застосування нових технологій для селективного видобутку корисних копалин		0,038
1.7	Мотивація ресурсозбереження на ГЗК			0,172
	1.7.1	Усвідомлення значення ресурсозбереження у забезпеченні стратегічного рівня конкурентоспроможності комбінату		0,620
	1.7.2	Мотивація персоналу ГЗК		0,056
	1.7.3	Формування організаційно-економічних стимулів ефективного використання ресурсів		0,324

Отримані результати підтверджуються досвідом функціонування провідних видобувних підприємств світу, де, навіть при несприятливих гірничо-геологічних умовах видобутку, стійкі конкурентні переваги сформовані за рахунок комплексної переробки сировини на інноваційній основі. Тому, на відміну від гірничо-видобувних підприємств Анголи, Бразилії, Індії, Китаю, що працюють в сприятливих гірничо-геологічних умовах, інноваційний розвиток видобувних підприємств Німеччини, Норвегії, США сприяв їх переходу до стратегічного рівня конкурентоспроможності.

Таким чином, можна зробити висновок, що реалізація програм ресурсозбереження на інноваційній основі нівелює вплив гірничо-геологічних умов і дозволяє сформувати стійкі конкурентні переваги підприємствам, що знаходяться у диференційованих умовах стану власної мінерально-сировинної бази.

УДК 336.7

kate.raputa@gmail.com

Рапута Катерина Олегівна
аспірант кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Raputa Kateryna O.
Postgraduate PhD student, Department of
Economics, Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman, Ukraine

ВЕНЧУРНЕ ФІНАНСУВАННЯ СТАРТАПІВ В УКРАЇНІ

VENTURE CAPITAL FINANCING OF START-UPS IN UKRAINE

Анотація: надано короткий огляд світового стану венчурного фінансування та ситуації в Україні. Проведено аналіз переваг і недоліків венчурного фінансування.

Ключові слова: венчурні фінансування, венчурних фонд, венчур, інвестування, стартап, ризикове підприємство.

Abstract: brief overview of the global status of venture capital financing. A brief overview of the situation in Ukraine. Analysis of the advantages and disadvantages of venture capital financing

Key words: venture financing, venture Fund, venture, investments, startup, risk enterprise.

На жаль, нині в нашій країні спостерігається великий відтік інноваційних стартапів, адже їм важко залучити венчурні інвестиції. Саме тому є потреба дослідити причини, які стримують розвиток венчурного фінансування в Україні.

Проблематика венчурного фінансування стартапів не є новою для вітчизняних науковців. Дослідженням різних її аспектів займалися А.М. Антонюк, Т.А. Васильєва, В.Г. Боронос, В.Г. Мединський, Л.Г. Шаршукова, В.В. Юхименко, Т.В. Юхименко, М.Н. Переверзева, А.В. Малявина, С.А. Попов та ін. З огляду на це, метою дослідження є аналіз рівня венчурного фінансування в світі і умови, які сприятимуть розвитку стартапів саме в Україні.

У результаті проведеного дослідження підтримуємо твердження, що венчурне фінансування — це довгострокові (на 5—7 років) високо ризикові інвестиції приватного капіталу в акціонерний капітал малих високотехнологічних перспективних компаній, які орієнтовані на виробництво наукоємних продуктів. Світовим лідером венчурного фінансування вважаються США (компанії Accel Partners і Sequoia Capital). Але Європа та Ізраїль намагаються наздогнати лідера.

Згідно статистиці експертів DowJonesVentureSource, американські венчурні капіталісти щедріші ніж європейські. Так, якщо посівні інвестиції приблизно однакові як в Америці, так і в Європі, то вже у наступному раунді інвестицій (серії А) стартапи у США отримують приблизно в два рази більше інвестицій, не кажучи вже про наступні раунди.

Згідно останньої статистики компанії 2thinkknow, яка проаналізувала 85 міст світу за 9 факторами (включаючи кількість патентів, кількість інвесторів, які вкладають кошти в розвиток технологій у місті) представлено 25 самих інноваційних міст світу, лідерами рейтингу стали Сан-Франциско (США), Лондон (Великобританія), Нью-Йорк (США), а от Токіо (Японія) посіло 11 місце за загальними показниками, але отримало найвищі результати по параметру «венчурні інвестиції»

І от, на жаль, у цьому рейтингу не було жодного міста України. Але враховуючи, те що останні роки в Україні спостерігається бум інноваційних стартапів і венчурні фонди, такі як TA Ventures, Aventures, iTech Capital, Horizon Capital та International Finance Corporation, починають вкладати кошти в українські стартапи, все більше українських стартапів виходять на міжнародний ринок.

Позитивними є певні «симптоми», які можуть прискорити зростання венчурних інвестицій у найближчі роки: покращення інвестиційного клімату; наявність великого наукового-

технічного та технологічного потенціалу, а також розробок і проектів готових до реалізації; скорочення можливостей для спекулятивних наросувань капіталу

До факторів, які стримують розвиток венчурного бізнесу в нашій країні, належать: невисока ліквідність венчурного капіталу; відсутність державної підтримки; мала ємність фондового ринку; неготовність у межах країни купувати високотехнологічні продукти.

Отже, можна зробити висновок, що венчурні фінансування має певні переваги та недоліки. До переваг можна віднести: не потребує застав та інших будь-яких видів забезпечення, підтримка на всіх етапах розвитку компанії, надається в короткі строки (якщо фонд залучається на посівному етапі), не передбачає, як правило, виплат протягом роботи (проценти, дивіденди), великі суми (зазвичай фонди беруться вкладати кошти, якщо необхідно більше 1 млн дол., залучення коштів тоді, коли їх не має, а компанія задля розвитку їх потребує. До недоліків: складність залучення та пошуку інвесторів, необхідність виділення долі в капіталі, повне розкриття інформації, втручання інвестора в управлінські моменти, інвестор може в будь-який момент вийти з проекту, відсутність динамічного розвитку в Україні.

Література

1. Поручник А.М., Антонюк Л.Л. Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні: монографія. — К.: КНЕУ, 2000. — 172 с.
2. Проблеми фінансового забезпечення інноваційного розвитку: монографія / За заг. ред. Т.А. Васильєвої, В.Г. Боронос. — Суми: Вид-во СумДУ, 2009. — 351 с.
3. Медынский В.Г., Шаршукowa Л.Г. Инновационное предпринимательство: учебное пособие. — М.: ИНФРАМ, 1997. — 240 с.
4. Юхименко В.В., Юхименко Т.В. Проблеми венчурного фінансування в Україні // Фондовий ринок. — 2009. — № 27. — С. 28—32.
5. Переверзева М.Н., Малявина А.В., Попов С.А. Венчурные механизмы финансирования инновационных проектов // Менеджмент в России и за рубежом. — 2009. — № 3. — С. 22—28.
6. Венчурное финансирование: мировой опыт: сб. обзоров и реф. / РАН. ИНИОН. Центр социол. науч.информисслед. Отд. экономики; отв. ред. и сост. вып. Минервин И.Г. — М., 2001. — 106 с.

УДК: 330.1: 658

rephouse@mail.ru

Рєпіна Інна Миколаївна
д.е.н., професор
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Repina Inna
Doctor, Professor,
Kyiv National Economic University named after
V. Getman, Ukraine

КАПІТАЛІЗАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ПРАЦІ

CAPITALIZATION OF INTELLECTUAL WORK

Анотація: Розглянуто питання створення інтелектуального продукту в результаті інтелектуальної праці та обґрунтовано потребу визначення капіталізованої інтелектуальної ренти для забезпечення інтелектуальної творчості.

Ключові слова: інтелектуальний продукт, об'єкт інтелектуальної власності, інтелектуальна рента, комерціалізація, капіталізація, вартість

Abstract: the question of creating intellectual product as a result of intellectual work and justify the need for definition of capitalized intellectual rent for intellectual creativity.

Keywords: intellectual product, intellectual property, intellectual rent, commercialization, capitalization, value

Сучасні тенденції розвитку економічної думки пов'язані з дослідженням нових товарних ринків — ринків результатів інтелектуальної праці, якщо останні представляють комерційний інтерес і можуть бути капіталізовані у вартість. Над проблемами капіталізації результатів інтелектуальної праці працювали вчені-економісти: Г. О. Андрощук, В. Д. Базилевич, О. Б. Бутнік-Сіверський, К. А. Весельська, К. І. Дмитрів, Н. О. Крикун, В. С. Новіков, В. Б. Струтинський, А. Ю. Рикуніч, А. А. Чухно, Н. О. Шпак та ін. Науковці дійшли до думки, що доктрина капіталізації результатів інтелектуальної праці виступає надійним фундаментом формування моделі інформаційного суспільства, прогрес якого тісно пов'язаний з виробленням інтелектуального продукту який є проявом людського таланту.

З точки зору матеріального виробництва *інтелектуальний продукт* — результат інтелектуальної, розумової, духовної та творчої діяльності, втілений у відкриттях, винаходах, патентах, наукових звітах і доповідях, проектах, раціоналізаторських пропозиціях, творах літератури,

мистецтва, музики та ін. [2, 3]. Він набуває різноманітних форм, а його творці отримують авторське право, в силу чого вони або особисто його використовують, або можуть продати.

Проте окремі дослідники наголошують на переважанні креативного підходу при створенні інтелектуального продукту і пропонують визначати *інтелектуальний продукт* як втілення знання, інтелекту, породження людського мозку, результат духовного виробництва, основою якого є інтелектуальна творчість [4]. За цією концепцією генерування інтелектуальних продуктів сприяє формуванню ноосфери — сфера розуму, раціональної людської діяльності в умовах оточуючої її біосфери.

За даними державної служби статистики, за роки незалежності України кількість організацій, які виконують наукові дослідження й розробки, скоротилася на 27 % [5]. Найбільша кількість таких установ була зафіксована у 1998 році (1518 одиниць). Проте за період 2014—2015 рр. наша держава втратила 165 центрів наукових досліджень. Також, за 25 останніх років відбулося суттєве зменшення кількості науковців у країні. Якщо у 1991 році в Україні наукою займалося 295010 осіб, то у 2015 році кількість науковців зменшилася на 78 % і склала лише 63864 осіб. Однією з ключових причин такого становища є відсутність дієвих механізмів капіталізації результатів інтелектуальної праці, здатних забезпечити належні матеріальні умови для інтелектуальної творчості. Виходячи з цього, наукова спільнота потребує розроблення нової методології капіталізації результатів інтелектуальної праці з пошуком методів визначення інтелектуальної ренти науковця і вартості інтелектуального продукту.

Слід зазначити, що трансформація інтелектуального продукту в товар, придатний для виробництва і ринку, є найскладнішим етапом, що визначає предмет взаємовигідних стосунків між творцем і споживачем. Проте придбати такий продукт можна у разі його відчуження власником через реалізацію його вартості [1]. Звідси з'являється необхідність у нормативно-законодавчому порядку встановлення права власності на інтелектуальний продукт і виникає потреба у визначенні його первісної вартості для подальшої капіталізації.

Зазвичай під капіталізацією розуміється процес перетворення майбутніх доходів, очікуваних від використання об'єкта оцінювання, у його вартість шляхом комерціалізації. У свою чергу, комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності — це взаємовигідні дії всіх учасників процесу перетворення результатів інтелектуальної праці у ринковий товар з метою отримання прибутку чи іншої ринкової вигоди. Світова статистика свідчить, що зі 100 науково-технологічних розробок до ринку доходять 10 % тих, що дозволяють повернути з невеликим прибутком витрати на їх виробництво, і лише 4 % дають реально відчутний прибуток. У 2015 році питома вага загального обсягу витрат у ВВП України становила 0,62 %, у тому числі за рахунок коштів державного бюджету — 0,21 % [5]. За даними 2014 р., частка обсягу витрат на наукові дослідження та розробки у ВВП країн ЄС-28 у середньому становила 2,03 %. Більшою за середнє значення частка витрат на дослідження та розробки була у Фінляндії — 3,17 %, Швеції — 3,16 %, Данії — 3,05 %, Австрії — 2,99 %, Німеччині — 2,87 %, Словенії — 2,39 %, Франції — 2,26 %; меншою — у Чорногорії, Румунії, Кіпрі, Латвії та Сербії (від 0,36 % до 0,77 %). Загальний обсяг наукових і науково-технічних робіт, виконаних власними силами наукових організацій України у 2015р., становив 12611,0 млн грн, у тому числі обсяг науково-дослідних робіт — 4736,9 млн грн, обсяг науково-технічних розробок — 6522,9 млн грн, обсяг науково-технічних послуг — 1351,1 млн грн. Його питома вага у ВВП становила 0,64 %.

Основним результатом капіталізації є те, що економічна організація нарощує цінність (вартість), наслідком чого є підвищення підприємством опору до навколишніх загроз і створює можливості для майбутнього зростання. Вона стає можливою у разі: юридичного визнання і захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності; визначення первісної вартості об'єктів права інтелектуальної власності (їх капіталізація як нематеріальних активів).

За результатами проведеного дослідження можна стверджувати, що завдяки власним здібностям і прагненню до постійного розвитку людина здійснює новаторську діяльність, результатом якої є інтелектуальний продукт. Питання визначення вартості даного продукту пов'язане з механізмами виокремлення інтелектуальної ренти з подальшою її капіталізацією. Відсутність таких механізмів призводить до знецінення інтелектуальної праці та зменшення результативності наукової діяльності, що в майбутньому може стримувати інноваційні процеси в країні.

Література

1. Бутнік-Сіверський О.Б. Проблеми стимулювання науково-дослідної та інноваційної діяльності / О.Б. Бутнік-Сіверський // Наука та наукознавство. — 2011. — № 1. — С. 19—25.

2. Економіко-правові проблеми в сфері інтелектуальної власності: Монографія / кол. авторів: Орлюк О.П., Бутнік-Сіверський О.Б., Ревуцький С.Ф., Нежиборець В.І., Федченко Л.Ю. та ін.; кер. авт. колективу, наук. ред. д.е.н., проф. Бутнік-Сіверський О.Б. — К.: НДІ інтелектуальної власності АПРН України, 2006. — 364 с.

3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К.: Видавничий центр «Академія», 2000. — 864 с.

4. Інтелектуальна власність: креативи метафізичного пошуку [Текст] / В. Д. Базилевич, В. В. Ільїн. — К.: Знання, 2008. — 687 с.

5. Наукова та науково-технічна діяльність в Україні у 2015 році [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Державної служби статистики України. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

УДК 336.71

olsamsa@gmail.com

Самсонова Ольга Іванівна
старший викладач кафедри банківської
справи ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»
Тихоненко Юрій Васильович
к.техн.н., Інститут менеджмента
і права, м. Київ

Samsonova Olga I.
senior lecturer of SHEI «KNEU
after named Vadym Hetman»,
Tykhonenko Yuri V.
nominee Doc. Tech. Sc.,
the Institute of management and law

БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ У РЕФОРМУВАННІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

BANK INNOVATIONS IN REFORMING OF UKRAINE BANKING SYSTEM

Анотація. Розкрито сутність банківських інновацій, реформування банківської системи. Визначено фактори прискорення інноваційності банків.
Ключові слова: банківська система, банківські інновації, методи роботи, фактори інноваційності.

Summary. The meaning of bank innovations and banking system reforming is shown. The speed-up factors of bank innovativeness were defined.

Key word: Banking system, bank innovations, work methods on innovations, factors of innovativeness.

Економічний розвиток країни, як унікальне і складне явище постійно генерує для науковців питання про його рушійні сили та системні трансформації. Економічне зростання країни неможливе без відповідного підкріплення економіки певними фінансовими ресурсами. Основою функціонування економіки є надійна банківська система. Банківська система (множина пов'язаних між собою елементів, явищ, поглядів) на сучасному етапі економічного розвитку представляє взаємодію банків, правил і організаційних засад банківської діяльності, інфраструктури, законів і нормативних актів, регулювання і нагляду, норм професійної поведінки та ін. Стабільна банківська система, що динамічно розвивається є передумовою і запорукою стійкого економічного зростання.

В останні роки Україна пережила низку економічних шоків, одним з яких є нищівна девальвація національної грошової одиниці. Прийняття банківських рішень пов'язане з болючими змінами в діяльності банків: у першій половині 2016 р. майже 70 банків виведені з ринку, в яких виявлено порушень на більше ніж 256 млрд грн, десятки тисяч працівників залишилися без роботи, збиток працюючих банків становить 9,2 млрд грн (збитки потребують додаткових вливань у капітал), кредити бізнесу зросли на 0,5 % (1,6 млрд грн) поряд з надлишковою ліквідністю банківської системи у 100 млрд грн, рівень непрацюючих кредитів становить більше 50 % — це криза чи нові можливості? Оптимізму бракує, але можна вважати, що банківська система повільно починає шлях до оздоровлення. Кризовим явищем, як відома, притаманне очищення від усього застарілого та прихід нового у формі інновацій.

У світовій економіці постійно формуються нові виклики і загрози, що матимуть безумовний вплив на банківську систему України, яка має прийняти жорсткі умови виживання. Сучасний банк є складним організмом, який приймає на себе певні ризики, а його конкурентоспроможність залежить від ефективної діяльності та здатності до швидкого впровадження інновацій.

Банки, які встигнуть першими до «інноваційного коника», зможуть зробити інноваційний стрибок, про що багато говорять в Україні. Стрімкий розвиток технологій призвів до того, що інноваційний процес стає для банків необхідністю. Сьогодні стало зрозуміло, що саме інновації можуть вивести банки на новий рівень функціонування, покращити позиції банку на ринку банківських послуг, розширити клієнтську базу, підвищити довіру клієнтів до банку, генерувати нові потоки доходів. Банки по різному організовують роботу над інноваціями, найефективнішими методами є:

- 1) спільна робота з IT-компаніями та постачальниками;
- 2) створення тестових версій IT-рішень за допомогою онлайн-спільноти;
- 3) спільна робота з навчальними закладами і стартапами;
- 4) відкриття спеціальних інноваційних лабораторій.

У 2013 році корпорація IBM оголосила про багатомільярдний контракт з банківською групою Unicredit, предмет якого — створення нової інфраструктури банку у найближчі десять років, правління банку сподівається заощадити на такому партнерстві 725 млн євро. Дубайський банк NoorIslamic регулярно проводить конкурси інновацій з винагородою у 20 тис. дол. США за перше місце. Іспанський банк La Caixa пропонує своїм клієнтам представляти свої ідеї за допомогою соціальних мереж, таким чином дає відчуття клієнтам їх приналежність до процесу, на сьогодні банк отримує понад 200 ідей на місяць. Варто згадати про створення банків «третього покоління». Так, у Німеччині навесні 2017 р. запрацює новий цифровий банк *Penta*, сервіси якого орієнтовані на стартапи і малий бізнес, які активно користуються безготівковими розрахунками. Відкриття рахунку займає 10 хв, отримання картки — 2 дня. Перші 12 міс. використання сервісів буде безкоштовним, потім банк встановить абонплату, до якої увійдуть внутрішні і міжнародні перекази та інші операції. Депозити і кредити поки не передбачені. *Penta* запропонує клієнтам програмне забезпечення для обліку заробітної плати, ведення бухгалтерії, аналізу даних. Фінустанова не планує отримувати ліцензію, як і популярний німецький мобільний банк Number26, і налагодив партнерські відносини з банком Fidor.

Для більшості українських банків характерним є копіювання банківських продуктів і послуг, що застосовуються за кордоном. Це дозволяє значно скоротити витрати на інноваційну діяльність і значною мірою вберегти себе від різноманітних ризиків. І населення країни не підготовлене до сприйняття банків, як фінансових радників з питань користування інноваціями, і довіри немає.

Основною тенденцією українських банків останнім часом є розвиток дистанційного банківського обслуговування, мобільного та Інтернет-банкінгу. Передовим банком у цій сфері залишається ПриватБанк, який відкрив перший пункт самообслуговування. Одним з останніх нововведень ПриватБанку в технологічному плані є розробка спеціальної банківської програми для управління власними фінансами створеної для GoogleGlass, що дає можливість оплачувати рахунки через фото, переводити гроші за допомогою голосових функцій, запитувати пошук найближчих банкоматів, знімати готівку з банкоматів без самої карти, а також зв'язуватися по відео з банкіром. Все управління здійснюватиме власник за допомогою голосу. Диверсифікація банківського бізнесу веде до росту доходів саме за рахунок збільшення комісійних виплат. Сучасні банки, за оцінками експертів, пропонують своїм клієнтам близько 200 послуг.

Основні фактори, які прискорять інноваційність, на думку іноземних банкірів, — це збільшення швидкості та ефективності бізнес-процесів, збільшення орієнтованості на клієнта, а також зниження складності та вартості операцій, що викликано численними розрізненими системами, які використовуються для обслуговування клієнтів. Стратегічний пріоритет банківських інновацій у реформуванні банківської системи призводить до збільшення витрат інноваційних витрат. За даними Infosys 77 % банків збільшують бюджет на інновації і лише 5 % зменшують.

Банки — надійна система, на якій повинна триматися економіка будь-якої країни. Прискорити процес реформування банківської системи України, мають ключові фактори, серед яких зниження процентних ставок за кредитами, повернення депозитів до банків, можливості власників підтримувати фінустанови, збільшення зайнятості населення і зростання доходів громадян, доступ до зовнішнього фінансування, у найближчі роки гостро стоять питання повернення довіри населення до банків та оновлення правового поля для вирішення існуючих проблем. Банківська система повільно, але впроваджує у свою діяльність інновації, щоб українські банки могли стати конкурентоспроможними, покращити якість, швидкість надання і вартість послуг відповідно до потреб клієнта, що матиме позитивний вплив для банківської системи і країни в цілому.

Література

1. Банківська система: [Електронний ресурс]: навчальний посібник / за ред. проф. І. Б. Івасіва. — К.: КНЕУ, 2015. — 370 с.
2. Якушева О. В. Конкуренція на ринку банківських послуг як мотив інноваційної діяльності банків // Економічний аналіз : зб. наук. праць / — Тернопіль: Економічна думка, 2014. — Том 15. — № 1. — С. 284—291.
3. Асоціація українських банків. — Режим доступу: aub.org.ua

Смирнов Євген Валерійовичк.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна**Smyrnov Ievgen**PhD in Economics, associated professor of
department of economics of enterprises
SHEE «KNEU named after Vadym Getman»,
Ukraine**ВІРТУАЛІЗАЦІЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ ПОТОКІВ
У МЕРЕЖЕВІЙ ЕКОНОМІЦІ****VIRTUALIZATION OF ENERGY FLOWS
IN THE NETWORKED ECONOMY**

Анотація. Інноваційний розвиток економіки проходить під впливом віртуалізації ресурсних потоків, основним з яких є інформація, а традиційним — енергія. Внаслідок цього була поєднана нова інформаційна парадигма і модифікована ресурсна парадигма з переходом на новий рівень ери енергетичного обміну.

Ключові слова: віртуальна енергія, енергетичний обмін, трансфер енергії, енергетичні агенції

Summary. Innovative economic development is influenced virtualization resource flows, the main of which is the information, and traditional — energy. As a result, new information paradigm was combined with modified resource paradigm and further transition to a new era of energy level.

Key words: virtual energy, energy exchange, energy transfer, energy agencies

Подальша і поглиблююча інформатизація і, як наслідок, віртуалізація суспільно-економічного життя виводить на перший план нетрадиційні (ідеальні) ресурси (інформація та знання) не тільки для матеріального, а й для інтелектуального виробництва. Важливою іманентною складовою віртуальної економіки є те, що вона формується у межах інформаційного (кібернетичного) простору чи мережевих інформаційних структур. Іншими словами, мережева економіка є наслідком інформаційної революції кінця XX сторіччя [1, с. 65]. Поняття «віртуальна економіка» невіддільно пов'язане зі світом віртуальної реальності і мережею Інтернет, а також характеризується одночасною присутністю у системі великої кількості користувачів (у нашому випадку, продавців і споживачів інформаційного продукту), які обмінюються чи купують один у одного віртуальні блага [5]. Тобто, віртуальні системи надають можливість економіці додатковий стимул для розвитку, причому не у вигаданому просторі, а цілком наочному і реальному, наприклад, у наше повсякденне життя вже твердо ввійшли такі поняття і процеси, як віртуальні гроші (Webmoney), віртуальна валюта (Bitcoin), віртуальний банк (Webbanking), електронна торгівля (E-commerce) і багато іншого. Додатково це може знайти своє підтвердження у завищеній капіталізації компаній сфери інформаційних технологій на фондовому ринку (Microsoft, Google). Але попри подальше ствердження віртуальних і мережевих систем і розвитку інформаційного простору, добробут більшості людей залежить від рівня матеріального виробництва традиційної економіки [3, с. 377]. Якщо для епохи мережевої економіки характерним і визначальним ресурсом є інформація і знання (ідеї, ноу-хау, трансфер технологій та інше), то «стара економіка» визнає провідним і обов'язковим ресурсом саме *енергію* [6]. Інноваційні інструменти в економіці з точки зору віртуалізації і розвитку мережевих структур, які ґрунтуються, безумовно, на використанні мережі Інтернет, створюються завдяки новітнім інформаційно-електронним практикам, що впливають зрештою на управління, маркетинг, логістику, матеріальне виробництво, основним ресурсом яких і є *енергія*. Отже, основним завданням на сьогодні є не протиставлення умов і методів традиційної (матеріальної) і інноваційної (інформаційної) економіки, а в пошуку конструктивних, дієвих і ефективних інструментів зміни суспільно-економічного процесу в умовах подальшої віртуалізації суспільства і сталого курсу на мережеву економіку.

Мережева економіка визначається як специфічне впорядковане економічне середовище існування мережевих організацій чи індивідів, які завдяки електронним мережам і знаходяться в будь-якому пункті економічної системи, можуть комунікувати між собою з мінімальними витратами з будь-якої іншої компанії чи індивідом задля спільної праці, торгівлі, трансферу ідей, технологій та ін. [4; 6]. Особливостями мережевої економіки є: формування глобальної інформаційної мережі (п'ятий технологічний устрій), створення сприятливих умов для глобалізації ринків, товарів, капіталів, робочої сили, створення горизонтальних зв'язків між різними індивідуумами, а також миттєва реакція на зміну попиту і пропозиції [2, с. 188].

Світове господарство неухильно перетворюється у світ транснаціональних корпорацій, який апріорі має мережеву структуру, що було наслідком надмірної бурхливої інформатиза-

ції і віртуалізації розвитку суспільства, зокрема економіки. Матеріальною основою такої трансформації виступають глобальні комунікативні системи і Інтернет, що утворюють світовий кіберпростір. Отже, мова іде про створення нової інформаційної парадигми чи парадигма віртуалізації економіки, де всі суспільні інститути мають *мережевий характер* [3, с. 378—379]. У той же час, трансформація ресурсної парадигми в бік моноцентричної ресурсної моделі, де ключовим ресурсом стає енергія, дає нам змогу об'єднати ці дві складові й отримати таке нове поняття, як *віртуальна енергія* або *віртуальна енергетика*, яка нерозривно пов'язана з віртуальним бізнесом — інноваційно-прогресивної формою мережевої економіки.

Об'єктом віртуальної енергетики є вся існуюча енергія, яка була згенерована виробниками енергії, або була здобута із навколишнього середовища завдяки нетрадиційним чи альтернативним джерелам.

Суб'єктами віртуальної енергетики з боку споживачів може стати будь-яка фізична особа чи компанія незалежно від її розмірів, споживання і цілей діяльності. З боку ринкової пропозиції енергії — можна передбачити створення своєрідних *віртуальних енергетичних агенцій*, до кола задач яких буде входити генерація, транспортування, зберігання, розподілення і доставка до споживача необхідної кількості енергії. Під енергією в даному випадку будемо розуміти кількісну міру руху і взаємодії всіх видів матерії.

Таким чином, йдеться про початок нової *ери енергетичного обміну*, основним завданням чи місією якої буде мінімізація часу при трансфері продуктів енергогенерації, а також мінімізацією можливих втрат (часових, ресурсних, інфраструктурних) під час такого транспортування (згідно з принципами мережевої економіки) [6]. Віртуальний трансфер енергії у найближчому майбутньому буде схожий на трансфер знань і технологій з деякими модифікаціями. Спираючись на дослідження Елвіна Тофлера, одного з керівників Міжнародного інституту стратегічних досліджень, зараз світ вступає в нову еру історичного розвитку, стадію технотронної цивілізації, котра вже не піддається законам індустріалізму [7]. Розвиток суспільства нової формації ґрунтується на особистісних якостях людини, як ключової гуманістичної ланки розвитку інформаційно-мережевої економіки. З метою забезпечення основних принципів інноваційної економіки (віртуальність, мережевість, емерджентність), а також для подальшого вдосконалення інструментів енергетичного обміну, на значущі позиції вийдуть віртуальні енергоефективні технології, які за виконанням основної вимоги ери енергетичного обміну — витрати $\rightarrow \min$ — модифікують існуючі науки охорони навколишнього середовища і зниження антропогенного впливу на неї за сторони людства у *віртуальну екологію*.

Революційні не тільки для свого, а також особливо актуальні і для нашого часу, ідеї Миколи Тесли — стоячі електромагнітні хвилі, отримання енергії методом імпульсу — втілені в оболонку еволюції інформатизації і віртуалізації суспільства за оцінками спеціалістів-футурологів (Елвін Тофлер), а також за дотримання вектору розвитку нової ери енергетичного обміну, призведуть до створення проривної інноваційної мережі — *ENERGY NET*, яка за допомогою бездротових технологій забезпечить світ миттєвим отриманням енергії за майже фактичною відсутністю супутніх витрат.

Література

1. Гальчинський А. Економічна методологія. Логіка оновлення : курс лекцій / А. Гальчинський. — К.: Вид-во «АДЕФ-Україна», 2010. — 572 с.
2. Кім Л.З. Еволюція мережевої економіки // Вісник Хмельницького університету. — №3. — Том 2. — 2014(212).
3. Скотний П.В. Віртуальна та мережева економіка: теоретико-методологічний аспект // Національний лісотехнічний університет України / Науковий вісник НЛТУ України. — 2014. — Вип. 24.2. — С. 375—382.
4. Status Report on European Telework: Telework 1997, European Commission Report, 1997, p.18.
5. Віртуальна економіка [Електронний ресурс] // Wikipedia — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Віртуальна_економіка (дата звернення 08.09.2016)
6. Мережева економіка [Електронний ресурс] //Wikipedia — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Мережева_економіка (дата звернення 08.09.2016)
7. Тофлер Елвін. Третя хвиля // Перекладач: Андрій Євса, за ред. Віктора Шовкуна. — 2000. — К.: Видавничий дім «Всесвіт». — 480 с.

Стукан Тетяна Миколаївна
аспірант, ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», Україна

Stukan Tatiana M.
postgraduate
State university «Kherson State Agrarian University», Ukraine

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Анотація. Розкрито суть категорії «підприємство» як системи, розглянутий і узагальнений поділ на керуючу і керовану підсистеми. Приведено основні етапи по формуванню системи управління підприємствами.

Ключові слова: механізм, управління, система, керована, керуюча

STAGES OF FORMATION OF ENTERPRISE MANAGEMENT

Summary. The exposed essence of category is an «enterprise» as systems, considered and generalized dividing into managing and guided subsystems. The basic stages are resulted to forming of control system by enterprises.

Keywords: mechanism, management, system, controlled, control

В умовах конкурентної боротьби за ринки сировини і збуту продукції загострюється проблема підвищення ефективності управління підприємствами. Існує необхідність створення на підприємствах якісно нових, раціональних систем управління, які пристосовані та практично підготовлені до умов діяльності в середовищі конкурентної боротьби.

Управління підприємством повинне бути мобільним, динамічним, швидко реагувати на постійні зміни в ринковій кон'юктурі. Тому однією з умов ефективної роботи підприємства є використання інноваційних механізмів управління суб'єктами господарювання. За рахунок цього можливо встановити внутрішні і зовнішні зв'язки між організаціями споріднених сфер виробництва, налагодити діяльності усіх ланок виробничого процесу, підвищити продуктивність праці — від простого робітника до керівника, все це досягається за умови впровадження ефективних економічних механізмів управління на підприємстві.

У широкому розумінні система управління підприємством включає соціально-економічний, організаційний, мотиваційний, адміністративний вплив на працівників, що призведе до досягнення як короткострокових, так і стратегічних завдань, які стоять перед підприємством та його адміністративним персоналом. Щоб управління суб'єктом господарювання мало позитивний ефект у короткостроковому періоді, слід не тільки застосовувати стандартні механізми до управління (статистичні, економічні), а також прогресивний досвід управління різними формами підприємств. Актуальним є впровадження прогресивних технологій, застосування нових методів управління виробничим процесом, удосконалення та розширення організаційної структури.

Підприємство розглядається як складова системи управління, яка поєднує дві підсистеми — керовану, яка відповідає безпосередньо за виробництво благ, та керуючу — виконує керівництво всіма структурними ланками підприємства. Даний розподіл зумовлює розширення обсягів виробництва, укрупнення виробничої структури, вдосконалення техніки і технології. Це призводить до збільшення обсягів виробництва, сприяє розвитку керуючої підсистеми. Правильна диференціація й інтеграція праці між органами управління і працівниками дає можливість раціонально використовувати ресурси керованої підсистеми, що призводить до ефективного використання основних виробничих фондів, підвищення ефективності виробництва.

Нестійкі соціально-економічні перетворення, постійні змінні ринкові умови функціонування, регулятором яких є економічні відносини, дозволили сформувати основні етапи системи управління підприємствами, а саме: прискорене розширення відтворювальної діяльності на основі збільшення прибутку; задоволення потреб працівників шляхом забезпечення їх матеріальними, соціально-культурними й іншими видами благ; регулювання взаємодії попиту та пропозиції у відповідному сегменті ринку; залучення в управління всіх суб'єктів соціально-економічних відносин підприємства; координація та взаємозв'язок дій щодо прийняття рішень всіма учасниками системи управління.

Основне призначення сформованих етапів системи управління полягає: у переорієнтації виробництва і пристосуванні до нових правил бізнес-поведінки усіх складових частин системи зі збереженням зв'язків, важелів взаємодії; у підтримці в робочому стані елементів і підсистем системи стратегічного управління розвитком, реалізуючи завдання і функції системи, забезпечуючи виконання цілей основних управління.

Отже, сформовані етапи управління підприємством забезпечать виконання головних цілей розвитку підприємства з урахуванням зовнішніх стимулів і перешкод, сприятимуть раці-

ональному використанню наявного ресурсного потенціалу, удосконалять процеси управління виробництвом і реалізацією продукції. Застосування основних етапів системи управління підприємствами забезпечить вищий рівень роботи підприємства на ринку, що позитивно вплине на рівень ефективності функціонування в невизначених умовах і призведе до формування стійких конкурентних позицій, підвищення конкурентних переваг у ринковому сегменті функціонування суб'єкта господарювання. Таким чином, складові системи управління підприємством повинні функціонувати одночасно і в тісному взаємозв'язку з метою досягнення головної мети підприємства — максимізації прибутку в умовах глобалізації та мінливості зовнішнього середовища.

Література

1. Мидюк О. Н. Теория управления: электронное гиперссылочное учеб. пособ. [Электронный ресурс] / О. Н. Мидюк, Л. В. Горьканова, О. С. Янгичер. — М., 2008. — Режим доступа: http://cde.osu.ru/demoversion/course124/1_0.html.
2. Основы управленческой деятельности: социальная психология, менеджмент: [учеб. для сред. спец. учеб. заведений] / В. Г. Шипунов, Е. Н. Кишкель. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Высшая шк., 2009. — 327 с.
3. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: [монографія] / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. — Х.: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2003. — 328 с.
4. Раєвська О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія / О. В. Раєвська. — Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. — 496 с.
5. Смачило І. І. Принципи формування та структура механізму управління сталим розвитком підприємства / І. І. Смачило // Економіка розвитку. — 2013. — № 3. — С. 79—82.
6. Харченко В. А. Концептуальні засади формування системи стратегічного управління розвитком підприємства / В. А. Харченко // Схід. — 2014. — №5. — С. 52—56.

УДК 621.3

a.l.l.a_a.l.l.a@mail.ru

Силенко Ольга Михайлівна

Ст. викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Запорізького національного технічного університету, Україна

Sylenko Olga

Senior lecturer of Dep. Enterprise, Trade and exchange of Zaporizhzhya National Technical University, Ukraine

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У СУСПІЛЬНОМУ ПОСТУПІ

Анотація. Основним фундаментальним принципом економічного процвітання будь-якого виробничого підприємства і країни в цілому є постійне здійснення інноваційної діяльності і створення об'єктів промислової власності — основи випуску нової конкурентоздатної продукції, впровадження нової конкурентоздатної технології, що забезпечують одержання надприбутку.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, інноваційні лідери, стратегія інноваційного розвитку

ROLE OF INNOVATION IN SOCIAL DEVELOPMENT

Summary. The basic fundamental principle of economic prosperity of any production company and the country as a whole is continuous commitment to innovation and the creation of industrial property — the basis of production of new competitive products, implementation of new competitive technologies for obtaining excess profits.

Key words: innovation, innovation leaders, innovation development strategy

Значний прорив в інформаційній сфері та технологіях спонукає суб'єкти господарювання орієнтуватись на інноваційні джерела при отриманні конкурентних переваг. Нинішній період пов'язано із визначенням ролі та обґрунтуванням пріоритетів на всіх етапах поточного ланцюга просування товару чи послуги, починаючи від виробництва продукції та закінчуючи доставкою до споживача. Головним домінантом економічного розквіту кожного виробничого об'єднання та держави в цілому є неухильне здійснення новаторської роботи і створення предметів інтелектуальної власності фундаменту для виробництва конкурентоздатної продукції, запровадження сучасної конкурентоздатної технології, яка дасть змогу отримати високий прибуток [1, с. 23—24].

Зважаючи, що на сучасному ринку побутує, а також певною мірою конкурує не одиничний товар, а зазвичай комбінований пакет продукції інформації та послуг, конкурентоспроможність продукції значною мірою залежить не лише від певного товаровиробника, але й у цілому від здатності зокрема української та світової економіки загалом. Стрімко збільшується

ся установа щодо цілісності зазначеної сфери, дисциплінованості, кваліфікованості, а також платоспроможності всіх учасників даного процесу.

Новації щодалі більше стають тим підґрунтям, котрі формують економічну могутність суб'єкта господарювання та його подальший поступ на світовому ринку. Зазвичай на зарубіжних підприємствах, які відносяться до інноваційних керманців, має місце висока концентрація суб'єктів господарювання з найприбутковіших видів бізнесу, здебільш високотехнологічна побудова національного виробництва, а також винесення за рубежі власної держави промислово-технологічного ланцюга виробництв, які є ресурсоемними, екологіємними тощо, тобто має місце зосередження щонайбільших вагомих фінансових коштів. Попри те, що в цих країнах спостерігається високе суперництво за високоприбуткові сфери діяльності наразі при появі випадків спільної загрози щодо існування чинної економічно-соціальної моделі вони спрямовують свої зусилля для здійснювання загальної політики стосовно джерел такої загрози.

Діяльність в інноваційній площині є непростим процесом по перетворенню нових знань та ідей у предмет економічних взаємин. Зрозуміло, що зазначений процес є непростю багаторівневою системою економічних взаємин відносно «уречевлення» знань, якій притаманні особливі взаємовідношення та закономірності. Слід підкреслити, що з огляду на немало, часом істотну вагомість котру новаторські процеси мають в нинішній економіці, визначення, також врахування зазначених властивостей є обов'язковою установою забезпечення продуктивності економічного поступу країни. Лише ті суб'єкти господарювання, що інноваційне розвиваються, проводять усілякі дослідження, уміють конкурувати із закордонною продукцією, яка має економічні та технологічні привілеї порівняно з українськими товаровиробниками.

Управлінцям належить ключова функція у виконанні завдань інноваційного поступу підприємств. У світі на 10 менеджерів припадає один учений. Управлінці відбирають багатообіцяючі науково-технічні здобутки, вчасно патентують винаходи, просувають наукомісткі товари на ринок [2, с. 40—42]. Але лише частка працівників котрі задіяні у процесі роботи над інноваціями, беруть на себе відповідальність за процес прийняття рішень стосовно їх прикладного застосування на підприємстві. Зазначені рішення зазвичай є ризикованими і приймаються переважно вищим керівництвом промислового підприємства.

Процес опрацювання стратегії інноваційного поступу, формування продуктивної інноваційної поведінки та керівництва виконанням інноваційних проектів і планів буде плідним за умови присутності у структурі правління суб'єктом господарювання чітких ланок, які будуть відповідати за цю сферу діяльності. Стосовно організаційного проектування в управлінні напрацьовано немало рекомендацій. Залежно від установ, масштабів, ділянки функціонування підприємств їх організаційна будова може бути неоднаковою. Однак для здійснювання завдань інноваційного поступу суб'єкт господарювання має бути здатним оперативно вирішувати нові, нетипові завдання у встановлені строки і в межах існуючого бюджету упорядити процес виконання інноваційних перемін. Це визначає правильне обрання організаційних форм правління інноваційною діяльністю.

Література

1. Краснокутська Н.В. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 504 с.
2. Дудар Т.Г., Мельниченко В.В. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник для вузів / Міністерство освіти і науки України, Тернопільський національний економічний університет. — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 256 с.

УДК 621.81.002

yakovlevkpi@gmail.com

Яковлєв Анатолій Іванович

д.е.н., професор,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
Україна

Yakovlev Anatoliy I.

Dr. sc. oec., Prof.,
National Technical University
«Kharkiv Polytechnic Institute»,
Ukraine

РОЗВИТОК МЕТОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИСОКОЯКІСНИХ ІННОВАЦІЙ

METHODS DEVELOPMENT EFFECTIVENESS DEFINITION HIGH QUALITY INNOVATIONS

Анотація. Запропоновано розрахувати ефект від реалізації високоякісних інновацій по кінцевій сфері їх споживання. Визначено кількість рівнів,

Abstract. A calculate the effect of the high-end of innovation in the field of consumption. Determined number of levels, which should perform the

за якими слід виконувати розрахунок ефекту. Наведено відповідні практичні розрахунки.

Ключові слова: інновації, споживчі якості, ефект, рівні розрахунку ефекту, кінцева сфера споживання.

calculation of the effect. These relevant practical calculations.

Keywords: innovation, consumer quality, the effect level calculation of the effect, the final consumption sector.

Створення та реалізація конкурентоздатних продуктових інновацій з високим споживчими якостями може сприяти тому, що вплив нових засобів і предметів праці на результати виробництва не завершується у сфері (у виді виробництва) їх безпосереднього застосування. Якщо в результаті впровадження нових інноваційних засобів праці або досконаліших предметів праці змінюються якісні характеристики продукції, що випускається за їх допомогою, це призводить до появи економічного ефекту у наступних сферах використання продукції. Такий підхід відповідає ринковим умовам, націленості на потреби кінцевого споживання, де виявляються реальні наслідки впровадження нововведень.

У цьому зв'язку прийняте нині коло рівнів, за якими розраховується економічний ефект нововведень (сфера їх виробництва та експлуатації), нам здається недостатнім. Як показав відповідний аналіз існуючих методичних матеріалів з наряду визначення економічної ефективності нововведень [1], аспект, що аналізується, в них практично не розглядається. Має місце його постановка у роботах ряду фахівців, однак вони переважно зосереджуються на визначенні ефективності машин, як систем і портфелю проектів [2]. Відомий зарубіжний фахівець з інноватики Ерік Фон Хиппель, один із фундаторів еволюції моделей інноваційного процесу, відзначає необхідність оцінювати результативність інновацій по їх кінцевому споживанню [3, с. 23—24]. Однак конкретних рекомендацій по визначенню їх ефективності не наводить.

При створенні нових машин та обладнання, які призначені для випуску засобів праці, котрі сприяють підвищенню якості продукції, кінцевий ефект проявляється у третьому за рахунком виді виробництв, включаючи виробництво засобів праці. У цьому випадку, як нам уявляється, розрахунок ефекту може бути виконаний для наступних рівнів — виробництво аналізованих засобів праці, їх застосування, споживання засобів праці, що виготовлюються за допомогою інновацій, які розглядаються. Тобто розрахунок закінчується на другому рівні одержання ефекту.

При оцінці засобів виробництва, призначених для випуску предметів праці, додається ще рівень, який передуює заключному, а саме виготовлення за допомогою предметів праці, що вироблені на аналізованому обладнанні, засобів праці. У даній доповіді розглядається техніка, котра у кінцевому споживанні використовується в якості засобів праці. Таким чином, у даному випадку ефект розраховується уже в чотирьох рівнях, або в трьох рівнях одержання ефекту. Наступні сфери споживання, як нам вважається, враховувати не слід, оскільки ефект, що має місце в них, пов'язаний у незначній ступені або зовсім не пов'язаний з використанням аналізованих нововведень.

Можна відмітити які види економічного ефекту:

1) економічний ефект у різних сферах застосування засобів або предметів праці одного рівня визначається як сума ефектів від споживання товарів при їх використанні у кожній сфері даного рівня тобто:

$$E = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n E_{ij} \quad (1)$$

де i — індекс сфери застосування товару j -го рівня, відносні одиниці (в.о.); j — індекс рівня застосування інновацій, од; m — число сфер (видів виробництва) застосування інновацій на даному рівні, од; n — кількість рівнів застосування інновацій, од.; E_{ij} — економічний ефект i -ої сфери j -го рівня застосування, тис. грн; умовні одиниці (у.о.);

2) економічний ефект в i -ій сфері j -го рівня одержання ефекту E_{ij} вибирає ефект по ланцюгу взаємопов'язаних попередніх рівнів;

3) загальний інтегральний ефект знаходиться як сума ефектів по всім сферам кінцевого (n -го) рівня, де ще виявляється дія застосування аналізованої інновації першого рівня ефекту.

Наведено відповідні розрахункові формули та практичні приклади. Запропонований підхід сприяє підвищенню ступеню точності проведення відповідних розрахунків у порівнянні з існуючими методами і відповідно вибору найефективніших варіантів при створенні та реалізації інновацій.

Література

1. Беренс В. Руководство по оценке эффективности инвестиций / В. Беренс, П.М. Хавранек. — М.: Инфа-М, 1995. — 528 с.
2. Илларионов А.В. Портфель проектов: инструмент стратегического управления предприятием / А.В. Илларионов, Э.Ю. Клименко. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 312 с.
3. Е. Фон Хиппель. Новый очаг потребительских инноваций // Управление изменениями. — М.: Учредитель и издатель ООО «Юнайтед Пресс». — № 3. — 2007. — С. 23—24.

УДК 330

anyutko@bigmir.net

Заріпова Анна Олександрівна,
аспірант кафедри економіки підприємств ДВНЗ
«КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Zaripova Anna O.
Graduate student of chair of economy of enterprises
KNEU named after Vadym Hetman

ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЙОГО ВАРТОСТІ В ПРОЦЕСІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ

INNOVATIVE PRODUCT AND FEATURES OF ITS VALUE IN THE PROCESS OF COMMERCIALIZATION

Анотація. Досліджено підходи до визначення терміну інноваційний продукт, розглянуто типологізацію інновацій. Розглянуто оцінювання інноваційного продукту в процесі його комерціалізації.
Ключові слова: інновація, інноваційний продукт, комерціалізація інновацій.

Abstract. Investigated approaches to the definition of an innovative product, considered typology of innovation. Considered evaluating of innovative product in the process of its commercialization.
Keywords: innovation, innovative product, commercialization of innovation.

Перш, ніж дослідити аспект щодо особливостей оцінювання вартості інноваційного продукту, пропонуємо розглянути підходи до визначення поняття «інновація», для того, щоб змістовніше та детальніше розкрити сутність даного питання.

Вперше поняття «інновація» ввів Йозеф Шумпетер. Він визначив його такими шляхами:

- 1) створення нового товару, з яким споживачі ще не знайомі, або нової якості товару;
- 2) створення нового методу виробництва, ще не випробуваного в даній сфері виробництва, який не обов'язково заснований на науковому відкритті та може полягати в комерційній формі обігу товару;
- 3) відкриття нового ринку, тобто ринку, на якому дана сфера виробництва в даній країні ще не функціонувала, незалежно від того, існував цей ринок, чи ні;
- 4) відкриття нового джерела факторів виробництва, незалежно від того, існувало це джерело раніше, чи його довелося створити наново;
- 5) створення нової організації сфери діяльності, наприклад, досягнення монополії чи ліквідація монополістичної позиції [3].

Таким чином, автор зазначає, що інновація — це процес «створення», до того ж, неважливо, це створення «з нуля», чи відроджена розробка. Окрім того, згідно Шумпетера, інновація — це не лише продукт, це може бути і ринок, і організація ринкових відносин, і джерело факторів виробництва.

У виданні «The Economist» термін «інновація» інтерпретується двома визначеннями [2]:

- 1) свіже мислення, що створює цінність (автор Річард Лайонс);
- 2) нові продукти, бізнес-процеси та органічні зміни, які створюють багатство або соціальне забезпечення (визначення ОЕСР).

Тобто, тут інновація — це будь-що нове: чи то процес, чи то конкретний продукт.

Інновації можуть мати різні форми, бути розробленими та застосованими різними суб'єктами, впроваджуватись у різних сферах. Тому постала необхідність їх класифікації.

Своє бачення типологізації інновацій представили Л.Кілі, Р.Піккель, Б.Куїнн, Х.Волтерс, що схематично зображено на рис. 1 [1].

Як видно зі схеми, дослідники виділяють інновації, що направлені на вдосконалення процесів компанії всередині та зовні. Внутрішні інновації починаються з того, як компанію організовує підтримку інноваційного процесу, як відбувається процес створення цінності (патентування тощо), як компанія створює пропозицію. У свою чергу, зовнішні інновації — це ті, що вдосконалюють процес комунікації компанії з клієнтом: яким шляхом клієнт дізнається про продукт/послугу, як компанія демонструє всі переваги власного продукту, який досвід від споживання такого продукту отримує клієнт. Також зовнішні інновації полягають у шляхах генерування прибутків і в формування ланцюга цінності.

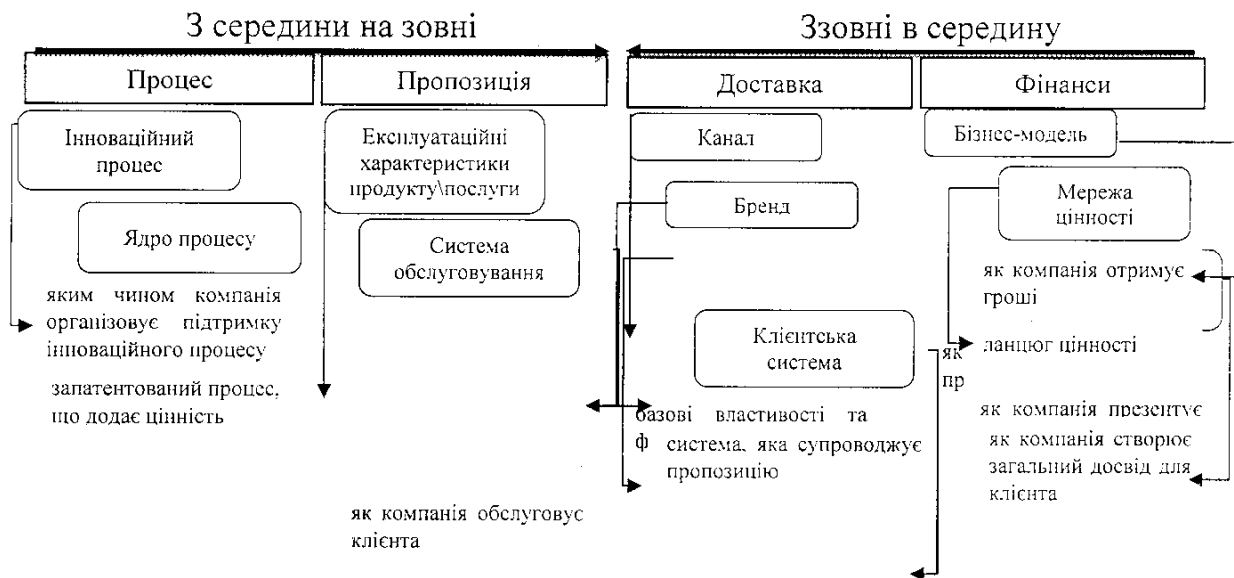


Рис. 1. Класифікація інновацій за Л.Кілі, Р. Піккель, Б. Куїнн, Х. Волтерс

Ми вважаємо, що дана класифікація є ще поглибленшою та фокусованішою для підприємства конкретно на етапах його діяльності. Тобто, тут критеріями виокремлення інновацій виступають різні сторони функціонування організації: розробка, пропозиція (позиціонування), комунікація з клієнтом і фінанси. Але така класифікація не описує характер інновації, скоріше, дає зрозуміти якого процесу вона може стосуватися.

Дослідивши кілька підходів до класифікації інновацій, ми сформулювали власне бачення виокремлення видів інновацій за такими основними критеріями:

Таблиця 1

КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙ (АВТОРСЬКА РОЗРОБКА)

Класифікаційний критерій	Інновація	Зміст
Джерело інновації	Власна	Отримана (придбана) інновація
	Залучена	Власна розробка
	Комбінована	Спільна розробка із зовнішнім суб'єктом
Сфера застосування	Організаційна	Вдосконалення структури, бізнес-процесів, нові підходи у навчанні персоналу
	Виробнича	Вдосконалення технології виробництва/ надання послуг, впровадження нової техніки тощо
Новизна	Вдосконалення	Вдосконалення вже існуючого продукту/технології тощо
	«Відкриття»	Принципово нова розробка
Первинний споживач інновації	Інновація власного застосування	Суто внутрішнє використання
	Інновація зовнішнього застосування	Продаж, передавання прав на користування тощо
Очікуваний ефект	Інновація внутрішнього ефекту	Вдосконалення/реорганізація внутрішніх процесів управління, структури, виробництва тощо
	Інновація зовнішнього ефекту	Залучення нових клієнтів, відкриття нових ринків, сфер збуту, генерування додаткових прибутків за рахунок власного використання інновації чи її продажу
Масштаб	Локальна	Вдосконалення/розробка конкретної технології, процесу, товару
	Глобальна	Інновація, що вносить зміни у функціонування компанії у всіх сферах

Розробка інноваційного продукту потребує різних ресурсів: від людських та інтелектуальних до часових і фінансових. Окрім того, даний процес складається з ряду послідовних етапів, одним із яких є комерціалізація продукту, тобто його реалізація, перетворення ідеї, розробки у реально існуючий продукт чи ідею. Даний етап потребує фінансування, тож необхідно попередньо здійснювати оцінювання вартості продукту. Таким чином, слід розглянути, як відбувається формування вартості інноваційного продукту у процесі його комерціалізації.

На етапі комерціалізації інноваційного продукту вже здійснені певні затрати на його розробку, а сам етап виведення продукту на ринок також передбачає фінансових і матеріальних витрат. Таким чином, вартість інноваційного продукту на етапі комерціалізації можна поділити на 2 групи:

1 — здійснені затрати: затрати на дослідження ринку, техніко-економічне оцінювання продукту тощо;

2 — поточні затрати (тобто ті, що їх здійснюють безпосередньо та втіленні ідеї/розробки у реально існуючих продукт): затрати на устаткування/обладнання для виготовлення продукту, затрати на матеріали/комплектацію для інновації, затрати на оплату праці залучених спеціалістів, маркетингові затрати тощо.

Фінансові затрати на впровадження інновації є абсолютним показником, проте іноді етап комерціалізації пов'язують із тестуванням інноваційного продукту. У цьому випадку доцільно здійснювати оцінювання інновації за показниками її ефективності, тобто як саме вона вплине на функціонування суб'єкта, що використовуватиме даний продукт. Ці показники є стандартними та загальновідомими: чистий дисконтований дохід, індекс рентабельності, внутрішня норма дохідності, термін окупності та інші відносні показники, які дають розуміння того, наскільки вигідним та ефективним буде подальше впровадження продукту [4].

Література

1. L.Keeley, R.Pikkel Brian Quinn, Helen Walters: 10 types of innovations. Access mode to slide show: <http://www.slideshare.net/openinnovation/10-types-of-innovation>
2. TheEconomist. Somethingnewunderthesun: A Specialreportoninnovation, Vaitheeswaran, Vijay. October 13th, 2007, pg. 4
3. Инновационный менеджмент: шпаргалка / Коллектив авторов. — М.: РИОР, 2010. — 28 с. — С. 3
4. Кожевникова С.А. Управление инновациями: курс лекций / С.А. Кожевникова. — Самара: Изд-во Самар. гос. экон.ун-та, 2011. — 164 с. — Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/6129838/>

УДК: 005.21:658

yeliena.prokhorova@kneu.ua

Прохорова Є.В.

к.е.н., доцент, доцент кафедри стратегії підприємств ДВНЗ „КНЕУ імені Вадима Гетьмана”, Україна

Prokhorova Yeliena

Candidate of sciences, associated professor of the Enterprise's Strategy Department, Kyiv National Economic University named after Vadim Hetman, Ukraine

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ТА ІНСТРУМЕНТ УПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН НА ПІДПРИЄМСТВІ

ORGANIZATIONAL CULTURE AS ENVIRONMENT AND INSTRUMENT OF STRATEGIC CHANGES IMPLEMENTATION

Анотація. Наведено результати дослідження організаційної культури як середовища та інструмента впровадження стратегічних змін на підприємстві. Визначено основні етапи зміни організаційної культури підприємства для успішного впровадження стратегічних змін.

Ключові слова: організаційна культура, управлінські інновації

Summary. The results of the organizational culture study as environment and instrument of strategic changes implementation are presented. The basic elements of organizational culture changes for successful strategic changes implementation are defined.

Key words: organizational culture, management innovations

Успішне впровадження стратегічних змін на підприємстві потребує існування або створення підтримуючої організаційної культури. Реалізація стратегії підприємства може вимагати змін в організаційній культурі. Тобто існує діалектичний взаємозв'язок між організаційною культурою та управлінням упровадженням стратегічних змін: сприятлива організаційна культура підприємства створює середовище, необхідне для впровадження стратегічних змін,

а потреба внесення змін в організаційну культуру перетворює останню в інструмент управління впровадженням стратегічних змін.

Підвалини організаційної культури підприємства закладаються його засновниками та розвиваються вищим керівництвом [1]. Тому організаційна культура є продуктом управлінської діяльності та створює середовище для здійснення впливу на поведінку персоналу, в тому числі при впровадженні складних стратегічних змін [2, 3].

Упровадження стратегій, які спричиняють суттєві зміни на підприємстві, можуть потребувати внесення змін в організаційну культуру. Серед фахівців немає спільної думки щодо можливості зміни організаційної культури. Одні [1, 4], вважають, що організаційну культуру неможливо змінити, тому що вона просто існує, а тому не може бути створеною або управлятися людьми. Інші [5] зазначають, що організаційна культура може змінюватись, але цей процес потребує багато часу та управлінських зусиль. Приєднуємося до думки Е. Шейна [1] про те, що зміни організаційної культури можливі, тому що, як правило, зміни стосуються лише окремих елементів, а не культури в цілому.

Для методичного забезпечення процесу зміни організаційної культури М. Дж. Хатчем було розроблено динамічну теорію розвитку організаційної культури, яка ґрунтується на трирівневій моделі організаційної культури Е. Шейна. Згодом динамічну модель було розвинуто доповненням еволюції організаційної культури на різних етапах життєвого циклу організації [6].

Припускаючи необхідність і можливість змін в організаційній культурі підприємства відповідно до змін у середовищі та необхідності впровадження нових стратегій, необхідно ідентифікувати основні елементи зміни організаційної культури підприємства.

Дослідники [3, 7] виділяють такі спільні ключові чинники впливу на зміну організаційної культури підприємства: лідерство; управління персоналом; інформаційна система та комунікації; система контролю і заохочення, орієнтовані на досягнення стратегічних цілей; організаційна структура управління підприємством. Узагальнення досвіду впровадження стратегічних змін на підприємствах дозволило визначити певні етапи зміни організаційної культури підприємства [8]. Така послідовність процесу зміни організаційної культури підприємства дозволяє охопити всі функціональні сфери діяльності та рівні управління, зробити процес узгодженим між усіма підрозділами та рівнями управління.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що існує діалектичний взаємозв'язок між організаційною культурою та впровадженням стратегічних змін на підприємстві: сприятлива культура формує середовище для впровадження стратегій, які, у свою чергу, можуть бути спрямованими на зміцнення або зміну організаційної культури. Організаційна культура, яка сприяє впровадженню обраних стратегій, не потребує змін. У тому разі, якщо організаційна культура не створює сприятливого середовища для впровадження стратегії, виникає потреба розвитку організаційної культури.

Література

1. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. — СПб.: Питер, 2002. — 336 с.
2. Certo S. C., Peter J. Paul. Strategic Management: Concept and Applications, Random House Business Division, 1988.
3. Гребиньяк Лоуренс Дж. Как заставить работать вашу стратегию / Пер. с англ. — М.: Баланс Бизнес Букс, 2006. — 352 с.
4. Martin, J.M. and C. Siehl. Organization Culture and Counterculture: An Uneasy Symbiosis. — *Organizational Dynamics*, 1983, Vol.12, no.2, 52-64. — in Ogbonna Emmanuel. Managing Organisational Culture: Fantasy or Reality? *Human Resource Management Journal*, Volume 3, Issue 2, December 1992, Pages: 42–54, Article first published online: 30 JAN 2007, DOI: 10.1111/j.1748-8583.1992.tb00309.x
5. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры / Пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой. — СПб.: Питер, 2001. — 320 с.
6. Zheng W., Qu Q. & Yang B. 2009. Toward a Theory of Organizational Cultural Evolution, *Human Resource Development Review*, 8(2): 151—173. DOI:10.1177/1534484309333619.
7. Silverzweig, S. and R.F. Allen. Changing the Corporate Culture. *Sloan Management Review*, 1976, Vol.17, no.3, 33-49. — in Ogbonna Emmanuel. Managing Organisational Culture: Fantasy or Reality? *Human Resource Management Journal*, Volume 3, Issue 2, December 1992, Pages: 42–54, Article first published online: 30 JAN 2007, DOI: 10.1111/j.1748-8583.1992.tb00309.x
8. Прохорова Є.В. Послідовність зміни організаційної культури підприємства. — *Стратегія підприємства: зміна парадигми управління та інноваційні рішення для бізнесу* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. — К. : КНЕУ, 2013. — 414, [2] с.— С. 211—213.

«ПРОБЛЕМИ МІЖРЕГІОНАЛЬНОЇ СПІВПРАЦІ»

УДК 332.135:338.266.4

svigrech@gmail.com

Гречана Світлана Іванівна

к.е.н., доц.,
старший науковий співробітник,
Інститут економіко-правових
досліджень НАН України, Україна

Hrechana Svitlana I.

Ph.D, Docent,
Senior Research Officer,
Institute of Economic and Legal
Researches of NAS of Ukraine, Ukraine

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ АКТИВІЗАЦІЇ МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

MODERN TOOLS OF THE INTERREGIONAL COOPERATION ACTIVATION

Анотація. Розглянуто проблеми функціонування міжрегіонального співробітництва. Визначено їх негативний вплив на розвиток такої співпраці. Сформульовано основні інструменти її прискорення та запропоновано підходи до їх систематизації.

Ключові слова: міжрегіональне співробітництво, інтеграція, інструмент, проблеми розвитку

Summary. The problems of interregional cooperation functioning are revealed. Their negative impact determined on such cooperation development. The basic its acceleration tools and suggested approaches to their organization are formulated.

Keywords: interregional cooperation, integration, tool, development problems

В сучасних умовах, коли від можливості прискорення розвитку економіки України залежить її життєздатність, розширення усіх видів співпраці між господарюючими суб'єктами потребує всебічної підтримки. У першу чергу, це стосується нарощення темпів міжрегіонального та транскордонного співробітництва, кожне з яких має у своєму арсеналі значну кількість інструментів активізації.

Сучасна наукова література містить значну кількість робіт, які досліджують проблематику міжрегіонального співробітництва з метою визначення як загальних аспектів життєдіяльності його простору, так і окремих особливостей функціонування та розвитку. Однак модернізаційним напрямом активізації цих важливих процесів, а тим більше розробці деталізованих науково та методично обґрунтованих пропозицій для їх реалізації на практиці, присвячено тільки деякі з них. Тому, визначення можливого та найдоцільнішого інструментарію розширення міжрегіонального співробітництва в Україні на основі систематизації сучасних тенденцій його розвитку, обрано метою даного дослідження.

У контексті загальнонаціонального та територіального соціально-економічного зростання важливою складовою визначення прогресивних напрямів інтеграції є відслідковування нагальних проблем, що гальмують процеси міжрегіонального співробітництва або взагалі унеможливають їх реалізацію, та відповідне на них реагування.

Опрацювання вітчизняного наукового доробку в цій царині [1—7] дозволило виділити основні такі проблеми. Наведемо їх в укрупненому вигляді, об'єднавши за схожістю негативних наслідків для інтенсифікації інтеграційних процесів: (1) відсутність законодавчого закріплення сутності та чіткого правового підґрунтя для регулювання міжрегіонального співробітництва; (2) неналежне інституційне забезпечення процесів міжрегіональної співпраці; (3) слабка інтенсивність та економічна зацікавленість суб'єктів і учасників у співробітництві; (4) низький рівень професійної компетенції уповноважених співробітників органів місцевого самоврядування; (5) незадовільне інфраструктурне забезпечення та недосконала галузева структура економіки; (6) несприятливий інвестиційний клімат у країні та регіонах; (7) високий рівень тінізації процесів співпраці та присутність корупційної складової; (8) низька інформаційна підтримка та ізолюваність процесів інтеграції регіонів; (9) обмеженість сфер використання міжрегіонального співробітництва тощо.

Наявність цих та інших перепон викликає нагромадження негативних наслідків для успішного функціонування та розвитку міжрегіонального співробітництва, а саме: нерозуміння сутності та невизначеність цілей низький рівень використання інструментарію міжрегіонального співробітництва; ресурсоорієнтований підхід існуючих зв'язків; відсутність статистичних спостережень за інтеграційними процесами на загальнонаціональному рівні; нехтуван-

ня міжрегіональним співробітництвом в перспективних планах; посилення територіальних диспропорцій розвитку; ускладнення фінансових взаємовідносин; суб'єктивне ставлення; зростання ментальних бар'єрів і зниження довіри до інтеграції, цурання кращих практик і напрацьованого досвіду тощо.

Формування національного економічного простору, консолідованого за рахунок активних інтеграційних процесів регіонів з розширенням їх повноважень через старт децентралізації, можливе тільки в умовах комплексного вирішення визначених проблем. Усунення кількох з них може покращити ситуацію, але не дозволить змінити її кардинально. Тому нагальною стає побудова системи узгоджених інструментів активізації міжрегіонального співробітництва. Вона має містити не тільки перелік дієвих засобів у цьому напрямі, а рекомендований порядок застосування, заснований на ознаках ефективності вирішення окремих проблем.

Сучасними інструментами активізації міжрегіонального співробітництва, які мають ввійти до означеної системи, є: (1) унормування визначення та процесів здійснення міжрегіонального співробітництва шляхом прийняття Закону України «Про міжрегіональне співробітництво в Україні»; (2) розробка та затвердження Державної програми розвитку міжрегіонального співробітництва на основі системного підходу; (3) визначення центрального органу виконавчої влади (наприклад, Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України) координатором міжрегіонального співробітництва; (4) призначення науково-аналітичної установи (зі складу Національної академії наук України чи засновану на кошти грантодавців) загальнодержавним консультантом щодо процесу міжрегіонального співробітництва; (5) розробка методичних рекомендацій для органів місцевого самоврядування щодо укладання та виконання угод міжрегіонального співробітництва; (6) залучити Агенції регіонального розвитку до співпраці з органами місцевого самоврядування в площині інформаційної підтримки інвестиційного іміджу кожного регіонів та створення позитивних образів їх соціально-економічного розвитку, створивши відповідну програму на державному рівні; (7) розробка та запровадження методики обрахунку статистичних показників відображення стану міжрегіонального співробітництва тощо.

Втрати економічного потенціалу України за роки незалежності значною мірою відбулися через скорочення чи зведення нанівець інтеграційних процесів, головним чином всередині країни. Сьогодні відсутність концепції та інституційного підґрунтя розвитку міжрегіонального співробітництва продовжує цю згубну тенденцію. Для її подолання запропоновано розробку системи узгоджених інструментів її активізації. Для її створення визначено інструментарій, що дозволить значно розширити процеси міжрегіональної співпраці. Обґрунтування порядку його застосування є перспективою подальших досліджень автора. Використання даної системи зробить можливим ефективно вирішити комплекс проблем міжрегіонального співробітництва в контексті економічного зростання та підвищення рівня життя населення.

Література

1. Бабінова О. Міжрегіональне співробітництво: зміст, форми, роль та проблеми реалізації в Україні / О. Бабінова // Державне управління та місцеве самоврядування. — 2011. — Вип. 4 (11). — С. 45—49.
2. Міжрегіональне співробітництво у системі нової регіональної політики України / С.О. Біла, І.Г. Бабець, І.В. Валюшко, Я.А. Жаліло [та ін.]; за ред. Я.А. Жаліла. — К. : НІСД, 2011. — 32 с.
3. Прокопенко Л.Л. Розвиток регіонального співробітництва України в контексті європейської інтеграції: монографія / Л.Л. Прокопенко, О.М. Рудік, І.Д. Шумляєва; за заг. ред. Л.Л. Прокопенка. — Д.: ДРІДУ НАДУ, 2008. — 132 с.
4. Сторонянська І. Міжрегіональні інтеграційні процеси в Україні: тенденції та перспективи розвитку / І. Сторонянська. — Львів: ІРД НАН України, 2009. — 392 с.
5. Заблодська І.В. Розвиток міжрегіонального співробітництва: [монографія] / І.В. Заблодська, О.М. Татарченко, А.С. Алексєєв, А.В. Сивоконь. — Чернігів: Десна Поліграф, 2015. — 152 с.
6. Рекомендації щодо впровадження нових форм транскордонного співробітництва / Кол. авторів за ред. д.е.н., проф. Мікули Н.А. / НАН України. Ін-т регіональних досліджень. — Львів, 2010. — 150 с.
7. Ключник А.В. Розвиток міжнародного міжрегіонального співробітництва в аграрному секторі миколаївської області / А.В.Ключник, І.С. Страхова // Науковий вісник Херсонського державного університету. — 2015. — № 12. част.3. — С. 123—126.

Рогозян Юлія Сергіївна
к.е.н.,
Інститут економіко-правових
досліджень НАН України

Rohozian Yuliia S.
Candidate of Economic Sciences
Institute of Economic and
Legal Research of NAS of Ukraine

АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ РОЗВИТКУ МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

ANALYSIS OF THE CURRENT SYSTEM OF DEVELOPMENT INDICATORS IN INTERREGIONAL COOPERATION

Анотація. У тезах приділено увагу аналізу теоретичних напрацювань національних учених з приводу оцінки розвитку міжрегіонального співробітництва з огляду на Постанову КМУ «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку до 2020 року».

Ключові слова: міжрегіональне співробітництво, система оцінки, розвиток, ефективність

Abstract. Thesis is devoted to analysis of theoretical developments of national scientists about the evaluation of interregional cooperation in view of the Cabinet of Ministers of Ukraine Ordinance «On Approval of National Strategy of Regional Development until 2020».

Keywords: interregional cooperation, system evaluation, development, effectiveness

Сучасне сьогодення розвитку національної економіки все більше актуалізує питання оцінки і прогнозування рівня економічного розвитку конкретних територій. На сьогоднішній день, в умовах децентралізації, актуалізувалося питання посилення ролі регіонів, а особливо їх співробітництва, у забезпеченні розвитку всієї країни.

Активізація міжрегіонального співробітництва є однією із важливіших рис розвитку сучасної національної та міжнародної економіки, проте її використання в умовах нашої країни є недостатньо ефективним. Провідну роль у цьому відіграє відсутність дієвої, науково обгрунтованої методики оцінки ефективності міжрегіонального співробітництва, використання якої зможе допомогти визначити як проблеми, так і пріоритети для активізації даного процесу. У зв'язку із вказаним, дослідження існуючих науково-методичних підходів та аналіз головних етапів такої оцінки є особливо актуальними та своєчасними. Аналіз теоретичних досліджень провідних українських вчених доводить, що наразі не існує єдиного підходу до визначення оцінки розвитку міжрегіонального співробітництва, а також відсутня загальноприйнята методика й за кордоном.

Безсумнівним є той факт, що велика кількість провідних учених, що займаються питаннями регіональної економіки, досліджували теоретичні та методичні питання оцінки ефективності міжрегіональних зв'язків. Так, Н. Мікула [1] досліджує даний процес через виділення основних критеріїв оцінки ефективності саме транскордонної кооперації: показники зовнішньої торгівлі, інвестиційної діяльності, що разом дозволяють системно розглядати соціально-економічну складову транскордонного регіону, але не міжрегіонального співробітництва. Інші вчені, зокрема Л. Корольчук, пропонують оцінювати розвиток регіонів по-вертикалі: місцевий, регіональний, національний та європейський рівень [2], а це дозволяє зробити оцінку та аналіз рівня інтеграції конкретного регіону. Методика оцінки розвитку міжрегіональних зв'язків І. Сторонянської дозволяє здійснити аналіз економічної інтеграції цілої країни, включаючи в себе показник міжрегіональних торговельних взаємозв'язків [3, с. 84—96]. Дослідження вчених О. Лютак, З. Герасимчук, Т. Терещенко та ін. дозволяють здійснити оцінювання інтеграційних процесів з допомогою показників конкурентних переваг, а це, у свою чергу, зможе дати можливість для оцінки потенціал кожного регіону взагалі [2; 4].

Як можна бачити, дуже об'ємна кількість наукових досліджень з питань оцінки розвитку співробітництва в міжрегіональному розрізі зводиться до визначення науково-теоретичних проблем, проте оцінку такого виду співробітництва досі ніхто не робив.

Національне законодавство у сфері міжрегіонального співробітництва наразі представлене Законом України «Про транскордонне співробітництво» від 24.06.2004 № 1861-IV [5] та Законом України «Про співробітництво територіальних громад» від 17.06.2014 № 1508-VII [6], проте в даних нормативно-правових актах вказаний процес не розглядається з довгострокової точки зору. Єдиний нормативний документ, що регламентує дану регіональну сторону питання, — Постанова КМУ «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку до 2020 року» від 6.08. 2014 р. № 385 [7], яка затверджує оцінку стратегічних результатів регіонів як систему індикаторів для досягнення відповідних цілей, проте є недостатньо пропрацьованою, адже не містить можливості та оцінки кількох сценаріїв розвитку (оптимістичного, песимістичного), а також характеризується неузгодженістю спільного бачення

розвитку регіону між адміністрацією, бізнесом, громадськістю, не враховує показників між-регіонального співробітництва, тому в чистому вигляді користуватися нею для оцінки розвитку міжрегіонального співробітництва — не можна, а її оптимізація буде досліджуватися в наступних наукових роботах.

Література

1. Мікула Н. А. Організаційні та фінансові чинники формування єврорегіонів / Н. А. Мікула // Соц.-екон. дослід. в перехідний період. Рег. політика: досвід ЄС та його адаптація до умов України : зб. наук. пр. ; під ред. М. І. Долішнього ; НАН України, Ін-т рег. дослід. — Львів : ІРД НАН України, 2003. — Ч. 2. — С. 92–103.
2. Герасимчук З. В. Транскордонні зв'язки регіонів : монографія / З. В. Герасимчук, Л. В. Корольчук / ЛНТУ. — Луцьк : Надстир'я, 2009. — 184 с.
3. Сторонянська І. З. Міжрегіональні інтеграційні процеси в Україні: Тенденції та перспективи розвитку / І. З. Сторонянська ; НАН України, Ін-т рег. дослід. — Львів : Ін-т рег. дослід., 2009. — 392 с.
4. Терещенко Т. В. Теоретичні засади транскордонного співробітництва / Т. В. Терещенко // Формування ринкових відносин в Україні. — 2004. — № 3. — 82–87.
5. Закон України від 24.06.2004 № 1861-IV «Про транскордонне співробітництво»: офіц. вид. / Верховна Рада України. — К. : Парлам. вид-во, 2004. — 499 с. — (Бібліотека офіційних видань).
6. Закон України «Про співробітництво територіальних громад» — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>
7. Постанова КМУ № 385 від 06.08.2014 «Про затвердження Держ. стратегії рег. розвитку до 2020 року» — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/385-2014- %D0%D0%D0](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%D0%D0)

УДК 339.923 (477.99)

vasilchuk_80@ukr.net

Васильчук Наталія Олександрівна

к.е.н.,

Інститут економіко-правових досліджень НАН України, Україна

Vasilchuk Natalya A.

Candidate of Economic Sciences

Institute of Economic and Legal Research of NAS of Ukraine, Ukraine

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

METHODICAL APPROACHES OF CHOICE OF ORGANIZATIONAL FORMS OF INTER-REGIONAL COOPERATION

Анотація. У роботі запропоновано методику оцінки та вибору найоптимальнішої, з огляду на специфіку регіону, організаційної форми міжрегіонального співробітництва. Дана методика дозволяє об'єктивніше оцінити поточну ситуацію, а також сприяє врахуванню інтересів усіх суб'єктів співробітництва.

Ключові слова: організаційна форма, міжрегіональне співробітництво, регіон, методика оцінки.

Summary. We propose a method of evaluating and selecting the organizational form of cooperation. The procedure allows evaluating the current situation, as well as takes into account the interests of all subjects of cooperation.

Keywords: organizational form, interregional cooperation, the region estimation technique.

Говорячи про Україну сьогодні, можна констатувати, що ефективність реалізації сучасної державної регіональної політики залежить від раціонального, зваженого використання відповідних організаційних форм, які у свою чергу стимулюють громадську й економічну активність, сприяють розвитку і підтримці підприємницької ініціативи на рівні регіонів України для вирішення нагальних соціально-економічних проблем. У цьому зв'язку, на перше місце виходить використання міжрегіональної взаємодії, партнерства, які у свою чергу стимулюють розвиток внутрішнього ринку, посилюють економічну та соціальну єдність країни, підвищують ефективність використання спільних природних ресурсів і виступають альтернативою конкуренції. Усі ці обставини зумовлюють необхідність розвитку науково-методичного та правового забезпечення активізації міжрегіонального співробітництва й поєднання його із завданнями розвитку регіонів України у межах нової регіональної політики.

Проблемам регіонального співробітництва присвячені наукові праці вчених П. Беленького, О. Бабінової, Н. Мікули, А. Омарова, Н. Павліхи, Л. Скібіцького [1-6] та інших.

Не дивлячись на велику кількість наукових доробок, не вирішеним залишається питання вибору із розмаїття організаційних форм, найоптимальнішої форми співробітництва для певного регіону.

У запропонованій методиці (рис. 1) регіон розглядається, як економічний простір. Тобто регіон можна представити як конструкцію у трьохмірному вимірі, яка містить: по-перше, територію, на якій відбуваються економічні чи виробничі процеси; по-друге, господарський комплекс, який складається з різних груп підприємств, галузей, які виробляють різний продукт; по-третє, населення, яке мешкає на даній території та бере активну участь у господарському комплексі [7].

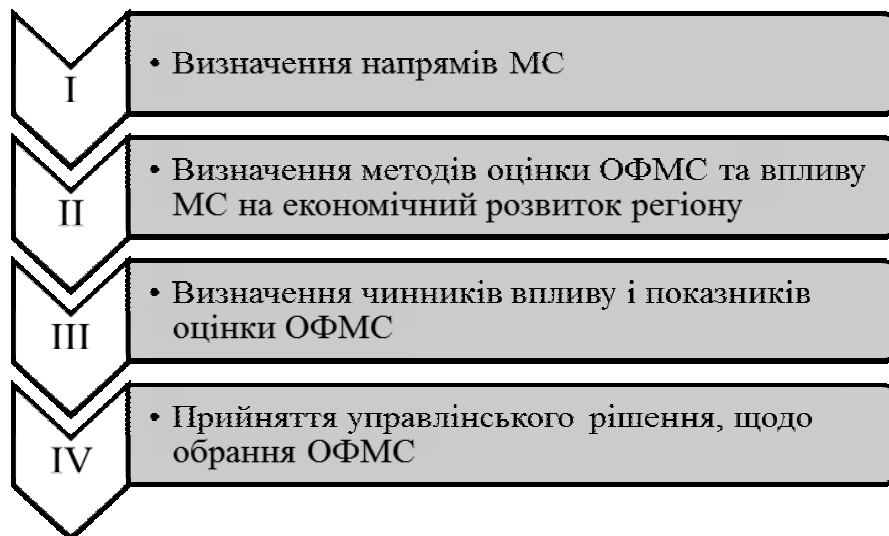


Рис. 1. Методика оцінки та вибору найоптимальнішої, з огляду на специфіку регіону, ОФМС

Джерело: Авторська розробка

Методика оцінки та вибору найоптимальнішої, з огляду на специфіку регіону, ОФМС включає ряд етапів. До них слід віднести: визначення напрямів МС; визначення методів оцінки ОФМС та впливу МС на економічний розвиток регіону; визначення чинників впливу і показників оцінки ОФМС; процес прийняття управлінського рішення, щодо обрання ОФМС.

Оцінка та вибір необхідної ОФМС буде обумовлена диференціацією соціально-економічного стану регіонів партнерів, що передбачає при формуванні пропонованої системи показників оцінки введення як відносних, так і абсолютних показників. Таким чином, методика оцінки та вибору найоптимальнішої ОФМС побудована на таких принципах:

- доступність отримання необхідної статистичної інформації;
- простота розрахунків;
- можливість побудови рейтингових оцінок;
- можливість складання порівняльних оцінок.

Необхідно також зауважити, що методику розроблено з урахуванням чинного законодавства, нормативної, методичної бази та узагальненого досвіду підходів зарубіжних країн.

Головною підставою розробки методики є можливість з її допомогою обрати найоптимальнішу ОФМС та найповніше оцінити той вплив, який чинить міжрегіональна взаємодія на розвиток регіону.

Об'єктом оцінки є ОФ і процес організації міжрегіонального співробітництва.

Предметом оцінки є інструментарій вибору та впровадження новітніх ОФМС.

Використання запропонованої методики сприяє:

- об'єктивнішому баченню та розумінню поточної ситуації,
- врахуванню інтересів найзацікавленіших суб'єктів,
- виокремленню найперспективних напрямів розвитку регіонів,
- прискоренню інноваційного розвитку регіону,
- залученню інвестицій,
- взаємоузгодженню обраної стратегії з комплексом оперативних заходів, які в свою чергу сприяють ефективному розвитку регіону та територіальних спільнот.

Дана методика розрахована на використання як у навчальній і науковій сферах, так і в практичній діяльності та може бути запропонована органам виконавчої влади, агенціям регіонального розвитку, незалежним експертам і консультантам.

Література

1. *Беленький П.* Формування та розвиток системи міжрегіонального та транскордонного співробітництва в Україні / П. Беленький, Н. Мікула // *Регіональна економіка*. — 2011. — № 3. — С. 61—73.
2. *Бабінова О.* Міжрегіональне співробітництво: зміст, форми, роль та проблеми реалізації в Україні / О. Бабінова // *Державне управління та місцеве самоврядування*. — 2011. — Вип. 4 (11). [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://pervomaysk.mk.gov.ua/store/files/1382602329.pdf>
3. *Мікула Н.* Розвиток нових форм транскордонного співробітництва / Н. Мікула, Є. Матвеев // *Економіст*. — 2011. — №5. — С. 20
4. *Омарова А. Е.* Державне регулювання міжрегіонального співробітництва в економічній сфері: дис. канд. економ. наук. Харківського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України. — Харків, 2009.
5. *Павліха Н. В.* Концептуальні засади управління проектами сталих просторових систем / Н. В. Павліха, Ю. В. Марчук // *Управління розвитком складних систем*. — 2014. — Вип. 18. — С. 74—79. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Urss_2014_18_15.pdf
6. *Скібіцький О. М.* Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності: Навч. посібник / О. М. Скібіцький, В. В. Матвеев, Л. І. Скібіцька. — К.: Кондор, 2011. — 912 с.
7. *Василенко В. Н.* Многомерность параметров региона: территории, системы, пространства: монография / В. Н. Василенко; науч. ред. В. В. Дружинина. — Дружковка: Юго-Восток, 2016. — 408 с.

УДК 332

zablodin@ukr.net

Заблодська Інна Володимирівна,
доктор економічних наук, професор, директор
Луганської філії Інституту економіко-правових
досліджень НАН України, Київ
Носкова Світлана Анатолівна, к.е.н., завідувача
кафедрою економіки та підприємництва,
Татарченко Олена Миколаївна, к.е.н., доцент
кафедри економіки та підприємництва,
Завойських Юлія Андріївна, к.е.н., доцент
кафедри економіки та підприємництва,
Інститут хімічних технологій
Східноукраїнський національний університет
ім. В. Даля, Северодонецьк, Україна

Zablodska Inna V.,
doctor of economic sciences, professor,
Director of Luhansk branch of
Institute of Economic and Legal Research of NAS of
Ukraine, Kiev
Noskova Svetlana A.,
PhD, Associate Professor, Department of Economy
and business
Tatarchenko Elena M.,
PhD, Associate Professor, Department
of Economy and business
Zavoiskyh Julia A.,
PhD, Associate Professor, Department of Economy
and business Institute of Chemical Technology East
Ukrainian National University named after
Volodymyr Dahl, Severodonetsk, Ukraine

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

MODERN PROBLEMS OF REGIONAL DEVELOPMENT: THE ECONOMIC ASPECT

Анотація. Розглянуто сучасні проблеми регіонального розвитку за умов євроінтеграції. Досліджено економічний аспект проблем регіонального розвитку.

Ключові слова: регіональний розвиток, євроінтеграція, економічні проблеми.

Summary. Modern problems of regional development in the context of European integration are considered. The economic aspect of regional development problems is investigated.

Key words: regional development, European integration, economic problems.

In most European countries which are more than just only one city there are some disparities between different parts of these countries. That's okay because the territory which are inhabited, located off the coast of the seas which are much more economically wealthy than mountain areas or areas where low population density is. Major cities produce much more value added than rural areas so disparities between urban and rural areas are always quite significant. Moreover, in countries that are have sufficiently large area on which a population belonging to national minorities has certain linguistic, religious or other differences from the main part of the population. This situation leads to the fact that in the country there is a growth of a certain tension between the regions or between one region and national government in general. So you should try to ensure the unity of state and development of regions based on their competitive advantages, their opportunities for such development, and competes with other regions including other countries for external resources [1].

European countries and the European Union as a whole pay a great attention to the regional development and creation of conditions for the unity of European regions, to the formation of cohesive solidarity of Europe. Such a task is the main for the governments of European countries, the administrations, the authorities of large municipalities. After all, even in big cities there are areas that are very differ in the composition of the population, income levels, crime rate, and the environment. In fact, when we are talking about the unity and cohesion of the state which consists of regions we can see that the issue of unity and cohesion is inherent to the territory and region.

Ukrainian region is a small European state. In every Ukrainian region there are areas primarily the cities that are more developed in whole and have much better living conditions than peripheral remote rural areas. That is why at the regional level it is very important to plan the development of the region in such a way as to align the economic capacity of the weaker regions. It is important to organize such an alignment through provision of additional subsidies to weak territories and to create in the weak areas of new centers of growth, again using competitive advantages of such areas.

Today the focus on decentralization of power and partnership between the different levels and branches in regional development has become dominated as well as partnerships with the private and non-governmental sectors rather than providing the direct subsidies weak areas [1].

Today in Ukraine the mainly necessary legislation for regional development was formed which meets the best European standards. We have the basic law, the state strategy of regional development which is very similar in its structure to such documents of the states member of the European Union. We have opportunities for financing the regional development at the expense of State regional development fund which is created as the budgetary program of the State budget according to the Budgetary Code of Ukraine.

In fact, starting from 2015 year the state regional policy in Ukraine has gained the European features and a competitive formula funding from the state budget of Ukraine. The area has got the opportunity to realize the real plan and finance their own development. Now all Ukrainian regions have developed strategy of development until 2020 or 2025. Unfortunately the realities of life are showing that in regions not all managers can effectively use new tools for regional development.

The results during 2015 year have showed that 520 million (3 billion) were not used in the regions and returned to the state budget. This is a result of the lack of sufficient number of real regional development projects that could be supported at the expense of state regional development fund.

Such a high percentage of unused funds were the main reason that the size of SFPD for 2016 year has remained at the level of 3 billion although the project budget provided 4.7 billion. Along with the reform of the state regional policy which has completed the first stage of regulatory framework development in Ukraine there is a wide decentralization. As a result of fiscal decentralization the cities of regional importance and united territorial communities have received the significant additional resources for its development [1].

Decentralization enables to the local communities and regions to have more influence on their development and wellbeing of the population. Decentralization at the same time bears the risks in the institutional capacity of the local administrative elite to ensure the development and not to be restricted. Today the united territorial communities have much more of their own resources and have the opportunity to receive the funds from the State Fund of regional development.

Firstly, united territorial communities for effective use of the state regional development fund should understand where this money can be allocated. Because it is very important for society that this money from SFPD were used most efficiently and thanks to them there are some new opportunities for increasing the revenues of local budgets in the future. Those regions and communities are become successful that have successfully developed their own internal capacity and improve the internal conditions that influence the investment and support them. In order the funds were used for growing it is necessary to make the strategic planning for the development of united territorial community.

Література

1. Державна регіональна політика та розвиток територій в умовах змін [Електронне видання] Режим доступу: — <http://www.csi.org.ua/derzhavna-regionalna-polityka-ta-rozvytok-terytorij-v-umovah-zmin-spetsialno-dlya-otg/>

Захарін Сергій Володимирович
доктор економічних наук
професор Тяньцзиньського університету
іноземних мов,

Одотюк Ігор Васильович
доктор економічних наук, головний науковий
співробітник ДУ «Інститут економіки
та прогнозування НАН України»

Zakharin Sergii
doctor of economics
professor of the Tianjin University
of Foreign Languages
Odotyuk Ihor
doctor of economics
research collaborators SI «Institute of Economics
and Forecasting of NAS of Ukraine»

АКТИВІЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКО- КИТАЙСЬКОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

ACTIVATION OF UKRAINIAN-CHINA INVESTMENT COOPERATION

Анотація. Розглянуто стан і динаміку торгово-економічного та інвестиційного співробітництва між Україною та КНР. Виділено перспективні проекти і програми, що можуть бути реалізовані в Україні із залученням китайських інвестицій. Подано пропозиції щодо активізації українсько-китайського співробітництва у інвестиційно-інноваційній сфері.

Ключові слова: інвестиційне співробітництво, інноваційне співробітництво, китайські інвестиції, Україна, Китай.

Summary. Considered the state and dynamics of trade-economic and investment cooperation between Ukraine and China. Allocated perspective projects and programs that can be implemented with the involvement of Ukraine Chinese investment. Suggestions to enhance Ukrainian-Chinese cooperation in the field of investment and innovation.

Key words: investment cooperation, innovative cooperation, the Chinese investment, Ukraine, China.

Економіка КНР за обсягом виробленої доданої вартості займає перше місце в світі. В Китаї сконцентровано величезний інвестиційний, інноваційний і науково-технічний потенціал. У той же час китайська сторона зацікавлена розвивати співробітництво з українськими партнерами, зважаючи на значний потенціал багатьох сфер вітчизняної економіки. Відтак, виникає необхідність у виробленні науково обґрунтованих рекомендацій, спрямованих на впровадження новітніх механізмів активізації інвестиційно-інноваційного співробітництва між Україною та КНР.

Між Україною і Китайською Народною Республікою (КНР) задекларовано відносини стратегічного партнерства. КНР визнав Україну як суверенну державу 27 грудня 1991 року, а вже через тиждень, 4 січня 1992 року, між двома країнами були встановлені дипломатичні відносини. Китай незмінно підтримує суверенітет і територіальну цілісність України. Україна неухильно залишається відданою політиці «одного Китаю».

Динаміка зовнішньої торгівлі товарами та послугами між Україною та КНР протягом 2014–2015 р. має тренд на зниження. У 2015 р. обсяг загального товарообігу порівняно з попереднім роком знизився на 22,5 %, у тому числі експорт знизився на 10,3 %, а імпорт — на 28,6 %. Сальдо між експортом та імпортом є негативним для національного господарства України.

У 2014–2015 рр. основу китайського імпорту становили: механічне обладнання, машини, обладнання та механізми (30,8 %), текстиль і текстильні вироби (15,3 %), недорогоцінні метали та вироби з них (10,2 %), полімерні матеріали, пластмаси та каучук (8,6 %), взуття, головні убори, парасольки (6,0 %), продукція хімічної промисловості (5,7 %).

Основні позиції українського експорту в КНР у 2014–2015 рр. продовжували займати мінеральні продукти (в основному руди залізни, шлаки та зола, енергетичні матеріали та ін.), питома вага яких склала 65,9 % від загального обсягу експорту в КНР; жири та олії тваринного або рослинного походження (12,9 %); продукти рослинного походження, переважно зернові (8,7 %), деревина та вироби з неї (7,0 %), механічне обладнання, машини, обладнання та механізми (2,0 %), недорогоцінні метали та вироби з них (1,1 %).

Перспективним стратегічним напрямком економічного співробітництва з КНР є безпосереднє залучення України до реалізації ініціативи Голови КНР з розвитку економічного поясу Шовкового шляху.

Проаналізуємо стан інвестиційного співробітництва суб'єктів господарювання КНР та України. Динаміку надходження китайських інвестицій в економіку України характеризують дані табл. 1.

Таблиця 1

ДИНАМІКА НАДХОДЖЕННЯ КИТАЙСЬКИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ
(станом на кінець року), млн дол.США

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Приріст протягом року	0,9	2,2	3,3	6,9	-1,6	-3,7
Нагромаджений обсяг	13,1	15,3	18,6	25,5	23,9	20,2

Як вбачається із представлених даних, протягом 2014—2015 рр. обсяг приросту китайських інвестицій, вкладених в економіку України, є від’ємним, тобто інвестори з КНР вилучали вкладені інвестиції (та згортали економічну діяльність). У 2013 р. був зафіксовано максимальний позитивний показник залучених з КНР інвестицій, але цей обсяг — лише 6,9 млн дол. США — є вкрай мізерним з огляду на можливості китайських інвесторів і потенціал української економіки. Дані про структуру китайських інвестицій, вкладених в економіку України, представлено у табл.2.

Таблиця 2

СТРУКТУРА КИТАЙСЬКИХ ІНВЕСТИЦІЙ, ВКЛАДЕНИХ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ
(станом на початок року)

	2015		2016	
	млн дол. США	у % до підсумку	млн дол. США	у % до підсумку
Всього	21,014	100,0	20,152	100,0
Сільське господарство	4,808	22,9	6,130	30,4
Транспорт, пошта	3,630	17,3	3,936	19,5
Промисловість	4,531	21,6	3,261	16,2
Торгівля	3,271	15,6	3,085	15,3
Будівництво	1,234	5,9	1,152	5,7
Туризм, подорожі	0,205	1,0	0,194	1,0
Операції з нерухомістю	0,160	0,8	0,142	0,7

З наведених даних вбачається, що китайські інвестори активно вкладають кошти у найпривабливіші види економічної діяльності в Україні — сільське господарство, транспорт та пошту, промисловість, торгівлю. У той же час у 2015 р. порівняно з попереднім роком обсяги залучених китайських інвестицій у низці видів економічної діяльності (промисловість, торгівлю, будівництво, туризм і подорожі, операції з нерухомістю) впали, через що знизився показник залучених з КНР інвестицій і в цілому по економіці.

В Україні відкрито представництва китайських виробників телекомунікаційного обладнання Huawei, ZTE, Xinwei. У КНР працюють представництва українських підприємств — ГК «Укрспецекспорт», ВАТ «Мотор-Січ», ВАТ «ФЕД», «Креатив Груп», «Корум Груп».

Виділимо перспективні інфраструктурні проекти, що можуть бути реалізовані за рахунок китайських інвестицій та (або) експортних кредитів з боку КНР:

1) виконання контракту з реалізації національного проекту «Повітряний експрес — організація залізничного пасажирського сполучення м. Київ — міжнародний аеропорт» Бориспіль» і будівництво інших інфраструктурних об’єктів Київського регіону» (вартість проекту — 372 млн доларів США);

2) реалізація спільних проектів у рамках підписаного Меморандуму про взаєморозуміння між Міністерством аграрної політики та продовольства України та Експортно-імпортним банком КНР про співробітництво в галузі сільського господарства на суму \$ 3 млрд США;

3) реалізація спільних проектів у сфері енергетики відповідно до Кредитної угоди між НАК «Нафтогаз України» і Банком розвитку Китаю на суму 3,6 млрд.дол.США (зокрема, будівництво установки газифікації вугілля на Одеському припортовому заводі, модернізація

низки українських ТЕЦ, будівництво газового інтерконнектора між Україною і Польщею, модернізація Шебелинського ГПЗ ВАТ «Укргазвидобування»);

4) здійснення пілотного проекту будівництва соціального житла з іпотечним кредитуванням у Києві вартістю 1 млрд дол. США в рамках Меморандуму про взаєморозуміння щодо співробітництва з питань будівництва доступного житла в Україні між Міністерством регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства та Китайською державною компанією CITIC Construction Co., Ltd.

Необхідно активізувати роботу Комісії зі співробітництва між Урядом України та Урядом КНР, у тому числі Підкомісії з питань торговельно-економічного співробітництва, Підкомісії з питань науково-технічного співробітництва та Підкомісії з питань співробітництва у космічній галузі.

Доцільно створити механізм моніторингу інвестиційного та інноваційного співробітництва України та КНР, у тому числі з можливістю оперативного вирішення проблем китайських інвесторів в Україні. Такий механізм на рівні експертів може бути створений у стислі терміни в рамках роботи Підкомісії з питань торговельно-економічного співробітництва.

Слід ухвалити управлінське рішення про створення у КНР української торгово-економічної місії, яка має інформувати потенційних китайських інвесторів про можливості економічної та інвестиційної взаємодії з українськими партнерами, а також надавати інформаційну, консультативну та правову допомогу українському бізнесу, що провадить господарську діяльність на території КНР.

Органи влади України (в першу чергу МЗС і Мінекономрозвитку) мають вивчити та запропонувати конкретні прагматичні рішення, спрямовані на приєднання української сторони до ініційованого КНР проекту «Один пояс. Один шлях», що дозволить розширити традиційні сфери взаємодії, забезпечити більшу взаємну відкритість ринків товарів, послуг і технологій.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність [статистичне видання] / Держстат України, 2016. — <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності [статистичне видання] / Держстат України, 2016. — <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Щодо співробітництва України з Китаєм / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, 2016. — Електронний ресурс. — Доступний з: www.me.gov.ua
4. Ярошенко Є. Місце України в глобальних стратегіях Китаю / Є. Ярошенко. — К.: МЦПД, 2015. — 44 с.
5. Kaszmarski M. The New Silk Road: a versatile instrument in China's policy / M. Kaszmarski. — OSW Centre for Eastern Studies, 2015. — Number 161. — 89 p.
6. Moldavchuk R. The strategic partnership of China and Ukraine / R.Moldavchuk, I.Odotiuk // Modern science. — 2016. — № 2. — С. 77–82.
7. Zuokui L. Central and Eastern Europe in Building the Silk Road Economic Belt / L.Zuokui. — Working Paper Series on European Studies Institute of European Studies Chinese Academy of Social Sciences. — 2014. — Vol. 8. — No. 3. — 130 p.

«БІЗНЕС-ПРОЦЕСИ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ»

УДК 33.338.43

Sirius101@ukr.net

Бакалова Наталія Леонідівна
аспірантка кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Bakalova Nataliia L.
PhD seeker of the economy of enterprises
department of Vadym Hetman Kyiv National
Economic University, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ

THE PECULARITIES OF THE IMPLE MENTATION OF THE QUALITY MANAGEMENT AND ECOLOGIZATION SYSTEMS IN THE PRODUCTION ENTERPRISES

Анотація. Представлено новий погляд на впровадження системи управління якістю та екологізації виробництва. Розглянуто необхідність взаємозв'язку системи управління якістю та екологізацією виробництва.

Ключові слова: система управління якістю, екологізація виробництва.

Summary. The new point of view is presented as to the quality management system implementation and the ecologization of production. The necessity of linkage between the quality management system and the ecologization of production has been analyzed.

Key words: quality management system, ecologization of production.

Система управління якістю продукції є невід'ємною складовою сучасного менеджменту. Рекомендації ISO 9000:2015 вважають за необхідне процесний підхід при впровадженні на підприємстві системи управління якістю, при якому система складається з взаємопов'язаних узгоджених процесів [1].

Екологізація виробничої діяльності підприємства відноситься до соціальної відповідальності бізнесу і є значною конкурентною перевагою підприємства в сучасному світі. На відміну від вимог стандарту якості ISO 9000:2015, стандарт системи екологічного менеджменту ISO 14001:2015 рекомендує застосування системного підходу при екологізації виробничих підприємств, що передбачає створення нормативної бази для захисту довкілля, побудову гармонійних відносин з соціумом тощо [2].

На нашу думку, система екологічного менеджменту так само потребує використання процесного підходу під час впровадження на підприємстві, як і система управління якістю продукції. Обидві системи повинні бути пов'язаними в одне ціле, а саме: маркетингові дослідження ринку, планування, проектування, виробництво, збут, післяпродажний сервіс і прийом сировини для вторинної переробки (особливо використаної тари для продукції) повинні розглядатись як взаємопов'язані ланцюги процесів. Процеси поступово взаємовпливають, тому кожен наступний процес успадковує певні позитивні або негативні наслідки залежно від рівня якості виконання попереднього процесу.

Так, наприклад, виробництво дефектної продукції або надмірне використання природних ресурсів відповідно призводитимуть до зростання виробничих витрат, підвищення виробничої собівартості продукції, зменшення продуктивності праці за рахунок збільшення часу на виправлення дефектів, негативний вплив на довкілля у випадку зловживання використаними невідтворюваними ресурсами.

Білл Сміт, автор методики «Шість сигм», вважає, що ймовірність браку є завжди, навіть при ідеально налагодженому процесі випуску продукції. Шість сигм — це «визначений за допомогою статистичних розрахунків плановий показник діяльності, при якому на 1 мільйон операцій припадає не більше 3,4 відхилень (дефектів)»[3]. Тому поява дефектних виробів при оптимально налагоджених процесах має місце, проте кількість дефектної продукції повинна бути мінімально можливою.

Таким чином, вся діяльність підприємства, у тому числі виробнича, може бути розглянута як сукупність паралельних і послідовних процесів.

Вважаємо за необхідне розглядати кожен окремий процес, який прямо чи опосередковано впливає на якість виробничої продукції та екологічну діяльність підприємства.

На наш погляд, кожен процес, який відбувається на підприємстві, обов'язково повинен містити складову якості та екологічну складову. Система управління якістю та екологізація підприємства повинні бути впровадженими не лише на виробничому відділі, а й охоплювати всі рівні менеджменту підприємства.

До складу навколишнього середовища підприємства відносяться персонал підприємства, споживачі продукції та їх взаємозв'язки між собою. Метою екологізації підприємства повинно бути створення екологічних умов праці, екологічно чистої продукції, розвиток екологічних стосунків між стейкхолдерами.

Екологізація підприємства передбачає якісно інший рівень виробництва, виробничої продукції та виробничих відносин.

Екологізація виробництва є необхідною умовою при впровадженні системи управління якістю, оскільки умови виробництва продукції без використання сучасних ресурсозберігаючих технологій є застарілими та малоефективними.

Система управління якістю та екологізації виробництва передбачає постійне вдосконалення шляхом покращення та оптимізації процесів і знаходиться у прямій залежності від сучасних інноваційних технологій і вимог часу. Вона не є ригідною і повинна періодично коригуватися завдяки новим науковим досягненням та потребам суспільства.

Прообразом системи екологізації підприємства є Санкт-Гальська модель К.Блейхера, яка передбачає основною метою довгострокових цілей менеджменту створення екологічно прийнятної поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, шляхом формування екологічної культури та внесення необхідних змін до підприємницької етики [4].

Інтегрована система управління якістю та екологізація виробництва передбачає зміну менталітету та корпоративної культури підприємств-виробників від ідеї випуску продукції з метою отримання прибутків до усвідомлення соціального значення діяльності підприємства в національному та світовому масштабі; а саме його вкладу в збереження ресурсів і довкілля для майбутніх поколінь; запобіганню необґрунтованих витрат невідновлюваних ресурсів, таких як корисні копалини — нафти, вугілля; зменшення обсягів викидів вуглекислого газу, стічних вод; створенням екологічноорієнтованих умов праці для співробітників; виробництва високоякісної, екологічно чистої продукції без ГМО та шкідливих домішок.

Література

1. Международный стандарт SO 9001:2015. Системы менеджмента качества. Требования [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://intexunion.ru/wp-content/uploads/Стандарт9001-2015.pdf>
2. Международный стандарт ISO 14001:2015. Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.pqm-online.com/assets/files/pubs/translations/std/iso-14001-2015-\(rus\).pdf](http://www.pqm-online.com/assets/files/pubs/translations/std/iso-14001-2015-(rus).pdf)
3. Рамперсад Х. К. Общее управление качеством: личностные и организационные изменения / Хьюберт К. Рамперсад. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 256 с.
4. Bleicher K. Das Konzept Integriertes Management / Knut Bleicher. — Frankfurt/Mein, New York,: Campus Verlag, 1992. — 704 с.

УДК 338.2

tbatanova@gmail.com

Батанова Татьяна Владимировна
Одесский национальный экономический
университет, Украина

Batanova Tatiana V.
Odessa national economic university, Ukraine

ПОСТРОЕНИЕ КОМПЛЕКСА СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И РЕИНЖИНИРИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ

THE CONSTRUCTION OF BALANCED SCORECARD ACTIVITY COMPLEX AND REENGINEERING OF ENTERPRISE

Анотація. Предложен переход предприятий к новым методам управления на основе сбалансированной системы показателей и реинжиниринга бизнес-процессов. Указаны преимущества такого сочетания инструментов управления и нерешенные проблемы.

Ключевые слова: стратегическое управление, сбалансированная система показателей, реинжиниринг

Summary. A transition of enterprises to new methods of management based on the Balanced Scorecard and Business Process Reengineering is proposed. The advantages of such a combination of management tools and unsolved problems are shown.

Key words: стратегическое управление, сбалансированная система показателей, реинжиниринг

Современные подходы к теоретическому обоснованию научных аспектов и методологических подходов к практическому внедрению реинжиниринга бизнес-процессов исследованы и разработаны известными зарубежными учеными: М. Хаммером, Дж. Чампи, Т. Давенпортом, М. Робсоном, Ф. Уллахом, Э. Фрезе, Ф. Хилом и Дж. Харрингтоном, П. Фингером и другими исследователями.

Методологические и практические аспекты разработки и внедрения сбалансированной системы показателей были исследованы и углублены в трудах таких зарубежных и отечественных ученых: А. Гершун, Ю. Нефедьева, И. Ивакиной, Р. Каплана, Д. Нортон, П. Нивена, С. Обуховского, Л. Пан, В. Слинькова, В. Стадник, П. Хорвата, Х. Фридага, В. Шмидта и др.

Потребности потребителей, конкуренция, кардинальные изменения и коммуникационных технологий создали инновационные условия для деятельности предприятий. Внешние условия создали предпосылки для перехода предприятий к новым методам управления на основе сбалансированной системы показателей (Balanced Scorecard — BSC, ССП) и реинжиниринга бизнес-процессов (Business Process Reengineering — BPR).

Первое направление — использование BSC как управленческой и стратегической измерительной системы, — преобразует миссию и стратегию организации в сбалансированный комплекс интегрированных рабочих показателей.

Методология ССП — это механизм последовательного доведения до персонала стратегических целей компании и контроля за их достижением через ключевые показатели результативности (КПР), которые являются, по сути, измерителями достижимости целей, а также характеризует эффективность бизнес-процессов и работу каждого отдельного сотрудника [1, с. 27].

Использование ССП позволяет менеджерам управлять такими процессами, как перевод видения стратегии, доведение ее до всех уровней системы управления, бизнес-планирование и распределение ресурсов, обратная связь, обучение и текущий мониторинг реализации стратегии. Сущность системы сбалансированных показателей заключается в том, что предприятие, которое внедрило эту технологию, в результате получает «систему координат» действий в соответствии со стратегией на любых уровнях управления [2, с. 19]. Все ресурсы, а также сотрудники через систему мотивации сориентированы на достижение ключевых показателей результативности (КПР), которые позволяют реализовать стратегию компании благодаря системе четко поставленных целей и задач в рамках четырех основных проекций: финансы; маркетинг; внутренние бизнес-процессы; обучение и рост персонала.

В.Ю. Сутягин и М.А. Турлачева указывают, что одним из достоинств ССП является то, что она позволяет уйти от абстрактного декларирования планов топ-менеджеров и представить стратегию организации в виде конкретных цифр и причинно-следственных связей, понятных каждому работнику организации. В разработке стратегии участвуют все работники и все уровни организации, что обеспечивает понимание персоналом поставленных задач, сплоченность коллектива и лояльность к организации [3, с. 116]. Также данный инструмент позволяет согласовать деятельность сотрудников на разных уровнях. Еще одним важным преимуществом является возможность увязать стратегическое управление с оперативным. Кроме того, ССП позволяет построить систему обратной связи. Также ССП предполагает сбалансированное развитие всех уровней и перспектив предприятия, делает процесс функционирования предприятия более прозрачным. ССП может быть очень полезна при реализации инновационных проектов, поскольку легко позволяет оценить эффективность и потенциал любого бизнес-направления [3, с. 116].

Второе направление, которое является методом революционного преобразования деятельности предприятия, получило название реинжиниринг бизнес-процессов (Business Process Reengineering — BPR, РБП). Кардинальные изменения, происходящие на предприятии благодаря реинжинирингу, позволяют достичь скачкообразного роста эффективности и предусматривают изменение старой системы управления и производства на новую.

Б.Л. Кузнецов и С.Б. Кузнецова отмечают, что реинжиниринг производственных систем — это инновационно-синергетический процесс перепроектирования, перестройки, переналадки всех систем (технологической, организационной, управленческой, экономической, инфраструктурной), перевода существующей производственной системы на новый технологический уровень или новые технологические платформы, включая прорыв в новое технологическое пространство, модернизацию активной части основных фондов и реконструкцию пассивной части основных фондов [4]. Эти авторы также указывают, что реинжиниринговые проекты, как правило, требуют стратегического видения (форсайта), выработки миссии и системы целей о технологии бенчмаркинга, т.е. сравнения ключевых параметров

перепроектируемой производственной системы с лучшими образцами на уровне глобального рынка, необходимости создания обширных баз данных и баз знаний. В условиях глобализации, гиперконкуренции и открытости рынков других вариантов овладения конкурентоспособностью и эффективностью не существует. Концепции реинжиниринга, основанные только на операционной работе и тактических задачах, игнорирующие главные внешние факторы (окружение), обрекают реинжиниринговые проекты на провал [4].

Представляется, что интеграция реинжиниринга и сбалансированной системы показателей за счет синергетического эффекта позволит кардинально изменить структуру и управление предприятием, повысить его конкурентоспособность и укрепить рыночные позиции.

Некоторые исследователи также отмечают, что целесообразно применять реинжиниринг не только для бизнес-процессов предприятия, но и для любых направлений его деятельности, связанных с процессами стратегического управления (в частности, на функционирование стратегических бизнес-единиц), которые могут значительно повысить конкурентоспособность предприятия, а также увязывают расширение возможностей оценки эффективности усовершенствованных бизнес-процессов и направлений деятельности с использованием сбалансированной системы показателей [5, с. 413—414].

В то же время, внедрение этих инструментов управления связано с решением достаточно многочисленных проблем.

Так, в литературе встречаются такие недостатки ССП. Главный недостаток заключается в том, что одновременно с внедрением ССП еще больше расширяется контрольная система предприятия, которая становится более громоздкой. Кроме того, ССП ограничивает степень свободы низовых уровней организационной иерархии, что в определенной степени ограничивает степень свободы исполнителей. Кроме того, необходимо адаптировать ССП к каждой конкретной организации. Предприятия, особенно малые, сталкиваются с тем, что в организации вообще не осуществляется стратегическое планирование или его результаты не оформлены в письменной форме [3, с. 116—117].

Слабым звеном является и то, что пока не сложилась универсальная система нефинансовых показателей, менеджеры вынуждены сами изобретать показатели, которые не всегда могут отражать необходимые сведения [6].

Серьезной проблемой, сдерживающей развитие реинжиниринга, является отсутствие обоснованной теории реинжиниринга производственных систем. Важнейшей задачей является разработка концепции реинжиниринговых проектов, в которых должна определяться не только тактика и оперативная работа, но и стратегия развития. Если традиционные инжиниринговые проекты могут быть реализованы в рамках тактических целей, операционных задач и типовых алгоритмов решения возникающих вопросов, то реинжиниринговые проекты, как правило, требуют стратегического видения (форсайта), выработки миссии и системы целей по технологии бенчмаркинга, т. е. сравнения ключевых параметров перепроектируемой производственной системы с лучшими образцами на уровне глобального рынка, необходимости создания обширных баз данных и баз знаний [4].

Литература

1. Каплан Р. Система сбалансированных показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, . Нортон; [пер. с англ.] : изд. 2-е, испр. и доп. —М.: Олимп-Бизнес, 2003. — 304 с.
2. Ольше Нильс-Горан. Сбалансированная система показателей. Практическое руководство по использованию / Нильс-Горан Ольше, Жан Рой, Магнус Веттер; [пер. с англ.]. — М.: Вильямс, 2006. — 304 с.
3. Сутягин В. Ю. Сбалансированная система показателей как эффективный инструмент реализации стратегии развития предприятия / В. Ю. Сутягин, М. А. Турлачева // Социально-экономические явления и процессы. — 2012. — № 5–6 (039–040). — С.112–117.
4. Кузнецов Б. Л. Реинжиниринг производственных систем: стратегия вывода экономики из кризиса [Электронный ресурс] / Б. Л. Кузнецов, С. Б. Кузнецова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. статей по материалам Междунар. науч.-практ. конф. № 10–11 (53). — Ч. II. — Новосибирск: СибАК, 2015. — Режим доступа: <http://sibac.info/conf/econom/liv/43185>.
5. Балан В. Г. Реінжиніринг у системі стратегічного управління підприємства [Електронний ресурс] / В. Г. Балан, М. В. Ситницький // Формування ринкової економіки. — 2012. — № 1. — С. 406–414. — Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/4421>.
6. Ветлужских Е. В. Особенности BSC предприятий малого бизнеса / Е. В. Ветлужских // Управление компаниями. — 2006. — № 3. — С. 35–37.

Будяєв Максим Олександрович
асистент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Budiaiev Maksym
assistant Department of business economics, SHEE
«Kyiv National Economic University after named
Vadym Hetman», Ukraine

МЕХАНІЗМ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

INVESTMENT APPEAL MECHANISM OF ENTERPRISES

Анотація. Проведено аналіз механізмів оцінювання інвестиційної привабливості підприємства у вітчизняній і світовій літературі, визначено їх недоліки та переваги. Запропоновано основні положення універсального підходу, на основі ключового досвіду провідних держав та економічної ситуації України.

Ключові слова: інвестиційна привабливість підприємства, оцінювання інвестиційної привабливості, IASC

Summary. The world and domestic literature concerning evaluation mechanism of investment appeal were analyzed. The strengths and weaknesses of each method were determined. The guideline for new approach, based on key experience of leader countries and Ukrainian realities were proposed.

Key words: investment appeal of enterprises, evaluation process of investment appeal, IASC

В сучасних умовах підприємства для забезпечення ефективного функціонування та власного розвитку, потребує суттєвих фінансових ресурсів, які можуть поступати у формі реінвестування чи прямих інвестицій. У процесі визначення об'єкта інвестування на перший план виходить обчислення інвестиційної привабливості кожного. Очевидно, що інвестиційна привабливість стає єдиним мірилом при виборі об'єкта інвестування, а система її забезпечення — однією з базових систем підприємства, основною складовою якої залишається портфель власних інвестиційних проектів компанії. Однак у вітчизняній літературі немає єдиного чіткого підходу до процесу оцінювання інвестиційної привабливості. В напрацюваннях автора, було висвітлено чіткий зв'язок даного показника з суб'єктивними та об'єктивними характеристиками підприємства, а також з цілями та позицією інвестора. Всі наведені фактори лише ускладнюють процес оцінювання. Додатковим ускладнюючим фактором є невідповідність розвитку фондового ринку України, його інструментів з світовим, особливо європейським досвідом. Наприклад компанії, цінні папери яких представлені на фондових площах світу, проводять власну оцінку використовуючи показники ціни акцій, коливання та ін. Відповідно інвестори, при виборі підприємства, користуються схожим набором факторів. На жаль, у вітчизняній дійсності неможливе пряме використання іноземних напрацювань, так як український фондовий ринок не працює і, за аналітичними даними, не зможе вийти на ефективний рівень функціонування у найближчі 5—10 років. У той самий час компанії, які проходять процедури лістингу та виходять на фондові ринки Європи та світу (а таких прикладів не багато, тому що процедура складна і потребує чіткого виконання вимог ринку), не отримують бажаного рівня фінансування, а отже не розвиваються, що знижує ціну їх акцій. Для інших підприємств використовують стандартний підхід фінансового аудиту. За цим підходом, використовуючи інформацію звітів компанії, розраховують п'ять груп показників, які якісно і цілісно описують стан підприємства, дають можливість прогнозувати його діяльність. Ці групи показників задовольняють вимоги міжнародного меморандуму IASC (International Accounting Standards Committee) і до них відносять: майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності активів, прибутковості, ділової активності, ринкової активності. Даний підхід було успішно інтегровано у вітчизняне законодавство — у 1998 році була затверджена Агентством з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій «Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій», яку використовують до нашого часу. Проте, як уже зазначалось, цей підхід не враховує суб'єктивні фактори при виборі об'єкта інвестування, що робить його, в сучасних умовах, не надто ефективним інструментом. Іншим методом визначення привабливих для інвестування підприємств є розрахунок великої кількості коефіцієнтів — Альтмана, Чессера, Тафлера та ін. Всі вони базуються на визначенні інтегрального показника ймовірності банкрутства через розрахунок фінансових співвідношень. Проте їх головним недоліком залишається застарілість коефіцієнтів та географічна обмеженість в застосуванні. Також застосовується низка підходів, які умовно можуть бути об'єднані в групу експертних. До них відносяться експертні опитування, рангові та рейтингові, матриці GE-McKinsey та інші. Цікавим, не за механікою, а за набором питань, є підхід «10 основних питань бізнес-ангела», в якому інвестори (або підприємці) пови-

нні дати відповідь на дві групи питань: Загальні (ринок, конкуренти, бізнес-модель, стратегія та час) та Специфічні (команда, ко-інвестування, вихід з проекту, прибутки, масштабність). Інвестори завжди намагаються знайти гарні бізнес-проекти з великої кількості бізнес-ідей, проте вони мають бути уважними при виборі реальних проектів. У цьому їм можуть допомогти дані групи питань. У свою чергу підприємствам необхідно ставити перед собою завдання, відповідні до їх можливостей і потреб. Даних підхід, як і вся група, базуються виключно на експертних оцінках, що збільшує похибку показників, а також не враховує фінансові характеристики. Саме тому необхідно розробити інструмент, який поєднає у собі обидва методи. Таким інструментом може виступати методика, в якій паралельно з розрахунком переліку фінансових, маркетингових показників визначається іміджева та суб'єктивна складова. Окремо необхідно враховувати загальну інвестиційну привабливість країни та виду діяльності, а якщо оцінювання проводиться для підприємств всередині — то інвестиційну привабливість регіону. На наступному етапі здійснюється нормалізація всіх оцінених характеристик і визначається загальна оцінка підприємства. Перевагою є гнучкість процесу оцінювання, тобто можливість підібрати для кожної галузі власний набір показників (окрім базової складової), які кращим чином опишуть специфіку його функціонування. Можливість порівнювати між собою підприємства різних розмірів, напрямків діяльності, країн без суттєвої втрати якості. Серед недоліків залишається похибка від експертних оцінок, проте, вона буде скоригована на раціональні фінансові показники.

Література

1. Clint Korver «Applying Decision Analysis to Venture Investing» -[електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.kauffmanfellows.org/journal_posts/applying-decision-analysis-to-venture-investing/
2. Juan Roure «Ten Key Questions when Evaluating an Investment Opportunity: the Business Angel Approach» — [електронний ресурс] — Режим доступу: <http://blog.iese.edu/entrepreneurship/2013/12/03/ten-key-questions-when-evaluating-an-investment-opportunity-the-business-angel-approach/>
3. Khakimdzhon Aminov, Maria Kossukhina «The Application of the Analytic Hierarchy Process for Multicriterion Evaluation of the Enterprise's Investment Attractiveness» -[електронний ресурс] — Режим доступу: <https://fruct.org/publications/abstract12/files/Ami.pdf>
4. Лупак Р. Л. Управління покращенням інвестиційного забезпечення підприємств / Р. Л. Лупак, І. М. Польова, В. Г. Васильців // Бізнес Інформ. — 2015. — № 12. — С. 88—92.

УДК:005.412:658

lider.khneu@gmail.com

Гонтарева Ірина Вячеславівна
д.е.н., професор, ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Україна

Gontareva Irina V.
DS(E), professor, S. Kuznets KhNEU, Ukraine

ЕФЕКТИВНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

EFFICIENCY OF ORGANISATION CAPITAL OF ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Стратифікована багаторівнева ієрархічна структура з індивідуальних інтересів, взаємних очікувань, звичок, рутин, компетентностей, ресурсів і компетенцій формує організаційний капітал різних форм підприємницької діяльності.

Ключові слова: підприємництво, ефективність, інтереси, очікування.

Summary. Stratified multi-level hierarchical structure of individual interests, mutual expectations, habits, routines, competences, resources and competencies form the organizational capital of various forms of entrepreneurship.

Key words: efficiency, interests, expectations.

Підприємницька діяльність формує соціально-економічне і техніко-технологічне середовище для реалізації індивідуальних інтересів і взаємних очікувань у процесі колективної діяльності. Таке середовище передбачає наявність рекурсивно організованих правил і ресурсів, у тому числі професійних компетентностей [1]. Ресурсно найзабезпеченіші інтереси певних членів структурованої групи стейкхолдерів викликають, точніше повинні викликати, раціональні реактивні очікування і дії інших членів групи. Багаторазово повторюючись очікування і дії стають звичками на рівні індивідуумів і рутинами — на рівні організаційних форм підприємництва. Звичка і рутина не виключають поведінкову свободу і цілеспрямованого осмислення різних ситуацій, але є обов'язковою складовою процесу прийняття рішень [2].

За визначенням Дж. Ходжсона [3], звички — це приховані переваги до сценаріїв поведінки, які реалізуються при наявності відповідних стимулів і контексту. Певним аналогом звич-

ки на рівні організації є рутинна. Однак рутинна близька і до поняття функції, як певної діяльності, що виконується індивідом у рамках поділу праці. Тому під рутинною будемо розуміти індивідуальні звичні особливості способу реалізації функції, при необхідному і достатньому рівні первинних компетентностей і компетенцій. Стратифікована багаторівнева ієрархічна структура з індивідуальних інтересів, взаємних очікувань, звичок, рутин, компетентностей, ресурсів і компетенцій формує організаційний капітал різних форм підприємницької діяльності. При цьому, згідно з правилами Нобелівського лауреата Р. Сперрі [4], емерджентні властивості на вищих рівнях існують завдяки каузальних процесів на нижчому рівні.

В організаційного капіталу з'являються додаткові якісні характеристики, пов'язані зі спрямованістю на конкретний результат. Трансформація полягає у відносному замиканні комунікаційних зв'язків; зниженні їх числа і підвищенні інтенсивності; при цьому комунікаційні зв'язки підсилюють свою координуючу значимість — обмін правами і обов'язками, і обмежують значимість обміну особистою інформацією і емоціями.

Необхідно також враховувати, що організаційний капітал формалізує і абсорбує частину людського капіталу. За визначенням С. Боумана [5], якщо знання міститься тільки в голові конкретної людини, то це людський капітал. Якщо цим знанням може користуватися будь-який співробітник підприємства, то це вже організаційний капітал. На цій підставі Д. Норт [6] звужує поняття організаційного капіталу до інституалізованого знання. Однак, автор цього дослідження дотримується ширшого розуміння організаційного капіталу. Т. Стюарт [7] відносить до організаційних знань ті, які можуть бути використані вільно або з обмеженнями на інтелектуальну власність, а саме: технології, винаходи, масиви даних, публікації, стратегії, структури, організаційні регламенти до операцій, а також культуру відносин і комунікацій. В якості базового розуміння організаційного капіталу приймемо визначення Р. Гранта [8]: організаційний (структурний) капітал виступає як частина ресурсів підприємства, що дозволяють ефективно інтегрувати фактори виробництва і праці. Передумовами для виділення організаційного капіталу в самостійну категорію є необхідність формування комплексного механізму створення додаткової вартості за рахунок підвищення якості соціальних і виробничих відносин у взаємодії з людським капіталом.

Призначення організаційного капіталу не тільки сформувати комунікаційні канали колективної діяльності, але направляти цю діяльність на отримання результату, що дозволяє забезпечити тривале і стійке існування даного колективу і суспільства в цілому. По ходу діяльності людський капітал за допомогою організаційного капіталу, матеріальних і техніко-технологічних ресурсів упредметнюється в продукт, який споживається суспільством [9, с. 9].

Ефективність організаційного капіталу досягається шляхом забезпечення сумісності за кількістю і якістю між результатом і засобами його досягнення. Така сумісність повинна досягатися в кілька етапів: 1) продукція і / або послуги повинні поєднуватися по номенклатурі, кількості, якості і поставлений витрат до суспільних потреб; 2) вимоги до продукції повинні відповідати можливостям техніко-технологічної бази підприємства та трудового потенціалу; 3) можливості техніко-технологічної бази і людського капіталу повинні поєднуватися між собою; 4) доходи від господарської діяльності повинні забезпечувати розширений відтворювальний цикл, що досягається за рахунок виконання першого етапу. Послідовність етапів відображає перенесення рівня суспільних вимог до продукції на якість організації виробництва, а цикл відтворення передбачає пошук компромісу між бажаним і можливим.

Оцінювання ж системної ефективності з урахуванням інтересів і очікувань різних груп стейкхолдерів можливо здійснювати за допомогою методу аналізу ієрархій.

Література

1. Giddens A. Profiles and critiques in social theory / A. Giddens. — California: University of California Press, 1982. — 239 p.
2. Wood W. Habits in everyday life : Thought, emotion and action / W. Wood, J. M. Quinn, D. A. Kashy // Journal of Personality and Social Psychology. — 2002, Vol. 83, № 6. — P. 1281–1297.
3. Hodgson G. M. Institutions and Individuals. Interaction and Evolution / G. M. Hodgson // organization studies. — 2007, Vol. 28, № 1. — P. 95–116.
4. Sperry R. W. In defense of mentalism and emergent interaction / R. W. Sperry // Journal of Mind and Behavior. — 1991, Vol. 12, № 2. — P. 221–246.
5. Bowman C., Swart J. Whose Human Capital? The Challenge of Value Capture When Capital is Embedded // Journal of Management Studies, Volume 44, Issue 4, June 2007. — P. 488–505.
6. North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge University Press, 1990. — 152 p.

7. Stewart T.A. Intellectual Capital: The new wealth of organization. — Doubleday New York, NY, USA. — 1997. — 288 p.
8. Grant, R. (2002). The Knowledge-Based View of the Firm. In Choo and Bontis (Eds.) The Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge, New York: Oxford University Press, P. 133-148.
9. Bounfour A. Organisational Capital: Modelling, Measuring and Contextualising, Routledge, 2009. — 293 p.

УДК 338.43:339.13

vgranovska@ukr.net

Грановська Вікторія Григорівна

докторант

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», Україна

Hranovska Victoriya H.

Assistant professor,

SHEE «Kherson State Agricultural University»,
Ukraine

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ФОРМ АГРОПІДПРИЄМНИЦТВА

PROSPECTS THE DEVELOPMENT OF SMALL FORMS OF AGRICULTURAL ENTREPRENEURSHIP

Анотація. Розглянуто теоретичні підходи та практичні аспекти забезпечення конкурентоспроможного розвитку суб'єктів аграрного сектору в умовах інтеграції та глобалізаційних зрушень. Проаналізовано процес адаптації національного аграрного сектору до вимог світового ринку, в тому числі у напрямі впровадження інноваційних форм господарювання на селі, досліджено перспективи розвитку малих форм організації виробництва.

Ключові слова: аграрні підприємства, альтернативні форми господарювання, інноваційні формування, підприємництво

Summary. The article studies the theoretical approaches and practical aspects of ensuring the competitive development of agricultural entities under conditions of integration and globalization changes. The adaptation process of the national agrarian sector to the world market requirements including the introduction of innovative forms of management in the village is analysed, the prospects of development of small scale forms of production organization.

Keywords: agricultural enterprises, alternative forms of economic activity, innovative formations, innovative development, competitive development

Перехід до ринку в аграрному секторі економіки вимагає розвитку вільного підприємництва, що сприяє активізації структурної перебудови економіки, створенню додаткових робочих місць, забезпеченню швидкої окупності витрат, оперативному реагуванню на зміни споживчого попиту. На заваді активному розвитку підприємництва в Україні стоять: відсутність або недостатність первинного капіталу); низький рівень підприємницької активності, що носила б довгостроковий характер; низький рівень технологічної оснащеності виробництва; правова незахищеність і недостатність інституційного забезпечення. Основними принципами підприємництва є: використання різноманітних форм власності, господарювання і розмірів підприємств; переважний розвиток малого підприємництва; збереження і раціональне використання наявної матеріально-технічної бази виробництва продовольства. Сьогодні в процесі управління аграрними підприємствами в Україні не можна не враховувати вплив глобалізації, міжнародної економічної інтеграції та торговельної лібералізації. Ці умови є незвичайними при функціонуванні сільськогосподарських формувань, що в більшості своїй орієнтовані на традиційні методи менеджменту, форми господарювання, способи виробництва. В таких умовах розробка та прийняття стратегічних рішень щодо удосконалення форм і методів управління підприємством є одним із ключових факторів формування їх ринкової конкурентної позиції на зовнішньому ринку. За даними Державної служби статистики на початок 2016 року в Україні функціонувало 51926 аграрних підприємств різних організаційних форм і типів власності, що майже на 8 % менше проти 2012 року. Із них переважну більшість займають фермерські господарства 38850 одиниць або 74,5 %. Меншою за 1 % є частка підприємств державної форми власності — 241 одиниця і виробничих кооперативів — 596 одиниць.

Традиційними в національній науковій думці є питання обґрунтування оптимальної за структурою та розміром форми господарювання та можливість адаптації світового досвіду ведення дрібнотоварного або альтернативного господарства. Так, професор В.Г. Галанець [5] в своїй оцінці малих форм господарювання виходить з того, що в умовах кризи вони мають такі конкурентні переваги перед великотоварними сільськогосподарськими підприємствами: не вимагають капіталовкладень, легше пристосовуються до умов ринку, але ці переваги тимчасові, а недоліки глобальні: за своїми розмірами та рівнем технічної оснащеності вони не спроможні освоювати досягнення науково-технічного прогресу. Багато авторів відносять до переваг малих форм господарювання такі переваги: чутливість до змін у ринковому просторі

[8], новаторська роль у застосуванні новітніх методів управління та використання інноваційного продукту при виробництві продукції [2], здатність до економії, бережливості [6], оптимального розподілу ресурсів при задоволенні виробничих потреб [7], швидкість реакції на зміну кон'юнктури ринку [3]. Водночас інша когорта вітчизняних науковців вважають, що ця форма господарювання зберігала економічну і фінансову вразливість у конкурентних умовах просторі, низький управлінський рівень і рівень технічної озброєності просторі [1], відсутність системи самоорганізації, обмеженість фінансових ресурсів, нестабільність доходів, високу вразливість до несприятливих економічних факторів просторі [4].

Отже, у системі ринкових відносин мале підприємництво має ряд конкурентних порівняльних переваг: воно відіграє особливу роль у розвитку торгівлі; оперативно реагує на зміну ринкової кон'юнктури та має необхідну для цього гнучкість; визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового внутрішнього продукту; є оптимальним для заповнення малоефективних для великого бізнесу економічних ніш; відіграє важливу функцію при пом'якшенні соціальної напруги у суспільстві через забезпечення зайнятості населення, що залишилося без роботи; орієнтоване на прискорення науково-технічного прогресу та впровадження результатів його діяльності у виробництво; забезпечує активізацію інноваційних процесів і ефективних інновацій; поширює демократичні принципи в економічні відносини. Також до їх функцій і переваг слід віднести сприяння формуванню конкуренції та протистояння монополістичним тенденціям; задоволенню специфічних потреб споживачів, формування індивідуального попиту на аграрну продукцію; забезпечення бази для становлення середніх та великих підприємств у майбутньому; пом'якшення наслідків економічної кризи. До певних недоліків малих форм слід віднести невеликий обсяг операцій, що лімітує можливості малого підприємства розширювати свою діяльність, підвищену вразливість від коливань ринкової кон'юнктури та фінансову уразливість. Подолання цих негативних моментів можливе через розвиток інтеграційних відносин, що має базуватися на формуванні сталих міжгосподарських зв'язків, утворенні галузевих і регіональних об'єднань різних за розмірами та організаційно-правовими формами.

Література

1. Амбросов В. Я. Великотоварні підприємства як основа впровадження інновацій / В. Я. Амбросов, Т. Г. Маренич // Економіка АПК. — 2007. — №6. — С. 15—18.
2. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні / Н. Бех // Галицький економічний вісник. — 2010. — № 1(26). — С. 16—18.
3. Білик В.В. Сучасні тенденції розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / В.В. Білик // Ефективна економіка. — Дніпропетровськ : ДДАУ, 2012. — 348 с.
4. Виговська В. Малий бізнес України : сучасний стан і тенденції розвитку / В.В. Виговська // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 1 (91). — С. 59—63.
5. Галанець В. Г. Агропромисловий комплекс Львівщини : стратегія і тактика економічного зростання / В. Г. Галанець // Економіка України в ХХІ столітті : ретроспектива і перспектива. — Львів : Львівський національний університет ім. І.Франка, 2002. — С. 1—123.
6. Кириченко О. А. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О. А. Кириченко, К. Г. Ваганов // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — №1. — С. 103—118.
7. Майсюра О.М. Сутність та проблеми розвитку малого підприємства в економіці України // Економіка та держава. — 2010. — № 2. — С. 61—63.
8. Орлова В. О. Природні переваги малого бізнесу — основа його розвитку / В. О. Орлова // БізнесІнформ. — 2012. — № 11. — С. 75—79.

УДК 65.011.14

ivanenko.olena@gmail.com

Іваненко Олена Володимирівна
Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, Україна

Ivanenko Olena V.
Simon Kuznets Kharkiv National University
of Economics, Ukraine

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ПРАКТИК В УКРАЇНІ

ORGANISATIONAL ASPECTS OF ENERGY EFFICIENCY AT THE ENTERPRISE: IMPLEMENTATION OF INTERNATIONAL PRACTICES IN UKRAINE

Анотація. Проаналізовано організаційні аспекти забезпечення енергоефективності на прикладі кращих світових практик. Обґрунтовано особливо-

Summary. Organisational aspects of energy efficiency maintenance with respect to the world's best practices were studied. Peculiarities of implementing the world's

сті впровадження світового досвіду забезпечення енергоефективності на вітчизняні підприємства.
Ключові слова: енергоефективність, підприємства, організаційний аспект, стандарти, програми

best practices in the field of energy efficiency at domestic enterprises were substantiated.
Key words: energy efficiency, enterprises, organizational aspect, standards, programs

Сучасна парадигма розвитку економічних систем будується на засадах сталості та екологічності. Складовою ефективного функціонування та передумовою перемоги підприємства в конкурентній боротьбі, а також отримання довгострокових результатів, на сьогоднішній день постає необхідність, поряд із економічними, встановлення й досягнення соціальних та екологічних цілей. У світовій практиці ведення господарської діяльності одним із пріоритетних напрямків імплементації засад сталого розвитку у функціонування підприємства є забезпечення енергоефективності. Світовий досвід господарювання на засадах забезпечення енергоефективності налічує значну кількість наукових і практичних розробок. Серед головних необхідно зазначити, в першу чергу, програми та стандарти, які регламентують організаційний аспект впровадження енергоефективності на підприємствах. Разом з тим, впровадження стандартів енергоефективності на українських підприємствах потребує розробки методичного забезпечення щодо адаптації кращого світового досвіду, що забезпечить результативність таких перетворень.

Питанням забезпечення енергоефективності підприємств, у тому числі із використанням енергетичного менеджменту, присвятили свої роботи вітчизняні науковці В. Джеджула [1], М. Йохна [2], В. Кукоба [3], І. Немировський [4] та інші. Віддаючи належне наявним розробкам, необхідно зауважити, що подальшого розгляду потребують питання організації впровадження світового досвіду щодо енергоефективності на вітчизняні підприємства. Тому метою роботи є обґрунтування особливостей впровадження світового досвіду забезпечення енергоефективності на вітчизняні підприємства на основі порівняльного аналізу його організаційних аспектів.

Організаційну основу забезпечення енергоефективності на підприємствах та в організаціях складають ряд міжнародних та європейських програм і стандартів, які регламентують порядок, процедуру створення систем енергетичного менеджменту та їх необхідні складові. Серед таких провідну роль відіграють: програма Energy Star щодо сертифікації підприємств, споруд, процесів і продукції з енергоефективності та визначення рівня впливу на навколишнє середовище; методологія EMAS (Eco-Management and Audit Scheme), щодо вимог до екологічного менеджменту та аудиту; локальні європейські системи екологічного менеджменту; міжнародні стандарти ISO 14001 — Системи екологічного менеджменту та ISO 50001 — Системи енергетичного менеджменту, європейський стандарт EN 16001 — Системи енергетичного менеджменту. Програми та стандарти екологічного та енергетичного менеджменту будуються на однакових засадах і здебільшого є взаємодоповнюючими. Тому вбачається доцільним при аналізі світового досвіду забезпечення енергоефективності проводити їх комплексне дослідження. Аналіз особливостей стандартів ISO 50001, EN 16001, а також програми Energy Star проведено автором у роботі [5], в той час як порівняльний аналіз систем забезпечення екологічного та енергетичного менеджменту описаних локальними європейськими програмами [6], програми EMAS і стандарту ISO 14001 представлено в табл. 1.

Аналіз показав, що зазначені елементи системи екологічного менеджменту застосовуються більшістю поширених систем, у тому числі використані в стандарті ISO 14001. Відсутність у більшості проаналізованих систем вимоги до публічного звітування пояснюється тим, що ці системи не є загально визнаними та не створюють відповідної іміджевої складової для підприємства, хоча створюють повноцінне організаційне середовище. Крім того, в результаті аналізу було виявлено, що елементи організаційного забезпечення енергоефективності, наявні в системах екологічного менеджменту, є найважливішою, але не врахованою в повній мірі складовою, що забезпечує їх ефективну імплементацію на підприємствах. Разом з тим, більшість систем є схожими або дуже схожими із програмою EMAS, це підтверджує доцільність використання вибраних елементів в практиці управління екологічною ефективністю (одною з основних складових якої є енергоефективність), адже ці системи на даний час використовуються підприємствами в багатьох країнах Європи.

Таким чином, організаційний аспект забезпечення енергоефективності вітчизняних підприємств має ґрунтуватися на використанні наявного світового досвіду із обов'язковим упровадженням усіх складових відповідної системи. Тобто проведений порівняльний аналіз дає змогу обґрунтованого вибору організаційних складових систем забезпечення енергоефективності на вітчизняних підприємствах, а механізм фінансового забезпечення має стати предметом подальших досліджень.

АНАЛІЗ СКЛАДУ СВІТОВИХ СИСТЕМ ЕКОЛОГІЧНОГО ТА ЕНЕРГЕТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Назва системи	1.2.3. Environmentment	BS 8555	e+5	EcoCompass	Ecodynamic Enterpriselabel	Eco-Lighthouse	ECOPROFIT	EcoStart	EcoStep	Ekoscan	Environmental Diploma Guteborg	Green Dragon	Green Office	Green Network/ Key2Green	HackeforsModel	EMAS	ISO 14001
Елементи системи																	
1. Зацікавленість топ-менеджменту																	
2. Екологічний огляд																	
3. Екологічна політика (рекомендації)																	
4. Доказ відповідності стандарту																	
5. Завдання та програма екологічного менеджменту																	
6. Визначення організаційної структури на рівні підприємства																	
7. Вимоги до тренінгу або навчання																	
8. Комунікації (зовнішні та внутрішні)																	
9. Вимоги до документації																	
10. Внутрішні корегуючі дії																	
11. Внутрішній аудит																	
12. Публікування звіту																	

Умовні позначення:  Так/Обов'язково  Частково застосовується  Не застосовується

Література

1. Джеджула В.В. Оцінка ефективності впровадження організаційно-економічного механізму забезпечення енергозбереження машинобудівного підприємства // Наука й економіка. — 2013. — Вип. 4(32). — Т. 1. — С. 188—194.
2. Йохна М. А. Управління ефективністю енергоспоживання підприємств : монографія / М. А. Йохна, О. А. Миколук, В. В. Стадник. — Хмельницький: ХНУ, 2012. — 194 с.
3. Кукоба В.П. Основні напрями робіт із забезпечення трансферу енергоефективних технологій на підприємствах / Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. праць. — К. : КНЕУ, 2015. — № 37. — С. 45—53.
4. Немировский И. А., Ганжа Н. Г. Структура управління енергоефективністю регіона // Энергосбережение. Энергетика. Энергоаудит. — 2009. — № 2. — С. 32—34.
5. Іваненко О. В. Дослідження систем забезпечення енергоефективності на підприємстві // Управління розвитком. — 2015. — № 3. — С.69—75.
6. Локальні європейські програми екологічного менеджменту [Electronic resource] — Access mode: <http://ec.europa.eu/environment>.

Іванова Марина Іллівна

к.е.н., доцент

Державний вищий навчальний заклад
«Національний гірничий університет», Україна**Ivanova Marina I.**Candidate of economic sciences, associate professor
State higher educational establishment of «National
Mining University», Ukraine**ЛОГІСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА: ОСОБЛИВОСТІ НАПОВНЕННЯ ТЕРМІНУ****LOGISTIC INFRASTRUCTURE: FEATURES OF TERM FILLING**

Анотація. Дослідження присвячено з'ясуванню особливостей наповнення терміну логістична інфраструктура та виявленню основних її функцій. Доведено, що логістична інфраструктура є складовою логістичної системи та виконує функції обслуговування логістичної діяльності.

Ключові слова: логістична інфраструктура, логістична система, функції логістичної інфраструктури.

Abstract. Research is devoted to clarify the characteristics of filling the logistic infrastructure term and to identify its main functions. It is proved that logistic infrastructure is a part of the logistic system and functions as a service for the logistic activity.

Keywords: logistic infrastructure, logistic system, logistic infrastructure functions.

Особливістю сучасних досліджень логістичної інфраструктури є відсутність сталого трактування та наповнення цього терміну, що зумовило вибір тематики даної праці.

Вивченням категорії «логістична інфраструктура» займалися науковці М.Ю. Григорак [4], В.С. Колодін [2], Ю.Г. Кузменко [3], Н.Б. Савіна [1] та інші, але актуальним питанням залишається з'ясування особливостей наповнення цього терміну.

Н.Б. Савіна вводить термін «інфраструктура логістичної системи», яка, за думкою дослідниці, «...повинна складатися із технічних і матеріальних засобів збору та утримання даних про стан ринкового середовища (маркетинг пропозиції та маркетинг попиту)» [1, с. 134].

У своєму дослідженні Н.Б. Савіна виокремлює чотири інфраструктурних складових логістичної системи з притаманними лише їм функціями [1, с.135]: 1) інформаційно-аналітичний осередок, що має у розпорядженні необхідні технічні засоби для отримання, зберігання та обробки інформації з метою задоволення конкретних цілей і потреб споживачів; завдяки цьому центру забезпечується моніторинг і відбір виробників, укладання договорів на постачання необхідної кількості продукту з врахуванням потреб ринку; 2) інфраструктура нагромадження продукту вимагає наявності складських приміщень — ланки зберігання та виконує такі логістичні функції: забезпечення раціонального асортименту в оптимальному обсязі, зберігання продукції у різноманітних пунктах логістичної системи, що поєднані просторово (зв'язок між постачальником, проміжним дистриб'ютором і виробником); 3) інфраструктурної складова — транспортування (шляхи морські, повітряні, наземні; способи транспортування — залізничні, автомобільні, морські, повітряні) та інформаційні потоки (способи комунікацій і передачі інформації); 4) торгова структура задоволення потреб споживача потребує матеріальних засобів для організації перепродажної підготовки та фінансових чи / або юридичних свідчень вчасного забезпечення послуги.

На наш погляд, введення терміну «інфраструктура логістичної системи» є дещо дискусійним питанням, оскільки, за думкою самої Н.Б. Савіної, «...інфраструктурна складова може існувати як самостійна підсистема (система нижчого рангу), або у складі логістичної системи, як її структурна складова» [1, с. 135].

Російський дослідник В.С. Колодін під логістичною інфраструктурою розуміє, по-перше, сучасні складські комплекси, чітко вибудовані господарські зв'язки між усіма учасниками ринку, по-друге, розвиток транспортної системи (сучасні автомагістралі, залізничні дороги, порти тощо), по-третє, розвиток дистрибутивної мережі [2, с. 98—99].

Ю.Г. Кузменко також логістичну інфраструктуру розкриває через кількість і місцезонашування об'єктів на території району (мікро-), міста (макро-) та регіону (мезорівень). На жаль, дослідниця не уточнила визначення об'єкта логістичної інфраструктури, але запропонувала до використання поняття «інтегрована логістична інфраструктура», яка вирішує завдання інтеграції — утворення єдиних централізованих підрозділів з метою територіальної консолідації логістичної діяльності. Досягнення цієї мети здійснюється за рахунок ліквідації функцій, що дублюються; скорочення адміністративних управлінських транзакційних витрат; зменшення витрат на утримання об'єктів інфраструктури; позбавлення від зайвих ланок та організаційно-економічних відносин всередині інтегрованої системи; перенаправлення потоків споживачів; підвищення якості обслуговування [3, с.153—154].

М.Ю. Григорак, у свою чергу, під логістичною інфраструктурою підприємства розуміє інтегровану сукупність складської (будівлі та споруди, складські майданчики й обладнання), маніпуляційної (внутрішній і зовнішній транспорт, додаткове обладнання), пакувальної (пакування, кодування, транспортне пакування, пакувальне обладнання), інформаційної (технічне й програмне забезпечення, оргтехніка, комунікації), фінансової інфраструктури підприємства, які в комплексі забезпечують ефективне логістичне обслуговування матеріального потоку за принципом «від дверей до дверей» з мінімальними витратами відповідно до вимог споживачів [4, с. 19].

Підбиваючи висновки до даного дослідження, відмітимо, що авторське бачення зводиться до того, що логістична інфраструктура є складовою логістичної системи та виконує функції обслуговування логістичної діяльності промислового підприємства.

Література

1. Савіна Н.Б. Інформаційно-аналітичні центри у створенні і розвитку логістичних систем / Н. Б. Савіна // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. — 2012. — Вип. 9. — С. 134—140.
2. Колодин В.С. Логистические факторы, влияющие на развитие российской розничной торговли / В.С. Колодин, Я.М. Быстрицкая // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2015. — Т. 25. — № 1. — С. 95—102.
3. Кузменко Ю.Г. Генезис и современное состояние логистической интеграции в условиях глобализации экономики / Ю.Г. Кузменко, А.Б. Левина, А.В. Шмидт // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2014. — Т. 8. — № 3. — С. 148—161.
4. Григорак М.Ю. Логістична інфраструктура: конспект лекцій / М.Ю. Григорак, Л.В. Костюченко, О.Є. Соколова. — К.: Автограф, 2010. — 190 с.

УДК 330.138: 330.356.3

kneusvetlana@ukr.net
natalykneu@ukr.net

Клименко Світлана Михайлівна

к.е.н., доцент,

Шевчук Наталія Валентинівна

к.е.н., доцент,

ДВНЗ «КНЕУ імені Видима Гетьмана», Україна

Klymenko Svitlana M.

PhD, SHEI «KNEU named after Vadym
Hetman», Ukraine

Shevchuk Nataliia V.

PhD, SHEI «KNEU named after Vadym
Hetman», Ukraine

ФАКТОРНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ВАРТІСНОГО ЗРОСТАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розкрито сутність індексу стійкості росту підприємства в контексті факторного підходу до оцінювання вартості як критерію результативності підприємства. Представлено результати імплементації даної аналітичної новачки в практику діяльності національних гірничо-збагачувальних підприємств.
Ключові слова: індекс стійкості економічного росту, вартісна модель оцінки підприємства, спред доходності капіталу.

FACTOR MODELLING OF THE ENTERPRISE'S VALUE GROWTH

Abstract. The essence of sustainability index growth of the enterprise in the context of factor approach to the value evaluation is described, as the criteria of the company's effectiveness. The results of the implementation of the following analytical innovation in the practice of national mining companies are presented.

Keywords: index of sustainability of the economic growth, enterprises' cost estimation model, yield spread of the capital.

Наукова проблематика факторного моделювання вартості в сучасних наукових дослідженнях представлена у роботах А. Раппорта, Г. Арнольда, Ю. Бріггема, А. Дамодарана, Т. Коупленда — Т. Колера — Дж. Муріна, А. Долгоффа, К. Кастера — А. Брейлі — С. Майерса, К. Уолша, С. Росса. Серед науковців пострадянського простору даний аспект найзмістовніше розкривається в дослідженнях І. Івашковської, М. Кудіної, Г. Хотинської, Ю. Козиря, С. Валдайцева, І. Єгерєва, С. Мордашова, М. Дедкової, О. Мендрула, Л. Фролової — О. Лісниченко, В. Буханця. Представлені авторські моделі не є вичерпаними. Скоріше, вони виступають як дієві прикладні аналітичні інструменти для оцінювання результативності бізнесу на основі вартісного підходу та потребують постійного вдосконалення та адаптації до конкретних умов використання та цілей процесу оцінювання.

Досить змістовною з точки зору практичного використання є факторна модель оцінювання індексу зростання на основі вартості, яка представлена у дослідженнях д.е.н. І. Івашковської. На відміну від існуючих, дана модель забезпечує поєднання ключових факторів, які виконують роль інструментарію стратегічного контролю формування вартості бізнесу [1, с. 154]:

$$SGI = (1 + g_s) \times \frac{l}{k} \times \sum_{i=1}^k \max[0, (ROCE_i - WACC_i)] \quad (1)$$

де SGI — індекс стійкості росту (*Sustainable Growth Index*);

$(1 + g_s)$ — середній темп росту продажу;

k — кількість років спостережень;

l — кількість років, протягом яких спред доходності інвестованого капіталу є позитивним;

$ROCE_i$ — доходність інвестованого капіталу у i -му році (*Return On Capital Employed*);

$WACC_i$ — середньозважені витрати на капітал у i -му році (*Weight Average Cost of Capital*).

Результати імплементації даної аналітичної новації в практику діяльності національних промислових підприємств (табл. 1, рис. 1) дозволяють говорити, що індекс SGI дозволяє, по суті, аналізувати процес росту в координатах «обсяг продажу — додана вартість», так як накопичена величина позитивних значень спредів доходності капіталу відображає достатність генерованих потоків вигід для покриття інвестиційних ризиків і тому фіксує ключову складову процесу формування вартості.

Таблиця 1

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ІНДЕКСУ СТІЙКОСТІ РОСТУ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІРНИЧО-ЗБАГАЧУВАЛЬНИХ КОМБІНАТІВ У 2007—2014 рр.

Фактори впливу	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1. Середньозважені витрати на капітал, %								
ПАТ «Інгулецький ГЗК»	21,92	23,57	24,07	20,07	16,35	17,47	20,76	13,87
ПАТ «Північний ГЗК»	18,25	21,38	21,32	16,93	19,89	21,54	20,87	17,16
ПАТ «Центральний ГЗК»	18,01	22,39	25,24	20,39	19,13	15,00	23,84	23,94
2. Рентабельність активів за чистим прибутком, %								
ПАТ «Інгулецький ГЗК»	23,77	45,56	9,13	27,02	32,04	20,28	19,08	23,77
ПАТ «Північний ГЗК»	34,59	37,28	6,89	12,62	31,46	16,25	13,71	34,59
ПАТ «Центральний ГЗК»	27,46	44,53	4,17	17,85	29,66	10,35	20,10	27,46
3. Спред доходності капіталу, %								
ПАТ «Інгулецький ГЗК»	1,85	22,00	-14,94	6,95	15,70	2,81	-1,67	-10,72
ПАТ «Північний ГЗК»	16,34	15,90	-14,43	-4,31	11,57	-5,29	-7,16	-10,16
ПАТ «Центральний ГЗК»	9,45	22,14	-21,07	-2,54	10,53	-4,64	-3,74	-12,21
4. Темп росту (зменшення) обсягів реалізації (у вартісному вимірі)								
ПАТ «Інгулецький ГЗК»		2,14	0,68	2,03	1,63	0,69	1,04	1,10
ПАТ «Північний ГЗК»		1,41	0,56	1,70	1,47	0,78	1,16	0,94
ПАТ «Центральний ГЗК»		1,70	0,50	1,95	1,45	0,76	1,16	1,11



Рис. 1. Показники індексу стійкості росту досліджуваних національних гірничо-збагачувальних комбінатів за період 2007—2014 рр.

Стратегічний контекст розвитку підприємства в даній моделі відображає темп росту обсягів реалізації та кількість років з позитивним спредом доходності капіталу, що характеризує якість менеджменту формування та функціонування капіталу підприємства. Рівень ефективності на оперативному рівні характеризується середньозваженими витратами на капітал і рівнем чистої економічної рентабельності підприємства, який віддзеркалює результати політики фінансування активів, якість управління активами та витратами на підприємстві. Постійний моніторинг результативності бізнесу на основі *SGL*-індексу забезпечує ефективне управління факторами формування вартості з урахуванням сучасних потреб управлінської бізнес-аналітики.

Література

1. *Ивашковская И.В.* Финансовые измерения корпоративных стратегий. Стейкхолдерский подход / И.В. Ивашковская — М.: ИНФРА-М, 2013. — 319 с.

УДК 378.1

Vasyl.V.Kozyk@lpnu.ua

Козик Василь Васильович

к.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки підприємства
та інвестицій
Національний університет
«Львівська політехніка», Україна

Kozyk Vasyl V.

PhD in Economics, Professor,
Head of the Department, Department of Economics
and Business Investment, National University «Lviv
Polytechnic», Ukraine

ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

PROBLEMS OF PREPARATION SPECIALISTS FROM ECONOMIC SPECIALITIES

Анотація. Проаналізовано сучасний стан і визначено основні проблеми підготовки фахівців економічних спеціальностей ВНЗ України. Представлено точку зору на можливості формування конкурентного середовища на ринку праці фахівців з економіки підприємства.

Ключові слова: економіка, економіка підприємства, освітня програма, загальні компетенції, фахові компетенції, модель фахівця.

Summary. Modern state is analyzed and the main problems of training specialists from economic specialities of higher educational institutions of Ukraine are defined. Presents The point of view on the possibility of forming a competitive environment on the labor market of specialists in business economics is presented.

Key words: economics, business economics, educational program, general competencies, professional competencies, the model of a specialist.

Інтеграція України в європейський і світовий економічний простір вимагає фахівців різних професій, здатних працювати в реальному секторі економіки з використанням сучасних технологій і відповідному їм організуванні виробництва. Серед них повинні бути й фахівці економічних спеціальностей, підготовлені у ВНЗ за сучасними підходами до розуміння суті економічних перетворень, знаннями й уміннями формувати та реалізовувати економічну політику підприємства.

У чинному класифікаторі професій [1] представлено посади економічного спрямування різних класифікаційних рівнів, які затребувані українським ринком праці. Більшість фахівців для них готувались вищими навчальними закладами за найпоширенішою економічною спеціальністю — «Економіка підприємства». Разом з тим, професія та посада економіста на підприємствах реального сектору економіки України не виправдано забута. Як справедливо відзначає Л.О. Лігоненко [2] на більшості українських підприємств, особливо середніх і створених за роки незалежності, планово-економічного відділу немає. Посади економічного спрямування заміщені менеджерськими спеціальностями, зокрема фінансового менеджера, фінансового аналітика тощо. Значною мірою це пояснюється прийнятими в Україні розуміннями суті понять «економіка підприємства» та «менеджмент підприємства», а стандарти навчальних планів спеціальності «Економіка підприємства» більше спрямовувались на економічне обґрунтування управлінських рішень. Такий підхід був прийнятий після підготовки інженерів-економістів у радянські часи і базувався на тому, що в міжнародних стандартах посади економіста підприємства немає.

Підстави для певного виправлення ситуації у підготовці фахівців спеціальності «економіка» за спеціалізацією «економіка підприємства» дає прийнятий в Україні закон «Про вищу освіту» та нові підходи до формування освітніх програм різних кваліфікаційних рівнів і побудованих на їх основі навчальних планів. Відсутність освітніх стандартів з переліком нормативних дисциплін дає змогу кожному навчальному закладу сформулювати власне бачення тієї чи іншої спеціальності і створити свої навчальні плани підготовки фахівців, що приведе до формування конкурентного середовища на ринку праці між випускниками різних ВНЗ однієї спеціальності.

Запропонована згідно Закону «Про вищу освіту» парадигма вищої освіти — студентоцентроване навчання, передбачає розроблення освітніх програм, зосереджених на результатах навчання з урахуванням різноманітних пріоритетів осіб, що навчаються. В його основу покладено ідею наближення (придатність) до працевлаштування, максимальне забезпечення студентам їх шансів отримати перше місце на ринку праці через формування сукупності знань, умінь, навичок, володіння підходами для вирішення виробничих ситуацій тощо. Відправною точкою створення освітньої програми є модель затребуваного на ринку праці фахівця, а ключовими поняттями методології її створення виступають результати навчання і компетентності, причому результати навчання формуються в термінах компетентностей. За такого підходу визначальну роль у формуванні моделі фахівця відіграє не навчальний заклад, а працедавець, професійні організації тощо. Формування того, що, як очікується повинен знати, розуміти, бути здатним продемонструвати студент після завершення навчання здійснюють викладачі на рівні окремої дисципліни і освітньої програми в цілому. Результати навчання повинні бути чітко вимірюваними. На виході освітньої програми є компетентності, які набуваються особами, що навчаються.

Вимоги до фахівця формуються через фахові і загальні компетентності. Перші з них визначають профіль освітньої програми і кваліфікацію випускника, а другі є універсальними і характеризують вимоги до фахівця як особистості та якості, якими, на думку працедавців, повинен володіти фахівець для успішного працевлаштування і майбутньої трудової діяльності.

Основними слід вважати фахові компетенції, які формуються низкою навчальних дисциплін і повинні якнайповніше враховувати вимоги до фахівця. Для спеціалізації «Економіка підприємства», на різних освітніх рівнях ними можуть бути, наприклад «Економіка підприємства», «Економічний аналіз», «Економіка праці і соціально-трудова відносини», «Інвестування», «Конкурентоспроможність підприємства», «Контролінг економічних процесів підприємства», «Економічні інструменти управління проектами та програмами розвитку підприємства» тощо. При цьому, фахові компетенції можуть формуватися в рамках програм одного рівня вищої освіти, а можуть навіть переходити на вищий її рівень.

Проведені нами дослідження показують на певну невідповідність за рангом, наведених у рамках проекту Тюнінг загальних компетентностей [3] і отриманими опитуваннями наших викладачів і студентів, які віддають перевагу умінню застосовувати знання на практиці та застосування базових знань професії на практиці. На високому місці серед наведених компетенцій усі категорії опитування (навіть студенти) відзначають «здатність до самонавчання», що засвідчує усвідомлення необхідності та готовності до поглиблення набутих у навчальному процесі знань.

Але успіх у цьому напрямку значною мірою залежатиме від контингенту студентів. На сьогодні в Україні склалася парадоксальна ситуація, коли кількість місць для працевлашту-

вання випускників економічних спеціальностей ВНЗ зменшується, а бажаючих навчатися на таких спеціальностях — зростає. Крім того, зростає кількість випускників українських шкіл, які виїжджають за кордон для здобуття економічних спеціальностей і випускників ВНЗ бакалаврського рівня, які виїжджають для подальшого навчання навіть не в найпрестижніші навчальні заклади переважно наших найближчих сусідів — Польщі, Чехії, Словаччини тощо.

У більшості випадків, причиною для виїзду за кордон для здобуття освіти є можливість проходження практик і стажування на сучасних підприємствах і подальше гарантоване робоче місце після завершення навчання за спеціальними програмами. При цьому, дуже часто обирається вищий навчальний заклад далеко не найкращого рівня, а з доступною ціновою політикою, яка у більшості випадків співмірна з вітчизняною. Іншою підставою для виїзду для навчання за кордон є дуже популярне сьогодні так зване здобуття другого диплома, особливо за економічними спеціальностями. У цих програмах, що здійснюються навчальними закладами-партнерами на основі відповідних угод, беруть участь найкращі студенти наших університетів. На практиці це завершується здобуттям диплому чужоземного навчального закладу і працевлаштуванням у країні-навчання. Таким чином ми сприяємо легальному вивезенню за кордон майбутнього нашої нації. Посиленню цих тенденцій сприяє і політика чужоземних навчальних закладів з забезпеченням безкоштовного навчання, створення пільгових умов тощо.

Зарадити цьому може розвиток економіки України на інноваційній основі з появою нових робочих місць і вдосконалення освітньої діяльності ВНЗ з підготовки фахівців, конкурентних на зовнішніх ринках праці.

Література

1. Класифікатор професій ДК 003:2010 зі змінами.
2. Лігоненко Л.О. Економічне управління підприємством: предметна царина та суб'єкти здійснення / Л. О. Лігоненко // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 8. — С. 112—119.
3. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти: монографія / Ю.М.Рашкевич. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. — 168 с.

УДК 005.7 : 330.1 :338.3:

kvpkneu@ukr.net

Кукоба Володимир Павлович,
д-р екон. наук, професор кафедри економіки підприємств ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Kukoba Volodymyr P.,
Doctor of science in economics, Professor at the
economic of enterprises department «KNEU named
after Vadym Hetman», Ukraine

ПЕРЕДУМОВИ ОЦІНЮВАННЯ РЕОРГАНІЗАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Акцентовано увагу на появі нової характеристики процесів реорганізації — їх активності. Дано тлумачення поняття реорганізаційна активність підприємства. Наголошено на необхідності розроблення інструментарію оцінювання даної ознаки діяльності підприємств

Ключові слова: злиття, поглинання, реорганізація, реструктуризація, реформування, реінжиніринг бізнес-процесів

PREREQUISITES OF THE ENTERPRISES REORGANIZATION ACTIVITY LEVEL ESTIMATION

Summary. The attention is focused on emergence of the new characteristic of processes of reorganization — their activity. Interpretation of a concept of reorganization activity is given. Noted need of developing of tools of assessment of reorganization activities of the enterprises

Keywords: merger, acquisitions, reorganization, restructuring, reforming, reengineering of business processes

Постійні девіації ринкових умов господарювання вимагають від підприємств здійснення не лише фінансових змін, а й організаційних. При цьому організаційні зміни на підприємствах повинні забезпечувати швидку адаптацію внутрішнього порядку функціонування цього суб'єкта діяльності й створювати умови для підвищення швидкості та обґрунтованості прийняття та реалізації управлінських рішень щодо досягнення поставлених цілей. Будь-які організаційні зміни на достатньо ефективно діючому підприємстві можна вважати його реорганізацією. Відповідно, частота і масштаби проведення таких змін у попередньо упорядкованій (організований) системі-підприємстві вказують на реорганізаційну активність даного підприємницького утворення.

Сучасні наукові дослідження, що активно проводяться по широкому спектру проблем проведення реорганізацій підприємств, в основному стосуються аспектів злиття і поглинання підприємств (Г. Глинська, Д. Бішоп, П. Гохан, Д. Депаффіліс, Ф. Еванс, С. Іщенко, В. Марченко, Г. Махова, Ф. Рід тощо), їх реструктуризації (М. Аїстова, Р. Акбердін, О. Гарафонова, Б. Мільнер, С. Довбня, О. Терещенко та ін.), теорії і методів реінжинірингу бізнес-процесів (Б. Андерсен, В. Єліферов, В. Репін, М. Робсон, М. Хаммер, Дж. Харрінгтон, Дж. Чампі та інші), менеджменту реорганізаційних процесів (О.В. Кукоба), однак методам визначення активності реорганізаційних процесів на підприємствах, їх ефективності та доцільності не приділено жодної уваги [1—5]. Це і визначає нагальну необхідність у розробленні теоретико-методичних і прикладних засад оцінювання реорганізаційної активності підприємств. Значущість і актуальність окресленої проблеми зумовлюють тему, визначають мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження з даного напрямку.

Нещодавно завершене дослідження реорганізаційних процесів на підприємствах дозволило вперше виокремити три основні напрями реорганізацій (організаційне реформування, організаційна реструктуризація, переупорядкування процесів діяльності). З огляду на це визначено сутність «реорганізації підприємства» як процесу зміни формальних атрибутів (організаційно-правової форми) підприємства, способу, характеру і форм поєднання його структурних підрозділів, раціоналізації процесів діяльності для підвищення ефективності функціонування цього підприємства при досягненні його цілей [3]. Хоча серед результатів дослідження реорганізаційних процесів значне місце займають розробки, що стосуються управління реорганізаціями на підприємствах, усе ж аспект оцінювання реорганізаційної активності даних суб'єктів господарювання залишився поза увагою дослідника.

Розв'язати дану проблему можна шляхом формування тлумачення поняття «реорганізаційна активність підприємства», виокремлення базових характеристик даної активності, встановлення способів інструментального визначення рівнів цих характеристик і способів інтерпретації результатів такого інструментального діагностування. Спочатку, на основі нового розуміння поняття «реорганізація підприємства», а також, зважаючи на те, що реорганізаційна активність може характеризуватись частотою та масштабами проведення реорганізаційних змін, можна запропонувати розуміння *«реорганізаційної активності підприємства» як процесу забезпечення високого рівня організації (упорядкованості) діяльності підприємства шляхом здійснення комплексу реорганізаційних процедур.*

Для інструментальної діагностики технічних параметрів реорганізаційної активності підприємств слід визначати частоту реорганізаційних змін і масштаби цих змін. Частота характеризується кількістю здійснення однотипних процесів (реформаційних, реструктуризаційних, з упорядкування технологій діяльності) переупорядкування, а масштаби — розповсюдженням реорганізаційних змін у межах підприємства. І якщо з кількістю реорганізацій усе зрозуміло, то стосовно масштабів розповсюдження слід звернути увагу на той факт, що при зміні організаційно-правової форми підприємства або його структурних підрозділів, будуть мати місце окремі незначні за кількістю операцій зміни у порядку діяльності підприємства, за реструктуризаційних змін кількість таких операцій збільшується, а при упорядкування процесів діяльності кількість реорганізаційних змін ще значно збільшується. За таких умов виникає потреба у формування нового специфічного інструментарію оцінювання та диференціації за рівнями реорганізаційної активності підприємств.

Застосування нових оціночних показників дозволить зіставляти результативність реорганізацій підприємств і прогнозувати їхню ефективність, а, відповідно, визначати і доцільність таких організаційних змін на підприємствах.

Література

1. Довбня С. Б. Методические основы и направления реструктуризации предприятий в промышленности: Монография / С.Б. Довбня. — Днепропетровск: Наука и образование, 2002. — 312 с.
2. Гарафонова О. І. Організаційні аспекти процесів реструктуризації / О.І. Гарафонова // Економіка та підприємництво: Зб. наук. праць молодих учених та аспірантів. Вип. 11 / Відп. ред. С.І. Дем'яненко. — К.: КНЕУ, 2003. — С. 58–65.
3. Кукоба О.В. Управління реорганізацією підприємства (за матеріалами промислових підприємств залізничного машинобудування) [Рукопис] : дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / О. В. Кукоба; наук. керівник В. М. Колот; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». — К., 2015. — 266 с.
4. Марченко В. М. Самоорганізація злиття та поглинання: умови та потенціал: монографія / В.М. Марченко — К.: НУХТ, 2011. — 357 с.
5. Champy, J. Reengineering Management: The Mandate for New Leadership / J. Champy. London: Harper Collins Business. 1995. — 240 p.

Кужель Вячеслав Миколайович
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
«Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Kuzhel Vyacheslav M.
PhD, Docent of Enterprise Economics Department
Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman, Ukraine

СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ОЩАДЛИВОГО ВИРОБНИЦТВА В ЛОГІСТИЦІ

SPECIFICITY USE BASIC ELEMENTS OF LEAN LOGISTICS

Анотація. Розглянуто можливості, специфіку та особливості використання базових елементів ощадливого виробництва в логістиці. Акцентовано увагу на командній роботі як одного з ключових компонентів у побудови системи ощадливої логістики.
Ключові слова: ощадливе виробництво, ощадлива логістика, Кайдзен, 5S, потери, персонал.

Abstract. The possibilities, specific features and use basic elements of lean logistics. The attention to teamwork as a key component in building a system Lean logistic.

Key words: lean production, lean logistic, Kaizen, 5S, muda, staff.

Теза про те, що концепція Ощадливого виробництва (англ. Lean production) охоплює тільки виробничі процеси — поширена помилка. Однак, вплив концепції Lean production на логістику є значним. Мета Lean полягає в усуненні втрат, скорочення запасів і незавершеного виробництва, і, як наслідок, в скороченні виробничих циклів, термінів виконання замовлення, кардинального посилення ланцюжка поставок, потоку створення цінності. Формування та підтримка безперервного потоку і потужного ланцюжка поставок — це є вершина Lean-мислення в логістиці.

Ощадлива логістика (англ. Lean logistic) — витягаюча система логістики, яка об'єднує весь ланцюг постачальників, задіяних у потоці створення цінності, в якій відбувається часткове поповнення запасів мінімальними партіями. Основним показником ефективності концепції ощадливої логістики є сукупна логістична вартість (англ. Total Logistics Cost, TLC) [1]. Основною перевагою цього показника є зміщення уваги та управлінських ресурсів з фокусу витрат, таких як транспортування та зберігання, на сукупну вартість логістичних операцій, що дозволяє ефективніше здійснювати управління логістичними потоками.

Основою системи Lean Production є філософія Кайдзен [2]. Основна її мета разом з принципами 5S полягає у забезпеченні міцного фундаменту системи управління якістю продукції та послуг підприємства. Особливість такого фундаменту в тому, що він не є статичним і внутрішні частини не є сталими складовими. Філософія Кайдзен і принципи 5S формують рухливе середовище, в якому постійно відбуваються вдосконалення існуючих процесів. Процеси, що відбуваються в середині «фундаменту», повинні укріплювати, цементувати його і, з часом, підвищувати рівень його міцності. Це забезпечується послідовністю у розгортанні філософії Кайдзен і принципів 5S на підприємстві на основі використання інтелектуального потенціалу працівників. Командна робота у формуванні якісного продукту дає більший результат, ніж просте вивчення сотні томів інструкцій і приписів. З такої позиції важливо підтримати командну роботу в напрямку формування якості, а сам процес вбудовування якості повинен стати принципом, а не технологією роботи.

Створення фундаменту системи безперервного вдосконалення на основі інструментів 5S і Кайдзен покликані вирівняти та стабілізувати процеси на підприємстві і, поступово, готують його до якісних змін. Початковий етап впровадження змін логістичної системи передбачає створення фундаменту, усунення перешкод для розвитку системи і залучення персоналу в значущий процес шляхом налагодження комунікацій, інформування та навчання.

Першочерговим завданням Lean, як правило, виділяють мінімізацію втрат у ключовому бізнес-процесі. Втрати (муда) — це все, що не приносить користі для клієнта, не приймає участі в процесі формування доданої вартості [3]. У логістиці загалом усі додаткові витрати є зайвим навантаженням, оскільки не створюють явної цінності для споживача. Оскільки логістичні процеси подібні до ланцюгової реакції, то все що її уповільнює викликає збитки. Найпоширенішими проблемами, які треба оптимізувати, на думку фахівців з оптимізації процесів логістики, є:

- ✓ надлишкові продукти (Overproduction) та надлишок (Inventory). Зберігання, рух, складування продукції, до того як вони знадобляться кінцевому споживачу, спричиняє додаткові втрати;

- ✓ дефекти, баги, брак (Bugs). Сформоване та відвантажене замовлення не повинне повертатися на виправлення помилок, тому що це викликає збої, збільшує кінцеву вартість виробництва і провокує створення зайвої роботи;
- ✓ транспортування. Деталі й товар не повинні надмірно пересуватися через підвищення ризику пошкодження, втрати, затримки часу;
- ✓ очікування (Waiting). Якщо працівникові складу або водієві потрібно чекати в черзі поки наступна ланка звільниться — вартість і тривалість бізнес-процесу збільшиться;
- ✓ зайві рухи (Motion). Працівник не повинен робити зайвих рухів при обробці, щоб не нашкодити собі і товарові. Рухи повинні бути мінімально необхідними і простими;
- ✓ зайва робота (Extra processing). Зайве транспортування, сортування та переміщення товарів не приносять додаткової цінності для клієнта і спричиняє додаткові витрати;
- ✓ ігнорування інтелектуального потенціалу працівника. Нехтування досвідом і талантами працівника, відсутність віри в корисність його потенціалу впливає в підсумку на якість, розвиток і ефективність компанії в цілому. Саме тому, реалізація філософії Кайдзен і принципів 5S дозволяє використовувати і розвивати потенціал співробітників на всіх рівнях, починаючи з найнижчого.

Важливою передумовою для розвитку потенційних здібностей працівника є формування сприятливого середовища праці, що забезпечить безперервний потік ідей [4]. Якщо кількість пропозицій, поданих за період часу, незначна, механізм навчання через практику працювати не буде. В даному випадку, як в спорті, для досягнення високих результатів необхідні наполегливі щоденні тренування. Так і працівник, тільки тоді має можливість розвивати свій творчий потенціал, якщо його постійного залучати до вдосконалення процесів та систем підприємства. Такій підхід допомагає використовувати досвід та інформацію, що є у кожного працівника підприємства, в потрібному напрямку. Таку форму збору ідей іноді називають також пропозиціями щодо поліпшення, тобто забезпечують виконання зобов'язань щодо постійного поліпшення загальних продуктів і процесів. Існує помітна різниця між підприємствами, що використовують «ящики для скарг і пропозицій» і просто збирають ідеї, і підприємствами, які прагнуть до реалізації пропозицій щодо поліпшення з активним залучення персоналу. Саме використання такого підходу є секретним компонентом, що забезпечує довгострокову міцність фундаменту системи Lean в логістиці.

Література

1. Джеффри К. Лайкер Дао Тойота. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
2. Масааки Имаи. Гемба кайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества = Gemba Kaizen: A Commonsense, Low-Cost Approach to Management. — М.: Альпина Паблишер, 2010. — С. 344.
3. Шук Джон, Ротер Майкл. Учитесь видеть бизнес-процессы: Практика построения карт потоков создания ценности (2-е издание). — М.: Альпина Паблишер, 2008.
4. Ясухиро Монден. Система менеджмента Тойоты. — М.: Издательство ИКСИ, 2007.

УДК 330.16+658.310.7

e-mail: lan911@ukr.net

Ляшенко Олександра Миколаївна
д-р е.н., професор,
Національний інститут стратегічних досліджень, Україна

Liashenko Oleksandra
Doctor of Economics, Professor,
National Institute for Strategic Studies,
Ukraine

УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ

MANAGEMENT OF ENTERPRISES EFFECTIVENESS IN THE CONDITIONS OF HYBRID WARFARE

Анотація. Результативність управління економічною безпекою підприємства є мірилом досягнення сукупності цілей: взаємоузгодження інтересів внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів підприємства, ступеню захищеності від загроз і надійності створеного ресурсного забезпечення. В умовах гібридної війни досяжність кожної цілі набуває певних особливостей.

Ключові слова: економічна безпека, результативність, гібридна війна.

Abstract. The effectiveness of management of economic security enterprise is a measure of achievement aggregate of objectives: mutual solution of interests of internal and external stakeholders enterprise, the degree of protection from threats and security established resources. In the conditions of hybrid warfare reach each goal becomes certain features.

Keywords: economic security, enterprise effectiveness, hybrid warfare.

Продовження збройного протистояння України і Росії вкрай негативно відбивається на діяльності вітчизняних підприємств. Негативний внесок у динаміку показників виробництва зумовлений руйнуванням на території воєнного конфлікту виробничих потужностей і транспортної інфраструктури; втратою міжгалузевих, логістичних зв'язків; недостатнім забезпеченням сировиною та матеріалами базових галузей промисловості.

У підсумку падіння промислового виробництва становило порівняно з 2014 р. 13,0 %, причому скорочення його обсягів відбулося в усіх галузях промисловості. Стійка тенденція до скорочення обсягів промислового виробництва, що спостерігається з 2012 р., свідчить про наявність у реальному секторі системних проблем, тривале ігнорування яких зумовило низьку спроможність підприємств адаптуватися до функціонування в умовах глобалізованих ринків та адекватно реагувати на зміни як економічного, так і неекономічного характеру [1, с. 345].

Водночас, за підсумками першого півріччя 2016 р. окремі науково-технічні і транспортні підприємства, а також фінансово-страхові компанії не знизили темпи своєї діяльності, тоді як готельно-ресторанна, будівельна, розважальна сфери показали від'ємний результат. Дані Держстату свідчать, що «станом на 1 півріччя 2016 р. частка збиткових компаній знизилася з 42,3 до 34,6 % порівняно з аналогічним періодом минулого року. Найменше таких підприємств (7,3 % від загальної кількості) зафіксували в сільському, лісовому та рибному господарствах, найбільше — у сфері розваг (73,9 %) [2].

Найвагоміші дослідження з питань результативності діяльності підприємств в Україні сьогодні належать О.І. Олексюку [3]. Розглянемо можливості використання кожного з підходів в управлінні економічною безпекою підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

**ВИКОРИСТАННЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ДО РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ
В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА¹**

Науковий підхід	Можливість використання в управлінні економічною безпекою підприємства
Частковий: передбачає дослідження результативності як одного з часткових критеріїв організаційної ефективності, в основному у межах цільової концепції управління, яка до цільової оптимізації параметрів організаційної ефективності	в контексті вибору способів досягнення кожної зі складових тріади цілей (окремо); у процесі узгодження інтересів внутрішніх стейкхолдерів підприємства
Технічно-кібернетичний: результативність визнається інтегратором поєднання різнорідних критеріїв ефективності економічної діяльності, наслідком якого має бути інтенсивний розвиток моделювання виробничо-комерційних систем різних рівнів	у процесі створення ресурсного забезпечення економічної безпеки підприємства
Інформаційно-інтегруючий: визначає результативність як систему часткових критеріїв і параметрів ефективності економічних процесів, наприклад, таких як якість, прибутковість, гнучкість, економічність тощо. В центрі уваги цього підходу перебувають інформаційні і комунікаційні системи підприємства	може слугувати своєрідним інформаційним полем, що поєднує різні підсистеми управління економічною безпекою підприємства
Гуманістичний: зводиться до максимально повного урахування трудового потенціалу економічних систем, що передбачає зміщення завдань дослідження результативності економічної діяльності у сферу управління трудовими ресурсами	найкращі можливості використання стосуються технологій розробки, прийняття та реалізації відповідних управлінських рішень
Гіпотетичний: орієнтований на соціум у межах теорій організаційної ефективності та інтенсивного використання інформаційно-інтелектуальних складових задоволення потреб споживачів	при формуванні управління економічною безпекою підприємства на засадах корпоративної соціальної відповідальності

Результативність управління економічною безпекою підприємства є мірилом досягнення сукупності цілей такого управління, а саме, міри взаємоузгодження інтересів внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів підприємства, ступеню захищеності від загроз і надійності створеного ресурсного забезпечення [4].

Розглядаючи питання результативності управління економічною безпекою підприємства з цієї точки зору, слід зазначити, що цілі підприємства, як складної соціотехнічної системи,

¹ Складено за [3, с. 93—95], можливості використання в управлінні економічною безпекою показані автором.

далеко не завжди можуть бути сформульованими доволі чітко (наприклад, це може стосуватися стратегічних цілей управління економічною безпекою підприємства), що суттєво ускладнює оцінку результативності.

Однак, тлумачити результативність можна й інакше. Зокрема, дещо іншим є погляд на результативність управління економічною безпекою підприємства з позиції зіставлення досягнутих результатів, представлених у вартісному вигляді, і витрачених на їх досягнення коштів.

Слід також зазначити, що результативність управління економічною безпекою підприємства має перебувати у площині логіки її керованості. Така вимога є постулатом, оскільки порушення логіки керованості економічної безпеки підприємства є першою найважливішою перешкодою досягнення результативності такого управління, яка, істотно гальмуючи процес управління економічною безпекою підприємства, автоматично стає загрозою не тільки, власне, економічній безпеці, але й розвитку підприємства загалом. Таким чином, логіка керованості економічної безпеки підприємства має розглядатись як один із визначальних чинників результативності її управління [4].

Отже, важливим напрямом майбутніх наукових розвідок у царині управління економічною безпекою в умовах гібридної війни має стати діагностування стресостійкості управління економічною безпекою підприємства до впливу гібридних загроз і кваліметрії результативності такого управління в умовах не експліцитності загроз гібридної війни. Велике майбутнє також за міждисциплінарними дослідженнями: як-от щодо впливу мілітаризації економіки на економічну безпеку суб'єктів реального сектору економіки, вплив чинників гуманітарної безпеки на керованість економічної безпеки підприємств, управління економічною безпекою підприємств в умовах інформаційної війни та кіберзагроз тощо.

Література

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році». — К. : НІСД, 2016. — 688 с.
2. <http://expres.ua/news/2016/09/12/202373-vydryapuyemosya-dna-kazhut-nazvano-naybilsh-prybutkovi-zbytkovy-galuzi>
3. Олексюк О. І. Результативність діяльності підприємства. — Дис...докт. екон. наук .: 08.00.04 .02 / Олексій Іванович Олексюк — ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». — К., 2009. — 410 с.
4. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : [монографія] / О.М. Ляшенко: 2-ге вид., переробл. — К. : НІСД, 2015. — 348 с.

УДК: 005.336.4+330.15+331.101.262+658.15

myroslava_mykhailiuk@ukr.net

Михайлюк Мирослава Олександрівна
аспірант, Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Mykhailiuk Myroslava O.
postgraduate Kyiv National Economic University

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ, КЛАСИФІКАЦІЇ ТА ОЦІНЮВАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

METHODICAL BASES OF IDENTIFICATION, CLASSIFICATION AND EVALUATION OF RESOURCES ENTERPRISE

Анотація. Успішність функціонування сучасного підприємства залежить від ефективності та раціональності використання ресурсів. У зв'язку з відсутністю єдиного методичного підходу і системи комплексних показників, ефективність залучення і використання ресурсів оцінюється за окремими їх видами, а саме: фінансовими, матеріальними, інтелектуальними, природними та інформаційними.

Ключові слова: фінансові, матеріальні, інтелектуальні, природні, інформаційні ресурси, коефіцієнтний аналіз, інтелектуальний капітал.

Summary. Successful operation of a modern enterprise depends on the effectiveness and efficiency of resource use. Efficiency performance and use of resources estimated for certain types of them, there are: financial, material, intellectual, natural, informational, in the absence of the single methodological approach and comprehensive system of indicators.

Key words: financial, material, intellectual, natural, informational resources, coefficient analysis, intellectual capital

На сучасному етапі розвитку виробничо-господарських відносин забезпечення підприємств необхідними для ефективної діяльності ресурсами є одним із найважливіших завдань управління. Від ефективності використання ресурсів залежить кінцева результативність діяльності підприємства

Погляди спрямовані на дослідження ефективності використання ресурсів знайшли місце у працях Аристотеля, А. Сміта, Ж.Б. Сея, К. Маркса та Ф. Енгельса, А. Маршала, Дж. Кейнса та ін. Також ресурсну проблематику досліджують: Дж. Барні, Р. Грант, Д. Колліз, В. Барканов, А. Богатирьов, Є. Гагурін, М. Матушкін, Н. Ревуцька, Г. Швиданенко, І. Рєпіна, Н. Шевчук, В. Тонкаль, В. Таран, Г. Яловий та ін.

Існують різні погляди щодо категорії «ресурс», що наведено на рис. 1. На сучасному етапі, настає нова ера в розумінні сутності ресурсів. Усе більше уваги приділяється ресурсозберігаючим технологіям.

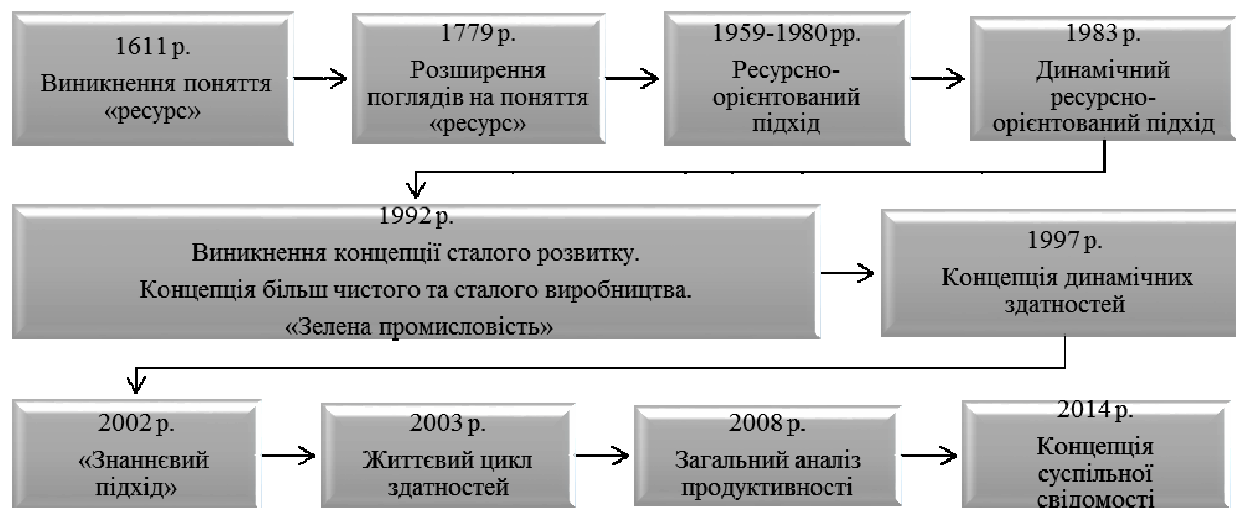


Рис. 1. Еволюція поглядів щодо категорії «ресурс»
[розроблено авторами]

Оцінювання впливу раціонального або навпаки нераціонального використання ресурсів на результати діяльності підприємства ускладнюється відсутністю єдиного методичного підходу і системи комплексних показників. Методичні підходи до оцінювання ефективності залучення і використання ресурсів визначаються показниками за окремими видами ресурсів.

Найпоширенішими у науковій літературі є використання показників оцінювання фінансових ресурсів підприємства, що наведені в табл. 1. Особливу увагу приділяють оцінюванню фінансової стійкості підприємства [2, с. 158—159]. Для оцінювання матеріальних ресурсів використовують показники ефективності використання основних засобів та обігових коштів підприємства [1, с. 355].

Центральне місце в структурі ресурсів підприємства займають інтелектуальні ресурси. У зв'язку зі стрімкою комп'ютеризацією, ми пропонуємо розглядати три основні складові інтелектуальних ресурсів: людина, інтелектуальні продукти, клієнтоорієтоване середовище, що наведено на рис. 2.

Кожна складова інтелектуальних ресурсів повинна оцінюватися за окремими методиками. У вітчизняній літературі запропоновано показники ефективності використання трудових ресурсів [4, с. 108—110]. Даних показників недостатньо, тому наведемо зарубіжні методи оцінювання інтелектуальних ресурсів. Й. Руус, С. Пайк і Л. Фьорнстр запропонували побудову навігатора інтелектуального капіталу. Сутність метода в тому, що вартість підприємства формується у результаті трансформації різних видів ресурсів [3, с. 73]. Широко розповсюджена типологія методів оцінювання інтелектуального капіталу, запропонована Н. Бонтисом. М. Ланкіна вважає, що необхідно до методів оцінювання інтелектуального капіталу додати точні вимірні системи.

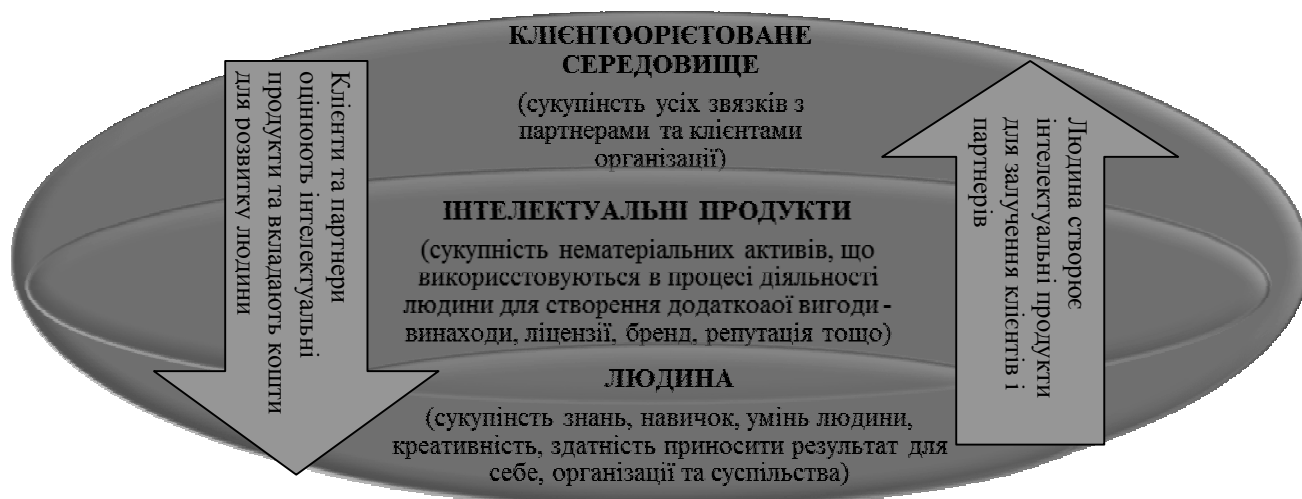


Рис. 2. Складові інтелектуальних ресурсів [розроблено авторами]

Питання визначення показників ефективності використання природних ресурсів у науковій літературі розкрито недостатньо. У цілому залежно від виду природного ресурсу (наприклад, земельні, водні) використовується методика їх оцінювання [5].

Таблиця 1

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА [складено авторами]

Фінансові	Матеріальні	Інтелектуальні	Природні	Інформаційні
1. Коефіцієнтний аналіз: - рентабельність власного капіталу; - рентабельність акціонерного капіталу; - рентабельність продукції; - коефіцієнт автономії; - коефіцієнт забезпечення боргів; - коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів; - коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами; - ефект фінансового лівериджу; - коефіцієнти ліквідності; - коефіцієнт маневреності власного капіталу; - коефіцієнт фінансового ризику; - коефіцієнт структури капіталу; - коефіцієнт фінансової стабільності; - коефіцієнт загальної платоспроможності тощо. 2. Оцінювання фінансової стійкості підприємств. Методики: - агрегування; - вертикального аналізу; - горизонтального аналізу фінансової звітності	1. Розрахунок показників: - коефіцієнт зносу; - коефіцієнт придатності; - фондовіддача; - фондомісткість; - фондоозброєність; - рентабельність активів; - середня тривалість одного обороту; - оборотність товарно-матеріальних запасів	1. Розрахунок показників: - продуктивність праці; - трудомісткість виробництва; - коефіцієнт виконання норм праці; - ефективний фонд робочого часу працівника 2. Оцінювання інтелектуального капіталу: - Прямі методи (Технологічний Брокер, The Value Explorer TM). - Методи ринкової капіталізації (коефіцієнт Тобіна, співвідношення ринкової та балансової вартості Стюарта). - Методи рентабельності активів (EVATM Стюарта, показник розрахованої невідчужуваної вартості). - Методи індексів та індикаторів (Скандія Навігатор, Збалансована система показників). - Точні вимірювальні системи (методика «Measures that Matter»).	1. Розрахунок показників: - вихід готового корисного для суспільства продукту із початкового вилученого природного ресурсу; - матеріальомісткість; - ступінь переробки ресурсу тощо.	1. Розрахунок показників: - рентабельність від реалізації інформаційних ресурсів - додатковий прибуток підприємства, отриманий від операцій з інформаційними ресурсами порівняно з прибутком від виробничої діяльності підприємства; - рівень зрілості інформаційної системи

Сучасна економіка характеризується динамічним розвитком інформаційних технологій, але інструментарій аналізу ефективності використання інформаційних ресурсів є менш науково розробленим порівняно з іншими видами ресурсів [6]. Для аналізу умов функціонування автоматизованої інформаційної системи використовують показники, що характеризу-

ють технічну і програмну забезпеченість фахівців підприємства та відбивають витрати на технічне, програмне та організаційне забезпечення інформаційної системи [7].

Отже, оцінювання ресурсів підприємства відбувається за методичними підходами до оцінювання окремих видів ресурсів. У науковій літературі достатньо широко розриті методи оцінювання фінансових, матеріальних, трудових ресурсів, але не достатньо — природних та інформаційних.

Література

1. Економіка підприємства: підручник / [М.Г. Грешак, В.М. Колот; О.Г. Мендрул [та ін.] ; за заг. та наук. ред. Г.О. Швиданенко. — [вид. 4-те, перероб. і доп.]. — К. : КНЕУ, 2009. — 816, [8] с.
2. Лозовик Ю. М. Оцінки показників ліквідності фінансової стійкості на основі агрегування балансу: робочий інструментарій аналітика підприємства // Стратегія економічного розвитку України. — 2010. — № 26—27. — С. 157—165
3. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления. — СПб.: Изд-во «Высшая Школа Менеджмента», 2008
4. Мнишенко О. О. Економічне оцінювання ефективності використання трудових ресурсів / О. О. Мнишенко // Актуальні проблеми економіки. — 2013. — № 9. — С. 108-112. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apr_2013_9_17
5. Стеценко Т.О. Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2002. — 116 с.
6. Дерев'яко Ю.М. Науково-методичні засади забезпечення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства в умовах обмеженості ресурсів: Дис. канд. наук: 08.00.04, 2008.
7. Ковальчук В.В. Механізм управління інформаційними ресурсами промислових підприємств: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / В.В. Ковальчук; Хмельн. нац. ун-т. — Х., 2006. — 22 с.

УДК: 330.322 : 338.242.2

Панкратьєва Тетяна Леонідівна

асистент

ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет», Україна

tanjaleon@mail.ru

Pankratyeva Tetyana L.

assistant

Kherson State Agrarian University, Ukraine

СИСТЕМОУТВОРЮЮЧІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЦЕС

Анотація. Досліджено теоретичні підходи до формування інвестиційної активності підприємств і, зокрема, фактори впливу на інвестиційний процес. Класифіковано чинники та ступінь їх впливу на забезпечення аграрних підприємств фінансовими ресурсами.

Ключові слова: інвестиційний процес, фактори впливу

STRATEGIC FACTORS INFLUENCING INVESTMENT PROCESS

Summary. Theoretical approaches to formation of investment activity and, in particular, the factors influencing the investment process. Categorized factors and their influence on the provision of agricultural enterprises to financial resources.

Key words: investment process, factors of influence

Умови розвитку та функціонування аграрних підприємств в нестійкому мінливому середовищі потребує широкомасштабних трансформаційних процесів у всіх сферах суспільного життя. Інвестиційні процеси позитивно впливають на загальні макроекономічні показники економічного розвитку країни, виступають своєрідним індикатором фундаментального становлення максимально ефективного господарювання.

Економічна ефективність і прибутковість господарської діяльності аграрних підприємств є ключовим пріоритетом їх розвитку. При цьому, обсяги, динаміка та цільова спрямованість інвестицій, що залучаються агроформуваннями мають суттєвий вплив на результативність і конкурентоспроможність[1]. Отже, існує об'єктивна потреба у дослідженні механізмів і складових, що визначають активізацію інвестиційних процесів у сільськогосподарських підприємствах.

Станом на початок 2016 року в сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг було залучено 29310 млн грн (табл. 1).

Таблиця 1

**КАПІТАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ У СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО УКРАЇНИ ЗА 2010—2015 рр.
(у фактичних цінах; млн грн)**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Усього	189061	259932	293692	267728	219420	273116
Сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг	11311	16703	19086	18640	18388	29310
Питома вага (у % до загального підсумку)	6,0	6,4	6,5	7,0	8,3	10,7

Аналіз динаміки капітальних інвестицій в сільське господарство України у 2010—2015 роках свідчить про поступове зростання капітальних інвестицій у цю галузь протягом 2010—2012 рр. і спад у 2013—2014 рр. Водночас питома вага інвестицій у сільське господарство в загальній сумі інвестицій з кожним роком зростає. Так, у 2015 році питома вага капітальних інвестицій в аграрну сферу порівняно з 2010 роком зросла вдвічі. Що свідчить про зростання значимості галузі на фоні загального зменшення капітальних інвестицій в економіку України. Основними причинами зменшення обсягів інвестування (капітальних вкладень) стали криза в економіці країни та політичної системи, зміна законодавчої та виконавчої влади в країні тощо.

У розвиток підприємств сільського, лісового та рибного господарства у 2015 році вкладено 617 млн дол. США прямих іноземних інвестицій, що становить 1,3 % загального обсягу прямих іноземних інвестицій в Україні (табл. 2).

Таблиця 2

**ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ (АКЦІОНЕРНИЙ КАПІТАЛ) В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ,
млн дол. США**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Усього	40053,0	44806,0	50333,9	55296,8	57056,4	45744,8
Сільське, лісове та рибне господарство	680,4	730,7	736,3	728,8	776,9	617,0
Питома вага (у % до загального підсумку)	1,7	1,6	1,5	1,3	1,4	1,3

Найвагомішим зовнішнім інвестором аграрного сектору України традиційно виступав Кіпр на початку аналізованого періоду із 224,2 млн дол. США. Але протягом останнього року обсяг інвестицій скоротився на 40 %. Суттєвим скороченням своєї частки в інвестуванні спостерігаємо і зі сторони США на 49 % і Віргінські острови на 13,3 млн дол. США. Проте більш зацікавленими стали Китай, який збільшив обсяг своїх інвестицій на 2,4 млн дол. США, Туреччина на 35 % та Ізраїль на 1,8 млн дол. США [2].

Поняття «інвестиційний процес» у розрізі економічної науки має використовуватись як процес (дієва інвестиційна діяльність, спрямована на зміну об'єкту інвестування для отримання доходу) і як система, тобто як обмежена множина взаємодіючих елементів, що змінюються під впливом системоутворюючих факторів, які поділяються на внутрішні та зовнішні [3].

Внутрішніми факторами є елементи інвестиційного процесу суб'єкти та об'єкти інвестиційної діяльності, інвестиційні ресурси, інвестиційний клімат, інвестиційна політика, інвестиційний ринок тощо, які у свою чергу взаємопов'язані між собою через інвестування для зміни його властивостей.

Зовнішніми системоутворюючими факторами виступають чинники середовища економічної, соціальної, політичної, та правової систем, які мають суттєвий вплив на функціонування інвестиційного процесу. Основними елементами, які спричиняють вагомий вплив, є рівень економічного розвитку, політична ситуація, недосконалість законодавчої бази, зовнішньоекономічна діяльність, державна політика, корупція, створення пільгових умов для інвесторів, рівень освіти населення, демографічна ситуація, стан екологічної безпеки, рівень енергетичних потужностей областей, розвиток автотранспорту і т. д. [4].

Інвестиційний процес в аграрній сфері України є важливою складовою діяльності господарювання сільськогосподарських підприємств. Проте в нинішніх умовах інвестиції не забезпечують ефективного функціонування галузі агропромислового виробництва, так як аналіз динаміки капітальних інвестицій показав, що агросфера є не досить привабливою для інвесторів, які розраховують на швидке одержання високого прибутку з мінімальними ризиками.

Тому для ефективного розвитку та дієвого функціонування інвестиційних процесів у сільському господарстві країни необхідно зменшити вплив негативних зовнішніх факторів на економіку та інвестиційний клімат аграрної сфери країни, створити сприятливі умови для інвесторів наданням гарантій у збереженні стабільних умов господарювання та створення рівних умов конкуренції в господарській діяльності для інвесторів, надання публічності інвестиційній політиці, яка запроваджується, та документації для реалізації інвестиційних проєктів, інформації про об'єкти інвестицій, удосконалити фінансово-кредитну систему, сприяти розвитку ринкової інфраструктури, підвищувати інвестиційну активність, покращувати інвестиційний клімат та інвестиційну привабливість галузей, що буде сприяти іноземному інвестуванню інвесторів в українську економіку.

Література

1. Грановська В.Г. Конкурентна стратегія як інструмент забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств / В.Г. Грановська // Перспективи розвитку національної економіки: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції / Східноукраїнський інститут економіки та управління. — Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2016. — С. 108.
2. Котик Т. Обсяг прямих іноземних інвестицій у сільське господарство України зменшився на третину [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/obsyag_pryamikh_inozemnikh_investitsiy_u_silске_gospodarstvo_ukraini_zmenshivsyia_na_tretinu_za_ostanniy_rik.
3. Майорова Т. В. Системний підхід у визначенні сутності інвестиційного процесу / Т. В. Майорова // Фінанси, облік і аудит [Електронний ресурс] : зб. наук. праць / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана»; відп. ред. А. М. Мороз. — К.: КНЕУ, 2011. — Вип. 17. — С. 137–147.
4. Скринник Н.В. Фактори впливу на інвестиційний клімат регіону / Н.В. Скринник // Вісник Хмельницького національного університету. — 2010. — № 5. — Т. 4. — С. 237.

УДК 327:339.138

oleksandr.pavlenko@hotmail.com

Павленко Олександр Вадимович
аспірант кафедри маркетингу,
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Pavlenko Alexander V.
Postgraduate student KNEU marketing
Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman

СПІЛЬНІ РИСИ ПОЛІТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ І МАРКЕТИНГУ ТОВАРІВ (ПОСЛУГ)

COMMON FEATURES OF POLITICAL MARKETING AND THE MARKETING OF GOODS (SERVICES)

Анотація. У статті систематизовано та проаналізовано спільні риси маркетингу товарів (послуг) і політичного маркетингу, які є наступними: наявність покупців, продавців та продукту; моделі поведінки споживачів; ринкова сегментація та товарний мікс; концепція іміджу товару; стратегії лояльності до бренду; процеси та процедури розробки товару; концепція товару; позиціонування товару.

Ключові слова: моделі поведінки виборців, концепція іміджу кандидата, ціна голосу виборця, маркетингові дослідження в політиці.

Summary. In the article the author systematized similarities of marketing of products (services) and political marketing, which are the presence of buyers and sellers of the product; models of consumer behavior; market segmentation and product mix; the concept of image of the product; strategy of brand loyalty; processes and procedures of product development; product concept; positioning of goods.

Key words: behavioral models of voters, the concept of image of the candidate, the price of the vote, marketing research in politics.

Якщо говорити про концепції політичного маркетингу, то варто почати з однієї з перших і водночас найфундаментальніших, викладених у дослідженні Абрахама Шама, який вивчав сутність політичного маркетингу крізь призму порівняння його з маркетингом товарів у послуг. Перша спільна риса, яка найбільше кидається у вічі, — звичайно, просування. Але про-

сування — це лише один із елементів, який поєднує політичний маркетинг і маркетинг товарів і послуг. Візьмемо до уваги, наприклад, деякі відомі маркетингові концепції, такі як: продавці та покупці, поведінка споживачів, сегментація ринку, імідж, лояльність до бренду, концепція продукту та просування продукту. Все це концепції політичного маркетингу. Так само, як у маркетингу товарів і послуг, у політичному маркетингу використовуються схожі інструменти: маркетингові дослідження, медіа, реклама, множинна регресія, факторний і дискримінантний аналіз, спільне вимірювання та багатовимірне шкалювання. Але, мабуть, найкращим тестом для застосування концепції маркетингу в області політичного маркетингу є експертиза застосування понять поведінки споживача в області поведінки виборця. Причина цього полягає в тому, що орієнтація на споживача у маркетингу зробила концепцію поведінки споживача ключовою у маркетингу. А отже, оскільки поведінка споживача у маркетингу нічим не відрізняється від поведінки виборця у політичному маркетингу, то можна дійти висновку, що політичний маркетинг має більше спільного, аніж відмінного з маркетингом товарів та послуг.

Першою спільною рисою є наявність покупців, продавців і продукту. Як маркетинг, так і політичний маркетинг мають ці три ключові елементи. Маркетинг — це процес, під час якого продавці пропонують покупцям товари та послуги взамін на певну цінність (переважно гроші). Такий же процес відбувається у політичному маркетингу, в результаті чого кандидати пропонують виборцям продукти або ідеї, такі як «економічне процвітання» або «безпечне суспільство», в обмін на їхні голоси і підтримку в період передвиборчої кампанії і після. Той факт, що багато економічних продуктів можуть бути продані і куплені — в той час як при покупці політичного продукту, пропозиція політичних кандидатів може бути зроблена лише зрідка й у фіксованій точці в часі і просторі — не скасовує цей аргумент, а скоріше вказує на відмінності в характері і використанні політичних та економічних продуктів, це дуже схоже на відмінності в характері і використанні продуктів і послуг, які традиційно використовуються в маркетингу (наприклад: продовольчі товари та товари тривалого користування, такі як страхування, продані з аукціону товари) [5].

Другою спільною рисою є споживачі, які є ядром як маркетингу, так і політичного маркетингу. Без споживачів маркетинг товарів і послуг не має ринку, а без виборців політичний маркетинг не має кампанії. Так як обидві маркетингології потребують споживачів, для того щоб існувати, концепція поведінки споживача та поведінки виборця стає ключовим у маркетингу та політичному маркетингу відповідно. Той факт, що в маркетингу індивід зветься споживачем, а в політичному маркетингу виборцем є лише семантичною відмінністю. В обох випадках індивід може розглядатись як організм, який отримує стимули про продукт і може на них відповідати, і саме остаточна відповідь є процесом прийняття рішення індивідом. Відповідно, принципи добре відомих моделей споживчої поведінки, безумовно, можуть бути застосовані до поведінки виборців, і навпаки. Насправді, схожості настільки сильні, що моделі поведінки споживачів включають у себе концепції, які були спочатку розроблені для моделей поведінки виборців, наприклад вибірковий вплив, вибіркове сприйняття, двоступеневий потік комунікації [2, 3].

Третьою спільною рисою є ринкова сегментація і товарний мікс. Як маркетинг, так і політичний маркетинг використовують концепції ринкової сегментації та цільових груп, щоб підняти продажі та голоси відповідно. Ринкова сегментація — це процес, під час якого споживачі (дійсні та потенційні) продукту поділяються за одним або кількома критеріями — для того щоб створити однорідні групи, і обрати з них деякі як цільові групи, це, в свою чергу, дозволяє запропонувати їм задовольняючий їх товарний мікс і досягнути цілей компанії (прибуток, зростання, частка на ринку). Змінні, за якими ринок товарів і кандидатів сегментуються, є майже ідентичними: вік, стать, дохід, розмір сім'ї, раса, особисті характеристики, стиль життя та інше. Більш того, специфічні характеристики товару, такі як використання товару в минулому чи улюблені характеристики товару, можуть бути також застосовані у політичному маркетингу, наприклад «скільки разів до цього виборець підтримував схожу програму чи кандидата в минулому?» чи «що виборцю найбільше до вподоби у кандидаті?». У якості цільових груп маркетинг товару та політичний кандидат обирають споживачів і виборців відповідно та пропонують їм задовольняючі їх товарні мікси. Товарний мікс, а саме різні комбінації «товар — просування — ціна — місце», які пропонуються різним сегментам виборців, є тотожною ідеєю товарного міксу в маркетингу.

Зокрема, товарний мікс політичного маркетингу включає:

- товар — основні теми, ідеї, або питання, які кандидат може піднімати («закон і порядок», «повна зайнятість» або «активна міжнародна політика»);

- просування — специфічна суміш реклами у мас-медіа, реклами у спеціалізованих медіа та персональних продажів, тобто агітації, які кандидат використовує, щоб досягнути своїх цільових виборців. Більш того, ідея, що різні сегменти виборців можуть бути досягнуті шляхом застосування різних інструментів просування, також використовується політичними маркетологами;

- ціна — голос, відданий за кандидата, який міг би бути відданий і за альтернативного кандидата. Ця ціна не є фіксованою (це не просто голос), але вона може розглядатись як така, що має різну цінність, адже залежить від привабливості для виборця тих альтернативних кандидатів, з яким конкурує наш кандидат;

- просування — важливість того коли і де товар (кандидат, або ідеї, які він представляє) є доступним для виборця. Очевидно, що наявність і терміни товару є важливими елементами політичного маркетингу, оскільки вони знаходяться в області маркетингу товарів і послуг. Той факт, що виборчі дільниці відкриті для виборців тільки у певний момент часу і у певному місці, а також той факт, що кожен споживач обмежується лише однією покупкою, адже має лише один голос, не означають наявності різкої відмінності від концепту місця, який є у маркетингу товарів і послуг. Наприклад, аукціони проводяться лише в певних місцях і в певний час і, на відміну від виборів, навіть не на постійній основі. Крім того, споживчі покупки часто також обмежені у кількості, точно також виборці обмежені одним голосом [4].

Четверта спільна риса — імідж товару. Як маркетинг товарів і послуг, так і політичний маркетинг визначили, що поведінка споживача та виборця багато в чому залежить від товару та кандидату відповідно. Більш того, здається, що вони надмірно популяризували концепцію іміджу до тієї міри, що вона стала більше враженням чи стереотипом, який споживачі та виборці складають про товари та кандидати відповідно. Проте, зробивши синтез існуючих досліджень ми дійшли висновку, що імідж — це результат інтерактивного процесу сприйняття, через який споживач чи виборець обирає деякі з атрибутів товару чи кандидата (бренд і якість продукту, приналежність до партії та ключові питання, які підіймає кандидат), проектує їх у себе в уяві і формує схильності до певного об'єкту. Таким чином, концепція іміджу не тільки використовується у маркетингу товарів і послуг і в політичному маркетингу, а скоріше являю собою концепцію, яка може пасувати багатьом соціальним наукам [6].

П'ятою спільною рисою є лояльність до бренду. Вимірюючи рівень прихильності до бренду (повторна покупка чи ставлення до бренду), а також пов'язуючи його з такими споживчими характеристиками, як вік, дохід, раса, особистість, лояльність бренду стає еквівалентом концепції лояльності до партії у політичному маркетингу. Крім того, поняття лояльності до бренду і лояльності до партії використовуються в якості основи для стратегії просування як продукту, так і кандидату. Відповідно, першим кроком такої стратегії просування є знаходження відмінності між виборцями, які лояльні по відношенню до партії, та тими виборцями, що вагаються, а отже необхідно спроектувати різні мікси просування для кожної з цих двох основних груп [1].

Шостою спільною рисою є розробка товару. Як маркетинг товарів, так і політичний маркетинг надають великого значення серії комплексних заходів і досліджень, які беруть участь в процесі розробки продукту, який буде задовольняти цільових споживачів і виборців, відповідно. Щодо споживчих товарів розробка товару є процесом, за допомогою якого створюється набір компонентів, таких як якість, бренд, упаковка, який задовольняє споживача. Аналогічно, процес створення товару на політичному ринку включає такий набір компонентів, як: кандидат, ключові проблеми, які ним підіймаються, партія, і все те, що буде задовольняти ключових виборців.

Сьомою спільною рисою є концепція товару. По суті, як частину процесу розробки товару, концепція товару включає основну ідею, яка служить в якості основного продукту в свідомості цільової групи. Ця концепція використовується як у маркетингу, так і в політичному маркетингу. Таким чином, економічний товар, такий як автомобіль, може бути спланований і розроблений, щоб уособлювати «економічність» і «надійність», у той час як кандидат, можливо, забажає уособлювати «здорову економіку» і «активну зовнішню політику» [4].

Нарешті, восьмою спільною рисою є позиціонування товару. Позиціонування товару пов'язано із попередніми спільними рисами: розробкою товару та концепцією товару. Позиціонування товару — це процес, у якому товару позиціонується відносно конкурентів на ринку. Звісно, ця концепція використовується і в маркетингу, і в політичному маркетингу. В обох випадках місце товару та кандидату на мапі відношення споживачів і виборців до конкурентів визначається, планується та просувається для того, щоб збільшити привабливість товару чи кандидату у споживачів і виборців відповідно. Крім того, товари і кандидати вико-

ристовують ту ж методику досліджень у визначенні та плануванні їх позиції на ринку по відношенню до своїх конкурентів, а саме методику багатовимірної шкалювання [5].

Таким чином, спільними рисами маркетингу товарів (послуг) і політичного маркетингу є:

- наявність покупців, продавців і продукту;
- моделі поведінки споживачів;
- ринкова сегментація і товарний мікс;
- концепція іміджу товару;
- стратегії лояльності до бренду;
- процеси та процедури розробки товару;
- концепція товару;
- позиціонування товару.

Література

1. Campbell, A., Converse, P., Miller, W. and Stokes, D. Elections and the Political Order, New York: John Wiley and Sons, Inc., 1966.
2. Engel, J., Kollat, D., and Blackwell, R. Consumer Behavior, New York; Holt, Rinehart and Winston, Inc., 2nd Edition, 1973.
3. Howard J. and Sheth, J. The Theory of Buyer Behavior, New York: John Wiley and Sons, 1969.
4. Shama A. The Marketing of Political Candidates / A. Shama // Journal of the Academy of Marketing Science. — 1976. — 4 (4). — P. 764–777.
5. Shama Avraham (1975) „An Analysis of Political Marketing», in SV — Broadening the Concept of Consumer Behavior, eds. Gerald Zaltman and Brian Sternthal, Cincinnati, OH : Association for Consumer Research, Pages: 106-116.
6. Shama, A. «A Generic Model of Image Formation,» unpublished paper, Baruch College, CUNY, 1974.

УДК 330.341

shergina60@mail.ru

Шергіна Лідія Антонівна,
к.е.н., доцент, ДВНЗ «Київський
національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Жемба Алла Йосипівна,
к.е.н., доцент, Національний університет водно-
го господарства та природокористування, м. Рі-
вне

Shergina Lydia A.,
PhD, Associate Professor ,
SHEI «Kyiv National Economic University after
named Vadym Hetman»
Zhemba Alla J.,
PhD, Associate Professor ,
National University of Water and Environmental
Engineering, Rivne

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

Анотація. Дослідження розкриває основні аспекти застосування процесного підходу до організації виробництва та ведення бізнесу, що є джерелом довгострокових конкурентних переваг підприємства. Сформульовані вимоги щодо сучасного підходу в організації систем бізнес-процесів на основі процесного підходу.

Ключові слова: процесне управління, бізнес-процес, процесне підприємство

ADVANTAGES OF PROCESS APPROACH TO THE ORGANIZATION OF PRODUCTION

Abstract. The research reveals key aspects of the process approach to the organization of production and business operation, that is the source of long-term competitive advantage of production. The requirements are stated, for a modern approach to the organization of business processes based on the process approach.

Keywords: process management, business process, enterprise process

Складне і динамічне зовнішнє оточення ставить вимоги перед підприємствами щодо вдосконалення та адаптації нових, дієвіших систем управління та інформаційного забезпечення. При цьому підприємства можуть застосовувати різні варіанти організації менеджменту. В світовій практиці для створення ефективної системи управління підприємством поступово відбувся перехід від функціональної організації виробництва до процесної і використовується процесний підхід або процесне управління. Однак, на вітчизняних підприємствах домінує структурний або функціональний підхід до організації виробництва.

Структурний підхід базується на ієрархічній організаційній структурі, а управління функціонуванням підприємства реалізується за допомогою таких елементів, як відділи, бюро, цехи, департаменти тощо. Взаємодіють структурні елементи через призначених відповідних посадових осіб. Структурний підхід налічує такі недоліки:

- технологія виробництва розбита на окремі фрагменти, які здійснюють різні структурні елементи оргструктури;
- немає конкретної особи, яка відповідає за кінцевий результат та контролює технологію виконання робіт;
- не є обов'язковим цілісний опис технології виконання робіт;
- неможливість співставити поетапні значення показників фірми з вимогами до продукту від зовнішнього клієнта;
- високі супутні витрати;
- неефективність інформаційного забезпечення виробничого процесу, і, відповідно, управління фірмою.

Практика функціонування українських підприємств свідчить про досить активні рухи їх керівництва в напрямі пошуку і впровадження нових управлінських технологій. Разом з тим, при впровадженні управлінських новацій практично не передбачається процедури економічного обґрунтування та оцінки доцільності застосування останніх, ігноруються принципи проектного аналізу та менеджменту. Саме тому впровадження нових управлінських інструментів, які довели ефективність у західних компаніях, не дає бажаної ефективності на українських підприємствах. Одним із найактуальніших питань сьогодення стає пошук таких систем управління компанією, які дозволять сформувати ефективний механізм реалізації стратегії підприємства зі збереженням унікальності та ефективності окремих управлінських інструментів. Аналізуючи моделі управління вітчизняних компаній, варто зазначити безумовне домінування структурно-функціональних методів управління, які спрямовані на визначення функціональних зон і формування структури організації відповідно до традиційних завдань і функцій. Більшість українських підприємств побудовані на принципах вертикальної ієрархії, яка не сприяє ефективному обміну інформацією, а отже, прийняттю обґрунтованих рішень внаслідок викривлення інформаційних потоків і гнучкому реагуванню на зміни. Саме тому набуває актуальності пошук моделей управління, які б дозволили спрямувати зусилля менеджменту на досягнення результативності за умов панування принципів клієнтоорієнтованості та створення доданої цінності зовнішнім і внутрішнім клієнтам.

Серед популярних управлінських концепцій, які сьогодні активно впроваджують у компаніях, є концепція процесного управління. За оцінками експертів відомої консалтингової компанії McKensey, процесне або процесно-орієнтоване управління (від англ. Activity-Based Management) останнім часом є однією з домінуючих управлінських ідеологій успішних компаній. Незважаючи на півтора десятиліття досліджень у сфері процесного управління, засновником якого стали Майкл Хаммер і Джеймс Чампи [1], значного внеску у формування концепції процесного управління американських науковців Дж. Антоса, Дж. Брімсона, С. Говарда, Р. Каплана, Г. Кокінза, Р. Купера, М. Портера, Дж. Харисон, а також російських дослідників В. Рєпіна, В. Єліферова, В. Євдокієнко та ін., залишаються дискусійними багато теоретичних, методичних і практичних питань. Найактуальнішими серед них слід вказати: методологічну багатовекторність підходів до трактування сутнісного наповнення процесного управління, невизначеність принципів і механізмів його впровадження на підприємствах і його вплив на перебудову організаційної системи управління, мотивації, управлінського обліку, фінансового планування та ін.

Вперше ідею про суттєве підвищення ефективності роботи корпорації шляхом радикальної трансформації схеми її операцій висунув Майкл Хамер, який акцентував увагу на радикальності змін в організації для поліпшення діяльності компанії як основній ризик такої моделі управління [1, с. 38].

Подальші розробки у даному напрямі дозволили виявити особливості управління компанією, яка налаштована на фундаментальні зміни. М. Хамер вперше використав термін «процесне підприємство», основними ознаками якого визначив організацію роботи за принципом побудови бізнес-процесів, що зумовлює необхідність усвідомлення працівниками цілей побудови бізнес-процесів, знання вимог клієнтів і прагнення їх виконати, консолідацію зусиль колективу компанії для забезпечення результативності бізнес-процесів [1, с. 84].

Таке підприємство можна означити як бізнес-систему, яка складається з бізнес-процесів, кінцевими цілями яких є випуск продукції або послуг. М. Хамер і Дж. Чампи визначають бізнес-процес «як сукупність різних видів діяльності, в рамках якої на вході використову-

ються один або більше видів ресурсів, і в результаті цієї діяльності на виході створюється продукт, що представляє цінність для споживача» [1, с. 38].

Досвід впровадження різних систем управління на багатьох підприємствах показує, що для успішної реорганізації необхідна наявність кількох чинників, без яких чергове покращення закінчиться невдачею [2, с. 128]:

- по-перше, повинна існувати певна критична маса співробітників, готових приймати нові методи роботи, інакше впровадження зустрінє сильний опір всередині підприємства;

- по-друге, необхідно зважати на специфіку діяльності фірми, усталені правила роботи. Не всі успішно реалізовані проекти на одному підприємстві приведуть до успіху на інших. Для кожної організації потрібно розробляти свої кроки поліпшення системи бізнес-процесів, які дадуть оптимальний результат;

- по-третє, необхідно безпосередня участь вищого керівництва у впровадженні нових методів роботи; перекладання всієї роботи на середню ланку управління, а також на незалежних консультантів не приведуть до значних результатів. Будь-яка оптимізація системи — це щоденна робота всієї системи управління на покращення бізнес-процесів.

Таким чином, використання процесного підходу до оцінки діяльності компанії дозволяє розглядати підприємство не як окремі функціональні відділи, а систему взаємопов'язаних бізнес-процесів, що мають кожен свій вхід і вихід, власника процесу та необхідні для його протікання ресурси. Такий підхід дозволяє ефективніше використовувати наявні на підприємстві ресурси і знаходити резерви для підвищення продуктивності роботи.

Література

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. — СПб.: Издательство С.-Петербургского ун-та, 1997. — 332 с.
2. Елиферов В.Г., Репин В.В. Бизнес-процессы: регламентация и управление: учебн. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 319 с.

УДК 348.242:621.774

Ткаченко Алла Михайлівна,
д.е.н., професор,
Запорізький національний
технічний університет, Україна
Бобровников В.А.,
аспірант, Запорізький національний
технічний університет, Україна

Tkachenko Alla M.
Doctor of Economics, professor,
Zaporizky natsionalny
tehnichny University, Ukraine
Bobrovnikov V.A.
Aspirant, Zaporozhia national
technical university, Ukraine

ЕКОНОМІКО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

EKONOMIKO ADMINISTRATIVE ANALYSIS OF FORMING OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF ENTERPRISE

Анотація. У статті розглядаються питання аналізу стану формування організаційних структур управління підприємства та оцінки продуктивності (ефективності) діяльності.

Ключові слова: організаційна структура, продуктивність, ефективність, організаційні зміни

Abstract. The questions of analysis of the state of forming of organizational structures of management of enterprise and estimation of the productivity (to efficiency) of activity are examined in the article.

Key words: organizational structure, productivity, efficiency, organizational changes

Враховуючи досвід розвитку вітчизняної економіки протягом останніх 20 років можна зазначити, що необхідність зміни організаційної структури підприємства виникала принаймні раз на 3—5 років (перехід до ринкових умов господарювання, зміна форм власності, приватизація, можливість виходу на зовнішні ринки, введення національної валюти, глобальна світова криза, перспектива приєднання до міжнародних організацій і т.п.). Сучасний практичний досвід дозволяє зробити висновок про те, що динаміка зовнішніх збурень буде тільки зростати, що в свою чергу викликає необхідність постійного проведення різного роду змін у системі управління підприємством.

Одним із визначальних чинників сучасного управління є проведення постійних організаційних змін, як на рівні структури підприємства в цілому, так і на рівні окремих підрозділів та процесів. Дослідження дозволяють сформулювати низку основних напрямків, що визна-

чають характер і задачі проведення цих змін. Зокрема, в промислових корпораціях України організаційні зміни проводяться для виконання низки завдань, пов'язаних із вдосконаленням операційної діяльності.

Організаційні зміни в досліджених системах управління провідних світових корпораціях з виробництва електротехнічної продукції охоплюють кілька основних напрямків діяльності, зокрема спрощення ділових операцій, придбання та продаж виробничих підрозділів, втілення в життя ефектів інновацій, а також втілення системи холдингів. Загалом такі зміни слід охарактеризувати як прагнення підвищення ефективності управління великими організаційними системами, що викликане необхідністю відповіді на зміни в навколишньому середовищі. Зміни, що проводяться у досліджених вітчизняних компаніях (ПАТ «ЗТЗ», КП ЗЗВА, ПАТ «Запоріжсталь», ПАТ «Дніпроспецсталь»), мають дещо інший напрямок, який обумовлюється як значно меншим штибом діяльності самих компаній, так і відповідним характером завдань. Основними напрямками таких змін є завершення формування філійної мережі, завершення формування загально корпоративної структури управління, подальше втілення інформаційно-комп'ютерних систем, початок запровадження систем комітетів (втілення принципів взаємного узгодження).

Аналіз організаційних структур управління промислових підприємств дозволяє визначити низку характерних недоліків, головними з яких є: завищена норма керованості; надмірна замкнутість структурних підрозділів на перших керівниках; наявність кількох дублюючих посад заступників керівника з нечіткістю посадових функцій, обов'язків і відповідальності; суто формальний підхід до використання інформації із зовнішнього середовища та інші.

Аналіз організаційних структур здійснюється за такою послідовністю: графічне моделювання організаційної структури; виявлення первинних кількісних характеристик; визначення кількісних оцінок; визначення якісних характеристик з використанням експертних економічних, фінансових показників та моделей; оцінка відповідності організаційної структури системі цілей, технології, розміру корпорації, стану зовнішнього середовища. Також проведений аналіз ефективності та результативності управління з кількісною оцінкою за узагальнюючими та питомими показниками, та показниками продуктивності діяльності [1].

Аналіз даних показників дозволяє визначити низку особливостей діяльності підприємств промисловості.

Продуктивність промислових підприємств демонструє помітну динаміку змін продуктивності (з помітним збільшенням або зменшенням за відповідні періоди). Це свідчить про чітку реакцію системи управління промислових підприємств на управлінські впливи. За динамікою показника продуктивності можна визначити міру інертності (швидкість реакції) систем управління цих підприємств. У цьому сенсі структури управління різних підприємств відрізняються одна від одної як за своєю циклічністю та періодичністю, так і за показниками інертності систем. Серед вітчизняних промислових корпорацій існують такі, що мають високу інертність, і їх система управління майже не реагує на управлінські впливи.

Одним з чинників, який впливає на ефективність, є зовнішнє середовище. Проведений SWOT — аналіз дозволив виявити сильні та слабкі сторони, загрози і можливості корпорації ПАТ «ЗТР». Моделі SWOT-аналізу надають можливість виділити сильні і слабкі сторони діяльності і як результат збільшити вплив сильних і зменшити вплив слабких сторін, що підвищить ефективність управління та якість прийняття управлінських рішень.

Узагальнений аналіз дозволяє зробити такі висновки. На загальному рівні системи управління машинобудівними підприємствами та підприємствами металургійної галузі побудовані по принципу механістичної бюрократії, що зобумовлено застосуванням в якості механізму координації стандартизації виробничих процесів. Але деякі внутрішні підсистеми побудовані за іншим принципом, а саме за матричним, що викликано застосуванням механізму взаємного узгодження (ПАТ «Запоріжсталь»).

Загальний рівень технологій, що застосовуються на підприємствах машинобудівної галузі можна охарактеризувати як середній. Рівень технологій на підприємствах металургійної галузі є дещо нижчим, і визначається як низький. Але одночасно з цим система менеджменту якості, інформаційно-облікова система та єдина обчислювальна мережа металургійних підприємств використовує технології середнього рівня.

Вказані обидві групи підприємств мають доволі розгалужені інформаційні мережі середнього рівня, а єдина обчислювальна мережа ПАТ «Дніпроспецсталь» має ще вищий рівень розгалуженості. Незважаючи на це, вказані інформаційні системи мають низький ступінь застосування на загальному рівні управління. Це пов'язано з загальною проблемою використання інформаційних систем саме в управлінні, і слід зазначити що на теоретичному рівні

класичний менеджмент практично не розрізняє використання інформаційних систем в управлінні на загальному рівні та використання задля обробки та зберігання чисельних масивів даних. В середині ж себе ступінь використання цих інформаційних систем саме в управлінні, з негайним прийняттям управлінських рішень є дещо вищим [2].

Проаналізувавши стан структур управління машинобудівних і металургійних корпорацій і динаміку показників їх діяльності, можна зробити висновок про наявність двох основних типів їхніх станів. Перший стан: мінливість основних показників діяльності, що означає наявність певної реакції на управлінські впливи; другий стан — незначна мінливість загальних показників, що означає відсутність реакції на управлінські впливи. Тому підприємства з першим типом реакції визначаються як перспективні для подальшого втілення самоадаптивних структур управління машинобудівних, металургійних та інших корпорацій.

Література

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджмента / М.Х.Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. з англ. — М.: Дело, 1992. — 702с.
2. Бобровников В.А. Концептуальні уявлення щодо устрою системи управління підприємством / В.А.Бобровников // Управління підприємством: проблеми та шляхи їх вирішення. Матеріали міжнародної практичної конференції. — Ялта, 2005. — Том 2. — С. 32—34.

УДК 621.

a.l.l.a_a.l.l.a@mail.ru

Ткаченко Алла Михайлівна,
д.е.н., проф. зав. каф. підприємництва, торгівлі
та біржової діяльності Запорізького
національного технічного університету, Україна
Пожуєва Тетяна Олександрівна
д.е.н., доц., зав. каф. менеджменту та фінансів
ДВНЗ «Український державний
хіміко-технологічний університет», Україна

Tkachenko Alla M.
Doctor of Economics, prof. Head. Dep. Enterprise,
Trade and exchange of Zaporizhzhya National
Technical University, Ukraine
Pozhuieva Tetyana O.
Doctor of Economics, Assoc., Head of Dep. Man-
agement and Finance SHEI Ukrainian State Univer-
sity of Chemical Technology, Ukraine

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЕНЕРГОРЕСУРСИ

COST OPTIMIZATION ENERGY INDUSTRIAL ENTERPRISES

Анотація. В умовах росту цін і дефіциту, що загострюється на енергоносії пошук інноваційних продуктивних енергозберігаючих сучасних технологій, з метою отримання енергії та застосування нетрадиційних джерел з метою поновлення є важливим реально для всіх галузей нашої економіки. У роботі наголошено, що ефективне використання енергетичних ресурсів промислового підприємства є важливою складовою зменшення виробничих витрат, і отримання додаткового фінансового результату, завоювання більшої частки на ринку та рішення соціально-економічних проблем.

Ключові слова: ресурси підприємства, енергозбереження, науково-технічний поступ

Summary. In terms of price increases and deficit exacerbated energy productive search for innovative energy-saving technologies to modern energy and use alternative sources in order to restore is really important for all sectors of our economy. The article stressed that the energy efficiency of industrial enterprises is an important part of reducing production costs, and obtain additional financial result, gain greater market share and solving social and economic problems

Key words: resources of enterprise, energy, scientific and technological progress

У процесі господарської діяльності ресурси підприємства посідають чільне місце при визначенні оптимального обсягу витрат. Управління ресурсами в цілому впливає на стан суб'єкта господарювання, а також визначає його поточний стан. Політика підприємства в цілому задається тенденціями економічного розвитку, перспективним рівнем науково-технічного прогресу та станом його виробничих потужностей. Актуальність даної теми також полягає в тому, що для забезпечення нормальної роботи підприємства зазвичай стикаються з питаннями дефіциту ресурсів, тому у непростих умовах сьогодні значно підвищилась зацікавленість до питань ефективного та раціонального використання ресурсів у цілому та паливно-енергетичних зокрема. Прийняття управлінських рішень у площині паливно-енергетичних ресурсів потребує пристальної уваги до цих питань і в цілому має вплив на майбутній стан суб'єкта господарювання.

Формуючи політику ресурсозбереження підприємства говорять про доцільність детальної комплексної економічної оцінки різних варіантів застосування ресурсів. Відбір найпридат-

нішої стратегії залежить від реальних технічних умов, які вимагають гнучкої зміни започаткованої практики управління технологічними процесами суб'єкта господарювання для оптимізації всього процесу виробництва.

Неухильний ріст тарифів на енергоносії генерує їх заощадливість особливо на теперішній час. На сьогодні частка витрат на енергоносії в структурі собівартості продукції підприємств машинобудівної галузі складає близько 15 % і процес зростання продовжується. Запровадження енергозберігаючих технологій на підприємствах машинобудування, в кращому випадку, має локальну природу. У цілому відсутній комплексний підхід з питань енергозаощадження на підприємстві, що дав би змогу суттєво понизити витрати пов'язані з використанням теплової енергії. Не присвячено достатньої уваги екологічним питанням енергозбереження в межах виробництва, себто встановлення впливу зменшення теплових розходів на мікроклімат наявної робочої зони. На машинобудівних підприємствах наболілими є питання зниження частини затрат на енергоносії, розроблення комплексних методів і прийняття нагальних рішень щодо мінімізації енергоемності продукції. Наявність зазначених проблем породжує потребу щодо пошуку та застосування новітніх технічних рішень, які націлені на зростання продуктивності енергоспоживання підприємства.

Одним з найрезультативніших векторів у площині науково-технічного поступу і засобом активізації та цілеспрямованої структурної перебудови нинішньої економіки, чинником довгострокового впливу є запровадження системи енергозбереження. Зазначений підхід допомагає пришвидшенню темпів росту виробництва, мінімізації цін на продукцію, поступу господарських результатів, вирішенню першочергових соціальних, а також нагальних екологічних задач.

В умовах росту цін і дефіциту, що загострюється на енергоносії, пошук інноваційних продуктивних енергозберігаючих сучасних технологій з метою отримання енергії та застосування нетрадиційних джерел з метою поновлення є важливим реально для всіх галузей нашої економіки. Найгостріше питання позначилося у теплопостачанні, де затрати палива на виробничі потреби перевищують 1,8 разу витрат витрат на електропостачання. Високі тарифи на транспортування енергоносіїв, також часті катастрофи на теплотрасах продукують від'ємні чинники, притаманні звичному централізованому теплопостачанню.

Поява проблем пов'язаних з енергоносіями, суттєве підняття їх ціни за вживання, і як результат зростання затрат на енергоресурси промислового підприємства, потребує неухильної уваги до розумного застосування, енергозбереження і з разом цим підвищення енергоефективності [1, с. 19].

Енергетична політика суб'єкта господарювання являє собою лінію задекларованих норм поведінки в економічній, енергетичній, політичній і певною мірою в екологічних сферах діяльності промислового підприємства. Наявна енергетична політика суб'єкта господарювання вивчається адекватно до поставленої мети підприємства. Кожне промислове підприємство має приватне зацікавлення та особисту думку з приводу досягнення поставлених цілей і як наслідок енергетична політика визначається особисто для кожного окремо взятого випадку.

Енергозберігаюча політика є невіддільною часткою виробничої політики підприємства, яка спрямована на ефективне виробництво конкурентної продукції, реалізованої на сучасному ринку з метою одержання якнайкращого результату, отримання бажаного рівня прибутку. При цьому мають на увазі, що просування енергозберігаючих технологій не призведе до втрат обсягів виготовленої продукції, а дозволить зменшити витрати на енергоресурси.

Задля уникнення втрат при формуванні заходів з енергозбереження необхідно розробити та вдосконалювати методи оцінки ефективності даних програм, які мають враховувати плюралізм можливого використання інвестиційних джерел. Додаткові кошти для підтримки бажаного рівня фізичного та морального стану виробничого устаткування можна також отримати шляхом зменшення енергетичної складової у витратах підприємства. Основою енергозбереження є вдале використання енергоресурсів і зменшення втрат на них [2, с. 84].

Основними положеннями енергозбереження мають бути:

- заощадження має торкатись у першу чергу того, що є дорожчим;
- заощаджувати потрібно те, що має мінімальні витрати;
- зменшувати втрати потрібно там, де вони завеликі;
- при цьому бажано уникати посередників, оскільки останні, як правило, переносять ці витрати на споживачів;
- потрібно знати точний обсяг спожитих енергоресурсів;
- реалізація даних заходів не має погіршувати санітарно-гігієнічні умови;
- точний вибір цілей, ретельний аналіз і концентрація ресурсів на найефективніших заходах [3, с. 423].

Проведення енергоощадливих заходів дозволяє розв'язати завдання вдалого використання енергоресурсів і зменшити фінансове навантаження на виробництво. Вдало збудована структура енергозбереження промислового підприємства дозволяє отримати значне підвищення ефективності використання ресурсів та економії коштів.

Відтермінування впровадження енергозберігаючих заходів призводить до збитків промислових підприємств і негативно відображається на соціально-економічній та екологічній ситуаціях. Також, подальше збільшення витрат у промисловості супроводжується дефіцитом фінансово-економічних ресурсів, що зрештою стримує відновлення виробничої бази промислових підприємств.

Таким чином, ефективне використання енергетичних ресурсів промислового підприємства є важливою складовою зменшення виробничих витрат, і отримання додаткового фінансового результату, завоювання більшої частки на ринку та рішення соціально-економічних проблем.

На сьогодні вирішення питань щодо оптимізації використання енергетичних ресурсів на промисловому підприємстві дає змогу заощаджувати кошти по цій статті, проте потребує постійного контролю за їх використанням, впровадження сучасних технологій виробництва та енергозберігаючих технологій.

Література

1. Клевцов А.В. Средства оптимизации потребления электроэнергии. — М.: СОЛОН-Пресс, 2004. — 240 с.
2. Самойлов М.В., Паневчик В.В., Ковалев А.Н. Основы энергосбережения: Учеб. пособие / 3-е изд., стереотип. — Мн.: БГЭУ, 2004. — 198 с.
3. Лисиенко В.Г., Щелоков Я.М., Ладыгичев М.Г. Хрестоматия энергосбережения: Справочное издание: в 2-х книгах. Книга 1 / Под ред. Лисиенко В.Г. — М.: Теплотехник, 2005. — 688 с.
4. Ткаченко А.М., Мусатова М.В. Економічні аспекти використання інфрачервоного опалення на промисловому підприємстві // Вісник економічної науки України. — 2011. — № 1 (19). — С. 151.

УДК 330.342

e-mail: juliaqz7@yandex.ru

Цемашко Юлія Сергіївна,
аспірантка кафедри економіки підприємств ДВНЗ
«Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
Київ, Україна

Tsemashko Julia S.,
Postgraduate at the Department
of Business Economics
«Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman»
Kyiv, Ukraine

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ЯК НАСЛІДОК АДАПТАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

IMPROVEMENT OF ECONOMIC RESULTS AS A CONSEQUENCE OF ADAPTING ENTERPRISES BUSINESS MODELS IN MODERN CONDITIONS

Анотація. У постіндустріальних умовах економічний результат формується не лише традиційними матеріальними ресурсами, а в першу чергу інтелектуальними. Відповідно до цього, є необхідним постійне коригування бізнес-моделі підприємства, оптимізації його бізнес-процесів і зміщення акцентів залежно від реалій.

Ключові слова: економічний результат, бізнес-модель, бізнес-процеси, постіндустріальні умови.

Summary. In postmodern conditions, the economic result is formed not only by traditional physical resources, but at first by intelligent. Accordingly, constant adjustments to the business model of the enterprise, optimize business processes and shift depending on the context is necessary.

Keywords: economic results, business model, business processes, post-industrial conditions.

Сьогодні результати діяльності підприємств формуються під впливом багатьох факторів, які є відображенням сучасних реалій і відповідають викликам нової економіки. Для того, щоб залишатись конкурентоспроможними, підприємствам необхідно швидко реагувати на економічні та суспільні зміни, адаптуючи свою бізнес-модель та оптимізуючи свої використовувані бізнес-процеси, що в свою чергу матиме безпосередній вплив на ступінь ефективності економічних результатів підприємств.

Рівень ефективності підприємства залежить безпосередньо від ступеню інтеграції бізнес-процесів і бізнес-моделі організації. Відсутність тісного зв'язку між виконуваними бізнес-процесами і бізнес-моделлю руйнує зв'язок між доданою вартістю та її оцінкою зі сторони споживачів (споживчою цінністю) [5, с. 130].

Для підвищення ефективності економічних результатів підприємства мають постійно пристосовуватись до умов сучасних реалій і реагувати на зміни шляхом вдосконалення та оптимізації своїх бізнес-моделей і бізнес-процесів відповідно.

Економічні результати діяльності підприємств трактуються науковцями по-різному, проте можна сформулювати певне узагальнення. Вони можуть характеризуватися системою показників, таких як: операційний прибуток, чистий прибуток, рентабельність активів, рентабельність продаж, операційний грошовий потік, чистий грошовий потік, остаточний прибуток, остаточний чистий прибуток, остаточний операційний прибуток, додана економічна вартість, грошова рентабельність інвестицій, остаточний прибуток, який базується на ринкових вартостях, додана акціонерна вартість, додана грошова вартість, загальна акціонерна віддача, загальна віддача бізнесу [1, 2, 6].

Бізнес-процеси є свого роду «механізмом» (чорною скринькою), яка перетворює «вхідні» ресурси у «результати» на виході, а рівень ефективності «вихідних» результатів знаходиться у прямій залежності від ступеню досягнення ефекту синергії бізнес-процесів у середині організації [3]. Поліпшення бізнес-процесів (Business process improvement, BPI) — системний підхід, що дозволяє підприємствам оптимізувати свої бізнес-процеси для досягнення ефективніших результатів діяльності. Оптимізація націлена на підвищення результативності, ефективності й адаптованості бізнес-процесів [4]. Дослідження, аналіз і вдосконалення бізнес-процесів сприяє підвищенню внутрішньої ефективності та конкурентоздатності підприємств. Розуміння комплексу бізнес-процесів є ключем до ефективного управління підприємством, оскільки управління стає орієнтованим на результат [5].

Сьогодні, у постіндустріальних умовах, результат формується не лише традиційними матеріальними ресурсами, а в першу чергу інтелектуальними: знаннями, інформацією, здібностями та компетенціями, інноваціями. Відповідно до цього, є необхідним постійне коригування того процесу, завдяки якому цей результат створюється.

Література

1. Арич М.І. Економічні результати діяльності підприємств: сутність та характеристика складових / М. І. Арич // Економіка сьогодення: актуальні питання і інноваційні аспекти : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 26—27 квітня 2013 р. — К.: Київський економічний науковий центр, 2013. — Ч. 1. — С. 129—131.
2. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Татьяна Борисовна Бердникова. — М. : ИНФРА-М, 2001. — 215 с.
3. Хаммер М. Реінжиніринг корпорацій. Маніфест революції в бізнесі / Хаммер М., Чампі Дж. — М.: Изд-во «Манн, Иванов і Фербер» 2005. — С. 24.
4. Харрингтон Дж., Эсселинг К. С., Нимвеген Х. В. Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация / пер. с англ. — СПб. : Азбука, 2002. — 311 с.
5. Чорнобай Л. І. Бізнес-процеси підприємства: загальна характеристика та економічна суть / Л. І. Чорнобай, О. І. Дума // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — 2013. — № 769. — С. 125-131. — [Режим доступу]: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_769_20
6. Шевчук Н. В. Ефективність ресурсного забезпечення діяльності підприємств: проблеми оцінювання / Н. В. Шевчук // Ефективна економіка. — 2010. — № 8. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_8_17

УДК 338:24

urb25@ukr.net

Урба Світлана Іванівна

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства,

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

Грисяк Юрій Сергійович

к.е.н., доцент, доцент кафедри транспортного права та логістики, Національний транспортний університет

Urba Svitlana I.

Ph.D, associate professor,
Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine

Grysiuk Yuriy S.

Ph.D, associate professor,
National Transport University, Ukraine

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР УСПІХУ КОМПАНІЇ

BUSINESS MODEL AS A MAIN FACTOR OF SUCCESS OF COMPANY

Анотація. Визначено концептуальні основи формування бізнес-моделі компанії. Системати-

Summary. The conceptual bases of the business-models of company are defined. The author had

зовано наукові підходи зарубіжних авторів до трактування поняття бізнес-моделі. Обґрунтовано особливості поширених у практиці підходів до розробки бізнес-моделі компанії.

Ключові слова: бізнес-модель, бізнес-середовище, конкурентоспроможність.

systemized scientific approaches of foreign authors to the definition of business model. The features of the approaches extended in the practice to working out of the business model of company are proved in this work.

Key words: business model, company, business environment, competitive ability.

Сучасний етап розвитку національної економіки пов'язаний зі змінами її цільових пріоритетів. У цих умовах в якості основної рушійної сили економічного росту бізнесу варто розглядати конкурентоспроможні бізнес-моделі, які виступають актуальним інструментом підвищення ефективності бізнесу.

В умовах формування «нової економіки» бізнес-модель є порівняно інноваційною концепцією сучасного підприємництва, яка містить багато невирішених питань і проблемних аспектів. Саме від бізнес-моделі часто залежить успіх корпоративної стратегії, що змушує компанії в пошуках джерел зростання переходити на інноваційні зміни своїх процесів і продуктів.

Наукові дослідження бізнес-моделі почали активно проводитися тільки в кінці 1990-х років і в основному увага була зосереджена на сферу електронного бізнесу [7]. Проте пізніше наукові дослідження почали здійснюватися в напрямку побудови єдиного теоретичного підходу до визначення та аналізу бізнес-моделі. Саме тому, на сьогоднішній день сформовані визначені тенденції дослідження особливостей формування бізнес-моделі компанії.

Бізнес-модель логічно описує, яким чином компанія створює, постачає клієнтам товари або послуги, набуває економічну, соціальну та інші види вартості. Розробка бізнес-моделі здійснюється одночасно зі стратегією компанії.

Під бізнес-моделлю більшість науковців розуміють:

- опис комплексної бізнес-системи, її структури і взаємодії із зовнішнім середовищем;
- комерційна залежність між підприємством і товарами і/або послугами, які воно реалізує на ринку;
- інструмент репрезентації створеної компанією цінності [5];
- систематичний опис механізму взаємодії з бізнес-партнерами.

А. Остервальдер пропонує розглядати бізнес-модель як концептуальний інструмент, який включає набір елементів і їх взаємозв'язків, дає змогу побачити логіку того, яким чином компанія заробляє гроші [4].

Розроблена науковцем концепція описує бізнес-модель компанії як сукупність дев'яти структурних блоків, а саме: сегменти споживачів, пропозиція цінності, канали розподілу, взаємини з клієнтами, потоки доходів, ключові ресурси, ключові активності, ключові партнерства і структура витрат.

Використання виділених блоків для визначення і опису бізнес-моделі пояснюється розумінням бізнес-моделі як архітектури бізнесу, яка розкриває процеси створення і привласнення цінності.

Аналіз багатьох визначень бізнес-моделі компанії, що зустрічаються в сучасній літературі дозволяє виділити два основні підходи до її трактування.

Відповідно до першого підходу бізнес-модель слід розглядати як спосіб генерування доходу. В межах цього підходу бізнес-модель пояснює як фірма заробляє гроші, необхідні для здійснення своєї діяльності. При цьому, основними аспектами, які визначають бізнес-модель компанії, є: сегментація і відбір споживачів; джерела створення та утримування цінності; стратегічний контроль; масштаб бізнесу [6]; стійкість конкурентних переваг [1].

На думку вітчизняних і зарубіжних дослідників, компанія є успішною, якщо її бізнес-модель характеризується унікальністю та інноваційністю. Унікальна бізнес-модель компанії може створити для ринку інноваційні можливості створення або присвоєння цінності, тобто можливості, якими ще не володіють інші компанії в певній сфері і які дозволяють компанії використовувати конкурентну перевагу. Інноваційна бізнес-модель повинна містити у своєму складі компоненти з інноваційним змістом, що спрямовані на досягнення стійкого економічного зростання бізнесу.

Другий підхід до аналізу бізнес-моделей базується на створенні цінності, що дозволяє виділити в структурі бізнес-моделі чотири основні блоки, зокрема: 1) пропозиція цінності для споживача; 2) джерела генерування прибутку; 3) ключові ресурси; 4) ключові процеси [3].

Отже, для компанії головним завданням є створення цінності, за яку готовий заплатити споживач. Генерується цінність на конкретних географічних і продуктових ринках, цільових

сегментах, споживачах, а її вимір ґрунтується на порівнянні обсягу отриманої виручки з витратами на створення цієї цінності.

З метою кращого розуміння сутності бізнес-моделі як основного фактора успіху компанії, варто виділити ще один підхід, який охоплює відповідно незалежні, проте пов'язані між собою компоненти бізнес-моделі:

- види діяльності;
- організаційні одиниці, в яких зосереджені певні види діяльності (вони можуть бути як підрозділами підприємства, так і зовнішніми по відношенню до підприємства контрагентами);
- відносини, в які вступають організаційні одиниці при здійсненні діяльності певних видів, а також відносини між людьми, які керують цими одиницями;
- механізми управління і контролю ефективності функціонування організаційних одиниць і відносин між ними.

Як інструмент управління бізнес-модель може бути використана для оптимізації бізнесу компанії з метою збільшення цінності, яку вона створює для всіх зацікавлених суб'єктів підприємництва. Крім того, бізнес-модель варто застосовувати для аналізу бізнесу не лише компанії, але й основних її конкурентів.

Варто зазначити, що практика бізнесу не тільки показує активне використання різних бізнес-моделей, але й вимагає обґрунтування цього феномену та розробки адекватних критеріїв оцінки успішності бізнес-моделей.

Саме тому, розробка і активне використання компанією комплексної бізнес-моделі є одним з ключових факторів успіху, який сприяє стабільному довгостроковому розвитку бізнесу, підвищенню ефективності бізнес-середовища і бізнес-процесів, а також реалізації стратегічних цілей компанії.

Література

1. Chesbrough H., Rosenbloom R.S. (2002) The role of the business model in capturing value from innovation: Evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies // *Industrial and corporate change*. — 11 (3). — P. 529–555.
2. Johnson M., Christensen C., Kagermann H. (2008) Reinventing your business model // *Harvard Business Review*. — 86 (12). — P. 57–68.
3. Osterwalder A., Pigneur Y. (2004) An ontology for e-business models. In: Currie W. (ed.). *Value Creation From E-business Models*. Butterworth-Heinemann; P. 65–97.
4. Shafer S., Smith H., Linder J. (2005) The power of business models // *Business horizons*. — 48 (3). — P. 199–207.
5. Slywotsky A.J. (1996) *Value Migration*. Boston, MA // Harvard Business Review Press.
6. Timmers P. 1998. Business models for electronic markets // *Electronic Markets* 8 (2). P. 3–8.

УДК 330.3 e-mail: o.Laktionova@inbox.ru

Омельченко Л.С., к.э.н.,
заведующий кафедрой,
Лактионова О.Е., к.э.н., доцент,
кафедры «Финансы и банковское дело»
ГВУЗ «Приазовский государственный
технический университет»,
Мариуполь, Украина

Omel'chenko L.S.
PhD, head of department
Laktionova O.E., PhD,
associate professor of the department
«Finances and Banking Business»
State Higher Educational Institution
«Pryazovsky State Technical University»
Maryupol', Ukraine

ФИНАНСОВЫЙ АУТСОРСИНГ В ПОВЫШЕНИИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Аннотация. Анализ зарубежной практики по оказанию аутсорсинговых услуг предприятиям на международном региональном рынке за период 2013—2015 гг., показал, что услуги финансового аутсорсинга (F&A), оказываемые компаниями-аутсорсерами, зачастую на бюджетной основе, способствуют: сконцентрироваться предприятиям малого и среднего бизнеса (МСБ) на основных

Summary. The analysis of the foreign practice concerning to the rendering of the outsourcing services for the enterprises who are located in the international regional market, during the period of 2013–2015 years, has shown that the services of the financial outsourcing (F&A), which very often have been rendered by the companies-outsourcers at the budget's costs, contributed to: concentrate to the

бизнес-процессах; снизить затраты на финансовое управление; получить высококвалифицированные услуги в области учета, формирования финансовой отчетности и управления финансами; повышению результативности деятельности предприятий МСБ.

Ключевые слова. Аутсорсинг, финансовый аутсорсинг, предприятия малого и среднего бизнеса, рынок финансовых услуг, финансовое управление.

small and medium enterprises (SME) on the main business-processes, reduce expenses for the financial management, obtain the high qualified services in the sphere of the accounting, the financial reports formation and the financial management; increase the results of activity of the small and medium enterprises.

Key words. Outsourcing, financial outsourcing, small and medium enterprises, financial services market, financial management.

Обеспечение устойчивых темпов инновационного развития экономики стран во многом зависит от инфраструктурной поддержки предприятий малого и среднего бизнеса (МСБ), в состав которой включены компании — аутсорсеры по предоставлению услуг финансового аутсорсинга (F&A, от англ. financial outsourcing).

В зарубежной практике компаниям МСБ, носящим инновационный характер и имеющим стимулирующее налогообложение, чтобы не отвлекаться от своей приоритетной деятельности, предлагается передавать учет и управление финансами на финансовый аутсорсинг. В развитых странах финансовый аутсорсинг зачастую осуществляется на бюджетной основе. Динамичная тенденция развития F&A на мировом рынке, получившая начало в 1990-х. годах продолжает сохраняться и в XXI веке. При этом усиливается роль компаний — аутсорсеров по предоставлению услуг финансового аутсорсинга и финансового консалтинга (F&K) в инфраструктурном обеспечении поддержки развития МСБ и экономики стран в целом.

Исследование возможности использования инструментария F&A в инфраструктурном обеспечении поддержки инновационного развития национальной экономики является актуальным. Опыт зарубежной практики показывает, что сегмент рынка — «услуги финансового аутсорсинга» составляет 36—38 % объема аутсорсинговых финансовых услуг (далее A&FS, outsourcing services), которые, в свою очередь, являются самой инвестируемой и растущей отраслью на региональных рынках аутсорсинга, в т.ч. EMEA.

Активными компаниями-заказчиками в 2014 г. услуг аутсорсинга явились компании sub-regions Великобритании и Ирландии (U.K. & Ireland-\$2,0B), стран DACH и другие регионы EMEA, а активными компаниями-аутсорсерами — исполнителями аутсорсинговых услуг явились компании sub-regions Southern Europe, Africa&Middle East, E.Europe.

Среди отраслей наиболее инвестируемыми сегментами рынка аутсорсинговых услуг в порядке уменьшения инвестиций являются: аутсорсинговые финансовые услуги (A&FS); услуги финансового аутсорсинга (F&A); производство промышленных товаров; выработка электроэнергии; разработка программного обеспечения; фармакология и другие.

Тенденция передачи бухгалтерского, налогового учета и управления финансами в развитых странах фирмам — аутсорсерам имела место в конце 1980-х гг. Это было связано с необходимостью передачи второстепенных функций, хотя и важных, но не связанных с основной деятельностью, в целях обеспечения необходимости концентрации ресурсов и внимания на основной деятельности. Деятельность предприятий в условиях рыночных отношений была направлена на удержание и завоевание рынка и достижение превосходства над конкурентами.

По мнению исследователей зарубежной практики, аутсорсинг предоставляет субъектам хозяйствования конкурентные преимущества, обеспечивающие получение организационного эффекта, дающего возможность концентрации на основной (приоритетной) деятельности, а также ресурсно-финансового эффекта, заключающегося в получении новых технологий мирового класса по более низкой стоимости.

Инвестирование в новые инновационные технологии по организации учета и управления финансами требует значительных средств и зачастую рискованно, а при быстрых темпах развития рынка информационных технологий является нерациональным для малых предприятий.

При использовании услуг финансового аутсорсинга некоторые финансовые риски перекладываются на аутсорсера, деятельность которого застрахована. Кроме того, одним из преимуществ передачи учета и управления финансами на аутсорсинг, является разработка и внедрение мероприятий по повышению эффективности управления финансами клиента.

Международная практика показывает, что для повышения производительности и снижения затрат аутсорсера на процесс ведения учета и управления финансами, часть операций передается на дальнейший аутсорсинг, иногда в наиболее благоприятные географические точки с государственной поддержкой аутсорсинговых экспортных услуг. Например, аутсор-

серы США передают аутсорсерам в Индию, Китай, страны ЮВА — лидерам аутсорсинговых услуг, обработку финансовой и бухгалтерской информации. За счет разницы в оплате труда исполнителей и начислений на заработную плату достигается снижение затрат на эти процессы, а также осуществляется оптимизация и рационализация организационной структуры.

Что касается украинских аутсорсеров, то они не представлены ни как заказчики, ни как исполнители услуг финансового аутсорсинга на региональных рынках ЕМЕА, Америки, АТР. Активность их на внутреннем рынке по предоставлению этих услуг также ограничена. Предприятия МСБ продолжают вести самостоятельно процессы учета, управления финансами, что отвлекает их от основной деятельности и не способствует повышению результативности деятельности предприятий.

Несмотря на все достоинства, широкомасштабного использования услуг финансового аутсорсинга в практике предприятий МСБ Украины не наблюдается в отличие от стран Европы, США. Понятия «аутсорсинг», в т.ч. «бухгалтерский аутсорсинг», «аутсорсинговая услуга», услуги финансового аутсорсинга, «аутсорсинговые финансовые услуги» в гражданском, трудовом, налоговом законодательстве страны отсутствуют. Деятельность по оказанию услуг финансового аутсорсинга в Налоговом Кодексе Украины также не определена.

Для повышения результативности деятельности предприятий Украины, в т.ч. МСБ, существует необходимость формирования центров по оказанию услуг финансового аутсорсинга. Для повышения спроса на услуги финансового аутсорсинга необходимо предусмотреть льготное налогообложение как на деятельность аутсорсеров по предоставлению финансовых услуг, в т.ч. экспортных, так и на деятельность потребителей этих услуг, предприятий МСБ на внутреннем рынке.

«ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ»

УДК 005.332.4

katya373@i.ua

Андрющенко Катерина Анатоліївна
д.е.н., доцент,
професор кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київського національного економічного
університету імені Вадима Гетьмана», Україна

Andriushchenko Kateryna A.
Ph.D., D.S. (Economics and Management of
National Economy)
Professor of the Enterprise Economic
Department of KNEU, Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИ РОЗРОБЦІ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

FEATURES IN DEVELOPING PROCESS MANAGEMENT OF COMPETITIVE STRATEGY ENTERPRISE

Анотація. Визначено особливості процесного управління при розробці конкурентної стратегії, які полягають у необхідності змінити формалізоване виконання працівниками своїх посадових обов'язків на прагнення до кооперування, коли для підприємства характерна тенденція до єднання на основі усвідомлення кожним працівником особистої причетності до спільної результату. Запропоновано на підставі аналізу сучасної економічної літератури розробку конкурентної стратегії підприємства в умовах процесного підходу, визначення вимог до конкурентних стратегій, обґрунтувати відповідність конкурентних стратегій та елементів внутрішнього стратегічного потенціалу підприємства.

Ключові слова: конкурентна стратегія підприємства, моделі, процесний підхід, внутрішній стратегічний потенціал підприємства

Abstract. The features of process management in developing competitive strategies is the need to change the performance of employees formalized their duties in pursuit of cooperation when the company tends to unity based on awareness of each employee personal involvement to a common result. An analysis based on modern economic literature development of competitive business strategy in terms of process approach to requirements definition competitive strategies, competitive strategies to prove compliance and internal elements of the strategic potential of the company.

Keywords: competitive strategy of enterprises, models, process approach, strategic potential of domestic enterprises

На даний час підприємства змушені гнучко реагувати на зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі і адаптувати до них підходи, що застосовуються до розробки та реалізації конкурентної стратегії відповідності до тенденцій інноваційної діяльності, рівнем розвитку виробничих технологій, масштабами використання сучасних засобів автоматизації виробництва і управління, а також до інших факторамів, що впливають на формування і розвиток їх конкурентних переваг. Особливості процесного управління при розробці конкурентної стратегії полягають у необхідності змінити формалізоване виконання працівниками своїх посадових обов'язків на прагнення до кооперування, коли для підприємства характерна тенденція до єднання на основі усвідомлення кожним працівником особистої причетності до спільної результату.

Процесний підхід забезпечує глибоку інтеграцію процесів для того, щоб зробити можливим досягнення бажаних виходів. Ефективне використання усіх видів ресурсів, орієнтація всіх служб і відділів підприємства на кінцевий результат діяльності, сприяння залученню персоналу, чіткіше визначення відповідальності учасників — усе це визначає переваги процесного підходу при розробці конкурентної стратегії.

У багатьох галузях використання процесного підходу пов'язане з серйозними труднощами, зумовленими рядом причин. По-перше, це відсутність достатньо підготовлених до роботи з інтегрованими управлінськими структурами складу керівників. По-друге, психологічна неготовність керівників і фахівців до подолання труднощів, пов'язаних з освоєнням процесного підходу [2, с. 128].

Основу створення процесної моделі конкурентної стратегії складає лінійний алгоритм, на першому етапі якого відбувається визначення необхідних процесів для формування конкурентної стратегії підприємства. При вирішенні цього завдання спочатку встановлюється мережу основних процесів, далі визначаються процеси управління і процеси забезпечення, тобто ті види робіт, які необхідно здійснювати для підтримки основних процесів.

На другому етапі відбувається визначення послідовності процесів розробки конкурентної стратегії. Вихід одного процесу є входом для іншого. Визначення послідовності дозволить встановити взаємозв'язок процесів, уникнути роз'єднаності підрозділів і допоможе орієнтувати всі підрозділи та служби на досягнення кінцевого результату, що визначається загальною метою розробки успішної конкурентної стратегії [1, с. 45].

Розглянемо модель діяльності підприємства з розробки конкурентної стратегії, при описі якої використовуються основні процеси, процеси управління і процеси забезпечення відповідно до рис. 1. На третьому етапі відбувається формування цілей процесів. Цілі покликані дати основу і стимул для подальшої діяльності.

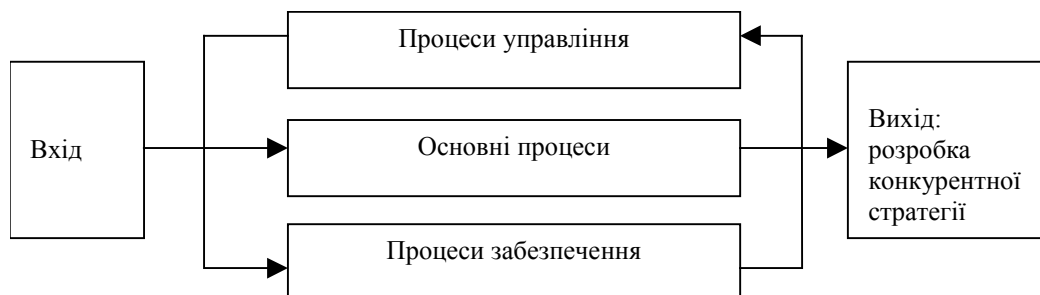


Рис. 1. Спрощена процесна модель розробки конкурентної стратегії підприємства

Загальне дерево цілей конкурентної стратегії може бути проілюстровано, таким чином, за рахунок реалізації даних цілей повинен сприяти комплекс заходів:

по-перше, створення, освоєння і просування борошняної кондитерської продукції, що має явні споживчі переваги перед продукцією конкурентів;

по-друге, підвищення маркетингової культури співробітників підприємства, забезпечення творчого, новаторського підходу до управління з боку керівництва, формування та розвиток маркетингового мислення для всіх співробітників підприємства.

Цілі повинні бути конкретними, вимірними, досяжними і розрахованими за часом.

На четвертому етапі здійснюється визначення споживачів і постачальників кожного процесу. На даному етапі визначається той, хто надає інформацію (вхід) для процесу і для кого призначається продукт процесу (вихід).

П'ятий етап передбачає визначення основних виходів і входів кожного процесу розробки конкурентної стратегії. Основні входи процесу включають інформаційні або матеріальні потоки, які забезпечують отримання основного виходу (конкурентної стратегії) процесу.

Шостий етап зосереджений на визначенні ресурсів, необхідних для функціонування процесів. Ресурси — це що впливають чинники, необхідні для виконання перетворень, але самі не перетворюються. До них відносяться персонал, який виконує процес, і фізичні ресурси, необхідні персоналу для роботи. Необхідні навички включені в людські ресурси.

На сьомому етапі поряд з визначенням ресурсів необхідно визначити керуючі впливи на процес. Керуючі впливи містять регламентують вимоги до діяльності процесу (плани заходів, регламенти, стандарти процесів, нормативні та законодавчі вимоги).

Восьмий етап зосереджений на описі процесів. На даному етапі, коли вже визначені входи, виходи процесів, а також ресурси необхідні для їх функціонування необхідно визначитися зі способом опису процесів. Найвідповіднішим, на нашу думку, є графічне представлення процесів у вигляді матриці «Будинок якості». Ця матриця використовується в рамках QFD-методології (структуруванні функції якості), яка застосовується для забезпечення кращого розуміння очікувань споживачів при проектуванні процесів розробки конкурентної стратегії підприємства [3, с. 26].

Запропоновані заходи щодо розвитку асортименту, підвищення лояльності споживачів, вивчення ринку і просування продукції, оптимізації організаційної роботи та розвитку менеджменту підприємства дозволять, на наш погляд, сформулювати комплексну конкурентну стратегію, що дозволяє підприємству хлібобулочної промисловості зміцнити свої позиції на освоєному ринку і домогтися успіху на нових сегментах. Процесно-орієнтовні інструменти менеджменту є основоположними в ефективному економічному розвитку, а також стійкою платформою всього процесу управління економічної системи.

Література

1. Курлыкова А.В. Разработка корпоративной стратегии на основе функциональных ориентиров компании / А.В. Курлыкова // Вестник ОГУ. — 2012. — №8(144). — С. 43—47.
2. Оксамитный А.К. Моделирование функциональных стратегий предприятия / А.К. Оксамитный // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2005. — №1. — С. 127—129.
3. Пузов Е. Функциональные стратегии энергетической компании: декларация о намерениях или реальный инструмент управления? / Е. Пузов, Д. Жарков, З. Медведев // Энергорынок. — 2008. — №5. — С. 23—28.

УДК:005.8

batenkoludmila@gmail.com

Батенко Людмила Павлівна

к.е.н., професор,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Batenko Liudmyla Pavlivna

PhD, professor,
Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman, Ukraine

КАТЕГОРІЗАЦІЯ ПРОЕКТІВ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ ПРОЕКТІВ КОМПАНІЇ

PROJECTS CATEGORIZATION IN PORTFOLIO PROJECT MANAGEMENT CONTEXT

Анотація. У роботі розкриваються чинники, що зумовлюють необхідність категоризації проектів. Показано, як вона допомагає вирішувати типові проблеми проектного управління в українських компаніях.

Ключові слова: проект, менеджмент портфелю проектів, категоризація проекту, код проекту.

Summary. The paper reveals the factors that contribute to the need to categorize projects. We show how it helps to solve the typical project management problems in Ukrainian companies.

Key words: project, portfolio project management, project categorization, project code.

Проектна діяльність характеризується стійкими темпами зростання у глобальному вимірі. Одним із сучасних трендів у розвитку теорії і практики проектного менеджменту виступає посилення ролі та впливу на результативність діяльності підприємств процесів управління їх портфелями проектів. Для впровадження та забезпечення ефективності портфельного проектного менеджменту необхідно вирішити низку методичних і організаційних питань, серед яких чільне місце посідає завдання категоризації проектів. Разом з тим, практика українських підприємств яскраво свідчить про недостатню увагу і навіть нерозуміння топ-менеджментом вітчизняного бізнесу значення та необхідності цієї роботи, що і зумовило актуальність і зміст представленого дослідження.

Проекти, що здійснюються підприємствами, можуть класифікуватись за різними ознаками, наприклад, характером результатів, масштабом (розміром), тривалістю (строками реалізації), галузевою приналежністю, специфікою продукту, функціональним спрямуванням, характером залучених сторін, ступенем складності і унікальності, вимогами до якості тощо. Така різноманітність проектів, що можуть виконуватися в межах однієї компанії, зумовлює необхідність їх категоризації, тобто віднесення до певної категорії, за критеріями, визначеними керівництвом.

Потреба в такій роботі пояснюється таким.

1. Необхідністю визначення пріоритетності проектів, що здійснюються одночасно. Однією з поширених проблем на підприємствах є відсутність такої інформації або ж зміна пріоритетів між проектами під час їх реалізації. Це призводить до неузгодженості дій між підрозділами, залученими до виконання цих проектів, виникненні конфліктів, проблем у розподілі та завантаженні ресурсів тощо. Навіть західні компанії визначають як найзначущу причину провалу проектів зміну їх пріоритетності для організації.

2. Категорія проекту зумовлює вибір методології проектного управління. Наприклад, невеликий за масштабом і типовий (не унікальний) проект може вестись за спрощеними процесами та процедурами, а складний, масштабний, унікальний проект потребує більш розгорнутих і детальних управлінських дій. Такий підхід дозволяє позбавлятися зайвої бюрократизації в проектному управлінні, економити ресурси та концентрувати їх на складніших і ризикованіших завданнях.

3. Віднесення проекту до тієї чи тієї категорії дозволяє структурним одиницями компанії раціональніше та ефективніше розподіляти свої обмежені ресурси між проектами, що реалі-

зуються одночасно. Різні за характером, складністю, унікальністю, ступенем ризикованості ці проекти потребують різних виконавців залежно від їх сфер професійної експертизи, досвіду у роботі та вирішенні нестандартних ситуацій, компетенцій у суміжних сферах діяльності, що зумовлюються вимогами конкретного проекту.

4. Система кодування проектів (надання проекту певного коду або шифру), як правило, передбачає відображення категорій проектів у присвоєних їм кодах/шифрах. Це упорядковує інформаційні потоки, пов'язані з реєстрацією, моніторингом та оцінюванням результатів проекту, спрощує комунікації між задіяними підрозділами тощо. Як показує практика, в більшості українських компаній навіть відсутній реєстр проектів, що не дозволяє керівництву усвідомлювати масштаби проектної діяльності, приймати зважені рішення щодо ініціації нових проектів, моніторити ситуацію у всіх проектах, що ведуться одночасно, оцінювати їх статус і очікувані результати. Наслідком такої ситуації є перевантаженість ресурсів, неможливість ефективного виконання усіх ініційованих проектів, поступове «вмирання» або тимчасове припинення частини з них і, у підсумку, втрата значних коштів і зниження мотивації співробітників до участі у проектах.

5. Категоризація проектів впливає на вибір джерел фінансування та відображена у коді проекту, допомагає побудувати прозору та дієву систему обліку витрат по проекту. Це означає, що за рішенням компанії частина проектів (як правило, типових, що підтримують операційну діяльність компанії та здійснюються силами одного функціонального підрозділу — участь у щорічних галузевих виставках, проведення презентацій, промо-заходів тощо), може фінансуватись за рахунок коштів поточних бюджетів відповідних структурних одиниць, інші проекти — за рахунок інвестиційного бюджету підприємства. Декомпозиція коду проекту по окремих завданнях і групах виконавців використовується для ведення обліку їх фактичних витрат з подальшим контролем та аналізом відхилень.

Усвідомлення необхідності та запровадження на підприємствах системи категоризації проектів дозволяють, з одного боку, вирішувати означені вище проблеми, а з іншого — потребують визначення певних категорій проектів компанії за обраними критеріями (стратегічне значення, пріоритетність, масштаби вигід, що очікуються від проекту, терміновість реалізації, унікальність тощо), розробки та запровадження прозорої системи відбору та категоризації проектів, що попали в портфель компанії.

УДК 330.34:669(477)

svitbesarab@gmail.com

Бесараб Світлана Олексіївна
здобувач кафедри економіки підприємства
КНЕУ, Україна

Besarab Svitlana O.
competitor of the department of economics
of enterprise, Kyiv National Economic University,
Ukraine

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

MODERN TRENDS IN METALLURGICAL COMPANIES IN UKRAINE

Анотація. Присвячено аналізу сучасного стану вітчизняних металургійних підприємств, їх місця в економіці країни та перспектив подальшого розвитку. Аналіз здійснюється з урахуванням сучасних тенденцій світової металургії, їх впливу на вітчизняну металургійну галузь і фактичного стану самих підприємств. Особливу увагу в статті приділяється питанням консолідації металургійних компаній як реального механізму зниження негативних наслідків кризи на світовому ринку, а також проблемам внутрішнього споживання вітчизняної металопродукції.

Ключові слова: металургія, металургійні підприємства, сучасний стан, перспективи розвитку.

Summary. This article analyzes the current state of domestic steel companies, their place in the economy and prospects for further development. The analysis carried out in accordance with modern trends in the global industry, their impact on domestic steel industry and the actual state enterprises themselves. Special attention is paid to Article consolidation of steel companies as a mechanism of reducing the negative effects of the crisis on the world market and domestic problems of domestic consumption of steel products.

Keywords: metallurgy, steel industry, current status, development prospects.

Сучасний стан вітчизняних металургійних компаній характеризується значною техніко-технологічною відсталістю, високою енерго- і ресурсомісткістю виробництва, значним екологічним навантаженням на довкілля. При цьому в зоні найвищих фінансово-економічних потрясінь опинилися великі та середні металургійні підприємства, які є основою металургійного комплексу України.

Особлива значущість металургії пов'язана з багатьма факторами, що визначають її ключові позиції та роль в економіці країни. Найважливішим з них є те, що українська металургія одна з небагатьох в світі, яка базується на власних ресурсах, які включають значні власні запаси залізної і марганцевої руд, коксівного вугілля, флюсів, вогнетривких глин та інших мінеральних ресурсів. У числі найбільших підприємств знаходяться 19 металургійних підприємств, 12 трубних заводів, більше 20 метизних підприємств, а також понад 100 підприємств з переробки металобрухту та відходів. Частка металургійної галузі в основних фондах промисловості становить близько 14 %, а кількість працюючих — близько 10 % від загального числа, зайнятих у промисловості.

В останні роки металургійні підприємства країни поставляли на світовий ринок до 85 % виробленої продукції, що зумовило суттєву залежність металургійного комплексу України від ситуації на світовому ринку чорних металів, де останнім часом спостерігається перерозподіл сил між основними гравцями світового ринку, що зумовлює зміну напрямків потоків сировини і готової продукції, різке зростання цін на залізорудну сировину і кокс, значне зростання транспортної та енергетичної складової у собівартості готової продукції, скорочення виробництва на підприємствах США і Європи через дефіцит і дорожнечу сировини, зростання впливу Азійського регіону.

На тлі характерного для сучасного світового ринку металопродукції перевищення пропозиції над попитом українським металургійним компаніям дуже складно конкурувати з провідними світовими металургійними гігантами. Виробничі потужності українських металургійних підприємств, що залишилися в спадок від Радянського Союзу, забезпечили Україні позиції одного із значущих гравців на світовому ринку металопродукції, що входить до топ 10 світових лідерів з виробництва чавуну і сталі. Проте дві найжорстокіші кризи в середині 90-х років минулого століття і 2008—2009 рр. негативно вплинули на металургійну галузь України, суттєво знизивши обсяги її виробництва. Крім того останнім часом дана галузь опинилася в центрі зовнішніх і внутрішніх політичних процесів, які набули цілком самостійного значення, а неможливість їх позитивного врегулювання тільки погіршують стан вітчизняної металургії. Вихід з цих криз і процесів супроводжується зниженням обсягів виробництва та неспроможністю вітчизняних підприємств досягти своїх докризових показників.

Тільки за останні дев'ять років (2007—2015 рр.) скорочення основних видів металургійної продукції досягло 37,3 % по сталі, 30 % по чавуну, 41,6 % по прокату готових чорних металів. Таким чином, протягом останніх восьми років Україна щорічно втрачала понад 2 млн т сталі і понад 1 млн т чавуну та прокату, знижуючи рентабельність вітчизняних металургійних підприємств практично вдвічі.

Проте не тільки світова економічна криза та політична ситуація в Україні, призвели до негативних тенденцій у розвитку металургійної галузі та її підприємств. Сучасний стан останніх характеризується значною техніко-технологічною відсталістю, високою енерго- і ресурсомісткістю виробництва, значним екологічним навантаженням на довкілля, оскільки основні виробничі потужності провідних підприємств металургійної галузі були спроектовані і побудовані ще в 70-ті роки і раніше, а подальший розвиток виробництва здійснювався, в основному, за рахунок збільшення завантаження існуючих потужностей. Отже, зростання виробництва досягалося без істотної модернізації промислово-виробничих фондів.

Проте найголовнішою проблемою вітчизняної металургії є відсутність внутрішнього ринку, успадкована ще з радянських часів, коли чорна металургія УСРР створювалася і працювала задля забезпечення сусідніх республік рядовою сталлю. Наслідком цього стала значна експортна складова металургійної галузі незалежної України, яка досягає близько 86,9 % від виробленої металопродукції.

Така політика внутрішнього споживання металопродукції, зважена на економічну нестабільність у країні та скорочення потреб будівництва і машинобудування як основних споживачів вітчизняного прокату, спровокувала ще більше зменшення внутрішнього споживання металу. Тільки за 2007—2014 рр. обсяги видимого споживання металопродукції скоротилися удвічі (з 8,1 млн т у 2007 р. до 4,3 млн т у 2014 р.), склавши всього 0,3 % світових показників.

Вузкість внутрішнього ринку створила умови експортної орієнтації вітчизняних металургійних підприємств, які сьогодні забезпечують близько 20 % валютних надходжень в Україну (проти 40 % у 2009 р.), а намагання вітчизняних металургійних підприємств продовжувати нарощувати експорт металопродукції протягом останніх років не увінчалися успіхом через активізацію Китаю в Азійському регіоні і Туреччини на Близькому Сході.

Висока експортна складова металургійної галузі України і її залежність від кон'юнктури світового ринку ускладнюється слабким становищем вітчизняних металургійних підпри-

емств, більшість з яких в умовах нинішньої світової кризи опинилися на межі виживання. В зоні найвищих фінансово-економічних потрясінь опинилися великі і середні металургійні підприємства, які є основою металургійного комплексу України, що формують близько 98 % фінансового результату галузі та потребують подальшого економічного розвитку на умовах активізації їх інвестиційної діяльності.

Література

1. Українська металургія: сучасні виклики та перспективи розвитку: монографія / Амоша О.І., Большаков В.І., Мінаєв О.А., Залознова Ю.С., Збаразська Л.О., Макогон Ю.В. — Д: НАН України, Інститут економіки промисловості, 2013. — 114 с.
2. Офіційний сайт об'єднання підприємств «Металургпром» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://metallurgprom.org>
3. Всесвітня асоціація сталі (World Steel Association) [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.worldsteel.org>
4. Офіційний сайт Метінвест [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.metinvestholding.com>
5. Державна служба статистики України — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 338.432(477):631.544.4

sla-chayka@yandex.ru

Чайка Вячеслав Олександрович,
аспірант кафедри економіки і
менеджменту агробізнесу
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Chaika Viacheslav O.,
graduate student of the Economics
and Management Agribusiness department
SHEI «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman»

ПОТЕНЦІАЛ І РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО ТЕПЛИЧНОГО ГОСПОДАРСТВА

POTENTIAL AND DEVELOPMENT OF NATIONAL GREENHOUSE ECONOMY

Анотація. Метою написання тез є з'ясування масштабів потенціалу та визначення напрямків розвитку підприємств галузі овочівництва закритого ґрунту в Україні. Проведений змістовний аналіз його стану та чітко окреслені перспективи розвитку за формою закритого ґрунту та за формою господарювання в галузі.

Ключові слова: ефективність, економічний потенціал, потенціал підприємства, економічний розвиток, розвиток підприємства, сільськогосподарське підприємство, тепличне господарство.

Summary. The thesis aims to ascertain the extent of potential and to define the directions of greenhouse vegetable growing industry in Ukraine. A profound analysis of the greenhouse vegetable growing condition is conducted. The development prospects of the greenhouse vegetable growing industry in form of a greenhouse and in form of management are clearly defined.

Key words: efficiency, economic potential, the potential of enterprises, economic development, enterprise development, agricultural enterprises, greenhouses.

Вітчизняне тепличне господарство відображає реальну картину агропромислового комплексу України в цілому та тепличної галузі зокрема. Кожне функціонуюче чи новоутворене українське підприємство з виробництва овочів закритого ґрунту просуває галузь усе ближче до досягнення її надмети: дати можливість українським споживачам споживати овочі вітчизняного виробництва протягом всього року. Визначення для кожного тепличного комбінату мети саме в такому формулюванні одночасно підносить тепличну галузь до рівня пріоритетних в агропромисловому комплексі та таких, що забезпечують продовольчу безпеку держави.

Вважається важкою і невдячною справою оцінювати потенціал сільського господарства України, масштаби та напрямки самореалізації в якому є незвіданими. Водночас, спробуємо оцінити потенціал вітчизняного тепличного сектора, та з'ясувати, що стоїть на шляху його втілення у реальність. Так, ще донедавна вважалося, що тепличний сектор має вражаючий потенціал. Це була одна з найперспективніших сфер бізнесу в аграрному секторі України. Галузь, яка приваблювала швидкими термінами окупності навіть в умовах середньої рентабельності виробництва. Детальніше зі зміною загальних площ, валового збору та урожайності тепличних овочів протягом 2010—2015 років можна ознайомитися в табл. 1.

**ДИНАМІКА ВИРОБНИЦТВА ТЕПЛИЧНИХ ОВОЧІВ
ЗА ФОРМОЮ ЗАКРИТОГО ҐРУНТУ
В УКРАЇНІ ПРОТЯГОМ 2010-2015 РОКІВ**

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Загальна площа, тис. м ²	28905,72	31622,08	31667,19	44650,63	40164,04	59154,39
у т. ч. зимових теплиць	6848,87	6401,66	5162,29	9215,21	5671,8	8385,15
весняних теплиць	15879,93	15876,84	16375,06	25280,8	24854,26	38507,97
парників	798,32	889,84	1304,91	1680,42	1636,82	1327,24
утепл. ґрунті і підсівів під плівкою	5378,6	8453,73	8824,92	8474,2	8001,16	10934,05
Валовий збір, тис. ц	3759,4	3979,9	4245,8	5513,5	4810,9	5904,9
у т. ч. у зимових теплицях	1472,43	1358,77	1277,69	1478,85	1082,63	1078,51
весняних теплицях	1902,12	2090,29	2335,25	3385,78	3157,17	4124,35
парниках	71,39	111,51	141,75	172,47	176,49	132,52
утепл. ґрунті та підсівах під плівкою	313,45	419,32	491,08	476,39	394,66	569,49
Урожайність, кг/м ²	13,01	12,59	13,41	12,35	11,98	9,98
у т. ч. у зимових теплицях	21,50	21,23	24,75	16,05	19,09	12,86
весняних теплицях	11,98	13,17	14,26	13,39	12,70	10,71
парниках	8,94	12,53	10,86	10,26	10,78	9,98
утепл. ґрунті та підсівах під плівкою	5,83	4,96	5,56	5,62	4,93	5,21

Аналізуючи табл. 1 слід сказати, що збільшення загальної площі та валового збору овочів закритого ґрунту у весняних теплицях стали єдиними умовами зростання сукупного валового збору та площі зайнятої під виробництвом овочів закритого ґрунту протягом досліджуваного періоду. Натомість, коливання загальних площ і валового збору тепличних овочів за використання у виробництві інших форм захищеного ґрунту не спричинили суттєвих впливів на формування тенденцій відповідних показників у галузі. Водночас, суттєве зниження урожайності в зимових теплицях, з 21,5 кг/м² у 2010 році до 12,86 кг/м² у 2015 році, та не таке різке, але поступове зниження у весняних теплицях та інших формах закритого ґрунту призвело до зниження урожайності тепличних овочів на 23,3 % протягом 2010—2015 року.

Розглянемо динаміку виробництва тепличних овочів у розрізі існуючих категорій господарств протягом 2011—2015 років (табл. 2).

З даних табл. 2 можемо ствердно сказати, що виробництво овочів закритого ґрунту в сільськогосподарських підприємствах досить стрімко скорочується на фоні стрімкого збільшення виробництва тепличних овочів у господарствах населення протягом досліджуваного періоду. Так, у 2015 році у сільськогосподарських підприємствах було зібрано овочів закритого ґрунту на площі 0,4 тис. га, що на 0,12 тис. га або 23,1 % менше зібраної площі у 2011 році. При цьому, урожайність овочів закритого ґрунту за будь-якої форми господарювання, незважаючи на певні коливання протягом досліджуваного періоду, має тенденцію до зниження, що є негативним явищем.

Відштовхуючись від реального сьогодення та продовжуючи говорити про потенціал і розвиток тепличної галузі і безпосередньо кожного тепличного господарства, слід сказати про великі труднощі, які стоять перед кожним із вітчизняних виробників овочів закритого ґрунту. У першу чергу — це закриття для українського виробника російського ринку, який

був основним експортним напрямком для вітчизняної тепличної продукції. Наступний фактор — утворення подвійного тиску в сегменті тепличних овочів на внутрішньому ринку: з однієї сторони українці обмежують себе, не можуть дозволити купувати тепличні овочі (низька купівельна спроможність населення спричинена інфляційними процесами та девальвацією гривні), з іншої — витрати на виробництво виросли (подорожчання матеріально технічних ресурсів), що у поєднанні з високими кредитними ставками банків і нестачею оборотних засобів уже призвело до зниження середнього показника рівня рентабельності серед виробників у 2015 році до 8—10 %.

Таблиця 2

**ДИНАМІКА ВИРОБНИЦТВА ТЕПЛИЧНИХ ОВОЧІВ
А КАТЕГОРІЯМИ ГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ ПРОТЯГОМ 2011-2015 РОКІВ**

Показник	2011	2012	2013	2014	2015
Зібрана площа, тис. га	3,17	3,32	4,97	4,50	6,20
у т. ч. площа сільгосп. підприємств	0,52	0,55	0,52	0,40	0,40
господарств населення	2,65	2,77	4,45	4,10	5,80
Валовий збір, тис. ц	3 979,90	4 245,80	5 513,50	4 810,90	5 904,90
у т. ч. зібрано на сільгосп. підприємствах	1 433,80	1 352,10	1 277,20	1 134,00	995,40
в господарствах населення	2 546,10	2 893,60	4 236,30	3 676,90	4 909,50
Урожайність, кг/м ²	12,56	12,77	11,10	10,66	9,56
у т. ч. урожай на сільгосп. підприємствах	27,59	24,44	24,58	25,98	25,09
у господарствах населення	9,61	10,44	9,53	9,02	8,49

Отже, сучасне вітчизняне тепличне господарство втрачає потенційні можливості, та, в більшості випадках, уже не є таким що розвивається, а переважно знаходиться в умовах виживання. Усе більше воно орієнтується не на сільськогосподарські підприємства, а на господарства населення, які у весняній теплиці з урожайністю від 14 кг/м² до 10 кг/м² з тенденцією до зниження вирощують овочі закритого ґрунту.

У такій складній ситуації, на мою думку та думку багатьох експертів, необхідно виробникам тепличних овочів об'єднати зусилля і чітко планувати, яку продукції необхідно вирощувати, використовувати досвід кооперації в інших країнах для напрацювання спільної маркетингової стратегії, обміну досвідом у застосуванні новітніх технологій. На даному етапі необхідно орієнтуватися на заміщення імпорту із Європи та виробництво нішевих продуктів (наприклад — вирощування середньо-плідних огірків, збільшення виробництва листових салатів типу біонда та роса, вирощування нових типів перцю типу «дульче італ'яно», збільшення виробництва середньо плідних і рожевих помідорів, а також впровадження у виробництво «спеціальних» типів томату).

Література

1. Сокольникова Е. «Эверт Ян Краенбринк: Запутанные «схемы» сдерживают инвестиции в Украину» 18 июня 2016 года: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://agroportal.ua/publishing/intervyu/evert-yan-kraenbrink-zaputannye-skhemy-sderzhivayut-investitsii-v-ukrainu/>
2. «Эксперт: Тепличная отрасль Украины не интересна инвесторам» 21 марта 2016 года: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://agroportal.ua/news/ukraina/ekspert-teplichnaya-otrasl-ukrainy-ne-interesna-investoram/>
3. «Тепличники боятся конкуренции с Европой» 23 февраля 2016 года: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://agroportal.ua/news/ukraina/agrarii-nazvali-sostavlyayushchie-uspekha-teplichnogo-khozyaistva/>
4. Державна служба статистики України, розділ «Публікації» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Гребешкова Олена Миколаївна,
к.е.н., доцент,
Грабовенко Олександр Володимирович,
аспірант кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Hrebeshkova Olena M.
Ph.D., Associate Professor,
SHEE «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman», Ukraine
Hrabovenko Oleksandr V.,
graduate student,
SHEE «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman», Ukraine

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

DIVERSIFICATION OF ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF ECONOMIC MANAGEMENT

Анотація. Запропоновано розширене трактування дефініції диверсифікації діяльності підприємства. Виділено та охарактеризовано три аспекти для дослідження диверсифікації у розширеному трактуванні — системний, економічний, управлінський. Окреслено зміст економічного управління диверсифікацією діяльності підприємства за умов постіндустріальної економіки.

Ключові слова: диверсифікація, підприємство, управління, економіка, менеджмент.

Summary. Author gives expanded interpretation of the definition of diversification of a company. Three aspects diversification study are characterized in an expanded interpretation — systematic, economic, and administrative. The content of economic management of diversification of a company in the conditions of post-industrial economy is outlined.

Keywords: diversification, business, management, economics and management.

Економіка України переживає складні, кризові процеси, які позначаються у зниженні ефективності діяльності компаній. Однак, не всі підприємства, навіть у межах однієї галузі, відчувають вплив кризових явищ однаково. Підприємства, які спроможні швидко та адекватно відреагувати на зовнішні виклики, оптимізувати структуру своїх витрат, запропонувати споживачам економічні блага (товари, роботи, послуги) належної кількості та якості, здатні забезпечити стабільне функціонування навіть в умовах економічного спаду. Одним із дієвих способів розвитку підприємства за нестабільних та/або кризових умов є диверсифікація.

Незважаючи на широке вживання в економічній літературі, поняття «диверсифікація» залишається неусталеним. Одна з перших робіт щодо пояснення суті диверсифікації належить І. Ансоффу [1], який сформував теоретичне уявлення про диверсифікацію. Вважається, що до активного наукового вживання термін «диверсифікація» увів М. Портер [2]. У контексті ринкової поведінки компанії диверсифікацію вивчали Ф. Котлер, М. Горт, К. Бері та ін. Проблематика диверсифікації як способу розвитку підприємства залишається актуальною і для українських науковців. Зокрема, цим питанням опікувались Н.В. Куденко, О.О. Комільченко, М. Дика, Я.С. Душкевич, Л. В. Левковська та ін. Не можна не відзначити значний науковий внесок у вивчення диверсифікаційних процесів представників кнеувської школи стратегічного управління — професорів А.П. Наливайка [3] та З.Є. Шершньової [4].

Розкриємо визначальні аспекти парадигми диверсифікації діяльності підприємства за умов постіндустріальної економіки.

Виходячи з тенденцій розгортання трендів постіндустріального суспільства (інтелектуалізація всіх сфер буття, прискорення технологічного розвитку, конвергенції галузей і бізнес-сфер, скорочення життєвого циклу всіх товарів, кастомізації продуктів тощо) загострюється проблема пошуку ефективних способів функціонування та розвитку підприємства як первинної ланки економіки. Одним із найперспективніших з них уявляється диверсифікація (від лат. *diversus* — різний і *facere* — робити). У класичному трактуванні під диверсифікацією розуміють вихід підприємства у нові сфери бізнесу (диверсифікація виробництва) та розподіл інвестицій по різних фінансових інструментах (диверсифікація ризику). Але ще на початку ери постіндустріальної економіки І. Ансофф стверджував, що диверсифікація дозволяє компанії використати поточні переваги в нових сферах діяльності [1].

Отже, диверсифікація як спосіб розвитку підприємства може розглядатися у трьох аспектах:

— системному, що дозволяє трактувати диверсифікацію як спосіб приведення у відповідність можливостей підприємства (його потенціалу) до умов господарювання шляхом адаптації або «проактивації» (проактивної поведінки підприємства на ринку [5];

— економічному, у межах якого диверсифікація обумовлює певні вигоди і витрати, співставлення яких дозволяє характеризувати ефективність диверсифікаційних процесів у діяльності підприємства;

— управлінському, що виявляє диферсифікацію як стратегію розвитку підприємства, яка потребує відповідного управлінського забезпечення.

У постіндустріальній економіці диверсифікація — це безперервний процес зростання компанії (у нові сегменти, ринки, продукти, послуги, технології, фінансові інструменти), який потребує відповідного управління з економічною вигодою для всіх зацікавлених осіб — клієнтів, постачальників, власників, працівників, місцевих громад, влади), а значить передбачає: планування (прогнозування, передбачення) змін; виявлення найприйнятніших альтернатив розвитку; організовування ресурсів (людей, фінансів, інформації тощо); координування, мотивування, контролювання. Відповідно, маємо висунути гіпотезу про можливість запровадження на підприємстві економічного управління диверсифікацією діяльності, яке дозволить:

— виявляти можливості розвитку підприємств за умов переходу української економіки до постіндустріального етапу та обґрунтовувати вибір економічно привабливих альтернатив;

— впроваджувати ефективні методи управління диверсифікацією діяльності підприємства як «стратегічним процесом» (на відміну від «проекту») розвитку підприємства, у т. ч. на засадах сталого розвитку (від англ. Sustainable development);

— цілеспрямовано створювати організаційно-економічну модель диверсифікації діяльності підприємства.

Ці та інші питання тільки очікують на своє вирішення та утворюють перспективні напрями наукових досліджень.

Література

1. Ansoff I.H. Synergies and Capabilities Profile. — New York: Penguin Books. — 1965. — 626 pp.
2. Porter M.E. Competitive Strategies: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. — New York: Free Press, 1980. — 628 p.
3. *Наливайко А.П.* Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: Монографія. — К.: КНЕУ, 2001. — 227 с.
4. *Шериньова З.С.* Стратегічне управління: Підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.
5. *Паздрій В.* Теоретичні і прикладні аспекти розгортання проактивної поведінки підприємства / В.Я. Паздрій // Стратегія економічного розвитку України. — К.: КНЕУ, 2015. — №37. — С. 25—36.

УДК 656.13

e-mail: hrjsjuk@ukr.net

Грисюк Юрій Сергійович
к.е.н., доцент кафедри транспортного права
та логістики,

Лабуа Артем Віталійович
асистент кафедри транспортного права
та логістики,

Данилов Олександр Олександрович
аспірант кафедри транспортного права
та логістики,
Національний транспортний університет,
Київ, Україна

Hrysiuk Yuri S.
Ph. D., associate professor of logistics and transport
law National Transport University, Kyiv, Ukraine

Labuta Artem V.
National Transport University, Kyiv, Ukraine

Danylov Alexander O.
Postgraduate student transport law and logistics,
National Transport University, Kyiv, Ukraine

ВЗАЄМОДІЯ, ІНТЕГРАЦІЯ ТА ПАРТ-НЕРСТВО СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

COOPERATION, PARTNERSHIP AND INTEGRATION OF BUSINESS ENTITIES MOTOR TRANSPORT

Анотація. Трансформаційні процеси в економіці та становлення ринкових відносин в Україні, сприяли зменшенню кількості великих підприємств транспорту і збільшенню малих, що мають 1—2 транспортні засоби і не в змозі утримувати власну виробничо-технічну базу для обслуговування рухомого складу. Дані зміни визначають

Summary. Transformation processes in economy and development of market relations in Ukraine, contributed to reducing the number of large transport and small increase with 1—2 vehicles and unable to hold their own production and technical base for maintenance of rolling stock. These changes recognize the importance of implementing

необхідність реалізації нових механізмів створення конкурентних переваг різних за величиною суб'єктів господарювання у сфері транспорту, одним з яких є інтеграція суб'єктів господарювання шляхом створення стратегічних партнерств підприємств транспорту.

Ключові слова: підприємства автомобільного транспорту, технічне обслуговування, поточний ремонт, парк транспортних засобів, партнерство, інтеграція, взаємодія суб'єктів господарювання.

new mechanisms for creating competitive advantages of various largest economic entities in the transport sector, one of which is the integration of business entities by creating strategic partnerships transport enterprises.

Key words: Ground transportation, maintenance, fleet vehicles, partnership, integration, interaction entities.

Глобальні зміни і перехід до ринкової економіки створили багато викликів і завдань суб'єктам господарювання, у тому числі і в транспортній галузі. Минуло чверть століття з часу становлення нашої держави як незалежної та суверенної на політичній арені світу, проте до сих пір продовжується процес адаптації підприємств транспорту до нових умов господарювання. Тривалість даного перехідного періоду пов'язана зі зміною розмірів і форм власності учасників ринку. Стрімке збільшення кількості малих підприємств, що мають лише 1—2 транспортні засоби, і в переважній своїй більшості не мають виробничо-технічної бази для обслуговування та ремонту рухомого складу. І одночасно з цим, занепад великих комплексних транспортних підприємств з потужною виробничою базою, що пов'язано з постійним зменшенням фінансування з боку держави чи місцевих бюджетів, відсутністю дієвих механізмів залучення інвестицій, зумовлює пошук шляхів вирішення даних проблем без залучення значних обсягів інвестицій [1].

Одним із напрямів вирішення даних проблем є взаємодія економічних суб'єктів шляхом створення інтегрованих структур. Інтеграція у даному випадку буде направлена на залучення інвестицій малих підприємств шляхом спільного використання потужностей великих підприємств для отримання синергійного ефекту.

Виходячи з порівняльного аналізу інтеграційних утворень, можна дійти висновку, що найоптимальнішим видом об'єднання для підприємств автомобільного транспорту є стратегічне партнерство, яке дозволяє оптимізувати розподіл функцій між партнерами, задіяти стратегічні переваги, ресурси та ключові компетенції кожного партнера.

Доцільність створення партнерств суб'єктів господарювання визначається наявністю виробничо-технічної бази, станом виробничих потужностей і результатами роботи підприємств за попередні періоди, після аналізу яких проводять переговори про співпрацю та можливу передачу послуг певних споживачів по маркам (класам) транспортних засобів чи видам послуг [2].

Реалізація стратегії партнерства підприємств у сфері технічного обслуговування та ремонту транспортних засобів на відміну від стратегії в умовах ринку жорсткої конкуренції має свої особливості, які полягають в тому, що кожен учасник ринку ставить за мету отримання максимального прибутку не зачіпаючи при цьому інтереси один одного. В цих умовах функціонування підприємств розглядається в якості єдиної системи, яка виконує певний комплекс послуг з технічного обслуговування та ремонту рухомого складу.

Література

1. Транспортна стратегія України на період до 2020 року [електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.

2. Ляско В.И. Разработка стратегии развития автотранспортного предприятия. Учебное пособие / В.И. Ляско, Л.С. Надольская, П.М. Чочуа. — М.: МАДИ, 2000. — 61 с.

УДК 339.166.5:65.01(045)

Кукурудзяк Леся Василівна
здобувач

Вінницький коледж Національного
університету харчових технологій, Україна

vk4@ukr.net

Kukurudzyak Lesya V.
Postgraduate

Vinnitsya College of National University
of Food Technologies, Ukraine

ВИЗНАЧЕННЯ УЗАГАЛЬНЮЮЧИХ ДІАГНОСТИЧНИХ ПАРАМЕТРІВ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

DEFINITION OF SUMMARIZING DIAGNOSTIC PARAMETERS FOR SYSTEM OF INTANGIBLE ASSETS MANAGEMENT

Анотація. У роботі наведено основні критерії діагностичних параметрів системи управління нематеріальними активами. На основі синтезу методів

Summary. The paper describes the basic criteria of diagnostic parameters of intangible assets management. Based on the synthesis methods of

нечіткої логіки та нейронних мереж сформовано підхід до управління нематеріальностями на підприємствах.

Ключові слова: нематеріальні активи, критерій значущості, об'єктно-орієнтований підхід.

fuzzy logic and neural networks the approach to the intangible assets management of enterprises is formed.

Key words: assets, the criteria of value, object-oriented approach.

Необхідність ефективного управління нематеріальними активами на сучасному етапі обумовлюється безпосереднім впливом на прибутковість підприємства, зростанням конкурентних переваг, ростом інноваційної активності за рахунок продукування та використання саме інтелектуальної складової потенціалу підприємства, що в кінцевому підсумку призведе до підвищення рівня капіталізації.

Метою дослідження є визначення основних діагностичних параметрів системи управління нематеріальними активами.

Система управління нематеріальними активами, як і будь-яка інша система, що координує діяльність підприємства як економічної системи характеризується спектром діагностичних і структурних параметрів. Визначення діагностичних параметрів ставить своєю метою визначення не лише поточного стану об'єкта управління, а й одним із базових етапів у стратегії розробки управлінських рішень, а саме, моніторингу нематеріальних активів підприємства. Так як таких параметрів може бути велика кількість, що призведе до необґрунтованого перенасичення інформацією, зростанням кількості елементарних операцій і трудомісткості процесу, то постає завдання визначення ваги, або міри впевненості в необхідності даного діагностичного параметру. Ключовими критеріями у визначенні ваги (значущості) діагностичного параметру можуть бути:

- найвища достовірність;
- простота реалізації;
- максимальна інформативність.

Беручи за основу підхід до управління нематеріальними активами обґрунтований в [1], який базується на класичних принципах стратегічного управління та відповідає загальноприйнятим підходам об'єктно-орієнтованого аналізу [2], визначимо основні діагностичні параметри структурних компонентів узагальнюючої моделі системи управління нематеріальними активами. Для цього використаємо методологічні підходи систем з нечіткою логікою та апарат нейро-нечітких мереж.

Для класу нематеріальні активи формується комплекс діагностичних параметрів X_{ij} , де $i=1, n; j=1, m_i$ із n структурно визначених класів системи, що мають m_i чинників впливу у кожному з класів, що відповідають названим критеріям і є найвагомішим при здійсненні моніторингу нематеріальних активів. Об'єктно-орієнтований підхід дає можливість компонувати предметну сферу із основних понять у лінгвістичному вираженні, показників і можливих асоціацій з ними, що забезпечує прозорість між об'єктами в предметній сфері і виключає повторюваність певних параметрів з позиції важливості. На такому підході акцентує увагу і науковець А.В. Матвійчук [3], при аналізі конкурентоспроможності підприємства, де вказує на необхідності оцінки різних сторін діяльності компаній при використанні синтезу методів нечіткої логіки та нейронних мереж.

Основними діагностичними параметрами класу — нематеріальні активи (X_1) можуть виступати: питома вага нематеріальних активів в загальній структурі необоротних активів підприємства (X_{11}), рентабельність нематеріальних активів (X_{12}), продуктивність нематеріальних активів (X_{13}), ємність продукції за використання нематеріальних активів (X_{14}), життєвий цикл об'єкта (X_{16}).

Клас — об'єкти структурних підрозділів підприємства (X_2) можна розділити на окремі підкласи. Наприклад, операційне виробництво (X_{21}), маркетингову діяльність (X_{22}), фінансову діяльність (X_{23}). Кожен із запропонованих підкласів можна проаналізувати за допомогою комплексу параметрів, так операційне виробництво: рентабельність продукції (X_{211}), якість продукції (X_{212}), асортиментність продукції (X_{213}); маркетингова діяльність: рентабельність продаж (X_{221}), ефективність збутової діяльності (X_{222}), ефективність рекламної кампанії (X_{223}); фінансова діяльність: наявність власних обігових коштів (X_{231}), абсолютна ліквідність (X_{232}); коефіцієнт покриття запасів (X_{233}), співвідношення короткострокової дебіторської та кредиторської заборгованості (X_{234}) і т.д.

Клас — персонал підприємства (X_3) включає такий комплекс діагностичних параметрів: структура персоналу (X_{31}); показники руху і стабільності кадрів (X_{32}), середній рівень заробітної плати (X_{33}), частка в додатковій заробітній платі винагород і заохочень за інноваційність (творчість, креативність, винахідництво, продукування нових знань) (X_{34}), умови праці (X_{35}).

Клас — зовнішні об'єкти (X_4): середня величина ставок за кредити банківської системи (X_{41}); наявність високих фінансових зобов'язань у підприємства (X_{42}), зниження рівня купівельної спроможності населення (X_{43}), неспроможність ділових партнерів (X_{44}), недосконалість нормативно-правової бази (X_{45}).

Із вищенаведених діагностичних параметрів можна сформуванати наявність та ефективність використання нематеріальних активів в діяльності підприємства як в цілому так і окремого об'єкта і може бути представлена у вигляді залежності:

$$Y = F_y(X_1, X_2, X_3, X_4). \quad (1)$$

Перевагами такого підходу є: інтерактивність — доповнення системи діагностичними параметрами, модулями, зручність, своєчасне визначення ризиків, розробка управлінських рішень із врахуванням нестабільності зовнішнього середовища є можливість використання лінгвістичних термів.

Подальші дослідження будуть спрямовані на визначення часткових показників кожного з класів системи та визначення більш ширшого переліку підкласів системи.

Література

1. Кукурудзяк Л. В. Формування системи управління нематеріальними активами підприємства / Л. В. Кукурудзяк // Стратегія економічного розвитку України. — 2014. — № 34. — С. 107—113.
2. Ларман Крег. Применение UML и шаблонов проектирования: 2-е издание: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. — 624 с.
3. Матвійчук А. В. Штучний інтелект в економіці: нейронні мережі, нечітка логіка: монографія / А. В. Матвійчук. — К.: КНЕУ, 2011. — 439 с.

УДК 334.7 elenahka@ukr.net

Кузьменко Олена Михайлівна

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Kuzmenko Olena

PhD, Associate Professor,
Department of Economy of enterprises, SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman», Ukraine

РОЗМІР ФІНАНСОВОЇ ДОПОМОГИ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІЛОТНОГО ПРОЕКТУ

Анотація. Розглянуто пропозицію щодо визначення розміру фінансової допомоги для реалізації пілотного проекту із залучення до роботи членів малозабезпечених сімей і внутрішньо переміщених осіб.

Ключові слова: фінансова допомога, робоче місце, підприємництво.

THE AMOUNT OF FINANCIAL ASSISTANCE FOR THE IMPLEMENTATION OF PILOT PROJECT

Summary. We consider the proposal to determine the amount of financial assistance for the implementation of pilot project with the involvement of poor families members and idps.

Key words: financial aid, workplace, business.

Для виконання Постанови КМУ від 2 грудня 2015 р. № 1154 «Про реалізацію пілотного проекту із залучення до роботи членів малозабезпечених сімей та внутрішньо переміщених осіб» [1] передбачено надавати структурним підрозділам з питань соціального захисту населення Львівської, Полтавської та Харківської обласних державних адміністрацій методичну допомогу в реалізації пілотного проекту з боку фахівців з питань економіки підприємства, що і обумовлює актуальність тез.

Порядок реалізації пілотного проекту із залучення до роботи членів малозабезпечених сімей і внутрішньо переміщених осіб [2] передбачає визначення фінансової допомоги, яка надається одноразово шляхом оплати обласним центром зайнятості за заявою-дорученням учасника пілотного проекту, який має статус фізичної особи-підприємця, витрат на закупівлю

обладнання та матеріалів для організації підприємницької діяльності, передбачених його бізнес-планом. Для визначення суми фінансової допомоги пропонується використання положень Наказу від 19.07.2002 № 13 «Про затвердження нормативів вартості створення одного робочого місця у різних галузях економіки» [3].

Нормативи вартості створення одного робочого місця на підприємствах різних сфер економічної діяльності наведено у табл. 1.

Таблиця 1

**НОРМАТИВИ ВАРТОСТІ СТВОРЕННЯ ОДНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ РІЗНИХ СФЕР ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Вид економічної діяльності	Сума витрат (тис. грн)
Електроенергетика — виробництво електроенергії тепловими електростанціями — міні-ТЕЦ на шахтному метані	233,15
Хлібопекарське та кондитерське (м'які борошняні вироби) виробництво:	
при новому будівництві	215,00
Хімічна промисловість	197,30
Агропромисловий комплекс — підприємства птахівничої промисловості (м'ясного напрямку продуктивності)	152,00
Автомобільний транспорт — автотранспортні підприємства зі змішаних (вантажо-пасажирських) перевезень	146,25
Автомобільний транспорт — автотранспортні підприємства з вантажних перевезень	135,43
Промисловість будівельних матеріалів — підприємства з виробництва нерудних матеріалів	120,0
Борошномельне виробництво:	
- при новому будівництві	101,70
Макаронне виробництво:	
- при новому будівництві	100,90
Вугільна промисловість — виробництво вугільних та інших брикетів	92,25
Хлібопекарське та кондитерське (м'які борошняні вироби) виробництво:	
- при реконструкції, технічному переоснащенні підприємств	74,60
Легка промисловість	74,55
Освіта, наука, культура	70,70
Металургійна і гірничодобувна промисловість	70,20
Вугільна галузь — підземні роботи	61,90
Борошномельне виробництво:	
- при реконструкції, технічному переоснащенні підприємств	60,10
Машинобудування	59,70
Промисловість будівельних матеріалів — реконструкція і технічне переоснащення підприємств з виробництва керамічних стінових матеріалів (керамічної цегли)	56,20
Макаронне виробництво:	
- при реконструкції, технічному переоснащенні підприємств	55,70
Виробництво біомінеральних добрив на основі бурого вугілля	49,2
Деревообробна промисловість	43,0
Торгівля, громадське харчування та побутове обслуговування населення (капітальні будівлі)	26,7
Торгівля, громадське харчування та побутове обслуговування населення (будівлі павільйонного типу)	11,8

Найбільша вартість створення одного робочого місця на підприємствах електроенергетики (виробництво електроенергії тепловими електростанціями), а найменша — у сфері торгівлі, громадського харчування та побутового обслуговування населення. Хлібопекарське та кондитерське (м'які борошняні вироби) виробництво має різну вартість створення одного робочого місця залежно від того, чи здійснюється реконструкція, технічне переоснащення або нове будівництво виробництва. Проте, розмір фінансової допомоги на може дорівнювати вартості створення одного робочого місця на підприємствах різних сфер економічної діяльності, оскільки потребується індексація цієї вартості.

Наказ «Про затвердження нормативів вартості створення одного робочого місця у різних галузях економіки» було затверджено наприкінці 2002 року, тому для проведення індексації треба визначити показник інфляції за останні 14 років, який дорівнює 1,559 [4]. Тобто вартість створення одного робочого місця на підприємствах електроенергетики буде дорівнювати 363,48 тис. грн (233,15 тис. грн x 1,559), а вартість створення одного робочого місця на підприємствах торгівлі, громадського харчування та побутового обслуговування населення дорівнює 18,4 тис. грн (11,8 тис. грн x 1,559). Вартість створення одного робочого місця на підприємствах в інших сферах економічної діяльності розраховується аналогічно.

Отже, граничний розмір фінансової допомоги за видами економічної діяльності для організації підприємницької діяльності учасниками пілотного проекту має визначатися за умов застосовування коефіцієнту інфляції, а пріоритетні види підприємницької діяльності визначаються центрами зайнятості населення у кожному регіоні окремо.

Література

1. Постанова «Про реалізацію пілотного проекту із залучення до роботи членів малозабезпечених сімей та внутрішньо переміщених осіб» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1154-2015-п>
2. «Порядок реалізації пілотного проекту із залучення до роботи членів малозабезпечених сімей та внутрішньо переміщених осіб» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1154-2015-п>
3. Наказ «Про затвердження нормативів вартості створення одного робочого місця у різних галузях економіки» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0628-02>
4. Зведена таблиця індексів інфляції [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/SH000042.html

УДК 330.145

olena.kyzenko@kneu.ua

Кизенко Олена Олександрівна

к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Kyzenko Olena O.

Ph.D., assistant professor of Enterprise Strategy
Department, SHEE «Kyiv National Economic
University named after Vadym Getman»,
Ukraine

П'ЯТЬ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ, ЩО ЗМІНИЛИ ЕКОНОМІКУ ПІДПРИЄМСТВА

FIVE MANAGEMENT TOOLS THAT CHANGED THE BUSINESS ECONOMICS

Анотація. У дослідженні проаналізовано вплив сучасних управлінських технологій на економіку підприємства. Зокрема розглядаються такі інструменти управління, як Big Data Analytics, Digital Transformation, Collaborative Commerce, Supply Chain Management, Change Management Programs.

Ключові слова: підприємство, інструменти управління, аутсорсинг, Big Data, управління ланцюжками постачання.

Summary. The study analyzes the impact of modern technology on economy management company. In particular are considered such management tools as Big Data Analytics, Digital Transformation, Collaborative Commerce, Supply Chain Management, Change Management Programs.

Keywords: enterprise, management tools, outsourcing, Big Data, Supply Chain Management

Трендами сучасного етапу суспільного розвитку є інформатизація і мережева комунікація, що мають прояв у всіх сферах життя, включаючи і трансформацію різних аспектів діяльності підприємства. Віртуалізація підприємницьких структур чи окремих функцій підприємства, інформаційна перенасиченість, визначальний вплив інновацій і креативності на зміну бізнес-моделі, клієнтоорієнтованість та екологізація бізнесу змінюють традиційні підходи до визначення форм і методів господарювання, принципів формування і раціонального використання всіх видів ресурсів; організації виробничо-комерційної діяльності підприємства. Вплив цих процесів на економічне управління організацією було розглянуто у попередніх роботах, зокрема [1]. Відповідно, розробляються і починають впроваджуватись у компаніях новітні управлінські технології, що змінюють економіку підприємства [2, 3], основні з яких маємо на меті розглянути у межах цього дослідження.

Розвиток ІТ-технологій, перш за все хмарних сервісів, що дозволяють виконувати складні обчислення, опрацьовувати та зберігати великі масиви даних використовуючи потужності віддаленого сервера, робить доступним практично для кожного підприємства використання технологій бізнес-аналітики великих масивів даних (Big Data Analytics). Big Data Analytics дозволяє швидко обробляти, аналізувати і спільно використовувати різними підрозділами підприємства, в тому числі і територіально віддаленими, великі масиви даних (Big Data) для швидкої ідентифікації раніше невідчутних для підприємства кореляційних зв'язків між факторами і процесами виробничо-комерційної діяльності для економічного обґрунтування управлінських рішень. Детальніше застосування технологій бізнес-аналітики на вітчизняних підприємствах було проаналізовано в попередніх роботах [4], вислід з яких полягає в тому,

що використання компаніями управлінської технології Big Data Analytics дозволяє покращити управління ризиками, управління взаємовідносинами з клієнтами, логістику ланцюжка поставок або оптимізувати веб-контент; удосконалити існуючі та розробляти нові продукти і послуги, краще орієнтувати власні пропозиції на потреби своїх клієнтів.

Удосконалення бізнес-моделі підприємства відбувається шляхом дослідження потреб клієнтів через мережеві канали комунікації з використанням технологій Digital Transformation, що інтегрують цифрові технології в стратегічне управління організацією. Включення цієї управлінської технології до стратегічного процесу організації дозволяє ефективно підтримувати існуючі і в короткі строки знаходити нові конкурентні переваги, підтримуючи зростання прибутковості бізнесу у довгостроковій перспективі. Технології Digital Transformation найефективніше наразі використовуються для розвитку персоналізованого маркетингу (вони дозволяють допомогти клієнтам швидко виявити і оцінити пропозиції компанії); удосконалення диспетчеризації операційного процесу; налагодження ефективного зворотного зв'язку з клієнтами різними засобами комунікації.

Використовуючи елементи електронного бізнесу в канві бізнес-моделі за А. Остервальдером [5] при визначенні сегментів споживачів і каналів взаємовідносин з клієнтами, ключових цінностей організації, каналів постачання ресурсів і продукції, ключових ресурсів для створення ключових цінностей для клієнтів, ключових дій для ефективної роботи підприємства, ключових партнерів і структури витрат організації, підприємство має змогу поєднувати аутсорсинг окремих процесів, віртуальні управлінські та збутові процеси з фізичним виробництвом товару чи наданням послуги кінцевим споживачам. Аутсорсинг, наразі, є найвідомішою технологією, яку використовують вітчизняні підприємства, залучаючи на договірних засадах вузькоспеціалізовані організації для виконання неосновних процесів господарської діяльності. Це дозволяє підприємствам знижувати непрямі витрати, використовуючи досвід та інновації спеціалізованих фірм, зосереджуючись лише на ключових компетенціях і основних бізнес-процесах. Відповідно, межі бізнесу виходять за межі окремого підприємства. Компанії використовують можливості інтерактивних комунікаційних технологій, застосовуючи у своїй діяльності підходи Collaborative Commerce (c-commerce) та Supply Chain Management (SCM), формуючи спільні ланцюжки постачання. Спільна комерція активно використовується в міжнародній торгівлі дозволяючи потоку інформації легко долати кордони та нівелювати міжкультурні відмінності задля підвищення рівня обслуговування споживачів. Застосування c-commerce призводить до меншої кількості помилок при опрацюванні замовлення, зниження рівня операційних витрат, зменшення часу доставки замовлення, що сприяє підвищенню ефективності роботи кожного підприємства в комерційному ланцюжку.

Управління ланцюжками поставок (SCM) розширює можливості спільної роботи підприємств-партнерів, синхронізуючи зусилля постачальників ресурсів, виробників, дистриб'юторів у задоволенні потреб кінцевих споживачів продукції, оптимізуючи бізнес-модель кожного підприємства-партнера в ланцюжку постачання. Таким чином, ефективність роботи одного підприємства в ланцюжку постачання може бути поліпшена за рахунок злагодженої роботи з партнерами, застосовуючи електронний обмін даними.

Безперечно, такі підходи потребують здійснення програм організаційних змін (Change Management Programs). У результаті проектів організаційних змін можуть переосмислюватись у новій логіці процеси, системи, організаційна структура, посадові обов'язки на підприємстві як реакція на конкретні проблеми чи нові можливості, що постають перед організацією. Цілі підприємства завдяки технології Change Management Programs через конкретні проекти і дії змінюють бізнес-модель організації, забезпечуючи її ефективність і конкурентоспроможність.

Література

1. Kyzenko O. Prerequisites of formation and development prospects of economic management in organization /Kyzenko O., Kyzenko D.// International Scientific Symposium Economics, Business & Finance»(Jurmala, Latvia, 2016). Proceedings.– P. 169-177. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://media.wix.com/ugd/7ebfb0_148ac02c3eac425fbfec8e11aefb03b3.pdf
2. Management tools 2015. An executive's guide /Darrell K. Rigby. Boston: Bain & Company Inc., 2015, 68p.
3. The enterprise technologies to watch in 2016 / By Dion Hinchcliffe for Enterprise Web 2.0 [May 29, 2016.–[Electronic resource] Access mode: <http://www.zdnet.com/article/the-enterprise-technologies-to-watch-in-2016/>

4. Гребешкова Е. Применение ВІ-технологий при разработке стратеги развития бизнеса / Е. Гребешкова, А. Гребешков, Е. Кизенко // International Conference Application of New Technologies in Management and Economy. Proceedings. Vol. 1. Belgrade, Serbia, 2016. — P. 409—419.

5. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, Ив Пинье; пер с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 288 с.

УДК 338.1+330.1

litvinov_a213@ukr.net

Літвінов Олександр Сергійович

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,
Одеський національний економічний
університет, Україна

Litvinov Oleksandr S.

candidate of economic sciences, associate professor
of department of economics of enterprise, Odesa
national economic university, Ukraine

УПРАВЛІННЯ ВІДТВОРЕННЯМ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

THE MANAGEMENT OF INTANGIBLE RESOURCES REPRODUCTION OF ENTERPRISE

Анотація. Розглянуто сутність зносу і відтворення нематеріальних ресурсів. Розроблено методичні засади для розрахунку рівня ефективності відтворення нематеріальних ресурсів, як відношення результату відтворення — зміни корисності — до витрат по відтворенню об'єкта нематеріальних ресурсів.

Ключові слова: відтворення, показники відтворення, ефективність, знос.

Summary. The article is considered the essence of wear and reproduction of intangible resources. Methodological bases for calculating the efficiency level of reproduction of intangible resources such as ratio of reproduction benefits — changes of utility — to the cost of reproduction of intangible resources.

Keywords: reproduction, indicators of reproduction, efficiency, wear.

Процес відтворення ресурсів є вимушеною реакцією системи управління на постійне зношування виробничих ресурсів підприємства. Питанням визначення сутності та взаємодії зносу і відтворення займалися Ф. Кене, С. Сімонді, К. Родбертус, К. Маркс, Й. Шумпетер, Н. Кондратьєв й інші класики економічної науки та їх сучасні послідовники Г.О. Швиданенко, І.В. Левицька, Т.М. Старицький, Н.В. Довгалюк, В.О. Оваденко, И.Г. Степанов, А.С. Матієвич, Л.Л. Жданова, Т. Л. Бойко, В.Ф. Семенов, Л.В. Городянська, І.А. Бігдан, Ю.В. Дубей, І.І. Стець, Г.Г. Карчевська, І.В. Мустеца, В.С. Котковські, О.І. Ступень, Л.Е. Дяченко, І.А. Шовкун, І.В. Юхновський, Н.В. Швець, В.К. Горкавий та інші. Незважаючи на велику кількість наукових робіт, які присвячені даній темі, залишається недостатньо вивченим питання визначення інструментарію управління відтворенням нематеріальних ресурсів (далі НМР) підприємства.

НМР за своєю сутністю не мають матеріально-речової форми, що й обумовлює відсутність у них фізичного зносу. Але ж НМР, як і будь-які інші види ресурсів, втрачають свої споживчі якості із часом. Процес втрати НМР своїх споживчих якостей пропонуємо називати зносом НМР. Втрата споживчих якостей об'єктами НМР відбувається в результаті появи нових однотипних об'єктів НМР (пов'язаних із новітніми технологіями, користуванням природними ресурсами, майном та іншими правами, із творчою діяльністю, комерційними позначеннями, комунікаційними відносинами, людським капіталом і репутацією).

Знос НМР обумовлює необхідність їх відтворення. Під відтворенням НМР пропонуємо розуміти процес відновлення споживчих якостей об'єкту НМР. Враховуючи значимість НМР, у разі, якщо на підприємстві не будуть відтворюватись НМР, підприємство не зможе відтворювати інші фактори й саме виробництво. Знос НМР може бути двох форм. Перша форма зносу НМР пов'язана із створенням на ринку нових дешевших об'єктів НМР. Під новими об'єктами розуміють ті об'єкти, які включають у себе сучасні досягнення науки. У результаті, відповідно до постулату, який обґрунтував К. Маркс, відбувається знецінення всіх однотипних (однакових за споживчими якостями) об'єктів НМР, які вже існують на ринку. Знецінення об'єктів НМР під впливом результатів науково-технічного прогресу пропонуємо називати вартісним зносом. Наслідком вартісного зносу НМР є те, що підприємства з дешевшими об'єктами НМР мають змогу зменшити свої витрати і збільшити прибуток.

Також моральне зношування НМР може відбуватись за рахунок появи нових корисніших (з кращими споживчими якостями) видів НМР, у наслідок чого відбувається знос об'єктів НМР другої форми. Частковий або повний знос об'єктів НМР другої форми призводить до часткової або повної неможливості їх використання у подальшій підприємницькій діяльності. Втрата об'єктами НМР своїх споживчих якостей у наслідок дії морального зносу другої

форми пропонуємо називати зносом корисності, а його відтворення покликано необхідністю реагування на процеси появи на ринку об'єктів НМР з кращими споживчими якостями.

Відсутність фізичного зносу НМР тільки підкреслює важливість процесу кількісного оцінювання рівня їх морального зносу. У разі, коли ступінь зносу не відомий, підприємство може опинитись у ситуації, коли НМР не здатні забезпечувати конкурентоспроможність підприємства оскільки якісно поступаються НМР інших підприємств на ринку. Іншим негативним наслідком невизначеності ступеню зносу НМР є здійснення відтворення ще не зношених об'єктів НМР і, як наслідок, неефективне використання додаткових капітальних і поточних витрат підприємства.

Показники ступеня зносу прийнято називати показниками стану. До них відносять коефіцієнти зносу та придатності. Показники руху залежно від одиниць виміру можуть характеризувати рух натуральної кількості, рух вартості і рух споживчої вартості об'єкту НМР. Відносні показники зміни вартості НМР відомі як показники повернення вартості, або амортизованості, і показники залишкової вартості. Деякі автори помилково ототожнюють процес відтворення із процесом вартісного відтворення, що призводить до того, що вони помилково використовують показники повернення і залишкової вартості в якості показників зносу.

Ступінь відповідності руху вартості і споживчої вартості є важливим показником, який характеризує кінематику відтворення об'єкту дослідження. Але, ні коефіцієнт вибуття, ні норма амортизації не враховують руху споживчої вартості основних засобів. Коефіцієнт відповідності руху вартості і споживчої вартості повинен співвідносити ступінь зменшення споживчої вартості із ступенем амортизованості (перенесення вартості). Коефіцієнт відповідності характеризує ступінь відповідності руху вартості об'єкту дослідження до руху його споживчої вартості. Як було доведено в інших авторських дослідженнях, будь-які відхилення коефіцієнту відповідності від одиниці свідчать про недосконалість системи амортизації і призводять до певних негативних наслідків в діяльності підприємства.

Наступною групою показників відтворення є показники, які характеризують його динаміку. Пропонуємо відносити до показників динаміки відтворення показники швидкості і прискорення відтворення. Швидкість відтворення характеризує зміну кількісного обсягу об'єкту дослідження за одиницю часу і, залежно від обраних одиниць виміру, поділяється на швидкість відтворення вартості і споживчої вартості. Швидкість вартісного відтворення показує, яку вартість втрачає об'єкт дослідження за одиницю часу.

На якіснішому рівні динаміку зміни кількісного обсягу об'єкту дослідження характеризує показник прискорення відтворення. Відповідно до обраних одиниць виміру, пропонуємо розраховувати показники прискорення вартісного відтворення і прискорення відтворення споживчої вартості. Прискорення відтворення є важливим показником, який необхідний підприємству в процесі прийняття управлінських рішень, щодо організації відтворення ресурсів підприємства, оскільки він дозволяє отримати інформацію про можливий майбутній рівень споживчої вартості об'єкту дослідження.

Останньою, але не за важливістю, групою показників відтворення є показники ефективності відтворення. На нашу думку, з метою оцінки результативності-ефективності відтворення необхідно результат відтворення співвіднести із витратами на процес відтворення. Витрати ресурсів розраховуються у вартісному вимірі із врахуванням і одноразових і поточних витрат. Показником результату відтворення пропонуємо вважати показник приріст корисності об'єкту НМР.

Рівень ефективності відтворення об'єкту НМР можна розрахувати за допомогою прямого і зворотного показника. Прямим показником ефективності відтворення є питома корисність витрат на відтворення об'єкту НМР, що показує обсяг приросту споживчих якостей об'єкту НМР, який забезпечується 1 гривнею витрат, які були спрямовані на цю діяльність. Зворотнім показником ефективності відтворення об'єкту НМР є вартість відтворення одиниці споживчих якостей об'єкту, що показує який обсяг витрат необхідний для збільшення на одиницю обсягу споживчих якостей об'єкту НМР.

Показники ефективності відтворення дозволяють дійти висновків про доцільність вибору варіанту відтворення з безлічі можливих. Той варіант відтворення, що є найефективнішим, — той і є найкращим. Також показники ефективності дозволяють робити висновки про екстенсивність або інтенсивність процесу відтворення на підприємстві. Екстенсивне відтворення забезпечується в разі здійснення незмінних витрат у розрахунку на одиницю відновленої корисності. Якщо вартість одиниці відновленої корисності є меншою ніж раніше, таке відтворення може називатись інтенсивним.

Ліщинська Вікторія Валеріївна
ст. викладач, Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана, Україна

Lishchynska Victoria V.
Lecturer, «Kyiv National Economic
University named after V. Getman»,
Ukraine

ОЦІНКА РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

EVALUATION OF RESOURCE POTENTIAL BAKERY COMPANIES

Анотація. Визначено основні складові ресурсного потенціалу хлібопекарських підприємств. Проведено оцінку і аналіз ресурсного потенціалу хлібопекарських підприємств за стратегічними групами.

Ключові слова: ресурси, ресурсний потенціал, хлібозавод, хлібопекарська промисловість

Summary. The article describes the main components of resource potential of bakery companies. Conducted an assessment and analysis of resource potential for bakeries strategic groups.

Key words: resources, resource potential, bakery, bread baking industry.

Формування і вибір конкурентної стратегії підприємства базується на результатах всебічної оцінки як конкурентного середовища, в якому працює підприємство, так і на визначенні внутрішніх ресурсних можливостей, які характеризуються станом і рівнем використання ресурсного потенціалу. Оскільки реалізація конкурентної стратегії значною мірою залежить від ресурсного забезпечення, поточна оцінка величини ресурсів підприємства дає можливість визначити перспективи втілення розробленої стратегії у життя.

Тому метою дослідження було оцінити ресурсний потенціал вітчизняних хлібопекарських підприємств для обґрунтування дієвої та ефективної конкурентної стратегії.

Проведений аналіз та узагальнення існуючих у науковій літературі та практиці підходів [1—4] до визначення сутності та структури ресурсного потенціалу підприємства дає можливість виокремити основні складові (елементи) ресурсного потенціалу хлібопекарських підприємств — виробничий, фінансовий, людський, маркетинговий, організаційно-управлінський та інноваційний потенціал. На наш погляд, саме ці складові дозволяють забезпечити необхідний стратегічний потенціал для реалізації конкурентної стратегії, виходячи з комплексного аналізу ринкової ситуації, який стає основою для визначення стратегічного набору рішень щодо подальшого конкурентного розвитку хлібопекарських підприємств.

Адаптуючи існуючі методичні підходи [5—8] до особливостей функціонування хлібопекарських підприємств, діагностику їх ресурсного потенціалу проводилася у формі комплексного дослідження таких складових:

1) виробничий потенціал — вартість основних виробничих засобів і ступінь їхнього зносу, ступінь завантаження виробничих потужностей, забезпеченість власною сировиною, обсяг і номенклатура продукції;

2) фінансовий потенціал — доходи від реалізації продукції, витрати виробництва, обсяг прибутку, рентабельність, кредиторська і дебіторська заборгованість, стан власних обігових коштів, структура капіталу;

3) людський потенціал — чисельність працівників, рівень заробітної плати, обсяги соціальних виплат працівникам, рівень і динаміка продуктивності праці, плинність кадрів, кваліфікаційний рівень працівників;

4) маркетинговий потенціал — обсяг товарообігу, якість та асортимент продукції, основні постачальники сировини, основні ринки збуту, цінова політика (діапазон цін), збутова мережа, репутація компанії та її бренду;

5) організаційно-управлінський потенціал — організаційно-правова форма підприємства; організаційна структура підприємства; структура управління на підприємстві; інфраструктура підприємства;

6) інноваційний потенціал — кількість нововведень, що були втілені в поточну діяльність, кількість нових технологій, нових видів товарів, нових рецептур, конкурентоспроможність товарів.

Оцінка ресурсного потенціалу здійснювалася для хлібопекарських підприємств за КВЕД 10.71 — виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання, які публікують свою звітність у відкритому доступі.

На галузевому ринку хліба та хлібобулочних продуктів можна виділити три групи підприємств за рівнем ресурсного потенціалу:

1) підприємства з високим рівнем ресурсного потенціалу (наприклад, ПАТ «Хлібпром», ПАТ «Київхліб», ХК «Хлібні інвестиції», ГК «Хлібодар»);

2) підприємства з середнім рівнем ресурсного потенціалу (наприклад, ПАТ «Теремно Хліб», ПАТ «Криворіжхліб», ПАТ «Херсонський Хлібокомбінат», ПАТ «Запорізький хлібокомбінат»);

3) підприємства з низьким рівнем ресурсного потенціалу (наприклад, ПАТ «Козятинхліб», ПАТ «Коростенський хлібо завод», ДП «Фастівський хлібокомбінат»).

Підприємства першої та другої групи за рівнем розвитку маркетингового, інноваційного, організаційно-управлінського потенціалу, техніко-технологічної бази, забезпеченості фінансовими ресурсами, організації бізнес-процесів, рівнем кваліфікації персоналу та інформаційно-інтелектуальними ресурсами мають високий рівень конкурентоспроможності.

Підприємства третьої групи мають найнижчий рівень ресурсного потенціалу, що зумовлено незначними фінансовими можливостями, ринковим становищем компаній і неможливістю залучити новітні техніко-технологічні та інформаційно-інтелектуальні ресурси. У більшості таких підприємств не функціонує маркетинговий відділ, а відповідні функції використовуються дуже слабо, як наслідок, слабка конкурентна позиція.

Отже, в умовах загострення ринкової конкуренції на ринку хліба та хлібобулочних виробів, ефективне формування та використання ресурсного потенціалу підприємства є однією з ключових умов забезпечення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Формування конкурентної стратегії підприємства та поточне управління його діяльністю тісно пов'язані з величиною і структурою ресурсного (стратегічного) потенціалу підприємства, який є одним з ключових чинників вибору та успішності впровадження стратегії конкуренції.

Література

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навчальний посібник] / Краснокутська Н.С. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 352 с.
2. Краснокутська Н.С. Управління потенціалом торгівельного підприємства: монографія / Н.С. Краснокутська. — Х.: ХДУХТ, 2012. — 322 с.
3. Рушак М. Ю. Багатоаспектність понять «економічний» та «ресурсний потенціал» підприємства, їх взаємозв'язок / М. Ю. Рушак, Н. В. Даньків // Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка / В.П. Мікловда, М.І. Пітюлич, Н.М. Гапак. — Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2012. — Вип. 2 (36). — С. 182–186.
4. Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навч. посібник] / Федонін О.С., Репіна І.М., Олексюк О.І. — К.: КНЕУ, 2003. — 316 с.
5. Кузьменко О.В. Обґрунтування методичних підходів до оцінки ресурсного потенціалу підприємства // Економічний нобелівський вісник. — 2014. — № 1 (7). — С.280–286.
6. Литвинюк О.П. Оцінка факторів конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської промисловості [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12372/1/1-8.pdf>.
7. Плотницька С.І. Ресурсний потенціал підприємства як фактор побудови ефективної стратегії конкурентоспроможності / С.І. Плотницька // Ефективна економіка: Електронне наукове фахове видання. — 2015. — №4. [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4487&p=1>.
8. Фесіна Ю.Г. Виробничий потенціал підприємств хлібопекарської промисловості Західного Полісся України: оцінювання та прогнозування розвитку / Фесіна Ю.Г., Коваль Н.П. [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/soc_gum/en_em/2008_5_2/Zbirnik_EM_08_2_273.pdf.

УДК 39.138:7.012-027.31:331.108.3

oberemchuk@yahoo.com

Оберемчук Валентина Феодосіївна,
к.е.н., доцент кафедри стратегії підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Oberemchuk Valentyna F.,
PhD, Associate Professor, Department of enterprise
strategy, «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman», Ukraine

ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ УСПІШНОГО БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК РОБОТОДАВЦЯ

THE INSTRUMENTS TO FORM SUCCESSFUL BRAND FOR COMPANY AS AN EMPLOYER

Анотація. У статті розкрито сутність і переваги формування бренду роботодавця. На основі результатів існуючих досліджень визначено основні критерії наявності у підприємства бренду ро-

Summary. The article reveals the essence and benefits of formation of an employer brand. Based on existing research key criteria of an enterprise employer brand have been identified; The

ботодавця; обґрунтовано доцільність використання інструментів формування та розвитку бренду роботодавця.

Ключові слова. Бренд роботодавця, формування бренду, інструменти брендингу.

expediency of using instruments of formation of employer branding has been founded.

Key words: Brand of employer, formation of brand, instruments of branding

В умовах посилення конкурентної боротьби за кваліфікований персонал на світовому ринку праці, залучення та утримання талановитих працівників займають центральне місце в здатності компанії розвиватися. Бренд роботодавця — це образ компанії, який приваблює і утримує кращих спеціалістів. Одне із головних його призначень — постійно надихати персонал до продуктивної праці. Створення та просування бренду підприємства як роботодавця сприяє досягненню поставлених цілей, зміцненню конкурентної позиції, забезпеченню тривалого успіху, а також отриманню довіри та прихильності персоналу підприємства, його партнерів та інвесторів. Формування та просування бренду роботодавця є актуальним завданням, оскільки кожен роботодавець прагне залучити і утримати висококваліфікованих, талановитих спеціалістів, щоб стати конкурентоспроможнішим у своїй ніші.

Проблематику формування і розвитку бренду досліджували зарубіжні та вітчизняні вчені: Д. Аакер, К. Баттенберг, Е. Брукінг, П. Бертон, О. Гевко, О. Гладка, А. Еллвуд, Б. Мінчінгтон, С. Мокіна, Т. Нільсон, Е. Райс, Дж. Траут та інші. Проте, на сьогодні особливо актуальним є визначення найефективніших інструментів формування та просування бренду роботодавця з метою активізації управління брендом роботодавця у вітчизняних компаніях і забезпечення їх конкурентоспроможності.

Основними перевагами успішного бренду роботодавця є :

- сприйняття компанії в якості кращого місця для роботи;
- мінімізація плинності кадрів;
- спрощення процесу залучення нових кадрів;
- зниження витрат на підбір кадрів;
- покращення репутації компанії, її іміджу, рівня впізнаваності і привабливості.

Так, згідно результатів дослідження компанії Korn Ferry Hay Group найпривабливішими роботодавцями в Україні є: УкрСиббанк, McDonald's, Pfizer, JTI Ukraine, British Council [1]. Респонденти оцінювали роботодавців за такими критеріями: робочий клімат, корпоративна культура, умови для розвитку кар'єри, ефективність управління, баланс між роботою і особистим життям, навчання і тренінги, інноваційність. Зазначені критерії можуть слугувати орієнтиром для визначення засобів (інструментів) досягнення привабливості бренду роботодавця. Із урахуванням досвіду найуспішніших компаній, можна виокремити такі основні інструменти формування і розвитку бренду роботодавця [2]:

- формування корпоративної ідеології та культури компанії (варто враховувати, що за останнє десятиліття кількість тимчасового персоналу зростає і HR-командам потрібно вибудовувати загальну культуру з відчуттям приналежності до компанії всіх співробітників);
- створення додаткової цінності для співробітників (це формує особливу атмосферу в компанії, поєднує роботу і стиль життя, розширює можливості працівників);
- формування позитивного іміджу роботодавця у цільовій аудиторії (із врахуванням впливу корпоративного та продуктового брендів);
- розвиток комунікацій із потенційними працівниками, партнерами, акціонерами, суспільними організаціями тощо (при цьому варто враховувати швидкий розвиток технологій щодо пошуку і пропозиції роботи. На сьогодні близько 20 % усіх пошуків місця роботи здійснюються за допомогою мобільних пристроїв. Тому інвестиції в адаптивний дизайн і мобільний маркетинг повинні зростати);
- здійснення соціальних проектів;
- планування змін (зміна тенденцій у сфері зайнятості означає, що компанії повинні залишатися гнучкими і обізнаними про соціальне середовище, ніж будь-коли раніше).

Використання зазначених інструментів формування і розвитку бренду та врахування їх особливостей сприятиме створенню привабливого бренду роботодавця та зміцненню конкурентних переваг підприємства на ринку праці.

Література

1. Олярнык М. Рейтинг лучших работодателей / М. Олярнык, А. Юхименко // Новое время. — 2016. — №27. — С. 28–31.
2. Employer branding is more important today than ever before [Електронний ресурс] // nigelwright-group. — 2016. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.nigelwright.com/news-insights/news/employer-branding-is-more-important-today-than-ever-before/>.

Обнявко Александр Валентинович
Одесский национальный экономический
университет, Украина

Obniavko Oleksandr V.
Odessa national economic university, Ukraine

ВНУТРЕННИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОДХОДЫ И РЕШЕНИЯ

INTERNAL ECONOMIC MECHANISM OF ENTERPRISE: APPROACHES AND DECISIONS

Аннотация. Рассмотрены подходы к построению внутреннего экономического механизма предприятия. Указаны достоинства и недостатки этих подходов.

Ключевые слова: внутренний экономический механизм предприятия, расчетные чеки, внутренние цены, условная прибыль

Summary. The approaches to the construction of the internal economic mechanism of enterprise are considered. The advantages and disadvantages of these approaches are shown.

Keywords: internal economic mechanism of enterprise, settlement checks, internal prices, conditional profit

Большая часть исследователей в странах бывшего СССР при изучении проблем построения и функционирования внутреннего экономического механизма разделяет мысль о целесообразности внедрения рыночных отношений между подразделениями предприятия (использования предприятиями внутренних и трансфертных цен, осуществления внутренних расчетов с помощью расчетных чеков и т.д.) [1–4].

Это современный этап попыток создания внутреннего экономического механизма предприятия на основе использования рыночных отношений с помощью заимствования зарубежных методик управления без их объективной критической оценки.

Идеи применения трансфертных цен, расчетных чеков, использования для оценки работы подразделений показателей реализации, условной прибыли, рентабельности и других элементов рыночных отношений с самого начала неминуемо обречены на неудачу, поскольку принципиально они ничем не отличаются от тех концепций, которые не смогли заработать в СССР в прошлом, – в 20-х годах прошлого века и в период экономической реформы конца 60-х годов, а также в период попыток реформировать производственные предприятия в конце 70-х годов прошлого века.

Первый неудачный опыт внедрения рыночных отношений во внутривозвратном управлении был получен в условиях эксперимента, который начался в конце 20-х годов прошлого века на предприятиях СССР и в 1930 году был прекращен, когда производственным цехам выдавались внутривозвратные товарно-расчетные чеки, с помощью которых цеха оплачивали материальные ресурсы и изделия, полученные из предыдущих стадий технологического процесса, а за сданную на склад готовую продукцию цеха получали доход в виде тех же чеков (этот этап предлагают считать первым и определяют его временные рамки 1921–1931 годами [4, с. 29].

Вторая волна аналогичных попыток продажи деталей и узлов и другой продукции внутри предприятия по условно-расчетным ценам в период экономической реформы 1965–1970 годов также закончилась безрезультатно (этот этап предлагается считать вторым и определяют его временные рамки 1965–1978 годами) [4, с. 29].

Также предлагается выделять и третий период развития хозрасчетных отношений в период 1982–1991 годов, когда внедрялся арендный подряд и две модели хозрасчета, но и этот этап закончился без каких-либо позитивных результатов [4, с. 29].

Тем не менее, подход сторонников именно такой концепции развития внутреннего экономического механизма является преобладающим. Ими предлагается внедрение в расчеты между подразделениями чеков [3, с. 190–198], защищаются диссертационные работы, в которых отмечается, что «только сегодня, в рыночных условиях хозяйствования, стало возможным внедрение полноценных экономических отношений между подразделениями предприятия» [4, с. 60].

В то же время существует другая, гораздо более обоснованная точка зрения, сторонники которой убедительно утверждают, что рыночные отношения между внутренними подразделениями принципиально не могут работать, а показатели прибыли и рентабельности этих подразделений не характеризуют реальных результатов их работы.

Сторонники такой концепции справедливо считают, что предприятие как целостная система и его подразделения как отдельные составные части — это принципиально разные по целям, свойствам, возможностям, месту во внутрипроизводственном разделении труда системы [5–7].

В отличие от предприятия, целью которого является совокупный экономический результат в виде прибыли, цели производственных подразделений заключаются в том, чтобы:

1) выработать определенное количество качественной продукции в соответствии с договорами с покупателями;

2) достичь эту цель с привлечением оптимальных объемов всех видов ресурсов;

3) оптимизировать уровень расходов подразделений.

Эти объективные цели конкретизируются в трех группах показателей:

— первая — включает в себя показатели объема и качества продукции, работ, услуг;

— вторая — отображает величину материальных и трудовых ресурсов, которые выделяются подразделениям из общих ресурсов предприятия для получения соответствующих результатов деятельности и объединяет показатели основных средств, оборотных средств, численности персонала;

— третья — это расходы внутренних подразделений [5].

Поэтому дальнейшие исследования разных аспектов построения внутреннего экономического механизма должны осуществляться на системной основе, исходя из указанных объективных целей производственных подразделений, с целью избежать просчетов и ошибок, сделанных в прошлом.

Следует также уделить внимание проблемам взаимосвязи внутреннего экономического механизма и потенциала предприятия, вопросам существования экономических механизмов разного уровня и предметной ориентации в рамках предприятия, а также другим вопросам концептуального и практического значения, связанным с внутрифирменным управлением.

Литература

1. Бужимська К. О. Внутрішні ціни в системі управління структурними підрозділами підприємства / К. О. Бужимська // Вісник Житомирського державного технологічного університету (Серія «Економічні науки»). — Житомир: ЖДТУ, 2004. — № 4 (30). — 484 с.

2. Грещак М. Г. Внутрішній економічний механізм підприємства: навч. посіб. / [М. Г. Грещак, О. М. Гребешкова, О. С. Коцюба; за ред. М. Г. Грещака]. — К.: КНЕУ, 2001. — 228 с.

3. Іванюта П. В. Внутрішньогосподарський (управлінський) облік у виробничих підрозділах сільськогосподарських господарюючих суб'єктів: навч. посіб. / П. В. Іванюта, З. М. Лещенко. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 368 с.

4. Своробович Л. Н. Формирование мотивационной составляющей внутреннего экономического механизма предприятия: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.04 / Л. Н. Своробович. — Одесса: ОНЭУ, 2016. — 219 с.

5. Валуєв Б. І. Новий виток внутрішніх товарних відносин у промисловому підприємстві — хибність сучасної концепції / Б. І. Валуєв // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2005. — Вип. 19. — С. 40–44.

6. Белінська О. В. Головні напрямки посилення цільової орієнтації управління підприємствами / О. В. Белінська, І. Л. Шерер, Я. А. Хотенчук // Зб. наук. праць Одеського державного економічного університету. — Одеса: Принт Майстер, 1999. — Вип. 4. — С. 34–36.

7. Зернов Є. Л. Передвиробнича сфера діяльності підприємства як економічна та організаційна система / Є. Л. Зернов // Зб. наук. праць Одеського державного економічного університету. — Одеса: Принт Майстер, 1999. — Вип. 4. — С. 84–93.

УДК 657 (477)

Oleynik_yv@ukr.net

Олійник Яна Вікторівна,

д.е.н., професор кафедри бухгалтерського обліку ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Oliinik Yana V.,

PhD, Professor of Accounting
SHEE «MBK Vadym Hetman»
Ukraine

**ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ
ПОСТКРИЗОВОГО ЕКОНОМІЧНОГО
ЗРОСТАННЯ**

**INFORMATION ENSURING
THE MANAGEMENT ENTERPRISES IN
THE POST-CRISIS ECONOMIC GROWTH**

Анотація. Одним із провідних факторів прийняття управлінських рішень є облікова інформація.

Abstract. One of the main factors making management decisions are accounting information. In

ція. В сучасних умовах актуальним є проведення досліджень, спрямованих на впорядкування облікової інформації задля забезпечення управління достовірною, повною, надійною обліковою інформацією.

Ключові слова: управління підприємством, облікова інформація, система бухгалтерського обліку

modern terms relevant is research aimed at streamlining accounting information management to ensure accurate, complete, reliable accounting information.

Key words: management, accounting information, accounting system

В умовах постіндустріального суспільства найціннішим ресурсом є інформація. Робота з інформацією — її збір, накопичення, узагальнення, систематизація, оцінка та перерозподіл — забезпечує прийняття ефективних управлінських рішень. Різновидом економічної інформації являється облікова інформація, яка є основним видом інформаційного забезпечення управління. Специфічним засобом збору та передачі облікової інформації виступає система бухгалтерського обліку.

Система бухгалтерського обліку перебуває під впливом багатьох факторів. До них відносяться державний устрій, законодавство, фінансово-кредитна політика, податкова система, міжнародні події, стан економіки, внутрішня і зовнішня політика, розвиток технологій, діяльність професійних об'єднань у сфері бухгалтерського обліку, соціально-культурні фактори, система освіти.

У різні періоди розвитку суспільства вплив певних чинників на функціонування системи бухгалтерського обліку зростає. Так, сучасна політична та фінансова криза негативно вплинула на середовище, в якому функціонує національна система бухгалтерського обліку. Україна у рейтингу глобальної конкурентоспроможності Всесвітнього Економічного Форуму (ВЕФ) у 2015 р. серед 140 країн світу знаходиться на 79 позиції (спустилась з 76 місця (2014 р.) до 79 місця (2015 р.)).

Із року в рік в Україні стабільно на низькому рівні перебувають показники якості інституціонального середовища. Передусім через низькі показники розвиненості фінансового ринку, прозорості розробки урядом політичного курсу, ділової етики, прозорості проведення аудиту та звітності, захисту прав міноритарних акціонерів, ефективності корпоративного управління, ефективності законодавчої бази.

Наслідком цього є низький рівень довіри з боку користувачів облікової інформації та труднощі у прийнятті управлінських рішень. Протягом останніх років внаслідок впливу економічної кризи та репозиціонування політичного курсу України в бік перебудови зовнішньоекономічної політики на послідовну реалізацію євроінтеграційного вектору міжнародної інтеграції відбулося лише погіршення ситуації в економіці України.

За такої складної ситуації управління політичним, економічним та соціально-культурним розвитком суспільства та економічною діяльністю підприємств та організацій може бути ефективним за умови наявності достовірної, повної, надійної, зручної для сприйняття та оцінки облікової інформації. У даному контексті у процесі вирішення практичних проблем управління як на рівні держави, так й на рівні підприємства, особливого значення набувають питання проведення досліджень, спрямованих на впорядкування, систематизацію та інтерпретацію облікової інформації.

Продовження пошуку нових пізнавальних перспектив задля сприяння розвитку національної системи бухгалтерського обліку має забезпечити ефективне вирішення широкого кола питань не тільки стосовно ведення бухгалтерського обліку, складання звітності, але й надання зацікавленим користувачам достовірної, повної, надійної облікової інформації.

В цьому контексті актуальним є встановлення засобів впорядкування та удосконалення національної системи бухгалтерського обліку з урахуванням об'єктивних факторів, що визначають її національні особливості, та загальних основ економічної діяльності суб'єктів господарювання.

Це досягається через розгляд національної системи бухгалтерського обліку під впливом соціально-економічного середовища, в якому вона функціонує. Загальна увага такого дослідження спрямовується на питання інституціональних обмежень, інституціональних змін і розвитку інститутів у сфері бухгалтерського обліку. Це дає можливість встановити фактори, які впливають на систему бухгалтерського обліку, обґрунтувати шляхи вирішення проблемних аспектів інформаційного забезпечення управління підприємством і створити умови позитивного економічного зростання.

Пономарьова Юлія Ігорівна
аспірантка кафедри економіки підприємства
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Ponomarova Yuliya I.
graduate student of the Department
of Economics of the enterprise
KNEU «Kyiv National Economic University of
Vadym Hetman», Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА В НЕСТІЙКОМУ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

PECULIAR PROPERTIES OF ENTERPRISE DEVELOPMENT MANAGEMENT IN UNSTABLE BUSINESS ENVIRONMENT

Анотація. У тезах визначено особливості управління розвитком у нестійкому бізнес-середовищі, представлено механізм розвитку підприємства в нестійких умовах, представлено типи управління в кризових умовах.

Ключові слова: розвиток підприємства, управління розвитком, антикризове управління, нестійке бізнес-середовище

Summary. In the theses identified the peculiar properties of enterprise development management in unstable business environment, submitted the mechanism of enterprise development and submitted the types of management in crisis situations.

Key words: enterprise development, development management, crisis management, unstable business environment

Сучасна економіка характеризується нестабільністю, тому для того, щоб відповідати вимогам споживачів, успішно конкурувати на ринку, адаптуватися до змін зовнішнього середовища підприємства повинні безперервно адаптувати свою діяльність до нестійкого бізнес-середовища. Підприємства не просто пристосовуються до змін та загроз нестійкого бізнес-середовища, а випереджають такі зміни шляхом пошуку нових стратегій і нестандартних рішень. Останні дозволяють підприємствам виживати і розвиватись у нестійкому бізнес-середовищі.

Управління розвитком підприємств в нестійкому бізнес-середовищі — це керований процес, штучна зміна еволюційного вектора розвитку підприємства для досягнення місії і цілей системи.

Управління розвитком підприємств у нестійкому бізнес-середовищі передбачає формування адекватного умовам, що стохастично змінюються, рівня конкурентоздатності і забезпечення тривалої присутності підприємства в економічному просторі як національної, так і світової економіки.

Можливість цілеспрямованого розвитку підприємства в нестійких умовах бізнес-середовища забезпечується за рахунок механізму управління розвитком підприємства.

Такий механізм складається з певних елементів (рис. 1).

У рамках процесу управління розвитком підприємства виконуються дві комплексні задачі:

1) усунення диспропорцій, що виникають у відхиленнях від запланованої поведінки підприємства в просторі і часі, тому що бізнес-середовище — нестійке;

2) створення диспропорцій (протиріч) як джерел подальшого поступального розвитку підприємства.

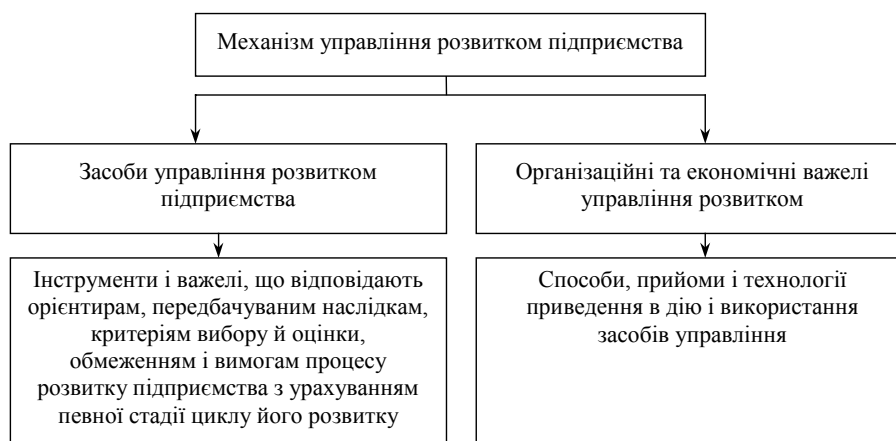


Рис. 1. Механізм управління розвитком підприємства в нестійкому бізнес-середовищі

Джерело: складено автором.

Відтак, управління розвитком підприємств у нестійкому бізнес-середовищі потребує створення ефективної системи такого управління.

В умовах нестійкого бізнес-середовища перед керівництвом постає завдання не тільки зберегти підприємство від збитків, а й знайти шляхи примноження доходів підприємства та виходу на новий рівень. Адже кризовий період штовхає керівництво на активний пошук нових стратегічних рішень.

Виділяються три типи управління в умовах кризи.

1. Do-it-Yourself Crisis Management (самодіяльне антикризове управління) є до сих пір найпоширенішим типом управління розвитком підприємствами в умовах криз. Цей тип управління полягає в тому, що керівник підприємства своїми силами робить спробу впоратись з кризовою ситуацією, не маючи при цьому необхідного фахівця в штаті та не маючи попереднього досвіду та навичок управління підприємством в умовах кризи. На практиці багатьох підприємств є блискучі випадки успішного самодіяльного антикризового управління.

2. Turnaround Consulting (кризовий консалтинг). Такий тип антикризового управління застосовується у випадках, коли власники підприємства або керівництво усвідомлює, що своїми силами не в змозі ні оцінити негативний вплив кризи, ні протистояти йому. В таких випадках керівництво звертається за послугами до антикризового консалтингу. Історично кризовий консалтинг — другий тип антикризового управління розвитком підприємства. Зміст даного напрямку в міжнародній практиці, як правило, полягає в проведенні цілого комплексу заходів і включає в себе проведення експертної оцінки стану підприємства (експрес-аналізу), розробку першочергових заходів щодо стабілізації діяльності підприємства, діагностику його стану, а також вибір шляхів подальшого розвитку підприємства з урахування плану антикризових заходів. Далі здійснюється презентація розробленого плану розвитку власникам підприємства, його коригування, затвердження і контроль його реалізації.

3. Crisis Manager (антикризове управління розвитком підприємства під керівництвом запрошеного кризового менеджера), яке застосовується у випадках, коли власник підприємства усвідомлює наявність у підприємства проблем і вважає, що існуюче керівництво з цими проблемами не впорається та для забезпечення подальшого розвитку підприємства в період нестабільності зовнішнього середовища запрошується людина, яка має репутацію ефективного антикризового менеджера. В такому випадку винагорода антикризового менеджера найчастіше виплачується в разі наявного розвитку як частка приросту доходу підприємства, тому може бути дуже великою.

У світовій практиці існує багато прикладів успішного управління розвитком підприємств у нестійкому середовищі, тому при прийнятті рішення про впровадження того чи того підходу до управління необхідно ґрунтовно підготувати підприємство до впровадження обраної управлінської технології з тим, щоб заздалегідь виявити «проблемні зони» і розробити систему дій щодо їх подолання.

Література

1. Кононова І. В. Аналіз підходів до управління підприємством у сучасних умовах / І.В. Кононова // Стратегії розвитку підприємства в умовах ринкової економіки. — Режим доступу: [file:///C:/Users/Andriy/Downloads/Prom_2013_1_31_%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Andriy/Downloads/Prom_2013_1_31_%20(1).pdf)
2. Мескон М. Х. Основи менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. — М.: Дело, 1994. — 680 с.
3. Раєвська О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі / О. В. Раєвська. — Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. — 496 с.
4. Радянський енциклопедичний словник [Текст] / під ред. А. М. Прохорова. — М. : Радянська енциклопедія, 1980. — 1600 с

УДК 338

s_poznyak@bigmir.net

Позняк Сергій Володимирович

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

Serhii Pozniak

Ph.D in economic sciences, Associate Professor, Associate Professor, Vadym Hetman Kyiv National Economic University, Kyiv

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

FEATURES OF THE FORMATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE INTERNATIONAL MARKET

Проаналізовано сутність міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств. Представ-

The essence of international competitiveness of Ukrainian enterprises. Presented by Ukraine's rating

лено рейтинг України за індексом глобальної конкурентоспроможності та динаміку змін її позицій.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги підприємства, індекс глобальної конкурентоспроможності.

on the index of global competitiveness and the dynamics change its position.

Keywords: international competitiveness, competitive advantages of the company, index of global competitiveness.

Успішне функціонування підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках, а також перспектива їх подальшого розвитку залежать від багатьох чинників, одним із яких є конкурентні переваги. Конкурентні переваги підприємства, з точки зору його виходу, закріплення та перспективного розвитку на міжнародних ринках зумовлюється, насамперед, конкурентоспроможністю. Так, М. Портер вважає, що конкурентоспроможність підприємства — це порівняльна перевага по відношенню до інших фірм, здатність суб'єкта ринкових відносин бути на ринку на одному рівні з наявними там аналогічними конкуруючими суб'єктами [2]. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства є об'єктом управління та передбачає вирішення широкого спектра питань — від техніко-економічних до соціальних, від досить відомих до нових, які потребують дослідження.

Підтримка високої міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств означає, що всі ресурси підприємства використовуються настільки продуктивно, що воно стає прибутковішим, ніж його міжнародні конкуренти. Це одночасно передбачає, що підприємство займає стабільне місце на міжнародному ринку товарів і послуг, а його продукція користується постійним попитом у іноземних споживачів. Але такий стан не є незмінним. І тому рано чи пізно приходить стан занепаду діяльності. І щоб цього не допустити, керівництву українських підприємств необхідно приділяти більше уваги політиці господарювання, своєчасно відслідковувати зміни на міжнародних ринках, проводити відповідні перетворення у системі виробництва та реалізації товарів. Визначальним чинником міжнародної конкурентоспроможності національних підприємств є наявність умов для формування їх стійких конкурентних переваг у рейтингу світової конкурентоспроможності компаній.

Відповідно до опублікованого дослідження Всесвітнього економічного форуму, Україна за Індексом глобальної конкурентоспроможності 2015—2016 рр. посіла 79-е місце серед 140 країн світу, втративши за рік три позиції (у попередньому рейтингу займала 76-у позицію) (рис. 1).

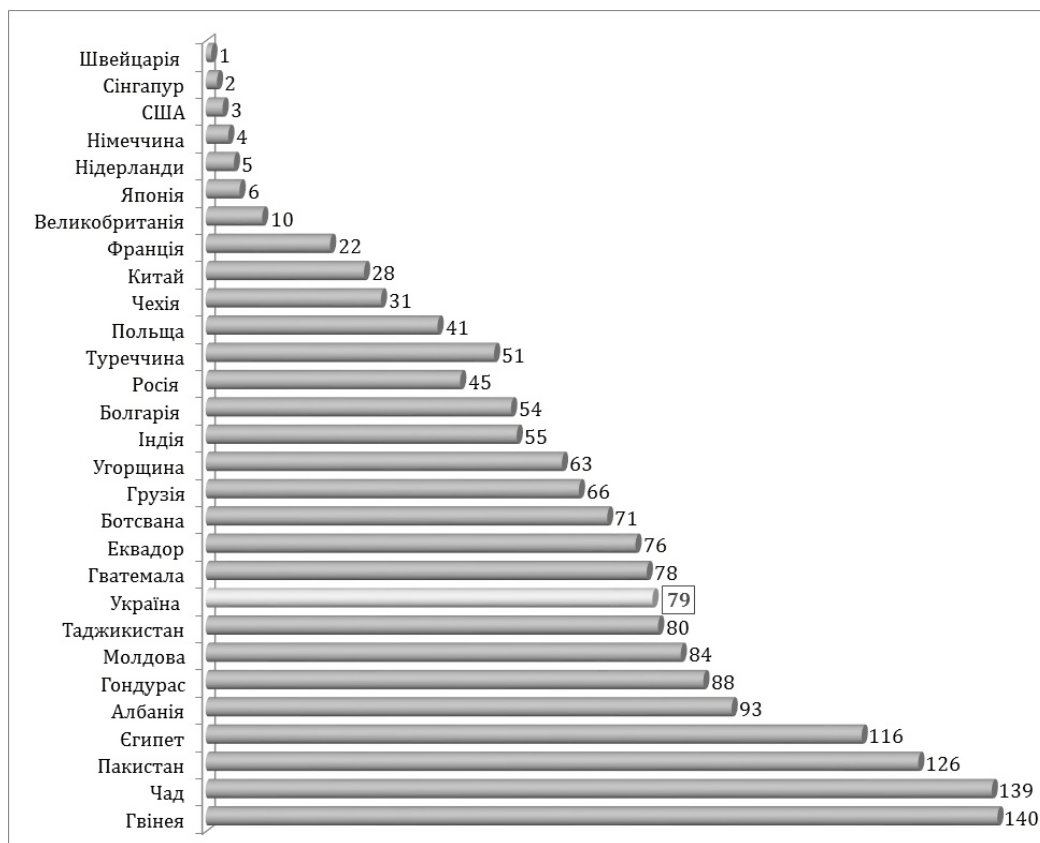


Рис. 1. Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) [1]

Уже багато років поспіль рейтинг очолюють Швейцарія та Сінгапур. У цього річного дослідженні до десятки найконкурентоспроможніших також увійшли США, Німеччина, Нідерланди, Японія, Гонконг, Фінляндія, Швеція, та Великобританія.

Україна в рейтингу за індексом глобальної конкурентоспроможності за останні п'ять років то поліпшувала, то втрачала свої позиції (табл. 1).

Таблиця 1

**ДИНАМІКА ЗМІН ПОЗИЦІЙ УКРАЇНИ В РЕЙТИНГУ ЗА ІНДЕКСОМ
ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Роки	2010-2011 (з 139 країн)	2011-2012 (з 142 країн)	2012-2013 (з 144 країн)	2013-2014 (з 148 країн)	2014-2015 (з 144 країн)	2015-2016 (з 140 країн)
Позиція в рейтингу	89	82	73	84	76	79

Найпроблемнішими факторами для ведення бізнесу у нашій країні є: корупція, ускладнений доступ до фінансів, інфляція, політична нестабільність, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, регулювання валютного ринку, обмежувальне регулювання ринку праці, недостатня здатність до інновацій, невідповідна якість інфраструктури, злочинність та крадіжки, низька якість охорони здоров'я, недостатня освіченість та погана етика робочої сили.

Література

1. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2015-2016 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analytika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-0>

2. *Портер М.* Конкурентное преимущество [Текст]: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. Е. Калинина. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005 (ОАО Можайский полигр. комб.). — 715 с.

УДК: 65.016.1(075.8)

sabadyreva_antonina@mail.ru

Сабади́рєва Анто́ніна Леоні́дівна,
к.е.н., доцент,
Одеський національний
економічний університет, Україна

Sabadyreva Antonina L.,
c.e.s. lecturer,
Odessa National Economic University,
Ukraine

**МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ
КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ
ПІДПРИЄМСТВА**

**MODELING AND EVALUATION
CAPITALIZATION OF POTENTIAL
ENTERPRISE**

Анотація. Представлено бачення інтегрованої моделі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. Запропоновано нарощування власних коштів у ринкових умовах.

Ключові слова: підприємство, потенціал, капіталізація.

Abstract. Is represented the vision of integrated evaluating model capitalization potential of the enterprise. Is proposed increase of own funds in market conditions.

Keywords: enterprise, potential, capitalization.

Розглянуто авторське бачення моделі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства у процесі нарощування власного капіталу в стратегії капіталізації потенціалу суб'єкта господарювання. При вивченні моделі використовується інтеграційний підхід, що ґрунтується на принципі інтеграції, показує цілісність системи процесів у розрізі механізмів оцінювання капіталізації потенціалу підприємства. Модель оцінювання капіталізації потенціалу підприємства являє собою інтегровану модель, що має теоретико-аналітичний і прикладний аспект.

В інтегрованій моделі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства діє *оціночний механізм* перетворення руху потенціалу і вирішуються завдання економічного аналізу в сфері стратегічної поведінки в ринковій економіці. Цей механізм включає певні розрахункові алгоритми і програмне забезпечення на комп'ютері користувача для оцінювання: а) структурних елементів потенціалу підприємства; б) вартості потенціалу підприємства; в) планового рівня потенціалу підприємства; г) коефіцієнтів капіталізації; д) впливу чинників економічної ефективності на потенціал підприємства. В оціночному механізмі визначається *методичний інструментарій оцінювання* капіталізації потенціалу в управлінському процесі підприємства.

Інтегрована модель оцінювання капіталізації потенціалу підприємства має *організаційно-методичний механізм* перетворення руху потенціалу, який демонструє її прикладний аспект в задачі оптимізації потенціалу за умов ринку. Вирішення цієї задачі представляється як оптимальний потенціал підприємства, що змінюється залежно від обмежень, які викликані обмеженістю ресурсів в стратегіях розвитку. Модель з цієї точки зору має цільову функцію [1, с. 100] та дозволяє отримати індикатори оптимального потенціалу. У результаті задачі виникає *економічний ефект*, який переконливо збільшує власні кошти суб'єкта господарювання.

В інтегрованій моделі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства здійснюється прогноз у сценаріях розвитку, які перетворюють рух потенціалу у *дослідницькому механізмі* оцінювання капіталізації та презентують прикладний аспект дослідження стратегічної перспективи розвитку. Моделлю, що враховує при здійсненні прогнозу, як трендові, так і сезонну, а також випадкову складові є модель Arima пакета Statistica. Arima — це авторегресійна інтегрована модель ковзної середньої. У пакеті Statistica можна вибирати кращі рівні автокореляції, інтегрованості і ковзної середньої, отримавши найкращу модель [2, с. 102]. Прогноз дає можливість визначити тенденції руху потенціалу в дослідницькому механізмі оцінювання капіталізації потенціалу підприємства; вивчити негативні сценарії розвитку з метою їх запобігання; забезпечити отримання *економічного ефекту* в позитивних сценаріях розвитку потенціалу підприємства.

За допомогою *програмно-цільового механізму* оцінювання вирішується задача стратегічного управління капіталізацією потенціалу підприємства. Такий механізм забезпечує цільове оцінювання капіталізації потенціалу підприємства; призначається для програми розвитку потенціалу в інтегрованій моделі по критерію максимальний прибуток. Досягнення ефекту в програмі потенціалу підприємства демонструє оптимальний розподіл сукупних можливостей ресурсів у вигляді оптимального потенціалу [3, с. 303]. Максимальний прибуток у програмі розвитку потенціалу підприємства висвітлює *економічний ефект* з урахуванням обмеження наявних ресурсів.

Інтегрована модель оцінювання капіталізації потенціалу підприємства на основі інтеграційного підходу використовує методичний інструментарій, задачу оптимізації, модель прогнозування, задачу оптимального розподілу потенціалу підприємства. Інтегрована модель має комп'ютерну інтерпретацію оцінювання капіталізації потенціалу підприємства, представлену в *механізмі моделювання*, який характеризує дію оціночного, організаційно-методичного, дослідницького, програмно-цільового механізму. Економічний ефект, який виникає в результаті дії механізму моделювання, демонструє *сукупний економічний ефект* в стратегії капіталізації потенціалу підприємства.

Література

1. Розробка стратегії ефективного використання потенціалу підприємства переробної галузі: Звіт про науково-дослідну роботу (№ 0113U008155) / А. Л. Сабадирьова, Д. Е. Салавеліс, Т. С. Корольова. — Одеса: ОНЕУ, 2013. — 173 с.
2. Оцінка конкурентоспроможності підприємства переробної галузі і розробка рекомендацій щодо її підвищення: Звіт про науково-дослідну роботу (№ 0113U008156) / А. Л. Сабадирьова, Д. Е. Салавеліс, Т. В. Павлова. — Одеса: ОНЕУ, 2013. — 170 с.
3. Сабадирьова А. Л. Програма розвитку потенціалу підприємства неоекономіки [Електронний ресурс] / А. Л. Сабадирьова, В. М. Шинкаренко // Збірник V Міжнародної науково-практичної конференції. Київ. КНЕУ. — 2014. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/6770/1/Sabadyreva.pdf>

Швидка Оксана Полікарпівна,
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Shvydka Oksana P.,
PhD, Associate Professor, Department of business
economics, SHEI «Kyiv National Economic
University after named Vadym Hetman», Ukraine

АУТСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ КОМПАНІЇ

OUTSOURCING AS A TOOL TO ENSURE THE EFFECTIVENESS OF THE BUSINESS MODEL OF THE COMPANY

Анотація. Визначено суть і види аутсорсингу на підприємстві. Обґрунтовано особливості використання аутсорсингу для розвитку та підвищення ефективності бізнес-моделі компанії.

Ключові слова: аутсорсинг, офшоринг, бізнес, бізнес-модель, ефективність бізнесу.

Summary. We determined the nature and types of outsourcing in the enterprise. It justifies features of use of outsourcing for development and efficiency of the business model of the company.

Key words: outsourcing, offshoring, business, business model, business performance.

У сучасних динамічних умовах функціонування кількість компаній, які успішно створюють та утримують цінність, з кожним роком зменшується. Останні дослідження діяльності сучасних компаній свідчать, що тільки одна фірма з десяти досягає стійкого зростання, яке приносить дохід. Існує одна риса, що вирізняє переможців серед інших: вони часто залучають ресурси у креативніший спосіб, ніж їх конкуренти. Одним з таких методів залучення є аутсорсинг.

Майже третина компаній використовують аутсорсинг не тільки для того, щоб перебудувати певні внутрішні процеси, але й для поліпшення ключових можливостей бізнесу.

Аутсорсинг — це цілеспрямоване виділення окремих бізнес процесів і передача їх реалізації на договірній основі іншим організаціям, що спеціалізуються у конкретній області й мають відповідний досвід, знання, технічні засоби [4]. Основними ознаками аутсорсингу є довготривалі ділові зв'язки на основі контрактних договорів між підприємством і аутсорсером (для аутсорсера передана функція є основним видом діяльності).

Розвиток аутсорсингу призвів до його розподілу на офшорний та оншорний, що базується на місцезнаходженні аутсорсера.

Офшорний аутсорсинг — це аутсорсинг за участі аутсорсингових компаній за межами країни-замовника. При цьому продукт чи послуга не буде продаватися в межах країни аутсорсера, а лише на території замовника.

Оншорний аутсорсинг передбачає локалізацію в межах однієї географічної території замовника, аутсорсера та споживача.

Аутсорсинг і офшоринг починали своє існування як засоби зменшення витрат, проте компанії, які створювали справжню сталу цінність, постійно використовували їх для глобальніших стратегічних цілей — набуття можливостей, яких вони не мають, або зміцнення переваг, які вже є у наявності. Дослідження показують, що 85 % компаній-лідерів широко використовують аутсорсинг для досягнення стратегічних цілей, від залучення професіоналів світового рівня до швидшого впровадження на ринку нових продуктів та інновацій у бізнес-моделі. Іншими словами, сьогодні мета аутсорсингу полягає не лише у зменшенні витрат підприємства.

Компанії-лідери використовують аутсорсинг для здобуття п'яти стратегічних переваг:

- ✓ використання професіоналів на глобальному рівні;
- ✓ створення партнерства, яке сформує цінність і зменшить ризики;
- ✓ захоплення нових можливостей локального ринку;
- ✓ швидше проникнення на ринок і прискорення інновацій;
- ✓ руйнування традиційних бізнес-моделей.

Існують аутсорсингові моделі, офшорні локації та шляхи продажу, яких не існувало раніше, і які дозволяють компаніям бути гнучкими у сучасних умовах ведення бізнесу. Досвід показує, що компанія не отримує більше ніж принаймні 25 % зі своїх інвестицій у аутсорсинг, їй варто уважно та старанно переглянути поточні програми перед тим, як рухатися до нових проєктів. Досвідчені практики повинні підтримувати статус-кво. Навіть найуспішніші компанії повинні регулярно та комплексно переглядати свої стратегії та програми. Наприклад, багато компаній у сфері фінансових послуг, галузі з довгою історією аутсорсингу, переоцінили свої програми в масштабах глобального економічного спаду, бо відносні пере-

ваги від володіння офшорними центрами знизилися та, навіть, ведучі фірми, розпродали деякі з них.

У деяких сферах діяльності досвідчені гравці використали аутсоринг для зміни стану справ у всій галузі. Іноді вони навіть організовують внутрішній інститут для встановлення партнерських відносин та передачі досвіду одного проекту до іншого [5].

У сучасному невизначеному бізнес-кліматі стратегічний погляд на аутсорсинг уже не є лише одним з варіантів зміни бізнес-моделі, це суворі необхідність, якщо компанія має за ціль бути конкурентоспроможною. На українському ринку процес використання аутсорсингу відбувається не так швидко як у інших країнах, однак із загостренням конкуренції на споживчому ринку все більше підприємств визнають його переваги і доцільність використання.

Література

1. Бравар Ж., Морган Р. Эффективный аутсорсинг: Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / В.А. Денисов (пер.с англ.). — Д. : Баланс Бизнес Букс, 2007 .
2. Календжян С.О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний — М. : Дело, 2003.
3. Коток М.В. Аутсорсинг логістичних функцій торговельних підприємств / М.В. Коток // Товари і ринки. — 2011. — № 2. — С. 36-45.
4. Шимко О.В. Аутсорсинг як інструмент забезпечення ефективної діяльності підприємства. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/8_NIT_2008/Tethis/Economics/27840.doc.htm
5. Michael Heric and Bhanu Singh. Outsourcing Can Do Much More Than Just Cut Costs. — 2010. Режим доступу: <http://www.forbes.com/2010/06/15/outsourcing-capability-sourcing-leadership-managing-bain.html>
6. В. В. Красношапка, І. І. Трохимець. Аутсорсинг та його застосування на підприємствах України. — Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». — 2015. — №5. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4097>

УДК (622.012:658.155):621.3-027.325

Темченко Олександр Анатолійович

д-р тех. наук, професор,
в.о. завідувача кафедри економіки та стратегії
підприємств, Криворізький економічний інститут
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

temaa72@mail.ru

Temchenko Oleksandr A.

Doctor of Sciences (Engineering), Professor,
Acting Head of Economics
and Enterprise Strategy Department,
Kryvyi Rih Economic Institute,
SHEI «Kyiv National Economic University named
after Vadym Hetman», Ukraine

ПЕРСПЕКТИВИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ГІРНИЧОРУДНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ДІЯЛЬНОСТІ

SUSTAINABLE DEVELOPMENT PROSPECTS OF UKRAINIAN MINING ENTERPRISES IN TERMS OF INCREASING THEIR ENERGY EFFICIENCY

Анотація. Розглянуто необхідність підвищення енергоефективності сучасних гірничорудних підприємств з підземним способом розробки залізорудних родовищ. Запропоновано здійснювати прогнозування впливу конструктивних елементів і геометричних параметрів систем розробки при випуску і доставці залізної руди на надійність основних технологічних процесів з використанням інтелектуальних інформаційних систем для підвищення енергоефективності при подальшому застосуванні підземних гірничих робіт на глибоких горизонтах (понад 1500 м) шахт Кривбасу.

Ключові слова: гірничорудні підприємства, енергоефективність, енергоресурси, стійкий розвиток.

Abstract. The article deals with the issue of increasing the energy efficiency of modern underground mining enterprises. It is suggested to predict the impact of structural elements and geometric parameters of mining systems for iron ore drawing and haulage on the main technical processes reliability while using intellectual information systems to increase energy efficiency in further underground mining at deep horizons (more than 1500m) of Kryvyi Rih mines.

Key words: mining enterprises, energy efficiency, energy sources, sustainable development

Сучасні тенденції збільшення споживання енергоресурсів призводять до вражаючих негативних наслідків з одночасним ускладненням екологічного навантаження в світі. Зокрема, щорічно на поверхню землі доставляють 125 млрд т гірських порід, споживається 10 млрд т умовного палива, в атмосферу викидається 270 млн т пилу, 140 млн т двоокису сірки, 70 млн т токсичних газів. Разом з тим, виконані дослідження показують, що незважаючи на певні досягнення в області енергозбереження в теперішній час є значний нереалізований потенціал управління енергетичними ресурсами, у тому числі при подальшому використанні підземних

гірничих робіт на значних глибинах у залізорудних шахтах і рудниках (понад 1500 м), а також підвищення енергоефективності на сучасних гірничорудних підприємствах [1—3].

Тому, в умовах зростаючого дефіциту енергоресурсів вирішення проблеми підвищення економічного потенціалу України можливо шляхом розробки і широкого впровадження енергозберігаючих технологій із застосуванням інтелектуальних інформаційних систем. Особливо це стосується гірничодобувних підприємств з підземною розробкою родовищ корисних копалин. Технологічні процеси видобутку залізорудної сировини підземним способом (насамперед, проведення буро-вибухових робіт (БВР) з отриманням оптимального куска руди, проходження і облаштування стовбурів, підготовчі, нарізні та очисні роботи, вентиляція та водовідведення з шахт тощо) є одними із найенергоємніших у гірничому виробництві при застосуванні певних систем розробки родовищ.

Визначальними факторами низької енергоефективності на гірничорудних підприємствах України в теперішній час є:

а) недостатній контроль над процесом споживання енергетичних ресурсів, а саме: облік витрат енергоресурсів не враховує всі їх види, що не дозволяє скласти інструментальні баланси енергоспоживання; при цьому такий облік зазвичай не інтегровано з показниками, що характеризують обсяги гірничого виробництва; режими управління енергоспоживаючим устаткуванням на окремих технологічних процесах видобутку руди не забезпечують мінімізації витрат енергоресурсів;

б) планування, оперативне управління та звітність за витрати енергетичних ресурсів практично не враховують фактично виконаних обсягів гірничого виробництва та умов технологічного процесу, що змінюється за звітний період;

в) управління енергоресурсами на гірничих підприємствах з підземним способом видобутку руди в недостатньому ступеню використовує як технічні (коефіцієнт корисної дії, коефіцієнт потужності, коефіцієнт завантаження спеціалізованого обладнання), так і управлінські (організація, мотивація, інформаційне, маркетингове, інвестиційне забезпечення) чинники. При цьому майже не проводиться якісний енергоаудит поточної оцінки стану управління енергоресурсами;

г) основні засоби, і власне технологічні процеси шахт і рудників характеризуються високою енергоємністю, а з урахуванням значного спрацювання гірничого устаткування (до 70 % і більше) занадто витратні з точки зору енергоефективності;

д) недостатнє інвестування енергоефективності, що не дозволяє широко впроваджувати на підземних гірничих роботах енергозберігаючі заходи;

е) програми підвищення енергоефективності на гірничих підприємствах недостатньо враховують сучасні концепції управління енергоресурсами, що повинні базуватися на положеннях і методах енергетичного менеджменту, без відповідного техніко-економічного обґрунтування. Разом з тим, у сучасному енергоменеджменті питання енергоефективності повинні розглядатися в контексті енергетичної політики підприємства не тільки з технічних і технологічних позицій, але і з точки зору організаційних, мотиваційних, інформаційних, маркетингових та інвестиційних аспектів для прийняття персоналом дієвих управлінських рішень щодо забезпечення процесу ефективного споживання енергоресурсів.

Виходячи із зазначеного, рівень енерговитрат на підземних гірничих роботах (електроенергії, енергії буро-вибухових робіт, стислого повітря, технічної води, теплової енергії при обігріву стовбурів взимку) обумовлюється, насамперед, властивостями гірських порід, технологічними можливостями застосовуваного устаткування і організацією гірничого виробництва. Тому проблему енергозбереження необхідно вирішувати з використанням сучасних інтелектуальних інформаційних систем, розглядаючи основні технологічні процеси видобутку і переробки залізної руди в єдиній організаційній сукупності. Тільки у цьому випадку можна визначити основні напрямки удосконалення виробництва шляхом розробки і вибору технологічних рішень щодо впровадження програм підвищення енергоефективності підземних гірничих робіт у складних умовах економічної нестабільності та невизначеності цінних характеристик вітчизняної продукції на ринках залізорудної сировини.

Для вирішення вказаної проблеми необхідно встановити об'єктивні закономірності та взаємозв'язки між параметрами підземних виробок, послідовністю їх формування, технологічними процесами гірничих робіт з позиції підвищення їх енергоефективності, екологічної безпеки та економічної доцільності видобутку корисних копалин із надр на глибоких горизонтах шахт і рудників у складних гірничо-геологічних умовах. Зазначений підхід дозволить визначити вплив конструктивних елементів і геометричних параметрів систем розробки при випуску і доставці залізної руди на надійність основних технологічних комплексів і процесів з використанням можливостей інтелектуальних інформаційних систем для підвищення енер-

гоефективності (зокрема, шляхом впровадження заходів з енергозбереження електроенергії, стислого повітря та інших допоміжних ресурсів, поліпшення використання енергії вибухових речовин для отримання оптимального діаметра куска руди і відповідно зниження витрат на додаткове дроблення негабариту) при подальшому застосуванні підземних гірничих робіт на глибоких горизонтах (понад 1500 м) шахт Кривбасу.

Таким чином, подальша стабільна діяльність вітчизняних гірничорудних підприємств і забезпечення надійності функціонування основних технологічних комплексів гірничого виробництва з урахуванням необхідності підвищення енергоефективності підземних гірничих робіт, і перш за все, їх технологічних процесів у складних гірничо-геологічних умовах, при збереженні тенденцій невизначеності щодо перспектив та економічної нестабільності на ринку залізорудної сировини залежить від:

- можливості економічно обґрунтованого створення підземних рудників багатофункціонального призначення з використанням сучасної енергозберігаючої гірничої техніки і устаткуванням, що забезпечують раціональне використання і своєчасне відтворення георесурсу надр різного призначення з одночасним зниженням енергоємності гірничого виробництва у відповідності до вимог міжнародного стандарту ISO 50001: 2011 — «Система енергетичного менеджменту»;

- невідкладної розробки ресурсо- та енергозберігаючих технологій реконструкції підземних рудників, спрямованих на збереження і розвиток їх виробничого потенціалу в нових складних макроекономічних і екологічних умовах та мінливості цінових характеристик вітчизняної продукції на ринках мінеральної сировини;

- наукового обґрунтування комплексної стратегії збалансованого функціонування і розвитку вітчизняної гірничорудної і машинобудівних галузей гірничо-збагачувального і гірничо-металургійного комплексів.

Таким чином, запропонований підхід щодо розробки довгострокових і поточних програм стійкого розвитку вітчизняних гірничорудних підприємств у контексті підвищення енергоефективності дозволить посилити їх конкурентні позиції у найближчій перспективі з урахуванням ключових факторів забезпечення стабільного функціонування (рис. 1), навіть за умови збереження негативних тенденцій на ринку залізорудної сировини, а також обумовить швидке впровадження культури сталого розвитку в реальних практичних ситуаціях гірничого виробництва у відповідності до сучасних вимог міжнародних стандартів найвищого рівня BS серії 8900:2006; BS 8901:2007 «Управління сталим розвитком».

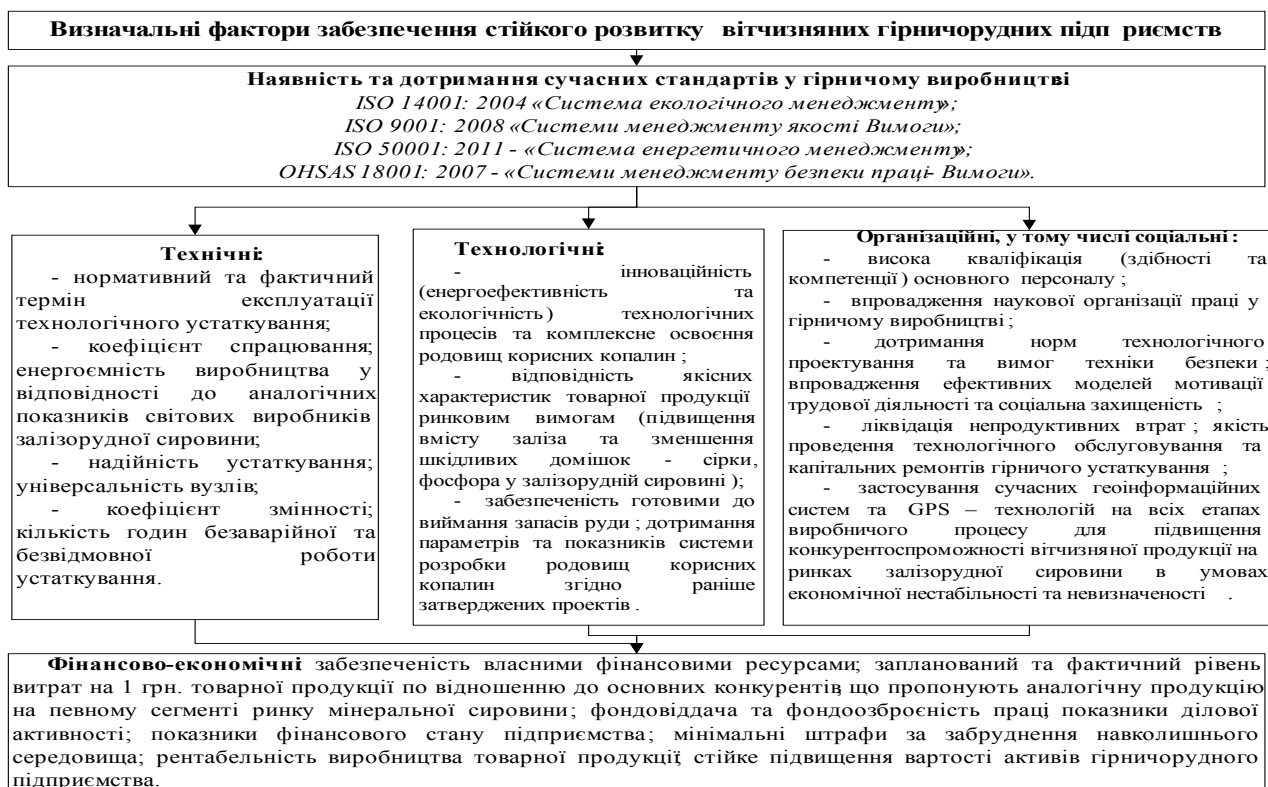


Рис. 1. Фактори забезпечення подальшого ефективного функціонування гірничорудних підприємств з видобутку залізної руди за складних умов господарювання (складено автором)

Література

1. Ляхомский А.В. Управление энергетическими ресурсами горных предприятий / А.В. Ляхомский, Г.И. Бабокин. — М.: Горная книга, 2011. — 232 с.
2. Троицкий-Марков Т.Е. Принципы построения системы мониторинга энергоэффективности. / Т.Е. Троицкий-Марков, Д.В. Сенновский // Мониторинг. Наука и безопасность. — 2011. — Т. 4. — С. 34—39.
3. Новиков В.В. Интеллектуальные измерения на службе энергосбережения / В.В. Новиков // Энергоэксперт. — 2011. — № 3. — С. 68—70.

УДК 658.1:663.4

mteplyuk@gmail.com

Теплюк Марія Анатоліївна
аспірантка кафедри економіки підприємств ДВНЗ
«КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Tepliuk Mariia A.
graduate student of department of business
economics SHEE «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman, Ukraine

КЛЮЧОВІ ІНДИКАТОРИ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПИВОВАРНОЇ ПРОМИСЛОВOSTІ УКРАЇНИ

KEY DEVELOPMENT INDICATORS OF THE BREWING INDUSTRY IN UKRAINE

Анотація. Розглянуто ключові індикатори збалансованої системи показників. Визначено напрями стратегічного розвитку діяльності пивоварної промисловості

Ключові слова: індикатор, стейкхолдер, стратегія розвитку.

Summary. The thesis deals with key indicators of BSC. The thesis is a great help in determining strategy of the development in the brewing industry.

Key words: indicator, stakeholder, strategy of the development.

Для сучасних умов господарювання пивоварних підприємств України характерним є: динамічність ринкового середовища, загострення конкуренції та прогресуюча ресурсообмеженість. З метою впровадження сучасної концепції управління, необхідно визначити ціннісні пріоритети, як орієнтир для стратегічного розвитку підприємства. Тому, в процесі цілепокладання, доцільним є формування системи ключових показників діяльності, на основі якісних і кількісних характеристик.

Сучасна економічна наука, акцентує увагу на оцінювання ефективності діяльності на основі ключових індикаторів у розрізі збалансованої системи показників (BSC). В основу класичної BSC покладено такі індикатори:

- ✓ фінансові індикатори, які характеризують кінцеву ефективність діяльності організації;
- ✓ ринкові індикатори, які характеризують взаємовідносини організації з клієнтами і постачальниками;
- ✓ індикатори внутрішніх і зовнішніх бізнес-процесів, які характеризують операційну досконалість організації;
- ✓ індикатори навчання та розвитку, які показують рівень інтелектуалізації персоналу [4, с. 279—285].

За умов динамічних змін у ринковому середовищі, з врахуванням особливості галузі функціонування та мінливості пріоритетів стейкхолдерів, на нашу думку, для пивоварної промисловості необхідно додати уточнюючі елементи, а саме:

- ✓ індикатори управлінського капіталу, які характеризують перспективність, інвестиційну привабливість, конкурентоспроможність, перспективи розвитку та ефективність діяльності підприємства в цілому за рахунок досвіду менеджерів;
- ✓ індикатори споживчого капіталу, які характеризують взаємовідносини підприємства з клієнтами та постачальниками, ефективність управлінських зв'язків між ними;
- ✓ індикатори технологічної складової, які характеризують ступінь оновлення техніко-технологічного процесу, формування інноваційного продукту на основі рецептурних змін;
- ✓ індикатори компетенції, інформаційного забезпечення та захищеності, які визначають рівень компетентності керуючої підсистеми, адаптованість до змін конкурентного середовища та інформаційну базу.

Тобто, наголос необхідно роботи на адаптацію системи показників до специфічних характеристик і ринкових реалій ведення бізнесу, враховуючи стратегічну візію досліджуваного суб'єкта господарювання та інтересів стейкхолдерів (рис. 1).

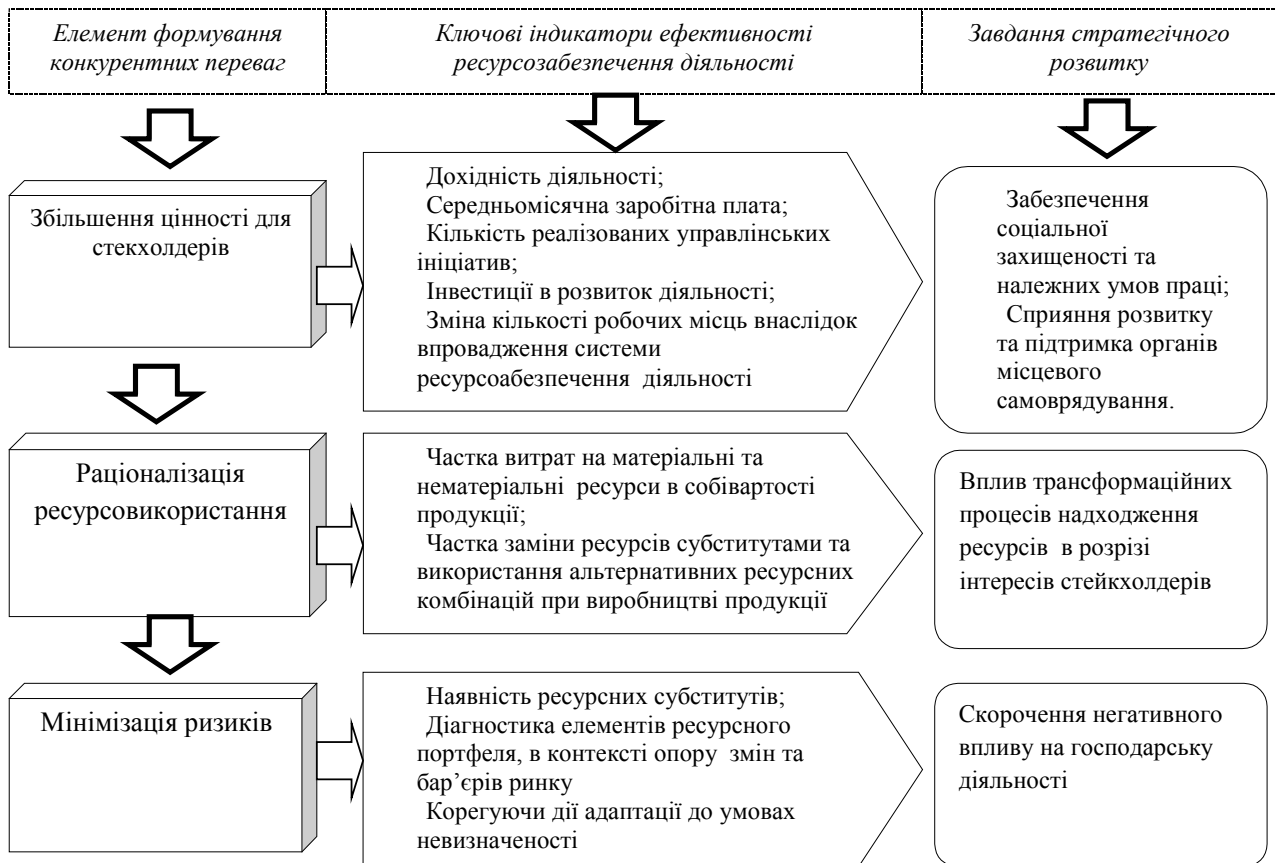


Рис. 1. Ключові індикатори ефективності ресурсозабезпечення діяльності пивоварних підприємств у розрізі інтересів стейкхолдерів

* Сформовано автором на основі джерел [2—3].

Отже, враховуючи специфічні особливості функціонування підприємств пивоварної промисловості України та практичного досвіду транснаціональних корпорацій за відповідним видом економічної діяльності, на засадах тривимірної моделі формування конкурентних переваг, можна зробити висновки, що ключові індикатори ресурсозабезпечення діяльності, повинні відповідати таким критеріям, а саме:

- ✓ релевантність для оцінки кожного елементу тривимірної моделі формування конкурентних переваг;
- ✓ періодичне оновлення відповідно до змін середовища шляхом бенчмаркінгу та моніторингу;
- ✓ прозорість та актуальність оцінювання;
- ✓ цінність і зрозумілість для стейкхолдерів;
- ✓ узгодженість добору елементів відповідно до стратегічного бачення підприємства;
- ✓ обмежена співмірність між групами.

Література

1. Швиданенко Г.О., Теплюк М.А. Напрямок підвищення ефективності діяльності забезпечення ресурсами підприємства за рахунок ресурсозбереження / Г. О. Швиданенко, М. А. Теплюк // Економіка та підприємництво — 2014. — № 32. — С. 143—149.
2. Теплюк М.А. Сутнісна характеристика та таксономія ресурсів підприємства / М. А. Теплюк // Науковий Вісник Херсонського державного університету — 2015. — №13. — С. 80—84.
3. Теплюк М.А. Особливості формування ресурсного забезпечення діяльності підприємства / М. А. Теплюк // Вісник Одеського національного університету — 2015. — Том 20. — №3. — С. 150—154.
4. Теплюк М.А. Ресурсний портфель як ключовий фактор ефективності ресурсозабезпечення діяльності підприємства / М. А. Теплюк // БІЗНЕС ІНФОРМ — 2016. — №2. — С. 279—285.
5. Теплюк М.А. Пріоритетність процесів ресурсозабезпечення діяльності підприємства / М. А. Теплюк // Економічний форум. — 2016. — №2. — С. 216—223.

Тонюк Марина Олександрівна
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Tonyuk Maryna O.,
PhD in Economics, Associate Professor, KNEU
named after Vadym Hetman, Ukraine

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

CURRENT REGULATORY ASPECTS OF SMALL BUSINESS IN UKRAINE

Анотація. Висвітлено проблеми малого підприємництва в Україні. Порівняно розвиток малого та середнього підприємництва в країнах Східної Європи та України. Розглянуто політику стимулювання малого бізнесу державою. Запропоновано заходи щодо вдосконалення та підтримки формування малого бізнесу в Україні.

Ключові слова: мале підприємництво, малий та середній бізнес, суб'єкт підприємницької діяльності, Європейський союз.

Abstract. The problems of small business in Ukraine. Comparison of small and medium enterprises in Eastern Europe and Ukraine. Government policy of small business was considered. Measurements for improving and supporting of small entrepreneurship in Ukraine were proposed.

Key words: small business, small and medium enterprises, businesses, the European Union.

Зараз мале підприємництво стало структурною частиною сучасної економічної системи та важливим чинником створення демократичного суспільства. Тому залишається актуальним в Україні розгляд питання щодо розвитку малого бізнесу. Продовжуючи цей процес, формуються ринково-конкурентні середовища; зменшується проблема неповної зайнятості, завдяки створенню нових робочих місць; а також у суспільстві відбувається становлення середнього класу.

Розвиток малого бізнесу в Україні, зростання його частки у ВВП до рівня розвинених країн є очевидною необхідністю. З огляду на низку соціально-економічних чинників, сьогодні ця проблема здобуває новий зміст в умовах зміни економіки та необхідності забезпечення зростання доходів та покращення рівня життя населення.

Проте, навіть розуміючи значущість позитивних змін малого підприємництва, воно стикається з великою кількістю перешкод. Його розвиток значно уповільнюється через відсутність системи мотивацій для підприємницької діяльності, надійної підтримки держави, недостатню фінансову допомогу тощо.

Важливим етапом є аналіз і порівняння розвитку малого підприємництва в Україні з колишніми соціалістичними країнами, адже з розпадом СРСР Україна опинилась у схожих соціально-економічних умовах. Розглянувши досвід та етапи встановлення малого та середнього підприємництва країн Східної Європи, порівняно звернути увагу на особливості розвитку малого підприємництва в Україні. Малий бізнес як самостійне соціально-економічне явище існує в Україні не так давно. В його розвитку за цей період можна виділити п'ять етапів: зародження, бурхливого зростання, етап падіння темпів зростання, етап поступового насичення з елементами саморегуляції та етап боротьби.

Варто зазначити, що позитивним елементом стимулювання розвитку підприємництва є прийняття ряду Законів України, створення Національних програм сприяння розвитку малого підприємництва в Україні, спрощена система оподаткування, а також надання мікрокредитів.

Можна стверджувати, що така політика держави призвела до збільшення абсолютної кількості малих підприємств в Україні, і сьогодні понад 90 % зареєстрованих підприємств є малими. Графічне зображення відношення кількості малих підприємств до великих і середніх за даними 2015 року наведено на рис. 1.

Таким чином, після проведення дослідження можна виокремити наступні напрямки стимулювання діяльності малого підприємства в Україні: розвиток інформаційно-консультаційних послуг, фінансово-кредитна підтримка з боку держави, забезпечення ринку збуту за рахунок державних замовлень, впровадження професійного навчання за спеціальністю «мале підприємництво».

Для підтримки малого бізнесу необхідний розвиток системи інформаційно-консультаційних послуг, що забезпечить підвищення професійного рівня підприємців. Важливим інформаційним джерелом є органи державної влади. Проте сьогодні інфраструктура інформаційного забезпечення державою в Україні розвинута слабо.

Для стимулювання малого підприємства виконувати свої обов'язки перед державою, важливе створення й організація семінарів і тренінгів на прикладі впроваджених аналогічних заходів у розвинутих країнах Європи.

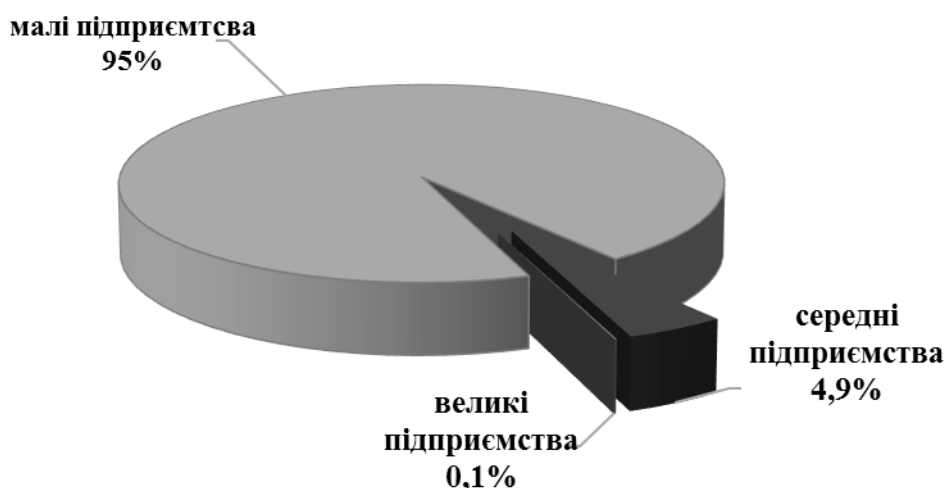


Рис. 1. Частка різних видів підприємств в Україні 2015 р.

Іншим напрямком підтримки малого бізнесу є забезпечення ринку збуту за рахунок державних замовлень, особливо під час проведення торгів, коли малий бізнес знаходиться у не вигідному становищі у порівнянні з великим бізнесом.

Необхідно розуміти, що сьогодні найбільшими проблемами малого підприємництва в Україні є надання достовірної інформації підприємцям про умови діяльності, забезпечення виконання цих умов, створення зрозумілого податкового законодавства, надання фінансово-кредитних пільг малим підприємствам з боку держави. Проте без вирішення на законодавчому рівні проблем корумпованості та тінізації економіки, будь-які заходи підтримки малого бізнесу не матимуть успіху ні в забезпеченні успішної діяльності малих підприємств, ні в процесі бюджетних надходжень, що є завданням подальших досліджень механізмів сприяння розвитку малого бізнесу.

Література

1. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.2000 № 2063-III зі змінами та доповненнями. — Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2063-14>
2. Закон України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» від 21.12.2000 N 2157-III зі змінами та доповненнями. — Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2157-14>
3. Кіщак В. В., Кіщак І. Т. Розвиток малого та середнього підприємництва: досвід Польщі, Угорщини, Чехії // Бізнес-навігатор. — 2010. — №1. — С. 3—10.
4. Кравченко О.А., Португальська Р.А. Формування основних пріоритетів державної підтримки малого бізнесу в Україні // Праці Одеського політехнічного університету. — 2011. — Вип. 1 (35). — С. 223—228.
5. Державна служба статистики України // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 338.33:65.012.34:334.716

nata_tru@ukr.net

Трушкіна Наталія Валеріївна,
науковий співробітник,

Петрова Ірина Павлівна,
провідний економіст

Інститут економіки промисловості НАН України,
м. Київ, Україна

Trushkina Natalia V.,
Researcher

Petrova Iryna P.,
Leading economist

Institute of the Economy of Industry of the NAS of
Ukraine, Kiev, Ukraine

ЗБУТОВА МЕРЕЖА ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ПАРТНЕРСТВА УЧАСНИКІВ РИНКУ ВУГІЛЛЯ

MARKETING NETWORK AS AN EFFECTIVE FORM PARTNERSHIP TO MARKET PARTICIPANTS COAL

Анотація. Уточнено зміст поняття «збутова мережа вугледобувного підприємства». Запропоновано ва-

Summary. The meaning of «marketing network of coal mines» is clarified. Options forming marketing

ріанти формування збутових мереж між учасниками ринку вугілля.

Ключові слова: збутова мережа, вугледобувне підприємство, модель, партнерство, ринок вугілля.

networks between participants coal market are proposed.

Key words: marketing network, a coal mining company, model, partnership, coal market.

Сучасні умови господарювання вимагають від промислових підприємств пошуку резервів підвищення ефективності їх діяльності, серед яких можна назвати вдосконалення управління збутовою діяльністю на основі формування збутової мережі. Це обумовлено тим, що на функціонування підприємств впливає ряд чинників: нестабільний розвиток ринкової економіки (коливання попиту, постійні зміни цін, рівень інфляції), кризові явища в національній економіці в умовах інтенсивних глобалізаційних та інтеграційних процесів. У зв'язку з цим для поліпшення роботи вітчизняних підприємств різних галузей промисловості доцільним є активізація партнерських взаємовідносин підприємств-виробників, посередницьких організацій, споживачів шляхом створення збутових мереж.

Актуальність даної проблеми підтверджується науковими розробками ряду вчених і фахівців. Так, С. Близнюк стверджує, що «необхідність формування збутової мережі обумовлена нездатністю виробника прийняти на себе всі обов'язки та функції щодо задоволення очікувань потенційних споживачів» [1, с. 36]. На думку М. Пашкевича та О. Чернишевої, «для підприємств вибір збутової мережі, тобто каналів розподілу, є стратегічним рішенням, яке повинно бути сумісним не тільки з очікуваннями у цільовому сегменті, але й з власними цілями суб'єктів господарювання. Проте не тільки підприємства-виробники в умовах ринкової економіки приділяють значну увагу проблемам оптимізації процесу руху товарів до споживача, але й самі посередники» [2, с. 271].

На основі аналізу наукової літератури існуючі підходи вчених умовно можна систематизувати на 3 групи: перша — розглядає збутову мережу; друга — збутову систему підприємства (або систему збуту); третя — отожднює поняття збутової мережі з каналами розподілу.

Збутова мережа підприємства — це «структура, сформована партнерами, які беруть участь у процесі конкурентного обміну, з метою надання продуктів і послуг у розпорядження індивідуальних споживачів або індустріальних користувачів. Цими партнерами є виробники, посередники і кінцеві покупці» [3, с. 67]. Під збутовою системою підприємства розуміється «сукупність суб'єктів з відповідними функціональними зобов'язаннями і повноваженнями, певними організаційно-правовими взаємовідносинами у процесі збутової діяльності» [4, с. 376].

Проста система збуту складається з виробника і споживача. Складна збутова система «утворюється із власних збутових філій і дочірніх підприємств виробника, незалежних збутових посередників, оптових і роздрібних підприємств» [5, с. 253].

Канали розподілу розглядаються як «сукупність фізичних і юридичних осіб, які перебирають на себе або сприяють передачі права власності на товар на шляху від виробника до споживача» [6, с. 138].

Дослідження показують, що особливо актуальним створення збутових мереж є для вітчизняних вугледобувних підприємств. Це обумовлено тим, що функціонування цих підприємств залежить від впливу різних фінансово-економічних умов: відмова споживачів від платежів за реалізовану продукцію; зміна контрактних відносин між партнерами; обмеження фінансових ресурсів; нестабільність попиту на вугілля (профіцит або дефіцит), дефолт.

При цьому необхідно враховувати тенденції та закономірності функціонування вугледобувних підприємств з позицій організації збутової діяльності, серед яких: постійні коливання ринку вугільної продукції і нестабільний попит на вугілля; скорочення обсягів видобутку вугілля, товарної і реалізованої вугільної продукції та збільшення залишків вугілля на складах; реалізація вугілля здійснюється, як правило, за прямим каналом розподілу; для відвантаження вугілля споживачам використовується залізничний та автомобільний транспорт; вугільна продукція реалізується різними категоріям споживачів; спостерігається нерівномірність обсягів відвантаження вугілля велико- та середньооптовим споживачам.

Тому перелічені умови необхідно враховувати при формуванні збутових мереж, під якою розуміється модель взаємовідносин і партнерства між учасниками ринку вугілля України (вугледобувні підприємства, металургійні, коксохімічні заводи, теплоелектростанції, посередницькі організації, різні категорії споживачів вугільної продукції).

Можна запропонувати 2 варіанти збутових мереж:

— *перший* — домовленість металургійних заводів і теплоелектростанцій з вугледобувними підприємствами; при цьому металурги та енергетики контролюють поставки вугільної продукції, формування ціни на вугілля (яку можна розглядати як інвестиційні ресурси в розвиток вугледобувних підприємств);

— *другий* — домовленість вугледобувних підприємств між собою про створення вугільного синдикату (виступає як посередницька структура), який визначає необхідний обсяг видобутку вугілля, забезпечує організацію, контроль і регулювання процесів збутової діяльності, встановлює ціну на вугілля, формує політику роботи вугледобувних підприємств. Вугледобувні підприємства укладають з синдикатом контракти на певний обсяг вугільної продукції, який синдикат зможе купити.

Таким чином, з урахуванням специфіки організації збутової діяльності вугледобувних підприємств, де участь беруть різні організації, доцільним є формування збутових мереж на основі контрактного управління, під яким розглядається безперервний процес укладання та виконання контрактів на реалізацію вугільної продукції. Його особливість полягає в тому, що в основі укладання контракту на реалізацію вугілля визначаються обов'язки, умови дії, права сторін, гарантії захисту прав, якщо одна зі сторін порушує зобов'язання з метою більш ефективного забезпечення комерційного результату й оптимального співвідношення «ціна — якість — обслуговування». Це, в свою чергу, сприятиме удосконаленню збутової діяльності вугледобувних підприємств та поліпшенню партнерських взаємовідносин між учасниками ринку вугілля.

Література

1. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку / С.В. Близнюк. — К.: Політехніка, 2007. — 400 с.
2. Пашкевич М.С. Проблеми та перспективи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві / М.С. Пашкевич, О.С. Чернишева // Економічний простір. — 2012. — № 67. — С. 270–277.
3. Огієнко С.О. Удосконалення ефективності збутової діяльності торговельного підприємства [Електронний ресурс] / С.О. Огієнко, А.А. Мижирицька. — Режим доступу: http://www.pirpr.org/2013_2_15.pdf.
4. Пилипчук В.П. Маркетингові аспекти управління продажем [Електронний ресурс] / В.П. Пилипчук, О.В. Данніков. — Режим доступу: <http://www.ir.kneu.kiev.ua:8080/bitstream/2010/1337/1/Rylypchuk.pdf>.
5. Царук О.О. Загальні принципи встановлення та розвитку збутових систем / О.О. Царук // Науково-інформаційний вісник. Економіка. — 2012. — № 5. — С. 251–255.
6. Пшенична М.В. Концепція побудови ефективного організаційно-економічного механізму діяльності переробних підприємств / М.В. Пшенична // Вісник університету «Україна». — 2011. — № 1. — С. 136–140.

УДК 330.3

galina-yamnenko@ukr.net

Ямненко Галина Євгенівна

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Совенко Олена Іванівна

бакалавр спеціальності «Міжнародна економіка»
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

Yamnenko Halyna Y.,

PhD in Economics, associated professor of the
economics of enterprise chair of SHEI «Kyiv
National Economic University named after Vadym
Hetman»

Sovenko Elena I.

bachelor specialty «International Economics» SHEI
«Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman»

МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ ЯК ДВИГУН РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

SMALL BUSINESS IN UKRAINE AS THE ENGINE OF NATIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT

Анотація. У статті розглянуто стан малого підприємництва в Україні, охарактеризовано слабкі сторони його діяльності та чинники, що впливають на даний сектор економіки. Для переконливішого пояснення зроблених висновків, наведено статистичну інформацію щодо частки малих підприємств України в загальній кількості підприємств і їх розподіл за регіонами.

Ключові слова: мале підприємництво, малий бізнес, середній бізнес, національна економіка.

Abstract. This article examines the state of small business in Ukraine, gives a description of the weaknesses of its activities; describes factors that affect this sector of the economy. For a more convincing explanation of the findings, presented statistics on the share of small business in Ukraine the total number of companies and their distribution by region.

Keywords: small business, medium business, national economy.

Малі підприємства є найгнучкішою і найпоширенішою формою організації господарської діяльності. Саме сектор малого бізнесу закладає основу надійної структури національної економіки кожної країни. Тому при побудові подальшої економічної стратегії розвитку економіки не варто забувати про сектор малого підприємництва.

Основними причинами уповільнення розвитку малого бізнесу в Україні можна назвати:

1) недостатньо опрацьовану законодавчу базу з питань розвитку підприємництва в цілому. Постійні зміни, у більшості випадків, створюють підстави суб'єкту господарювання для припинення підприємницької діяльності. Державний апарат, як гарант суспільства, навпаки усіляко має підтримувати малий і середній бізнес, оскільки він надає найбільшу кількість робочих місць. Протиріччя, що виникають у законодавстві та постійно трансформуються, надають підстави підприємцю замислюватись щодо невпевненості у стабільних умовах ведення бізнесу;

2) занадто високі податки, які не дають вибору підприємцям і штовхають їх не реєструвати власну діяльність. Надмірний податковий тиск призводить до того, що підприємство не може повною мірою показати збитки підприємства, тобто не можуть показати свій дійсний фінансовий стан;

3) обтяжливе державне регулювання сектору малого підприємництва;

4) відсутність стратегії розвитку та підтримання малого бізнесу;

5) обмеженість інноваційного та інформаційного забезпечення;

6) недоліки у системі підготовки та підвищення кваліфікації персоналу для підприємницької діяльності;

7) висока системна корупція.

Зняття адміністративних бар'єрів і максимальне спрощення умов ведення господарської діяльності для малого підприємництва — одне з основних завдань трансформації вітчизняної економіки. Оскільки саме воно може стати тим рятівним островом, що забезпечить подолання проблем у розвитку регіонів, формування сприятливого середовища для впровадження інновацій у сфери господарської діяльності.

Але існують шляхи поліпшення ситуації. По-перше, це удосконалення нормативно-правової бази, тобто ухвалення закону «Про малий бізнес» [1]. Для того, аби ситуація покращилась, потрібні не тільки внесення поправок, а докорінна зміна існуючих законів, якими керується державний апарат, але котрі вже не є актуальними на ринку. Це і є тим «гальмом», ще не дає Україні рухатися вперед. І не варто забувати, що користь зможе принести лише та справа, над якою була проведена ґрунтовна робота, тому ніякий ефективний закон не може бути розроблений і ухвалений протягом тижня чи місяця. Необхідно враховувати всі аспекти питання, яке він буде регулювати, адже будь-яка неточність може спровокувати нові й нові проблеми.

По-друге, це забезпечення фінансової підтримки, а за необхідності і міжнародної допомоги малому бізнесу, внесення коректив до існуючого податкового законодавства, надання малим підприємствам певних державних кредитів. Але і тут необхідна зацікавленість у справі. Інколи закони ухвалюються заради галочки навпроти нібито «проведеної» реформи. І такий крок не дає ніяких позитивних результатів, а лише додає клопоту підприємцям, які змушені підлаштовуватися під нововведення. Тому необхідне проведення досліджених і обдуманих реформ.

По-третє, ефективне управління персоналом на основі стимулювання самостійності, ініціативи, інновацій і реалізації потенційних можливостей.

По-четверте, створення умов для кооперації малого бізнесу.

Ще одним вагомим кроком щодо покращення існуючого становища є створення нової та самостійної системи реєстрації та ліквідації малих підприємств, що значно б спростило дуже складний і затратний процес реєстрації суб'єктів малого бізнесу. Дуже часто це стає причиною відмови громадянина у реєстрації, так як сам процес вимагає багато часу, певних коштів і біганини по різних установах. Також важливим є створення програм підготовки кадрів за державний рахунок. Це все, безумовно, можливе лише за сприяння на державному рівні.

На жаль, у нашій країні і сьогодні залишається слабка чітко сформована державна політика, яка б підтримувала розвиток малого та середнього підприємництва. Надмірним втручанням у діяльність підприємства, органи державної влади приносять велику шкоду для повноцінної діяльності. Умови для діяльності малого та середнього бізнесу дуже складні та незахищені державним апаратом. Дана сфера діяльності втрачає свій потенціал у той час, коли на світовому ринку малий і середній бізнес має великий фундамент для розвитку. Фундамент сформований органами державної влади та законодавчої бази. Також суб'єктам, які

створюють власне підприємництво, необхідно досконало вивчити всі умови, за якими буде здійснюватись його господарська діяльність, постійно звертати увагу на законодавчу гілку, оскільки в законах відбуваються постійні зміни.

Сьогоднішня ситуація у країні досить складна, однак підприємництво — це головний дохід для країни, тому вирішення даних проблем має бути на одному із важливіших місць української економіки. Якщо державний апарат не почне створювати сприятливі умови для бізнесу, то занепад може призвести до соціально-економічних проблем, тобто необхідно забезпечити в майбутньому у структурах малого та середнього секторів зайнятості до рівня 25—30 % дієздатного населення та виробництва до 25 % ВВП.

За цими проблемами іде низка соціальних загострень, а саме: скорочення робочих місць, постійно протести середнього класу населення, зменшення його матеріального стану, тим самим і стану економіки країни в цілому. Малі та середні підприємства мають підвищувати ціну на продукцію, оскільки їхня орендна плата та високе оподаткування не може задовольнити їх діяльність. Тим самим споживачі негативно ставляться до даної сфери господарювання та зневіряються у позитивних діях державного апарату, які мають прийняти певні дії для урегулювання ситуації.

Тому потрібно задіяти всі перелічені методи для реформаторських дій щодо малого та середнього бізнесу на території України, надати новий підхід розвитку підприємств, створити сприятливі умови на ринку як продавців, так і споживачів. Удосконалити нормативно-правову базу. Створити таку собі «рівновагу» на ринку малого та середнього бізнесу.

Отже, сучасне становище малого підприємництва в Україні свідчить про наявність багатьох проблем. Основними шляхами покращення господарювання малих підприємств в Україні є реформування існуючого законодавства, а також послаблення податкового тиску на малий бізнес. Саме малий бізнес стимулює розвиток економічної конкуренції та задоволення потреби багатьох споживачів, а отже є невід'ємною частиною міцної економічної системи будь-якої країни.

Література

1. Закон України «Про сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» від 10 червня 2012 року № 2157-14 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2157_14
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Хоменко Л.М., Блокобильська А.В. Сучасний стан та проблеми малого бізнесу в Україні // — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/1_NIO_2011/Economics/77945.doc.htm

УДК 657.6

enenjev@gmail.com

Євдокимова Ніна Миколаївна
к.е.н., доцент, кафедра стратегії підприємств
ДВНЗ «КНЕУ», Україна

Yevdokimova Nina M.
PhD, associate professor, department of business
strategy SHEE «KNEU»

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ БІЗНЕС-АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

FORMATION OF BUSINESS ANALYSIS OF THE ENTERPRISE

Анотація. Ефективність впровадження інформаційних технологій у компаніях напряму залежить від розбудови системи бізнес-аналізу. Результати діяльності міжнародних професійних організацій з бізнес-аналізу не дають системного уявлення для практиків про його організаційну розбудову на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: бізнес-аналіз, бізнес-аналітик

Summary. The effectiveness of information technology in companies depends on the development of business systems analysis. The results of the international professional organizations with business intelligence system do not provide insight for practitioners of its organizational development in domestic enterprises.

Key words: business analysis, business analyst

Досягнення компанією значних конкурентних переваг нині не уявляється без упровадження та розвитку інформаційних технологій, які сприяють удосконаленню бізнес-операцій та оптимізації процесу прийняття управлінських рішень. Більше того, інформаційні технології розглядаються як найважливіші компоненти інновацій. З іншого боку, виникає невдоволення з боку бізнес-співтовариства не завжди втішними результатами інвестування в інформаційні технології та невиправданими очікуваннями щодо їхньої віддачі. Зазначені

обставини варто розглядати передовсім як наслідок поганого взаєморозуміння розробників інформаційних систем і особами, які визначають цілі їх створення. Вирішення цієї складної задачі пов'язується з бізнес-аналізом, який покликаний стати сполучною ланкою між стейкхолдерами для того, щоб на основі кращого розуміння стану організації рекомендувати їй рішення, що дозволять досягти бажаного.

Останнім часом бізнес-аналіз економістами розглядається як практика задіяння змін в організаційному контексті шляхом визначення потреб і рекомендації рішень, що приносять цінність стейкхолдерам [1]. Незважаючи на виникнення впродовж останніх десятиліть низки професійних організацій у сфері бізнес-аналізу (міжнародних — Міжнародний інститут бізнес-аналізу (ІБА), Інститут управління проектами (PMI) і національних — Інститут аналітиків і програмістів (ІАР) у Великій Британії, Австралійська асоціація бізнес-аналітиків (АБАА) та ін.) та доволі плідну їхню організаційно-методологічну діяльність (кілька версій BABOK як зводу знань із бізнес-аналізу [2]) можна констатувати, що здійснення бізнес-аналізу в компаніях ще не набуло системного характеру.

Відбулось, і це важливо, переосмислення ролі бізнес-аналітика, який нині постає вже не тільки і навіть не стільки інформаційним аналітиком, а професіоналом іншого ґатунку, що, з одного боку, глибоко знає і розуміє потреби бізнесу, а з другого — обізнаний з можливостями ІТ-технологій для вирішення проблем щодо задоволення цих потреб. Однак вітчизняним практикам гостро бракує науково обґрунтованих рекомендацій стосовно побудови системи управління бізнес-аналізом в організаціях. Якщо уявлення про суб'єкта й об'єкта такої системи зрештою у загальних рисах можна скласти з документів BABOK, то модель системи та механізм її функціонування практично відсутні. Деталізовано прописані лише функції та сфери, взаємодія з якими здійснюється бізнес-аналітиком у рамках рішення поставлених перед ним задач. Очевидно, що у великих компаніях певною мірою налаштована система (або підсистема) управління аналітичними роботами, що охоплює різні сфери діяльності підприємства: інвестиційну, виробничу, маркетингову, фінансову тощо. Виникає проблема «влаштування» однієї підсистеми в іншу, їхньої організаційної та технологічної узгодженості. Заслужують уваги також функціональний, організаційний і мотиваційний аспекти системи управління бізнес-аналізом.

Ключовим напрямком подальших розвідок у зазначеному аспекті має стати визначення засад та розробка методичних рекомендацій щодо побудови цілісної системи бізнес-аналізу на вітчизняному підприємстві.

Література

1. A Guide to the Business Analysis Body Knowledge (BABOK Guide). Version 2.0. International Institute of Business Analysis. Toronto, 2009.
2. International Institute of Business Analysis. URL: <http://theiiba.org> (дата звернення: 13.01.2014).

Верба Вероніка Анатоліївна
доктор екон. наук, професор,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана», Україна

Verba Veronika
Dr.Sc.(Econ), professor of business strategy SHEE
Kyiv National Economic University
named after V. Getman, Ukraine

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Визначено передумови кардинальної зміни природи стратегічних рішень на підприємстві. Сформульовано напрями трансформації інструментів стратегічного аналізу і розробки стратегічних рішень.

TRANSFORMATION OF TOOLS OF ENTERPRISE STRATEGIC DEVELOPMENT

Summary. Preconditions of fundamental change in the nature of strategic decisions in the company are determined. Directions of transformation for tools of strategic analysis and development of strategic solutions are defined.

Формування інформаційної економіки в постіндустріальний період цивілізації характеризується кардинальною трансформацією умов функціонування бізнесу та чинників його розвитку. Високий рівень інформаційної ентропії, непередбачуваність змін, руйнування традиційних для індустріальної епохи уявлень щодо чинників конкурентоспроможності і джерел конкурентних переваг обумовили необхідність ревізії інструментів стратегічного управління, оцінки їх потенціалу при розробці напрямів та механізмів розвитку підприємства. Актуаліза-

ція наукового пошуку управлінських технологій та інструментів, що забезпечують ефективний процес прийняття управлінських рішень стратегічного характеру, підсилюється постійною зміною умов функціонування підприємств. Відкритими для наукового пошуку є оцінювання дієвості інструментів стратегічного управління: принципів, методів стратегічного аналізу, вибору та реалізації стратегії, технології стратегічного менеджменту, що спрямовані на якісні і незворотні зміни у компанії, що і визначають її розвиток.

Сучасний етап розвитку теорії і практики стратегічного менеджменту характеризується багатовекторністю, необхідністю подолання протиріч між плановістю і спонтанністю, конкуренцією і партнерством, між регламентованістю і гнучкістю управлінських рішень задля досягнення завдань розвитку підприємства.

Коротко окреслимо ключові зміни, що, на нашу думку, кардинально змінюють природу стратегічних рішень на підприємстві, процес їх розробки і реалізації.

- В умовах посилення турбулентності і зростаючої невизначеності змін надзвичайно стрімко скорочується часовий лаг, на який поширюється бачення майбутнього, що зумовлює імплементацію у операційну діяльність стратегічного мислення, оскільки стратегічний процес стає не дискретним, а регулярним управлінським бізнес-процесом.

- Постійна зміна ділового середовища і непрогнозованість дій його учасників ускладнює досягнення результатів прийнятих стратегічних рішень. Проблеми передбачення майбутнього ландшафту ринкового середовища підприємства, домінант розвитку бізнесу унеможливають прогноз розвитку компанії на основі екстраполяції минулих закономірностей змін зовнішнього та внутрішнього середовища. Це призводить до перегляду ролі методичного аналітичного інструментарію діагностики ринкового середовища при проведенні стратегічного аналізу підприємства, безперспективності фокусування на емпіричних даних аналітики для визначення наявних тенденцій умов функціонування підприємства та їх проєкції на перспективу для визначення напрямів і темпів його розвитку.

- Зниження дієвості кількісних методів досліджень, їх низька прогностична валідність суттєво впливає на процес обґрунтування стратегічних рішень, якість їх аналітичної підготовки і позначається на зростанні рівня когнітивності та ірраціональності у прийнятті управлінських рішень. Відсутність адекватного інструментарію оцінювання якості стратегічного управління за умов інформаційного шуму надзвичайно ускладнює процес обґрунтування доленосних для майбутнього підприємства стратегічних рішень.

- Становлення партипасивного управління, яке передбачає залучення до процесу прийняття управлінських рішень широкого кола менеджерів підприємства, змінює конфігурацію учасників стратегічного управління, виводить цей процес за межі кабінетів топ-менеджменту, потребує нових форм організації процесу розробки стратегії, методів залучення і мотивації співробітників для участі у прийнятті стратегічних рішень на підприємстві, делегування відповідальності за прийняття і реалізацію проєктів розвитку.

Відповідно до першого етапу стратегічного процесу на підприємстві проводять економічну діагностику та стратегічний аналіз компанії. Чисельність і розмаїття методичних підходів дослідження стану компанії, її внутрішнього і зовнішнього середовища вражає, вони описані у підручниках, наукових статтях і консалтингових практиках. Більшість з інструментів стратегічного аналізу зосереджено на дослідженні конкурентного середовища підприємства, виявленні чинників впливу на майбутній стан галузі, ринкових сегментів, потенціалу товарних ринків. Цей інструментарій ситуаційного аналізу галузі традиційно передбачає використання матричних методів проведення аналізу ринків, його структурної конфігурації, стратегічних позицій компанії. Найпоширенішими в практиці стратегічного аналізу є матриці Ансофа, General Electric, Shell/DPM, Boston Consulting Group BCG, 5 сил Портера та ін. Оцінку умов і чинників розвитку компаній виконують за допомогою методик і моделей життєвого циклу організації, оцінювання конкурентоспроможності, фінансового аналізу, ланцюжка створення цінності.

Усі ці аналітичні інструменти базуються на кількісних методах досліджень, що передбачає наявність достовірної, повної та релевантної інформаційної бази, яка, на жаль, на сучасних підприємствах практично відсутня в силу неякісної управлінської облікової політики, відсутності сучасних інформаційних систем і закритості і непрозорості статистичної інформації щодо ринкових параметрів і маркетингових характеристик розвитку галузей. Другим небезпечним чинником обґрунтування управлінських рішень на основі стратегічної діагностики підприємства є тривалий термін її проведення, за який може суттєво змінитися бізнес-ландшафт організації, умови її функціонування, поведінка основних гравців ринку. Третій аспект, який знижує потенціал кількісних методів і матричних інструментів стратегічного

аналізу, когнитивність оцінювання та суб'єктивізм інтерпретації отриманих результатів та їх використання у розробці стратегічних управлінських рішень.

В останнє десятиліття у практиці стратегічного управління спостерігається дві тенденції щодо проведення аналітичної роботи для формування або уточнення стратегії розвитку компаній. Перша характерна для великих міжнародних компаній, у яких впроваджені сучасні інформаційні системи *Business intelligence*, використовуються технології контролінгу, що дозволяють швидко отримувати релевантну інформацію для формування стратегічних цілей, на основі яких формуються стратегічні і операційні бюджети, які є по суті планами стратегічного розвитку компаній. Друга тенденція спостерігається на підприємствах малого та середнього бізнесу, з низьким рівнем аналітичної роботи, директивною владою інтуїтивного прийняття рішень, де домінує використання експертних методів оцінювання і розробки стратегічних параметрів розвитку підприємства, слабкі важелі контролю і значна гнучкість у зміні курсу розвитку бізнесу.

Відмітимо, що такі чинники розвитку компаній, як глобалізація, інформаційні технології, активне залучення інтернет-технологій, нова логіка партнерської взаємодії замість агресивної конкурентної боротьби вносять зміни у реалізацію таких технологій та інструментів стратегічного розвитку як бізнес-моделювання, процесної побудови організації, моделей оптимізації ланцюга створення цінностей [1]. Реактивна поведінка компаній, яка формується внаслідок отримання аналітичних результатів стратегічної діагностики трансформується у проактивну модель стратегічного вибору. Ця модель має базуватися передусім на виявленні можливостей для забезпечення ефективного функціонування компанії в майбутньому. Така сукупність можливих напрямів розвитку формується умовами і перспективами стратегічного простору компанії, наявними компетенціями, динамічними здібностями, які досить складно ідентифікувати за допомогою традиційного аналітичного інструментарію. Тому ключовими завданнями діагностичного етапу стратегічного процесу має стати природа і методи створення цінності для клієнтів компанії, досягнення унікальності у створенні ціннісної пропозиції та забезпечення оптимального балансу з наявними ресурсами і фінансовими можливостями компанії, які будуть формувати межі бізнесу і вектори розвитку.

Отже, сучасний інструментарій стратегічного управління розвитком компаній за умов кардинальних змін ділового середовища трансформує мету застосування, посилює вимоги до інформаційної бази, потребує врахування його компліментарності і синергії з інструментами маркетингу, бізнес-моделювання, операційного менеджменту, системами мотивації тощо.

Література

1. Верба В.А. Еволюція управлінських технологій як віддзеркалення проблематики та завдань розвитку підприємств// В.А. Верба / Стратегія економічного розвитку України : наук. зб.— К.: КНЕУ, 2014. — Вип. 34. — С. 148—156

«РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ТА АНТИКРИЗОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ»

УДК 338

Чижов Вадим Анатолійович

аспірант, Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ,
Україна

vchyzhov@gmail.com

Chyzhov Vadym A.

postgraduate student, Kyiv National Economic
University named after V.Hetman, Kyiv, Ukraine

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІТ-БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

ETERNAL ENVIRONMENT ANALYZE OF UKRAINIAN IT BUSINESS FUNCTIONING

Анотація. У тезах визначено основні чинники зовнішнього середовища, що мають бути враховані кризис-менеджером ІТ-компанії при розробці дієвого плану антикризового управління: глобальні тенденції світового ринку ІТ та основні макроекономічні ризики для розвитку ІТ бізнесу в Україні.

Ключові слова: кризис-менеджмент, криза на підприємстві, ринок ІТ

Summary. The basic theses defines main external environmental factors that should be taken into account by the crisis manager of IT company in to develop effective crisis management plan: the global trends in the world IT market and major macroeconomic risks for the development of IT business in Ukraine.

Key words: crisis management, crisis in the enterprise, IT market

Будь-яка організація, на будь-якому етапі свого життєвого циклу, може зіштовхнутися з рядом проблем, які спровокують кризу, що призведе до різкого погіршення показників економічної діяльності. За цих умов існує потреба у можливості швидкого та професійного переосмислення підходів до управління компанією. Особливо це стосується ІТ сфери, у якій за останні 20—30 років стрімкого розвитку, кризові явища стали перманентною складовою менеджменту ІТ-процесів [2].

Сучасна економічна ситуація спонукає менеджерів ІТ-підприємств формувати системи кризис-менеджменту у складі загальної структури управління компанії, які будуть найефективнішими в умовах кризового стану та діятимуть з урахуванням специфічних особливостей соціально-економічних умов функціонування вітчизняного ІТ-бізнесу.

Слід зазначити, що на думку значної кількості фахівців та успішних менеджерів, кризи в ІТ-галузі носять специфічний характер, суть якого полягає у тому, що при правильному підході до кризис-менеджменту в компанії, криза може стати значним поштовхом для подальшого розвитку.

Управління кризовими процесами на підприємстві ІТ галузі вимагає досконалого знання основних тенденцій та стану ринку ІТ-технологій. Важливим аспектом розробки дієвого антикризового плану є ступінь усвідомлення кризис-менеджером процесів, що відбуваються як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі компанії. Аналіз зовнішнього середовища ІТ-компанії, на нашу думку, передбачає аналіз як аналіз соціально-економічної ситуації в країні, так і аналіз глобальних тенденцій ринку, що найбільшою мірою впливають на середньострокові перспективи розвитку ІТ-ринку України.

Серед стратегічних напрямів розвитку ІТ індустрії в Україні визначаємо таке:

- розвиток хмарних технологій. При розробці антикризових програм, необхідне здійснення аналізу економічної доцільності використання сервісу, визначення необхідності та обсягу інформації, що надається на збереження іншій компанії, врахування ризику втрати інформації та унеможливлення самостійного захисту від хакерських атак, усвідомлення небезпеки втрати зв'язку із хмарним сервером, врахування ризиків монополізації хмарного ринку;

- інтеграція мобільних пристроїв (концепція BYOD) і мобільних додатків у корпоративне середовище. При врахуванні ризиків впровадження концепції BYOD у компанії, необхідно вивчити фінансові аспекти, зокрема: витрати пов'язані із поверненням інвестицій і отриману цінність, оскільки економія на закупівлі обладнання може не відповідати рівню

збільшення витрат на системи безпеки та адміністрування. Що стосується впровадження мобільних додатків, то з точки зору кризис-менеджменту компанії варто усвідомлювати такі ризики: значну конкуренцію між додатками, вищу вартість мобільного додатку порівняно з розробкою веб-сайту, довгостроковість інвестицій;

– аналітика великих обсягів даних (Big Data). Вважається глобальним трендом, що стане основою ведення бізнесу у майбутньому. Поки що не стали пріоритетним напрямком і не використовуються для основних бізнес-процесів в Україні;

– стрімке зростання ринку IPO. Досвід західних компаній показав, що IPO варто здійснювати компаніям, з достатньо стійкими позиціями на ринку, оскільки підготовка до нього та саме розміщення акцій на біржі, особливо на світових платформах, вимагає значних витрат.

Аналіз даних тенденцій показав, що для розвитку конкурентного IT-бізнесу українським компаніям необхідно розвиватися у тренді глобальних тенденцій ринку. У цьому контексті, зважаючи на певне часове відставання інтеграції вітчизняного IT-сектору до глобального ринку, кризис-менеджмент компанії для успішнішого прорахунку можливих ризиків обов'язково має враховувати досвід західних компаній, адаптуючи його до специфіки національного бізнес-середовища.

SWOT-аналіз IT-галузі України в умовах кризи представлено у табл. 1.

Таблиця 1

SWOT АНАЛІЗ ІТ-ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ

Сильні сторони	Слабкі сторони
– висока якість кадрових IT-ресурсів – репутація українських програмістів – зростання талановитої молоді – сертифіковані спеціалісти – сильне прагнення успіху – велика кількість відносно дешевих ІКТ-ресурсів – підхід орієнтований на результат – зручне географічне розташування – швидке зростання IT-сектору	– висока фрагментарність IT-ринку – низький рівень іноземних інвестицій – відтік висококваліфікованих кадрів – несприятливе законодавче поле – низький рівень витрат на IT на внутрішньому ринку – втрата Криму та частини Донбасу – високий рівень корупції – негарантовані права інвесторів та власності
Можливості	Загрози
– низький рівень плинності кадрів – консолідація ринку – потенційне приєднання до ЄС – трансформація індустрії з IT у High-Tech	– ескалація військового конфлікту – збільшення відтоку висококваліфікованих кадрів – погіршення системи освітньої підготовки IT спеціалістів – економічна рецесія

Джерело: уточнено та доповнено автором [1]

Аналіз чинників ризику для розвитку IT-бізнесу в Україні показав, що успішний розвиток вітчизняної IT-сфери передусім пов'язаний зі: створенням прозорих і стабільних правил ведення бізнесу та гарантуванням його безпеки; сприянням розвитку внутрішнього ринку, зокрема продуктових компаній; забезпеченням якісної підготовки професійних кадрів для IT-сфери; формуванням позитивного IT-іміджу України; функціонуванням адекватної та прозорої фіскальної системи.

Література

1. Айзенберг А. Конференція IT Weekend 2014 — Наслідки кризи в Україні для ринку IT [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ignitejobs.com.ua/weekend-ukrainska-kriza-naslidki-dlya-galuzi/>

2. Чижов В.А. Теоретико-методологічні підходи до управління IT-процесами в умовах кризи [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. — № 12. — 2014. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3757>

Ковтун Віта Петрівна
старший викладач кафедри економіки
підприємств ДВНЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима
Гетьмана», Україна

Kovtun Vita
senior lecturer of department economy of enterprises
of Vadym Hetman Kyiv National Economic
University, Ukraine

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЙНИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

SYSTEMATIZATION OF THE MAIN METHODS TO MANAGES OF REPUTATION RISKS OF ENTERPRISE

Анотація. У теорії ризик-менеджменту залишається дискусійним трактування поняття «репутаційний ризик», а поняття «управління репутаційним ризиком» практично не розглядається. У дослідженні визначена специфіка репутаційних ризиків підприємства та систематизовані способи та підходи щодо їх мінімізації.

Ключові слова: репутаційний ризик підприємства, управління ризиком, способи мінімізації репутаційного ризику підприємства.

Abstract. In theory, risk management remains controversial interpretation of the concept of «reputational risk», and the concept of «managing reputation risk» almost not considered. The research identified specific reputational risks of the enterprise, systemized methods and approaches to minimize them.

Keywords: reputation risk of enterprise, risk management, ways to minimize the reputational risk of enterprise.

За су

часних умов господарювання одним з найбільш значущих нефінансових ризиків, що впливає на фінансові та операційні результати функціонування підприємств, на рівень їх капіталізації є репутаційний ризик (ризик втрати ділової репутації). На думку сучасних фахівців, вплив репутаційного ризику на вартість підприємства може досягати 20—25 %, а в окремих галузях і вище [1]. Головною відмінною рисою репутаційного ризику є те, що він виникає відразу ж з моменту створення підприємства і супроводжує його кожен день протягом усього життєвого циклу підприємства: після свого заснування підприємство починає функціонувати, зростати і розвиватися, а навколо нього в суспільстві відразу ж починають формуватися певні ставлення та уявлення, які змінюються під впливом різних чинників. Тому для нормального функціонування будь-якому підприємству необхідно постійно вживати різних заходів, спрямованих на запобігання (мінімізацію) виникнення подій, які можуть завдати шкоди його іміджу і репутації, підірвати довіру громадськості до підприємства, тобто необхідно постійно управляти репутаційним ризиком.

Управління ризиком (ризик-менеджмент) — це найважливіша частина діяльності топ-менеджерів і ризик-менеджерів підприємства, спрямована на економічно ефективний захист підприємства від небажаних свідомих і від випадкових подій (обставин), які в кінцевому рахунку, можуть завдати шкоди підприємству.

Зауважимо, стандартів, загальноприйнятих методів і підходів до управління репутаційним ризиком поки немає, тому підприємства самостійно намагаються його мінімізувати. Найрозповсюдженіші способи і підходи щодо мінімізації репутаційного ризику систематизовано і представлено в табл. 1.

Як видно з табл. 1, на сьогодні, серед підприємств найпоширенішим методом управління репутаційним ризиком є вдосконалення корпоративного управління на основі комплаєнс — це обов'язок підприємства відповідати внутрішній політиці і процедурам організації, які розробляються з урахуванням місцевого законодавства і провідних міжнародних практик. На підприємстві воно реалізується шляхом розробки внутрішніх документів і створення умов, у яких усі співробітники підприємства будуть вести себе відповідно до високих професійних і етичних стандартів по відношенню як до зовнішніх, так і внутрішніх учасників ринку.

Аналіз існуючих підходів і методів управління репутаційним ризиком довів, що вони малоефективні, незначні або зовсім неможливі для даного ризику в силу його специфіки та мало вивченості [2, 3, 5, 6]. Безпосередньо представлені в роботі методи і підходи можуть застосовуватися для вдосконалення діяльності підприємства в цілому, а також для поліпшення його окремих бізнес-процесів і реалізації різних операцій. Однак, щоб процес управління репутаційним ризиком був ефективним і мав серйозний позитивний результат, необхідно будувати діяльність підприємства в галузі управління даним ризиком на основі постійного та креативного використання різних інструментів, методів і прийомів високорозвиненого цілеспрямованого маркетингу, а також його гармонійного поєднання з адекватним менеджментом підприємства.

ОСНОВНІ СПОСОБИ ТА ПІДХОДИ ДО МІНІМІЗАЦІЇ РЕПУТАЦІЙНОГО РИЗИКУ

Спосіб мінімізації репутаційного ризику	Зміст способу
Удосконалення корпоративного управління	Здійснюється на основі колаенс. Для цього підприємство: - розробляє і виконує загальний документ «Кодекс корпоративної етики (корпоративної поведінки)», в якому йде мова про морально-етичні принципи, стандарти поведінки, пріоритети та цінності підприємства; - розробляє і здійснює політику протидії відмиванню доходів; політику прийняття та дарування подарунків, запрошень на заходи; політику повідомлень про порушення етичних стандартів; політику конфіденційності інформації; політику взаємодії з регулюючими органами; політику, яка регулює конфлікти інтересів між підприємством і його різноманітними суспільними групами; політику навчання персоналу та ін.; - здійснює прийом та обробку скарг; - забезпечення своєчасності розрахунків за різними угодами; - забезпечення постійного підвищення кваліфікації співробітників; - забезпечує постійний контроль за дотриманням співробітниками законодавства; - достовірністю фінансової та бухгалтерської звітності; достовірністю інформації, яка надається акціонерам, клієнтам і партнерам, державним структурам, а також іншим зацікавленим особам, в тому числі, у рекламних цілях
Маркетингові методи	- вивчення клієнтів, контрагентів і постачальників; - аналіз і контроль інформації про підприємство в ЗМІ; - використання різних інструментів аналізу ринку щодо посилення репутації підприємства; - «управління проблемами» — підприємство виявляє сфери своєї діяльності, які є предметом (потенційним предметом) критичного обговорення зі сторони суспільства (наприклад, вихід на новий ринок)
Методи ризик-менеджменту	- уникнення або ухилення (стратегія ухилення від ризику): уникнення операцій або ухилення від роботи в тих сферах, де репутаційний ризик особливо високий; переключення уваги громадськості на іншу подію; - стратегія попередження, яка орієнтована на причини репутаційного ризику; - компенсація ризику — стратегія, яка орієнтована на наслідки репутаційного ризику; наступальні стратегії (звинуватити будь-кого іншого); фаталістичні стратегії (списання того, що сталося на збіг обставин); стратегії визнання провини (публічне каяття)

Головна мета управління ризиком — у кращому випадку запобігти настанню ризикової події, а в гіршому — зменшити або компенсувати збитки для об'єкта при настанні несприятливих подій або забезпечити безприбутковість роботи підприємства. Основне ж завдання даного процесу — розробка та впровадження комплексного проекту рішень, спрямованого на запобігання настанню випадкових або навмисних подій, а також на мінімізацію широкого спектру їх впливу на діяльність підприємства.

Література

1. Гомер У. Управление репутационными рисками // Бизнес и Банки. — 2008.— № 12.
2. Деловая репутация как одно из важнейших преимуществ компании // Эксперт — Урал, 2011. — №45. — С. 47.
3. Заман Ариф. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости. / Ариф Заман: Пер. с англ. — М.: Олимп-Бизнес, 2008.
4. Ковтун В.П. Систематизація основних методів та підходів до управління репутаційними ризиками підприємства / В.П. Ковтун // Стратегія економічного розвитку України. Зб. наук. праць. Випуск 37. — К.: КНЕУ, 2015. — С. 175—182.
5. Новиченкова Л.А. Стратегия Ооправданных ожиданий // Управление компанией. — 2007. — №6.
6. Davies G. Reputation management: theory versus practice. / G.Davies, L. Miles // Corporate Reputation Review. — 1998. — № 2 (II). — P. 16–27.

Кузьомко Володимир Миколайович
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана», Україна

ТЕОРІЯ НЕЧІТКИХ МНОЖИН У ДІАГНОСТИЦІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто традиційні підходи до оцінювання рівня економічної безпеки підприємства. Виявлено їх обмеженість в умовах існування високої невизначеності вихідної інформації. Визначено переваги і перспективи застосування теорії нечітких множин для діагностики економічної безпеки підприємства.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, діагностика, теорія нечітких множин.

Kuzomko Volodymyr M.,
Phd, associate professor of the economy
of enterprises department
of Vadym Hetman Kyiv National
Economic University, Ukraine

THE THEORY OF FUZZY SETS IN DIAGNOSTICS OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISE

Summary. The traditional approaches to the assessment of the level of economic security of enterprise are considered. Indicated on their limitations in conditions of high uncertainty of the initial information. The advantages and prospects of application of fuzzy set theory to diagnose the economic security of the enterprise are certain.

Key words: economic security of enterprise, diagnostics, theory of fuzzy sets

Вирішення завдань управління економічною безпекою підприємств (ЕБП) вимагає застосування адекватного методичного інструментарію її діагностики. На сьогодні розроблено досить багато як авторських, так і загальнонаукових методик оцінювання рівня ЕБП, які традиційно прийнято об'єднувати в такі основні групи, як: індикаторні, відтворювальні, ресурсно-функціональні та програмно-цільові.

Індикаторний підхід передбачає формування множини індикаторів, які характеризують ключові напрями діяльності підприємства в різних його функціональних сферах. Рівень економічної безпеки визначається шляхом порівняння фактичних і гранично допустимих значень індикаторів з подальшим зведенням їх з урахуванням коефіцієнтів значущості в один інтегральний показник. Такий підхід наштовхується на проблеми формування системи індикаторів ЕБП, які б адекватно відображали діяльність підприємства в контексті існуючих небезпек і загроз, обґрунтування граничних значень більшості показників, коректного розрахунку показників, які мають якісний вимір.

Відтворювальний підхід, який спрямований на оцінювання умов формування ЕБП і оперує лише внутрігосподарськими кількісними показниками (величини амортизаційних відрахувань, чистого і реінвестованого прибутку, бруто- і нетто-інвестицій тощо), не дозволяє повною мірою оцінити всі функціональні складові ЕБП у процесі її діагностики, виявити вплив зовнішніх загроз на функціонування підприємства.

У межах ресурсно-функціонального підходу рівень ЕБП фактичного ототожнюється з ефективністю заходів, спрямованих на попередження негативного впливу загроз на діяльність підприємства, а можливість набуття частковими функціональними критеріями значень від нуля до плюс безкінечності значно ускладнює якісну інтерпретацію рівня ЕБП.

Програмно-цільовий підхід передбачає узагальнення показників, які визначають рівень ЕБП, на основі певних функціональних залежностей (наприклад, регресійно-кореляційного, кластерного, багатомірного аналізу тощо). Однак, виявлення тісноти зв'язку між окремими показниками діяльності підприємства або формування на основі останніх відносно однорідних груп підприємств без урахування змін цих показників в умовах виникнення або наростання загроз діяльності підприємства є дуже дискусійним.

Фактично, можемо прийти до висновку, що існуючі методики діагностики ЕБП потребують подальшого удосконалення з урахуванням сучасних наукових здобутків. При цьому, на наш погляд, методологічно сутності ЕБП найбільше відповідає інструментарій індикаторного підходу, що спричинює необхідність пошуку шляхів усунення його існуючих недоліків.

Значні перспективи у вирішенні вищезазначених проблем формування, оцінювання і інтерпретації індикаторів ЕБП відкриваються з використанням у діагностиці ЕБП методів теорії нечіткої логіки, які на сьогодні з успіхом використовуються в галузі прогнозування і моделювання економічних процесів в умовах підвищеної складності, динамічності і невизначеності середовища.

Основи теорії нечіткої логіки заклад у своїх працях Л. Заде [1]. На відміну від традиційної логіки, яка оперує чіткими кількісними значеннями і бінарними станами 0 або 1, так або ні, тощо, нечітка логіка дозволяє оперувати проміжними значеннями між 0 та 1, а також

кількісно вимірювати спеціальними функціями належності нечіткі лінгвістичні характеристики процесів і явищ, які типові для людського мислення. Можливість з достатнім рівнем точності кількісно оцінювати якісну, неточну і неповну інформацію привернула увагу дослідників у різних сферах наукової діяльності, в тому числі й в галузі економічної безпеки.

Зокрема, С. М. Марущак запропонувала методика оцінки рівня ЕБП, в основу якої покладено ієрархічні системи нечіткого логічного висновку [2, с. 18—20], що дозволило подолати проблему розмірності бази даних, адекватно описати багатовимірні залежності між вхідними показниками і вихідними розрахунками.

Власні інтегральні методики оцінювання рівня ЕБП на основі теорії нечітких множин також розробили Т. Л. Зубко [3], Л. А. Останкова і Н. Ю. Шевченко [4] та інші, що свідчить, з однієї сторони, про зростаючий інтерес дослідників до методів теорії нечітких множин, а, з іншої, — про значні переваги такого підходу при діагностиці ЕБП.

Разом з тим, гносеологічний потенціал нечітко-множинного підходу не вичерпуються лише можливістю кількісного оцінювання якісної інформації в умовах високої її невизначеності. Він з успіхом може бути застосований для вирішення управлінських і прогностичних завдань.

У науковій літературі вже наявні досить вдалі спроби створення адаптивних систем управління і оптимізаційних моделей ЕБП. Зокрема, Н. О. Іванченко на основі методу нечіткого логічного виведення запропонована адаптивна система моніторингу та управління економічною безпекою підприємства, яка максимально пристосовує управління до вирішення складних логічних завдань в умовах нечіткої невизначеності і дозволяє обробляти інформацію у реальному масштабі часу [5, с. 863—866].

М. З. Піх на основі теорії нечітких множин і алгоритму Мамдані розроблено оптимізаційні моделі формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості [6, с. 11—12], які дозволяють виявляти резерви та розробляти відповідну систему заходів, спрямованих на підвищення рівня ЕБП.

Можна констатувати, що застосування нечіткої логіки в діагностиці ЕБП набуває все більших масштабів, що є цілком закономірно, враховуючи ймовірнісну природу самої ЕБП, як стану підприємства, який виникає у контексті можливих загроз його діяльності. Її математичний апарат з успіхом дозволяє вирішувати проблеми формування, оцінювання і інтерпретації індикаторів ЕБП, визначення їх граничних значень. Крім того, адекватна і точна оцінка як кількісних, так і якісних характеристик явищ і процесів, висока гнучкість і максимальна наближеність до моделей мислення людини, невелика складність побудови нечітко-множинних моделей і їх комп'ютерного аналізу, висока достовірність розрахунків в умовах неточної або неповної інформації роблять методи теорії нечітких множин найпридатнішими для вирішення проблем не лише оцінювання, але й управління ЕБП у сучасних умовах їх функціонування і розвитку, що вказує на значні перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.

Література

1. Zadeh L.A. Fuzzy Sets as a Basis for a Theory of Possibility // Fuzzy Sets and Systems. — 1978. — Vol.1. — №1.
2. Марущак С. М. Методика оцінки рівня економічної безпеки підприємства на основі теорії нечітких множин / С. М. Марущак // Вісник Хмельницького національного університету. — 2011. — № 5. — Т.1. — С. 16—21.
3. Зубко Т. Л. Методика визначення економічної безпеки підприємства / Т. Л. Зубко // «Економіка. Менеджмент. Бізнес» — 2016. — №2 (16). — С. 59—76.
4. Останкова Л. А. Моделювання показників економічної безпеки підприємства на основі нечіткої логіки / Л. А. Останкова, Н. Ю. Шевченко // Економіка промисловості. — 2010. — № 2. — С. 106—110.
5. Іванченко Н. О. Адаптивна система моніторингу та управління економічною безпекою підприємства / Н. О. Іванченко // Глобальні та національні проблеми економіки. — 2016. — Випуск 9. — С. 863—866.
6. Піх М. З. Формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності) / Піх Марія Зіновіївна. — К., 2016. — 24 с.

Литюга Юлія Володимирівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки
підприємств, Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана,
м. Київ

Lityuga Yulia
Ph.D in economic sciences, Associate Professor, As-
sociate Professor, Vadym Hetman Kyiv National
Economic University, Kyiv

СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ІННОВАЦІЙ

MODERN TOOLS OF INNOVATION RISK MANAGEMENT

Проаналізовано сутність ризиків інноваційної діяльності. Представлено сучасні методи та інструменти управління ризиками інновацій підприємства.

Ключові слова: методи управління ризиком, локалізація, диверсифікація, компенсація та страхування ризику інноваційної діяльності

The essence of the risks of innovation. Presented by modern methods and tools of risk management in innovation company.

Keywords: methods of risk management, localization, diversification, risk compensation and insurance innovation

Як відомо, всі інновації є ризикованим за своєю природою, а отже в умовах інноваційного розвитку необхідно очікувати помітного збільшення ризиків.

Існує пряма залежність між ризиком і новизною інновацій: найвищий ризик мають проривні інновації, а найнижчий — комплексні поступові. У період генерації ідеї та проведенні науково-дослідних робіт ризик інновацій дуже високий (0,6—0,9). З початком практичної реалізації інновації та її комерціалізації ризик починає скорочуватись і досягає свого мінімального значення у момент повернення інвестицій, зберігаючи його до стадії уповільнення зростання обсягів виробництва. Далі ризик інновацій знову починає стрімко зростати до 1.

Отже, враховуючи високий ступінь впливу ризику на інноваційну діяльність, питання вибору інструментів і методів управління цими специфічними ризиками є надзвичайно актуальним для підприємства.

Серед сучасних методів управління ризиками інноваційної діяльності найпоширенішими та найдієвішими є локалізація, диверсифікація, компенсація, страхування.

Методи локалізації ризику використовують у тих випадках, коли вдається досить чітко і конкретно виокремити й ідентифікувати джерела ризику. Виділивши економічно найнебезпечніший етап або ділянку діяльності, можна зробити його контрольованим і таким чином знизити рівень фінального ризику підприємства. Подібні методи застосовуються багатьма великими промисловими підприємствами при впровадженні інноваційних проектів, освоєнні нових видів продукції, комерційний успіх яких викликає великі сумніви. Як правило, це такі види продукції, для освоєння яких потрібні інтенсивні НДДКР або використання новітніх наукових досягнень, наприклад через використання нейронних мереж. Методи локалізації логічно доповнювати методами лімітування ризиків через встановлення граничного їх значення на кожному рівні.

Метод дисипації полягає у розподіленні або перекладанні загального ризику між учасниками, зацікавленими в успіху інновацій. Інноваційне підприємство також може диверсифікувати ринки збуту, закупівлю сировини і матеріалів, вкладення ризикових активів. Так, диверсифікація ринку збуту передбачає вихід на різні сегменти ринку, що в разі зниження попиту на одному з них, істотно не вплине на загальну виручку підприємства. При цьому потрібно прагнути до рівномірного розподілу часток кожного контрагента в загальному обсязі випуску, щоб відмова кількох з них не зірвала програму комерціалізації інновацій в цілому.

У галузі формування інноваційного портфелю підприємства, методи диверсифікації ризику рекомендують віддавати перевагу реалізації одночасно кількох проектів з відносно невеликими капіталовкладеннями, а ніж програмам, що складаються з єдиного інноваційного проекту, який поглинає всі резерви підприємства. Найбільше зростання досягається за рахунок постійного потоку додаткових інновацій, які частіше є економічно передбачуваним. Успішність радикальних інновацій низька — менш ніж на 10 %, а можливі збитки можуть призвести до банкрутства.

Методи компенсації ризику припускають створення механізмів попередження загроз. До них відносяться стратегічне планування, прогнозування зовнішньої економічної ситуації, моніторинг соціально-економічної та нормативно-правового середовища.

Метод страхування ризику полягає у створенні спеціального фонду засобів (страхового фонду) і його використання (розподіл і перерозподіл) для подолання і відшкодування різного

роду втрат збитку, викликаних несприятливими подіями, шляхом виплати страхового відшкодування і страхових сум. За допомогою страхування інноваційне підприємство може мінімізувати практично всі майнові, а також кредитні, комерційні та виробничі ризики.

Література

1. Абдулаева З. И. Стратегический анализ инновационных рисков / З.И. Абдулаева, А.О. Недосекин. — СПб.: Изд-во Политехн. университета, 2013. — 150 с.
2. Грачева М.В., Ляпина С.Ю. Управление рисками в инновационной деятельности. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 351 с.
3. Куликова Е.Е. Управление рисками: инновационный аспект. — М.: Бератор-Паблишинг, 2008. — 112 с.
4. Немцев В.Н. Новые аспекты риск-менеджмента предприятия в условиях инновационного развития // Экономические исследования. — 2011. — №4. — С. 3.
5. Anderson E.J. Business Risk Management // Models and Analysis. Wiley, 2013. — 384 p.

УДК 303.01:338.3.01

oksana_lyushenko@kneu.edu.ua

Люшенко Оксана Іванівна
асистент кафедри
економіки підприємств
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Lyushenko Oksana I.
Assistant Department of business economics, SHEI
«Kyiv National Economic University after named
Vadym Hetman», Ukraine

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

ECONOMIC STABILITY OF ENTERPRISES FUNCTIONING IN CONTEXT OF ECOLOGICAL SAFETY PROVIDING

Анотація. Визначено принципи механізму оцінки стійкості розвитку підприємства. Обґрунтовано доцільність дотримання екологічної безпеки підприємства.

Ключові слова: економічна стійкість, ресурси стійкості, зовнішня стійкість, внутрішня стійкість, економічна безпека, екологічна безпека

Summary. Clarified the principles of enterprise stability measuring mechanism. Grounded the practicability of the enterprise environmental safety compliance.

Key words: economic stability, resources of stability, external stability, internal stability, economic safety, ecological safety

Управління економічною стійкістю первинної ланки економіки — підприємства — є основою стратегії стійкого розвитку економіки України. Саме підприємства здійснюють безпосередній вплив на всі елементи сталого розвитку країни та заслуговують найбільшої уваги при вивченні даної проблеми. Тому вдосконалення теорії та практики управління стійкістю розвитку промислових підприємств є особливо актуальним.

Стійкість функціонування підприємства — це певний спосіб його функціонування, який забезпечується перетвореннями внутрішнього середовища підприємства з метою самозбереження і відтворення соціально-економічних процесів шляхом гармонізації взаємин із зовнішнім середовищем.

Механізм оцінки стійкості розвитку підприємства базується на певних принципах:

1) урахування взаємозумовленості розвитку підсистем підприємства (економічної, виробничої, соціальної, екологічної), що спирається на важливість дотримання балансу розвитку всіх підсистем підприємства і означає, що інтегральна оцінка стійкості розвитку повинна охоплювати всі сфери діяльності промислового підприємства;

2) досягнення стійкості динаміки розвитку підприємства та економічної ефективності, соціальної стабільності, ризикозахищеності і екологічної безпеки. Принцип полягає у визначенні рівня стійкості розвитку підприємства з урахуванням значень інтегрованих показників стійкості розвитку його підсистем;

3) пріоритетності кінцевої мети, який полягає у виявленні ресурсів стійкості розвитку підприємства. Згідно з цим принципом інтегральна оцінка стійкості розвитку промислового підприємства повинна дати достовірну інформацію про значення економічних, соціальних, ризикових і екологічних показників, а на їх основі — про вплив управління на рівень стійкості розвитку підприємства. У результаті виявляється необхідність розробки управлінських рекомендацій, спрямованих на підвищення стійкості промислового розвитку.

У сучасних реаліях особливої актуальності набуває необхідність розробки інструментарію оцінки рівня економічної безпеки підприємств через побудову системи економічних показників, що впливають на порогове значення рівня економічної безпеки з урахуванням дестабілізуючих факторів. Оцінку стійкості розвитку промислового підприємства слід здійснювати в аспектах зовнішньої і внутрішньої стійкості.

Зовнішня стійкість — це безконфліктна взаємодія із контрагентами зовнішнього середовища: споживачами, конкурентами, постачальниками, фінансово-кредитними установами, податковими та іншими контролюючими органами. Внутрішня стійкість — пропорційність всіх ланок підприємства, що створюють позитивну динаміку основних фінансово-економічних показників діяльності й розширене виробництво. Зовнішня і внутрішня стійкість у взаємодії формують стійкість підприємства в цілому. Зовнішнє середовище впливає на внутрішню стійкість підприємства, а досягнення внутрішньої стійкості сприятливо відбивається на зовнішньому середовищі, забезпечуючи підприємству високу конкурентоспроможність і відповідний імідж.

У системі ринкової економіки, яка характеризується відокремленістю і самостійністю господарюючих суб'єктів усе більшого значення набуває здатність підприємств забезпечувати їх екологічну безпеку. Тому дана категорія привертає все більшу увагу дослідників, аналізуються її характеристики і форми прояву в системі матеріального виробництва, розробляються методики та інструменти оцінки, система відповідних показників-індикаторів. Екологічна безпека підприємства — це захист стану господарської системи підприємства від негативного впливу природних, технологених і технологічних чинників, що дозволяє забезпечувати стійкість і стабільність усіх його основних елементів з метою ефективного і динамічного розвитку господарюючого суб'єкта.

Управління системою екологічної безпеки підприємства — це безперервний процес збереження і раціонального використання природних ресурсів, урахування його екологічного стану, моніторинг факторів впливу, прогнозування змін стану навколишнього середовища, виявлення прогнозованих і потенційно можливих дестабілізуючих факторів.

Політика екологічної безпеки підприємства включає систему заходів, направлених на охорону та збереження довкілля. Формування екологічної стратегії — необхідний елемент системи управління, який включає цільове планування забезпечення екологічної безпеки в майбутньому та формування інноваційних стратегій на основі впровадження сучасних ресурсозберігаючих технологій, використання екологічно чистих матеріалів для виробництва продукції, покращення стану довкілля, які є базою для ефективного і динамічного розвитку не лише підприємства, а й держави.

УДК 338.48

aljona_solo@ukr.net

Солов'янчик А.В.

аспірантка кафедри економіки підприємств, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Україна

Solovianchyk A.,

Postgraduate student, Department of Enterprise Economics SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman», Ukraine

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

STRATEGIC DIRECTIONS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF TOURISM ENTERPRISES IN UKRAINE

Анотація. Керівники підприємств будь-якого виду економічної діяльності повинні усвідомлювати зміни, що відбуваються в умовах інформатизації суспільства, розвитку інновацій і відповідним чином адаптувати свою стратегію розвитку. Адже конкурентоспроможність підприємства — це не разова перемога в конкурентній боротьбі, це постійний процес розвитку та покращення своєї діяльності.

Ключові слова: стратегія діяльності туристичного підприємства, ринок туристичних послуг, конкурентоспроможність підприємства

Summary. Managers of any economic activity should be aware of the changes taking place in terms of the information society, innovation and accordingly adapt its strategy. The competitiveness of the enterprise — is no single win in the competition, it's an ongoing process development and improvement of its activities.

Key words: Strategy of tourism enterprises, tourism market, competitiveness

Аналіз показників ринку туристичних послуг України (рис. 1) дає можливість виділити такі тенденції на ринку туристичних послуг: спостерігаємо постійне зменшення кількості

суб'єктів туристичної діяльності, при цьому щорічно зростає вартість реалізованих туристичних путівок і дохід від їх реалізації, що спричинено стрімким зростанням курсу валют, тому в гривневому еквіваленті дохід зростає.

Кількість туристів на одного суб'єкта туристичної діяльності до 2014 року включно зростало, але у 2015 році бачимо спад, адже дуже знизилась кількість туристів, які було відправлено туроператорами та туристичними агенціями. Останні роки багато людей почало самотійно подорожувати або ж відпочивати в межах країни.

Можемо говорити, що зараз туристичний ринок знаходиться на стадії зрілості, і необхідно шукати нові напрямки для розвитку, дослідити, які нові тенденції характерні для ринку, яким шляхом краще далі розвиватися.



Рис. 1. Динаміка показників дохідності на ринку туристичних послуг за 2011—2015 рр.
(складено автором за даними [1])

На конкурентоспроможність підприємств на ринку туристичних послуг впливає ряд чинників: політичні, демографічні, економічні, соціально-культурні, розвиток інновацій, міжнародні зв'язки — це все ми відносимо до групи зовнішніх чинників, на які підприємство не може вплинути, але повинно їх враховувати при виборі своєї стратегії, також є група внутрішніх чинників — персонал, контракти з партнерами, система управління бізнес-процесами тощо. Ці фактори повністю підконтрольні підприємству. Ми вважаємо, що на загальний рівень конкурентоспроможності підприємства впливає саме туристичний продукт, і більше продаватиметься той, продукт, який матиме краще співвідношення ціни та якості. За ціну туристичного продукту відповідають партнери, з якими оператори заключають контракти, тобто вигідні контракти дають дуже великі переваги для підприємства. Туристичний продукт — це перш за все послуги, тому їх якість залежить від кваліфікації персоналу, який консулює туриста, та від організації самого туру з моменту вибору туристом подорожі до моменту повернення його додому. Тому два основні чинники — це партнери, з якими укладаються контракти на готелі, авіа перельоти, послуги трансферу, страхування тощо та персонал, який працює у туристичного оператора та агенціях. Також на якість послуг впливають система управління бізнес-процесами, яка дозволяють оптимізувати роботу між відправляючим та приймаючим офісами, зараз для цього використовують різноманітні систем CRM.

У сучасних умовах високої інформатизації суспільства, розвитку інновацій клієнт став досить обізнаним і самостійним, тому дуже часто йому не потрібна допомога агентів при організації своїх подорожей. Наразі конкурентними перевагами компанії може стати те, чого не пропонують інші, а враховуючи, що продукт однаковий у всіх, споживача можна зацікавити або професіоналізмом, або зручністю, сервісом, якимись новинками та цікавими можливостями. Дуже популярним стає індивідуальний туризм, коли люди окремо бронюють авіаквитки, готелі та додаткові послуги. Існує безліч порталів, на яких турист може самотійно все забронювати, типу tripmydream, або окремі послуги: готелі (booking), авіа переліт (tickets.ua) тощо, їх безліч. Це дуже зручно для сучасних людей і тих, хто має вільний час, це цікаво та захоплююче. Але залишається відсоток туристів, які обмежені в часі або потребують консультації, адже кожна країна має нюанси щодо візового режиму, особливостей курортів, що впливає на відпочинок тощо. Це саме той сектор, для якого ще працюють туристичні фірми. Але слід враховувати ті тенденції, що існують на ринку та змінювати власну форму ведення бізнесу на інноваційнішу.

Виходячи з цього, визначимо ряд стратегічних напрямків, які дозволять підвищити конкурентоспроможність туристичної сфери загалом і підприємств зокрема.

Перше, що необхідно розвивати серед операторів та агенцій, — індивідуальний туризм: встановлення модулів бронювання квитків на авіа, ж/д, автобуси, бронювання готелів і хостелів, трансфери, оренда авто, екскурсійне обслуговування тощо. Важливо донести до туристів інформацію про те, що вони бронюючи окремі послуги не сплачують додаткових комісій, це готелі та авіакомпанії платять агенція за продаж їх продукту. А турист, бронюючи не просто в Інтернет, а в Агенції, отримує ще при цьому професійну консультацію та підтримку.

Другий напрямок, який украй необхідний для українців, — розвиток внутрішнього туризму. Але тут мова йде не лише про можливість бронювання готелів і турів з відпочинком в Україну у операторів, тут загалом необхідно розвивати туристичну інфраструктуру, адже в українських готелів ще відсутня етика ведення бізнесу.

Третій напрямок — розвиток інновацій у роботі операторів та агенцій. Велику роль для сучасних людей відіграє зручність і доступність до інформації. Тому прості сайти, на яких є актуальна та необхідна інформація, можливість перегляду з мобільного, різноманітні групи в соціальних мережах, реклама в Інтернет тощо дозволять також підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Отже, ринок туристичних послуг є перспективною сферою діяльності, просто необхідно обирати вірні стратегічні напрямки розвитку, що дозволять розширювати ринок та нарощувати обсяги продажів.

Література

1. Туристична діяльність в Україні. Статистичний бюлетень за 2012-2015 роки. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Конкурентоспроможність туристичних підприємств в Україні / І. О. Сидоренко. // Економіка. Управління. Інновації. — 2012. — № 1. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_51
3. Аналіз факторів конкурентоспроможності туристичних підприємств України // О.І. Печенка, Л.Л. Носач, Д.Є. Шевченко — Харків: ХДУХТ, 2012.
4. «Новый уровень: агент умер, да здравствует агент! или Как интернет влияет на агентский бизнес». — Режим доступу: <http://turprofi.com.ua/analitika-2/eksperty/112-novyj-uroven-agent-umer-da-zdravstvuet-agent-ili-kak-internet-vliyaet-na-agentskij-biznes>

УДК 65.016.8

a.l.l.a_a.l.l.a@mail.ru

Силенко Сергій Анатолійович

викладач кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Запорізького національного технічного університету, Україна

Sylenko Serhii A.

Lecturer of Department Enterprise, Trade and exchange of Zaporizhzhya National Technical University, Ukraine

БАНКРУТСТВО ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

BANKRUPTCY AS AN INTEGRAL PART MARKET ECONOMY

Анотація. Розглянуто, що розгортання кризи на рівні окремого підприємства не є локальними. Наголошено, що кризові явища в діяльності підприємства, загроза визнання підприємства банкрутом мають негативні наслідки не тільки для його кредиторів, а й для усіх суб'єктів макроекономічної системи. Також наведено фази класичного циклу суспільного відтворення

Ключові слова: економічні цикли, криза, банкрутство

Summary. We consider that the deployment of the crisis at the level of the individual enterprise is not local. Emphasized that the crisis in the enterprise, the threat of recognition of the company bankrupt have negative consequences not only for its creditors, but also for all of the macroeconomic system. There are classic cycle phases of social reproduction

Key words: economic cycles, crisis, bankruptcy

Питання розгортання кризових явищ актуальна як на рівні кожного окремого підприємства, так і на рівні держави, оскільки національне господарство й складається з окремих господарюючих суб'єктів. Кризові явища в господарській діяльності на мікрорівні — це не лише загроза визнання банкрутом, але й можливість появи негативних наслідків як для кредиторів (тобто незадоволення заявлених вимог), так і для всієї макроекономічної системи.

У визнанні підприємства банкрутом не зацікавлена жодна зі сторін макроекономічної системи. Тому, питання кризових явищ і визнання підприємства банкрутом, прогнозування та

запобігання ним, має загальнодержавне значення. З цього випливає, що необхідність побудови державної системи контролю та діагностики, а також захисту промислових підприємств від банкрутства (системи протидії фінансовому краху) набуває у край важливого значення.

У практиці господарювання криза чи загроза кризи — явище постійне. Основною причиною криз стає, як правило, розрив між промисловим виробництвом і відповідним рівнем споживання продукції.

Здебільшого, економіка послідовно проходить чотири фази існування: підйом, криза (спад), депресія і поживлення [1, с. 23]. Класичний цикл суспільного відтворення складається із чотирьох фаз, зміст яких подано в табл. 1, що складена на підставі праць [1—5].

Таблиця 1

**ФАЗИ КЛАСИЧНОГО ЦИКЛУ СУСПІЛЬНОГО
ВІДТВОРЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Фаза	Назва	Зміст
I	Криза (спад)	Скорочення загального обсягу промислового виробництва й ділової активності, зниження цін, затоварення складів, зростання безробіття та збільшення кількості банкрутів
II	Стагнація (депресія)	Тривалість фази стагнації — від півроку до 3-х років. Для неї характерним є пристосування економічного життя до нових реалій, це фаза віднайдення нової рівноваги. Основними рисами є безвекторність господарських дій, непевність, недовіра до ринкової кон'юнктури, неохочість до ризику, не дивлячись на те, що ціни та господарські умови стабілізуються. Дана фаза, як правило, характеризується падінням відсоткової ставки
III	Поживлення	Для даної фази характерним є відновлення господарського життя, зростання цін, рост виробництва та зайнятості. Фаза торкається перш за все галузей, які виробляють товари групи В. Успіх одних надихає й інших створювати нові виробничі майданчики (підприємства). Даний етап завершується досягненням докризового рівня макроекономічних показників діяльності
IV	Бум (підйом)	Для підйому характерним є створення маси нових товарів, виникнення нововведень на всіх рівнях, поживлення на фондовому ринку, підвищенні курсів цінних паперів і ставки відсотків, також зростають ціни та заробітна платня. Проте проявляються і такі негативні прояви, як збільшення товарних запасів та напруженість у банківському секторі. Бум, який спочатку виводить господарювання на новий щабель у його неухильному розвитку, будує майданчик для нової кризи

Через різноманіття збудників такого циклічного відтворення і досить частих порушень у традиційних фазах вчені різних економічних напрямків пропонують такі різновиди циклів [6, с. 37]:

- цикли Кондратьєва (довгохвильові цикли), тривалість яких складає 40—60 років. Основною причиною криз називають ґрунтовні зміни в техніко-технологічній базі національного господарства, його перебудова;
- цикли Кузнеца (до 20 років) рушійними силами називають зміни у відтворювальній структурі промислового виробництва, звідси випливає і друга назва цих циклів — відтворювальні або будівельні;
- цикли Джаглера (7—11 років) на думку вчених є результатом взаємодії різноманітних грошово-кредитних чинників;
- цикли Кітчіна (3—5 років) впливають з динаміки відносної величини запасів ТМЦ на підприємствах;
- приватні господарські цикли (від одного до 12 років), які з'являються через коливання інвестиційної активності.

Література

1. Балдин К.В. и др. Антикризисное управление: макро- и микроуровень / Учебное пособие. — М.: Дашков и К, 2005. — 316 с.
2. Антикризисное управление: учебное пособие. / Под ред. Э.М. Короткова. — М.: ИНФРА-М, 2000. — 416 с.
3. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник. Вид. 2-ге, виправл. і доп. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 504 с.

4. Самуэльсон П. Экономика. Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2001. — 875 с.
5. Чернявский А.Д. Антикризисное управление. — К.: МАУП, 2000. — 208 с.
6. Коротков Э.М. Антикризисное управление. — М.: Юнити-Дана, 2009. — 375 с.

УДК: 005.7 : 330.341:65.014:65.015

Alena_rosolova@ukr.net

Терентьєва Олена Володимирівна
к.е.н., старший викладач
кафедри економіки підприємств
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Terentyeva Elena V.
PhD, Senior lecturer at the Enterprise Economics
Department Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman, Ukraine

НОВАЦІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ АНТИКРИЗОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

INNOVATIONS IN PROVIDING OF ENTERPRISES ANTI-CRISIS ACTIVITY

Анотація. Запропоновано здійснювати упорядковане забезпечення антикризової діяльності підприємств. Рекомендовано організацію системи даного забезпечення. Визначено склад показників для оцінювання результативності функціонування складових системи забезпечення протикризових дій на підприємствах.

Ключові слова: система, механізм, ефективність, антикризова діяльність, антикризове управління, кризові процеси, забезпечення антикризової діяльності

Summary. It is suggested to carry out the well-organized providing of anti-crisis activity of enterprises. Organization of the system of this providing is recommended. Certainly composition of indexes is for the evaluation of effectiveness of functioning of constituents of the system of providing of anticrisis actions on enterprises.

Keywords: system, mechanism, efficiency, anti-crisis activity, anti-crisis management, crisis processes, providing of anti-crisis activity

Ефективна антикризова діяльність передбачає здійснення процедур з моніторингу за роботами, використанням ресурсів при забезпеченні стабільності виробництва, стійкого положення підприємства на ринку і його фінансового стану. Для цього потрібно формування системи забезпечення виконання робіт з протидії кризовим процесам на підприємстві. Воно повинно мати власну внутрішню організаційну структуру, відповідні функції і технології функціонування.

Таке організаційне утворення слід орієнтувати на виконання робіт за напрямками: попередження, локалізація і ліквідація кризи на підприємстві. Залежно від цілей і напрямів формуються групи виконавців. Основними функціями цих виконавців повинні бути: здійснення протикризових робіт; ресурсне (матеріально-технічне, фінансове і кадрове) забезпечення виконання антикризових робіт; визначення стану та динаміки виконання антикризових робіт; інформаційна та транспортна підтримка протикризових дій; координація (менеджмент) спільних антикризових дій.

Поділ основних функцій із забезпечення антикризової діяльності підприємства на процеси і окремі операції дозволяє визначити в якості базових процесів забезпечення антикризової діяльності підприємства при «Попередженні кризи на підприємстві» — визначення сценаріїв розвитку кризи, прогнозування кризових проявів, розробки заходів з попередження кризових явищ, реалізації заходів з попередження кризових проявів (процесів), оцінювання результативності заходів з попередження кризових проявів (процесів); при «Локалізації кризи на підприємстві» проводиться діагностика кризових явищ і процесів, розробка заходів з локалізації кризи, реалізація заходів з локалізації кризи, оцінювання результативності реалізації заходів з локалізації кризи; при «Ліквідації кризових процесів на підприємстві» — заходи з підвищення ефективності функціонування підприємства та усунення негативного впливу кризових процесів, виконуючи роботи з діагностики динаміки локалізації кризи, розроблення заходів з ліквідації кризи, реалізації цих заходів і оцінювання результативності виконаних робіт з ліквідації кризи.

Рациональність і ефективність функціонування фахівців із забезпечення антикризової діяльності на підприємстві визначається ступенем централізації виконання робіт та прийняття управлінських рішень, а також їх дислокацією структурі підприємства.

Визначення ефективності функціонування системи забезпечення антикризової діяльності підприємства доцільно здійснювати з використанням системи показників і алгоритмів спеціалізованих за окремими складовими забезпечення антикризової діяльності. Серед локальних показників слід визначати суми економії від ресурсного забезпечення робіт антикризової ді-

яльності, від моніторингу виконання робіт антикризових заходів, від інформаційно-логістичного обслуговування антикризових робіт. При визначенні економії ресурсів для робіт антикризової діяльності доцільно визначати суми економії витрат на замовлення, придбання і доставку матеріально-технічних ресурсів; при залученні необхідних або додаткових трудових ресурсів; при залученні фінансових ресурсів.

Література

1. Терентьєва О.В. Економічна природа антикризової діяльності підприємства / О.В.Терентьєва // Стратегія економічного розвитку: Зб. наук. праць. Вип. 31. — К.: КНЕУ, 2012. — С. 160—169.
2. Терентьєва О.В. Основні складові механізму забезпечення антикризової діяльності на підприємств / О.В.Терентьєва / Бізнес — Інформ (Ulrichsweb Global Serials Directory (США), Research Papers in Economics (США), Російський індекс наукового цитування (Росія), IndexCopernicus (Польща), Directory of Open Access Journals (Швеція), CiteFactor (США), Academic Journals Database (Швейцарія), GetInfo (Німеччина), BASE (Німеччина), OpenAIRE (Європейський Союз), SUNCAT Union Catalogue (Велика Британія) ResearchBible (Японія)) № 5, 2014. — С. 311-316.
3. Терентьєва О.В. Теорія формування антикризових заходів / О.В.Терентьєва // Економіка Крима: научно-практичний журнал. — № 28. — 2009. — С. 75—78.

УДК 330.131.7

skitsko.kneu@gmail.com

Вітлінський Вальдемар Володимирович,
д.е.н., професор, завідувач кафедри
економіко-математичного моделювання,
ДВНЗ «Київський національний університет
імені Вадима Гетьмана», Україна

Скіцько Володимир Іванович
к.е.н., доцент кафедри економіко-
математичного моделювання,
ДВНЗ «Київський національний університет
імені Вадима Гетьмана», Україна

Vitlinsky V. V.
Doctor of Economics, professor,
head of department of economic
and mathematical modeling,
State University «Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman», Ukraine
Skitsko Volodymyr I.
PhD in Economics, docent, associate professor of
economic and mathematical modeling,
State University «Kyiv National Economic
University named after Vadym Hetman», Ukraine

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ В ІНДУСТРІЇ 4.0

DEVELOPMENT TRENDS OF RISK- MANAGEMENT IN INDUSTRY 4.0

Анотація. Автори у доповіді досліджують різні аспекти ризик-менеджменту в умовах нової концепції розвитку економіки «Індустрія 4.0».

Ключові слова: ризик-менеджмент, Індустрія 4.0, Індустріальний Інтернет, інформаційна безпека

Summary. The authors of the report explore the various aspects of risk management in the new concept of economic development «Industry 4.0».

Key words: risk management, Industry 4.0, Industrial Internet, information security

Стрімкий розвиток різних інновацій, насамперед, інформаційно-комунікаційних засобів і технологій, інтелектуалізація виробничих процесів, орієнтованість на швидке задоволення різних потреб споживачів і т.п. зумовило появу нової концепції розвитку економіки — «Індустрія 4.0» (або Четверта промислова революція). В умовах Індустрії 4.0 передбачається, що усі фізичні об'єкти, які нас оточують і використовуються у промисловому виробництві (виробниче обладнання та запчастини, готова продукція, напівфабрикати, автомобілі тощо), будуть постійно підключеними до єдиної світової мережі обміну даними (Індустріального Інтернету) [1, 2].

Індустрію 4.0 можна вважати інноваційним промисловим виробництвом, якому притаманна невизначеність, що породжує різні види та типи ризиків, які необхідно вміти ідентифікувати, аналізувати, моделювати та управляти ними [3]. Усе це можна робити в межах ризик-менеджменту, під яким розуміють «необхідність використовувати в управлінській діяльності різноманітні підходи, процеси, заходи, які дозволяють певною мірою (наскільки це можливо) прогнозувати можливість настання ризикованих подій і домагатися зниження ступеня ризику до допустимих меж» [4].

Існуючі засади ризик-менеджменту, на наш погляд, у цілому будуть актуальними й в умовах Індустрії 4.0, зокрема ті, які викладені в [4—7]. Наприклад, не залежно від досліджуваного ризику необхідно буде дотримуватися наступних принципів управління ризиками [6, 7]: максимізація (проведення всебічного аналізу можливих причин і чинників ви-

никнення ризиків); мінімізація (зменшення ступеня можливого прояву ризику); адекватність реакції (оперативне та адекватне реагування на будь-які зміни в діяльності підприємства, що можуть зумовити зміни в ризик-менеджменті); прийняття (можна прийняти на себе лише обґрунтований ризик). Окрім того, в умовах Індустрії 4.0 залишаються актуальними загальноприйняті кроки процесу управління ризиком [5]: встановлення оточення чи контексту досліджуваного ризику; оцінювання ризику (ідентифікація, аналіз і розрахунок ризику); подолання ризику.

Суттєві зміни в ризик-менеджменті відбудуться на етапі визначення різних видів ризиків, їх класифікації, визначення їх сутності, об'єктів, суб'єктів тощо. Зокрема, концептуально ризику Індустрії 4.0 можна поділити на ризики підготовчого етапу (триває зараз) та ризики втілення у реальне виробництво прототипів [3]. Якщо на першому етапі будуть ризики, які вже досліджуються тривалий час і існують різні засоби їх аналізу, оцінювання та моделювання, то ризики другого етапу будуть абсолютно новими ризиками, для яких на разі таких засобів майже не має. Тобто, ризики Індустрії 4.0 можна поділити на ультра нові (які виникнуть лише під час впровадження концепції промислового виробництва «Індустрія 4.0» у реальне життя, і які взагалі не притаманні нинішній економіці); нові ризики (що лише почали виникати на теперішньому етапі розвитку світової економіки, і проявляться повною мірою в Індустрії 4.0); традиційні (або класичні) ризики (які були, є та будуть притаманні розвитку світової економіки та суспільства) [3].

Окрім того, із подальшим розвитком суспільства та економіки поширеність різного виду інформаційних ризиків, ризиків інформаційної безпеки та кібербезпеки буде лише зростати. Тому саме існуючі найкращі практики інформаційного ризик-менеджменту можуть стати основою ризик-менеджменту в Індустрії 4.0.

Література

1. Что такое Индустрия 4.0? Цифры и факты. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://holzex.ru/chto-takoe-industriya-4-0-tsifry-i-fakty/>
2. Как нам начать четвертую промышленную революцию [Електронний ресурс] // Власть денег. — 2015. — № 9/434. — Режим доступу до статті: <http://www.dsnews.ua/future/kak-nam-nachat-chetvertuyu-promyshlennuyu-revolutsiyu-05092015101200>
3. Вітлінський В.В. Класифікація ризиків Четвертої промислової революції / В.В. Вітлінський, В.І. Скілько // Моніторинг, моделювання та менеджмент емерджентної економіки: Зб.наук.пр. П'ятої Міжнародної науково-практичної конференції; Черкаси, 26-28 квітня 2016. / Редкол.: Соловійов В.М. (відп. за випуск) та ін. — Черкаси: Видавець О.М. Третяков, 2016. — С. 39—41.
4. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві: Монографія. / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко Г.І. — К.: КНЕУ, 2004. — 480 с.
5. ISO. Risk Management — Principles and guidelines ISO 31000. Switzerland: ISO, 2009. — 24p.
6. Черкасов В.В. Проблемы риска в управленческой деятельности: Монография / В.В. Черкасов. — М.: Рефа-бук; К.: Ваклер, 1999. — 288 с.
7. Skitsko V.I. Risk management in electronic logistics / V.V. Vitlinsky, V.I. Skitsko // Actual Problems of Economics. — 2014. — № 12(162). — P. 374—384.

УДК 658:519.86

e-mail: kotsyuba.voliacable.com

Коцюба Олексій Станіславович

к.е.н., доцент,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Україна

Kotsyuba Oleksiy Stanislavovych

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of Business Strategy Chair, SHEI «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman», Ukraine

ВИМІРЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОГО РИЗИКУ В УМОВАХ ІНТЕРВАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ДАНИХ

MEASUREMENT OF ECONOMIC RISK UNDER INTERVAL DATA UNCERTAINTY

Анотація. У публікації здійснено спробу розроблення спеціального методичного апарату для вимірювання ризику за інтервальними оцінками критеріїв ефективності господарської діяльності. В межах цього як показники міри ризику в абсолютному вираженні запропоновано розмах варіації, піврозмах варіації і семівідхилення. На ос-

Summary. The paper tries to devise a special technique to measure risk based on interval estimates of economic efficiency criteria. In this framework, range, semirange and semideviation are proposed as risk level indicators in absolute terms. The relevant ratios are defined based on the said absolute indicators. That being said, the input versions of

нові зазначених абсолютних показників сформульовано відповідні коефіцієнти. При цьому вихідні версії даних коефіцієнтів доповнено їх модифікаціями, які не мають обмеження щодо знака інгредієнта.

Ключові слова: невизначеність, ризик, міра ризику, інтервальний аналіз, інтервальна оцінка, розмах варіації, семівідхилення.

such ratios are augmented with their modifications, which are free from constraints related to the sign of ingredient.

Keywords: uncertainty, risk, measure of risk, interval analysis, interval estimate, range, semideviation.

Відмітною рисою сучасної теорії економіки й управління підприємством є підвищена увага до факторів невизначеності та ризику. При цьому невизначеність, яка супроводжує операційну й інвестиційну діяльність підприємства, нерідко має інтервальний характер, коли суб'єкт прийняття рішення або експерт може визначити лише діапазони, в межах яких мають опинитися аналізовані кількісні параметри. Звідси виникає потреба у формуванні інструментарію для аналітичної підтримки господарських рішень в ситуації інтервальної невизначеності початкових даних. Як окремий напрям зазначеної проблематики виступає проблема вимірювання ризику за інтервальними оцінками критеріїв ефективності (результативності) господарської діяльності підприємства.

У системі теоретико-ймовірнісної методології як абсолютний показник ступеня ризику може використовуватися середньозважене модуля відхилення аналізованого економічного показника (критерію) відносно центра групування його значень [1, с. 162–163]. Його інтервальна адаптація може бути сформульована як розмах варіації, тобто як різниця між максимальним і мінімальним значенням розглядуваного економічного показника в межах його інтервальної оцінки:

$$R(\bar{K}) = \bar{K} - \underline{K},$$

де K — критеріальний економічний показник (критерій); $\bar{K}$ — інтервальна оцінка критерію K ; $R(\bar{K})$ — розмах варіації для інтервальної оцінки критерію K ; $\underline{K}$, $\bar{K}$ — відповідно мінімальне і максимальне значення в межах інтервальної оцінки критерію K .

У певних ситуаціях може бути доцільним використання піврозмаху (семірозмаху) варіації ($SR(\bar{K})$):

$$SR(\bar{K}) = \frac{1}{2} R(\bar{K}).$$

Якщо як ризикові трактувати лише ті коливання, що розцінюються як несприятливі (небажані) по відношенню до деякої бази співставлення, то ця концепція міри ризику в ситуації інтервальних оцінок критеріїв, так само, як і в разі використання теоретико-ймовірнісної методології, може бути змодельована за допомогою показника семівідхилення (семідевіації) [2; 3]. Відповідне аналітичне співвідношення має вигляд:

$$SeD_z(\bar{K}) = \begin{cases} 0, & Z \leq \underline{K} \\ Z - \underline{K}, & \underline{K} < Z < \bar{K} \\ \bar{K} - \underline{K}, & Z \geq \bar{K} \end{cases}$$

де Z , $Z = Z(\bar{K})$ — база співставлення (порівняння) значень у межах інтервальної оцінки $\bar{K}$; $SeD_z(\bar{K})$ — семівідхилення значень в межах інтервальної оцінки $\bar{K}$ від бази співставлення (порівняння) Z .

Як база співставлення Z може використовуватися середнє значення аналізованої інтервальної величини $\bar{K}$ — Av , $Av = Av(\bar{K})$, або деякий нормативний рівень — G , яким може бути задане зацікавленою особою (суб'єктом прийняття рішення, експертом) якесь цільове або порогове (критичне) значення.

На основі показників $R(\bar{K})$, $SR(\bar{K})$ і $SeD_z(\bar{K})$ можна сформулювати показники ступеня ризику у відносному вираженні — відповідно коефіцієнт розмаху варіації ($CR_{Av}(\bar{K})$), коефіцієнт піврозмаху варіації ($CSR_{Av}(\bar{K})$) і коефіцієнт семівідхилення ($CSeD_z(\bar{K})$):

$$CR_{Av}(\bar{K}) = \frac{R(\bar{K})}{Av(\bar{K})}, \quad CSR_{Av}(\bar{K}) = \frac{SR(\bar{K})}{Av(\bar{K})}, \quad CSeD_z(\bar{K}) = \frac{SeD_z(\bar{K})}{Z(\bar{K})}.$$

Відповідно до своєї структури сферою застосування представлених коефіцієнтів є критеріальні показники з позитивним знаком інгредієнта (тобто такі, що оптимізуються в напрямі максимуму). Позбавитися цього обмеження можна, якщо перейти до модифікацій розглянутих коефіцієнтів, сформулювавши їх аналогічно відповідним модифікаціям у межах теоретико-ймовірнісної методології [3; 4]:

$$CR_{Av}^m(\bar{K}) = \begin{cases} \frac{R(\bar{K})}{Av(\bar{K}) - Z_0}, & \text{якщо } K = K^+ \\ \frac{R(\bar{K})}{Z_0 - Av(\bar{K})}, & \text{якщо } K = K^- \end{cases}, \quad CSR_{Av}^m(\bar{K}) = \begin{cases} \frac{SR(\bar{K})}{Av(\bar{K}) - Z_0}, & \text{якщо } K = K^+ \\ \frac{SR(\bar{K})}{Z_0 - Av(\bar{K})}, & \text{якщо } K = K^- \end{cases},$$

$$CSeD_z^m(\bar{K}) = \begin{cases} \frac{SeD_z(\bar{K})}{Z(\bar{K}) - Z_0}, & \text{якщо } K = K^+ \\ \frac{SeD_z(\bar{K})}{Z_0 - Z(\bar{K})}, & \text{якщо } K = K^- \end{cases},$$

де $CR_{Av}^m(\bar{K})$, $CSR_{Av}^m(\bar{K})$, $CSeD_z^m(\bar{K})$ — модифікований коефіцієнт відповідно розмаху варіації, піврозмаху варіації та семівідхилення для інтервальної оцінки критерію K ; Z_0 — фіксоване (порогове) значення критеріального економічного показника.

У цілому представлені результати дають підстави констатувати, що напрацьовані нині в межах ризикології методологічні підходи й інструментарій дозволяють здійснювати обґрунтовану аналітичну підтримку прийняття рішень у тій чи тій ситуації, обтяженій невизначеністю та зумовленим нею ризиком, і зокрема, в разі, коли кількісні параметри досліджуваної проблемної ситуації описуються інтервальними оцінками. Водночас, складність і багатоаспектність феноменів невизначеності і ризику, еволюція наукових уявлень про них визначають потребу в подальших ґрунтовних дослідженнях за порушеною в цій публікації проблематику.

Література

1. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві: монографія / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. — К.: КНЕУ, 2004. — 480 с.
2. Подиновский В.В. Среднее полуотклонение как информация для принятия решений в условиях риска / В.В. Подиновский // Научно-техническая информация. — Серия 2: Информационные процессы и системы. — № 5. — 2006. — С. 26–30.
3. Коцюба О.С. Вибір найкращого інвестиційного проекту за умов невизначеності на основі показників варіабельності / О.С. Коцюба // Інвестиції: практика та досвід. — № 10 — 2016. — С. 20–25.
4. Верченко П.І. Багатокритеріальність і динаміка економічного ризику (моделі та методи): монографія / П.І. Верченко. — К.: КНЕУ, 2006. — 272 с.

Наукове видання

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

**Збірник матеріалів
VI Міжнародної науково-практичної конференції
(до 110-річчя кафедри економіки підприємств)**

Economy of enterprise: theory and experience

13 жовтня 2016 р.

*Художник Т. Зябліцева
Коректура Ю. Пригорницький
Верстка С. Лозова*

Підписано до друку 11.10.16.
Друк. арк. 46,25. Зам. № 16-5240

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, Україна, м.Київ, пр. Перемоги, 54/1
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, №235 від 07.11.2000)
Тел./факс (044) 537-61-41; тел.(044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua