



ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

# ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

ІІІ ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

24 березня 2014 р.



ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА  
ТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

---

**ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ  
РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

*III Всеукраїнська науково-практична конференція*

**Тези доповідей**

**24 березня 2014 р.**

Дніпропетровськ  
2014

**Організаційний комітет:**

**Голова оргкомітету:**

*О.М. Зборовська*, доктор економічних наук, доцент.

**Члени оргкомітету:**

*Б.І. Холод*, доктор економічних наук, професор;

*В.А. Ткаченко*, доктор економічних наук, професор;

*В.П. Валіков*, кандидат економічних наук, доцент;

*С.В. Дубінський*, кандидат економічних наук;

*Н.О. Волошко*, кандидат економічних наук;

*Н.І. Климович*, старший викладач;

*І.Г. Курінна*, старший викладач;

*Н.О. Глуценко*, секретар.

П 78 Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкового середовища: III Всеукраїнська науково-практична конференція: тези доповідей, Дніпропетровськ, 24 березня 2014 р. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2014. – 164 с.

ISBN 978-966-434-305-0

Збірник містить тези доповідей учасників III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах ринкового середовища». Тези доповідей присвячено аналізу розвитку сучасного бізнесу, аналізу теорії та методології конкурентоспроможності підприємств і організацій, використанню існуючих принципів і важелів при створенні системи управління конкурентоспроможністю з узагальненням вітчизняного та зарубіжного досвіду, розробці рекомендацій щодо вирішення існуючих проблем.

УДК 338:339.137

*Відповідальна за випуск:*

О.М. Зборовська, доктор економічних наук, доцент,  
зав. кафедри економіки підприємства та міжнародного бізнесу.

ISBN 978-966-434-305-0

© Дніпропетровський університет  
імені Альфреда Нобеля,  
оформлення, 2014

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ: ТЕОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ

<b>Босовська М.В.</b> Інтеграція як конкурентна перевага підприємства.....	7
<b>Бурлака О.П.</b> Фактори формування конкурентоспроможності аграрного сектора економіки.....	10
<b>Гетьман А.О.</b> Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства .....	13
<b>Дуцька А.С.</b> Конкуренція як стимулюючий фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств .....	15
<b>Климович Н.І.</b> Науковий потенціал як фактор підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств .....	17
<b>Коцар Д.Ю.</b> Основи формування системи управління земельними ресурсами в Україні .....	20
<b>Львова Ю.Г.</b> Формування конкурентоспроможних витрат виробництва інноваційної продукції машинобудівного підприємства .....	24
<b>Макарова Н.С., Чистяков В.И.</b> Проблемы экономики Украины и пути их решения .....	28
<b>Таран Д.В.</b> Конкурентоспроможність підприємств та організацій: теорія та методологія .....	29
<b>Тарапон Є.А.</b> Теоретичні основи формування та засади управління конкурентним середовищем підприємств .....	32
<b>Фатєєва Ж.Т.</b> Конкурентоспроможність потенціалу підприємства та її рівні .....	34
<b>Шалиніна А.Є.</b> Стратегія як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємства .....	36
<b>Шрам А.В.</b> Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств .....	39

### СЕКЦІЯ 2. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ КРИЗИ

<b>Герасименко Ю.С.</b> Сучасна концепція управління персоналом.....	42
<b>Глобенко Г.В.</b> Роль державного управління трудовими ресурсами.....	44
<b>Дрогомарецька А.В.</b> Управління персоналом в кризових умовах.....	47
<b>Дубінський С.В.</b> Соціальна сфера як пріоритетний напрям розвитку промислових підприємств .....	50
<b>Залєтєєва В.В.</b> Державне регулювання соціально-економічного розвитку країни.....	51
<b>Кондрашова Н.О.</b> Людський розвиток як шлях до економічного розвитку України.....	53

<b>Кулешова Т.І.</b> Фактори розвитку конкурентоспроможності персоналу сільськогосподарських підприємств .....	56
<b>Курзова О.О.</b> Факторы, влияющие на формирование кадровой политики .....	58
<b>Ножина К.В., Базюк Д.О.</b> Методи мотивації економічної активності .....	59
<b>Овчаренко В.П.</b> Пріоритетні напрями державного регулювання соціальної орієнтації економіки .....	61
<b>Оліховський В.Я.</b> Податкове навантаження на оплату праці та його оптимізація .....	63
<b>Панченко М.П.</b> Управління персоналом: актуальні питання .....	67
<b>Пришляк С.В.</b> Роль і значення трудового потенціалу в економічних відносинах .....	69
<b>Решетило А.Г.</b> Синтез системи управління діловою активністю персоналу підприємства .....	73
<b>Рябокоть Ю.А., Готовец Д.С.</b> Управление персоналом в условиях кризиса .....	75

### **СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

<b>Акулова А.В.</b> Теоретичні аспекти інвестування виробництва .....	77
<b>Байрамова З.Ф.</b> Предпринимательство как особая форма экономической активности .....	78
<b>Біласко А.С., Бодня О.Е.</b> Актуальні проблеми антикризового управління підприємствами .....	81
<b>Білухін М.В.</b> Особливості сучасного управління збутовою діяльністю в системі маркетингу підприємства .....	82
<b>Божко І.В.</b> Роль і місце малого підприємництва в економіці України .....	85
<b>Волошко Н.О.</b> Сутність корпоративного управління .....	87
<b>Гавришук Ю.Ю.</b> Ефективність використання основних фондів підприємства та шляхи її підвищення .....	89
<b>Зборовська О.М.</b> Проблеми оптимізації операційної системи підприємства .....	92
<b>Івченко В.С.</b> Збут як інструмент маркетингової політики підприємства .....	94
<b>Кириченко К.Е.</b> Теоретичні аспекти формування та розвитку виробничого потенціалу промислового підприємства .....	97
<b>Косякін В.Г.</b> Складові стійкого розвитку промислового підприємства .....	99
<b>Кулакова О.І.</b> Розробка та обґрунтування стратегії розвитку підприємства .....	101
<b>Курінна І.Г.</b> Розвиток малого підприємництва в Україні .....	103

<b>Кухар Я.О.</b> Особливості інноваційної діяльності на промислових підприємствах.....	106
<b>Куц Н.Д.</b> Управління виробничим потенціалом підприємства .....	109
<b>Мініна О.І.</b> Функціонально-вартісний аналіз як фактор підвищення ефективності виробництва.....	111
<b>Муштат Н.Г.</b> Ефективність використання основних виробничих фондів.....	112
<b>Нестеренко О.В.</b> Якісний аналіз та формування стратегії розвитку підприємства .....	114
<b>Неговкана Л.П.</b> Управління економічною стійкістю підприємства ....	117
<b>Пак С.И.</b> Пути повышения эффективности использования основных фондов предприятия .....	119
<b>Полторацька А.А.</b> Економічні аспекти безпеки підприємства .....	121
<b>Різун Н.Л.</b> Шляхи зниження собівартості .....	123
<b>Рудень В.В.</b> Класифікація оборотного капіталу.....	125
<b>Ружанский А.В.</b> Аудит как вид предпринимательской деятельности .....	127
<b>Хохлова М.В.</b> Сутність планування господарської діяльності підприємства .....	130
<b>Шевчук Ю.О.</b> Теоретичні основи діагностики і оцінки виробничого потенціалу підприємства .....	131
<b>Шумілова Н.О., Надха А.О.</b> Формування бакалаврату в умовах реформи вищої освіти .....	134
<b>Юдіна Н.А.</b> Тенденції та проблеми розвитку малих підприємств в Україні .....	135

#### **СЕКЦІЯ 4. ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У КОНТЕКСТІ ЗДІЙСНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА**

<b>Бодня О.Е.</b> Проблеми формування кризових явищ у ринковому середовищі господарювання аграрних підприємств.....	138
<b>Глушко А.О.</b> Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия .....	140
<b>Ечко В.В.</b> Финансовое управление человеческим капиталом как фактор повышения конкурентоспособности государства ...	142
<b>Зайцев Д.С.</b> Управління компанією в кризових умовах .....	144
<b>Кравченко О.О.</b> Вплив інновацій на підвищення конкурентоспроможності підприємства .....	145
<b>Ли И.В.</b> Вплив національної культури на формування моделі управління підприємством .....	147
<b>Муханова К.С.</b> Інноваційні підходи до підвищення конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах .....	148

<b>Новикова А.О.</b> Управленческие идеи и практика европейской цивилизации .....	150
<b>Орехов О.О.</b> Классификация инновационных проектов.....	152
<b>Передерий А.В.</b> «Эффект лампочки» – метод стимулирования потребителей.....	154
<b>Рахманова С.О.</b> Стратегічне управління як джерело інноваційного розвитку підприємств .....	155
<b>Руденко А.А.</b> Інноваційний розвиток та зростання конкурентоспроможності економіки.....	157
<b>Табунідзе К.Г.</b> Историчний ракурс менеджменту .....	160
<b>Хомко А.В.</b> Лидерство и руководство.....	161

## СЕКЦІЯ 1 КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ: ТЕОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ

**М.В. Босовська,**

*канд. екон. наук, доц.*

*докторант кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,  
Київський національний торговельно-економічний університет*

### ІНТЕГРАЦІЯ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВА

У наукових дослідженнях визначено, що інтеграція – це складний соціально-економічний процес, важливість та пріоритетність якого для перспективного розвитку економіки зростає в умовах конкурентного середовища [1]. Інтеграція розглядається як комплекс засобів та технологій, за допомогою яких учасники отримують можливості адаптуватися до умов зовнішнього середовища та підтримувати відносини з іншими економічними та соціальними системами з метою зміцнення конкурентної позиції на ринку та формування унікальних конкурентних переваг. З цих позицій, інтеграція є засобом зростання економічного потенціалу учасників за рахунок об'єднання ресурсів [2], створення сприятливих умов для ведення підприємницької діяльності, побудови закінчених логістично-технологічних циклів [3], упорядкування та координації діяльності та формування систем управління, зниження витрат [4], зростання продуктивності праці [3], збільшення ринкової влади учасників [5], досягнення синергетичних ефектів [6] тощо. Тобто, інтеграція – стратегія розвитку та забезпечення конкурентноздатності ринкових суб'єктів на засадах формування конкурентних переваг. Саме інтеграція забезпечує погоджений розвиток та взаємне доповнення підприємств, галузей економіки, регіонів в інтересах більш ефективного використання ресурсів і більш повного задоволення потреб учасників цього процесу.

Дослідження інтеграції в умовах конкурентного середовища передбачає визначення пріоритетної ролі інтеграційних процесів в розвитку суб'єктів господарювання з метою консолідації та сторення на цій основі можливостей для досягнення конкурентних переваг.

Множинність теоретико-методологічних теорій до формування та розвитку інтеграції з одного боку, є проявом глибокого інтересу до проблеми та свідченням її складності і багатогранності, а з іншого, вимагає наукового осмислення і генерування здобутків з метою здійснення систематизації досвіду і еволюційних підходів. Дослідження методології формування інтеграційних процесів на основі еволюційних принципів дозво-



ли визначити формалізовані положення концепцій та теорій інтеграції щодо створення унікальних конкурентних переваг (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Класифікація теорій інтеграції за методологією формування конкурентних переваг**

Теорії та концепції інтеграції	Формалізовані конкурентні переваги
меркантилістична, маржиналістична теорії	інституційний вплив
марксистське вчення	матеріальні ресурси
теорія історичної школи	обсяг нагромадженого капіталу
класична економічна теорія	відокремлення власності від управління
маржиналістична (неокласична) теорія, еволюційна економіка	працівники, людина
економічна теорія організацій	внутрішні організаційні фактори
бюрократична теорія, теорія економічної залежності (влади, панування)	влада
теорії монополістичної та недосконалої конкуренції	володіння матеріальними та нематеріальними ресурсами
теорія економічної динаміки та підприємництва	вплив формальних і неформальних інституцій
теорії ефективної організації, адміністративної поведінки	поведінкові та соціальні фактори
теорія ефективного попиту (кейсіанська), електична концепція (OLE-теорія)	інноваційно-інвестиційні чинники
теорія систем (системний підхід), універсальна теорія формування організації	технічні та соціальні фактори
теорія корпоративних фінансів, концепція економічного росту (зростання)	володіння фінансами
теорії агентських відносин, трансакційних витрат, ресурсна; технологічна концепція фірми	специфічність активів, наявність ресурсів
теорія прав власності	специфікації прав власності
теорія контрактів	економічна поведінка агента, наявність контрактних відносин
стратегічна теорія	можливості для врахування зовнішніх обмежень
гуманістично-психологічна, психодинамічна, соціально-когнітивна теорії, соціальна концепція мереж	соціологічні та психологічні фактори
теорія маркетингу відносин	можливості для співробітництва
теорії ключових компетенцій, економіки знань (управління знаннями), ціннісна	ключові компетенції, створення цінностей

Теорії та концепції інтеграції	Формалізовані конкурентні переваги
теорії асиметричної інформації, інформаційної вартості, інформаційної економіки, праксеологічна, концепція інноваційного розвитку	інноваційно-інформаційна складова діяльності
теорії колективних дій (груп), взаємодії	реалізація взаємних очікувань
теорії динамічних спроможностей, динамічного розвитку	реконфігурація внутрішніх та зовнішніх компетенцій
теорія ситуаційного вибору, концепція рефлексивного управління	технології управління бізнесом
кластерна теорія	організаційна просторово-виробнича консолідація
концепція співконкуренції	розвиток співконкуренції
концепція автопоезису (самоорганізованої фірми), теорія екосистем і коеволуцій	взаємозв'язок економічних, соціальних та екологічних факторів
теорії адаптації, галузевих (внутрішніх) ринків, концепція стейкхолдерів	система ділових відносин, здатність до адаптивності
концепція життєвих циклів корпорації, теорії організаційних змін, організаційного потенціалу	організаційний потенціал, внутрішня діяльність
теорія інститутів та інституційних змін, неінституційна економіка, концепція стратегічної поведінки та позиціонування, теорія альянсів	стратегічний вибір, стратегічна взаємодія
теорії інституційного ізоморфізму, інститутів та інституційних змін, неінституційна економіка	механізми інституційних змін, інституційний ізоморфізм
організаційна екологія, концепція автопоезису	формування еколого-економічної ніші
концепція самоорганізованої критичності, синергетична теорія	здатність до самоорганізованої критичності
концепція реальних опціонів	здатність до реальних опціонів

Представлені здобутки мають визначальну холістичну роль у формуванні сучасної наукової традиції в області інтеграції на основі випереджального інтеграційного розвитку в умовах конкуренції.

### *Список використаних джерел*

1. Босовська М.В. Теоретичні засади інтеграційного процесу / М.В. Босовська // Економічний часопис-XXI. – 2013. – № 5–6. – С. 60–63.
2. Матицин А.К. Вертикальная интеграция: теория и практика / А.К. Матицин. – М.: Изд.дом «НОВЫЙ ВЕК», 2002. – 368 с.

3. Земляна Г.С. Форми інтеграції промислових підприємств в умовах трансформаційної економіки [Електронний ресурс] / Г.С. Земляна. – Режим доступу: <http://ev.nuos.edu.ua/content/formi-integratsiipromislovikh-pidприємств>.

4. Томпсон Артур А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / Артур А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; пер. с англ. – 12-е изд. – М.: Вильямс, 2008. – 928 с.

5. Мартынович В.И. Развитие интеграционных процессов в мясо-жировой промышленности: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. / В.И. Мартынович. – Саратов, 2007. – 214 с.

6. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма. Формы, рынки, «отношенческая» контрактация / О.И. Уильямсон. – СПб.: Лениздат, 1996. – 702 с.

*О.П. Бурлака,  
старший викладач  
Полтавська державна аграрна академія*

## **ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ**

В умовах виникнення і дії конкуренції в агропромисловому виробництві важливого значення набуває досягнення балансу між постачальниками і споживачами сільськогосподарської продукції. В останній час в Україні в результаті тривалої економічної кризи, що призвела до різкого зниження обсягів виробництва всіх видів сільськогосподарської продукції і стрімким зростанням цін на неї, значно скоротилося споживання населенням м'ясних і молочних продуктів, овочів, цукру, олії, хлібоборошняних виробів та інших продуктів. В даний час в агропромисловому виробництві нашої країни відсутня внутрігалузева конкуренція, не дивлячись на те, що тут діють десятки тисяч товаровиробників з різними формами власності і господарювання, що цілком достатньо для функціонування конкуренції. Вона може з'явитися лише при умові рівноваги між попитом і пропозицією, яка на сьогодні порушена через відсутність організованого ринку кормів, засобів виробництва, будівельних матеріалів необхідних для розвитку товаровиробництва. Отже, щоб зробити конкуренцію дійсно рушійною силою розвитку сільськогосподарського виробництва, необхідна не лише наявність на ринку великої кількості незалежних товаровиробників, але, насамперед, досягнення оптимальних співвідношень між попитом і пропозицією на продукцію сільського господарства, що може бути забезпечено лише при умові різкого зростання обсягів її виробництва.

Становлення конкурентних відносин в аграрному секторі економіки України має своєрідний характер. Їх формування відбувається за умов реформування власності на землю та основі засоби виробництва, недостатній розвиток ринкової інфраструктури, зокрема організованого ринку аграрної продукції, чіткого законодавчого та нормативного забезпечення. Ці процеси зумовили певні особливості конкурентних відносини в аграрному секторі, серед яких такі: прояв їх в умовах невідповідності попиту і пропозиції на сільськогосподарську продукцію, необхідність постійного державного втручання та дієвого регулювання, різноманітність ринкових посередників між виробником аграрної продукції та кінцевим споживачем, наявність міжгалузевої конкуренції в сільському господарстві, переважно ціновий характер конкурентоспроможності вітчизняної аграрної продукції.

У даний час конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції має не лише внутрішній, але і зовнішній аспект, оскільки значна частина продовольства, що споживається в національній економіці України ввозиться із-за кордону. Дана закономірність супроводжується зростаючим дефіцитом власної сировини і продовольства, внаслідок чого на український ринок стрімкими темпами стали надходити імпортні сировина і продукція, що поставило вітчизняного товаровиробника і населення країни у невідгідне становище.

Конкурентоспроможність аграрного виробництва характеризується рівнем забезпеченості внутрішнього попиту країни за рахунок власного виробництва (самозабезпеченість), а також його ефективністю, що у кінцевому результаті формує рівень національної продовольчої безпеки.

Законом України «Про основні засади державної програмної політики на період до 2015 року» ставиться завдання – перетворити аграрний сектор на високоефективний, конкурентоспроможний на внутрішньому і зовнішньому ринках сектор економіки держави [2]. Отже, проблема підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств сьогодні стала однією з найбільш актуальних державних проблем.

Досягнення ефективних результатів та формування потенційної можливості суб'єктів господарювання аграрного сектора у конкурентній боротьбі в сучасних умовах ускладнюється необхідністю пристосування до змінюваних умов, що потребує пошуку науково обґрунтованих концепцій функціонування та розвитку підприємств, підвищення конкурентоспроможності продукції.

Більшість дослідників понять «конкурентоспроможність» і «конкурентоспроможність продукції» визнають важливість аналізу факторів, які визначають їх рівень і розкривають поняття конкурентоспроможності конкретного виду товару, а також відзначають неоднозначність даної категорії. Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку допускає

з'ясування чинників, що впливають на відношення покупців до підприємства та його продукції і як результат – зміна частки ринку підприємства. В сільському господарстві України конкуренція характеризується великою кількістю особливостей та чинників, які формують та визначають конкурентоспроможність аграрних товаровиробників.

Необхідно виділити групу основних чинників, які формують конкурентоспроможність в сільському господарстві: земля її надра, води, її кліматичний потенціал тощо; виробничий потенціал підприємства; технології, які формують та впливають на якість продукції та продуктивність персоналу [1]. Зазначені чинники є взаємозалежними та впливають на конкурентоспроможність підприємства та вироблену продукцію. Проте, особливістю є те, що у сільськогосподарських підприємствах кількість реалізованої продукції завжди менше від реалізованою на величину внутрішнього споживання, але це може негативно вплинути на рівень забезпечення населення продуктами харчування.

Більшість науковців поділяють конкурентні чинники на фактори зовнішнього та внутрішнього середовища. У межах даної класифікації ми вважаємо за доцільне згрупувати ці чинники у два блоки: загальні та специфічні. Загальні чинники виникають у будь-якій галузі національної економіки. Специфічні ж доцільно виділяти в межах окремої сфери, ці чинники формуються під дією особливостей конкуренції, що притаманні даній галузі.

Отже, на нашу думку, конкуренція повинна сприяти активізації в аграрному секторі інвестиційної, інноваційної діяльності, узгоджувати інтереси споживачів на отримання якісної сільськогосподарської продукції та продовольства та товаровиробників щодо отримання чистого прибутку від виробничо-комерційної діяльності, оскільки конкуренція змушує товаровиробників постійно шукати нових способів виробництва продукції, які зможуть задовольнити умовам ринку та стимулюватиме до ефективнішого використання наявних ресурсів.

Таким чином, рівень конкурентоспроможності підприємства, який сформувався під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників не є постійним та незмінним, оскільки, представленні характеристики чинників можуть з часом змінюватися, наприклад економічна політика держави, купівельна спроможність споживачів, наявність необхідних ресурсів для виготовлення продукції, а також конкурентоспроможність в результаті зміни ринкової ситуації або позицій конкурентів також може змінитися.

### *Список використаних джерел*

1. Губенко В.І. Конкурентоспроможність продукції АПК: стан та можливості в умовах глобалізації / В.І. Губенко // Вісник СНАУ. Серія «Економіка та менеджмент». – 2010. – Вип. 5/2. – С. 3–7.

2. «Про основні засади державної програмної політики на період до 2015 року»: Закон України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2982-15>.

*А.О. Гетьман*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Нерівномірність сучасного розвитку національної економіки, нестабільність ринкового середовища, супроводжується ускладненням економічних явищ, що зумовлює об'єктивну необхідність удосконалення механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Сьогодні практично відсутні загально визначені наукові розробки, що дозволяли б вирішувати проблемні питання цього рівня на єдиній діалектичній основі досвіду, сучасного стану і перспективних завдань діяльності суб'єктів господарювання.

У цілому можна визначити, що конкуренція є важливим елементом ринкового механізму, без неї ринкові Відносини теоретично уявити неможливо, а практично вони не можуть існувати. Конкуренція є визначальною рушійною силою підприємства. Конкуренція – це боротьба між суб'єктами господарювання економічної сфери за більш вигідні умови виробництва та продажу товарів, послуг.

В умовах глобалізації світової економіки глобалізується і конкуренція товаровиробників. Практично завжди це конкуренція з відомими світовими виробниками. Сьогодні не можна розраховувати на те, що знайдеться ринок, недоступний для світових виробників, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності власної продукції потребуватиме постійних рішучих дій для свого вирішення [2].

На конкурентоспроможність впливає ряд факторів, що об'єктивно впливають на підприємство, а також суб'єктивних, які залежать від команди управління підприємства, організації, цілеспрямованості робіт, пов'язаних з забезпеченням конкурентоспроможності.

Виділяють три групи факторів, що забезпечують конкурентну перевагу:

– відмінна якість, що являє собою підвищену цінність для покупців або за рахунок зменшення їх затрат, або за рахунок підвищення ефективності товару. Така зовнішня конкурентна перевага забезпечує фірмі підвищену ринкову владу, тобто може примусити ринок платити більш високу ціну;

- витрати фірми нижчі за рахунок високої продуктивності. Така внутрішня конкурентна перевага робить фірму прибутковішою;
- ключові компетенції – особливий навик чи технологія, які створюють унікальну цінність для споживачів [1].

Проблема підвищення конкурентоспроможності має кілька аспектів: технологічний, організаційний, економічний, соціальний, юридичний та комерційний.

Конкурентоспроможність включає такі показники, як енергоємність; економічність у споживанні сировини на одиницю продукції, що випускається, або здійснюваної роботи; вартість сировини та експлуатаційних матеріалів, безвідходної технології; надійність; періодичність та вартість ремонтів, вартість запасних частин; чисельність обслуговуваного персоналу, його кваліфікація, рівень заробітної плати [3].

Отже, результати оцінки конкурентоспроможності використовуються для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоспроможності продукції, для розв'язання ринкових задач. У результаті даної оцінки визначаються основні напрями зміцнення конкурентних позицій. Це:

- зміна структури використовуваних матеріалів або конструкцій продукції;
- зміна порядку проектування створення продукції;
- зміна технології виготовлення продукції, системи контролю якості, збереження, упаковки, транспортування тощо;
- зміна структури і розміру інвестицій на розроблення, виробництво і збут продукції;
- зміна системи стимулювання постачальників.

У цілому для оцінки механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства доцільно використовувати різні підходи: ресурсний, факторний, рейтинговий. Слід також зазначити, що на всіх рівнях господарювання у механізмі забезпечення конкурентоспроможності підприємства виділяють окремо механізм державного регулювання економіки, і тоді оцінка механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства набуває вирішального значення.

### *Список використаних джерел*

1. Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – №2. – С. 50 – 53.
2. Реутов В.Є. Конкурентоздатність підприємства: критерії, показники і методики оцінювання / В.Є. Реутов. // Економіка та держава. – 2006. – №5. – С. 65 – 67.
3. Селезньова О.В. Методологічні засади оцінки конкурентоспроможності підприємства / О.В. Селезньова // Економіка та держава. – 2007. – №6. – С. 31 – 33

*Науковий керівник: Н.О. Волошко, канд. екон. наук, доц.*

## **КОНКУРЕНЦІЯ ЯК СТИМУЛЮЮЧИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Важливим фактором переходу на новий рівень розвитку являється відчуття суперництва, яке знаходить своє відображення на економічній площині в категорії «конкуренція». Не можна недооцінити значення економічної конкуренції в житті суспільства. Вона являється тією ринковою силою, що стимулює поступальний розвиток учасників фінансово-господарської діяльності, змушуючи їх до зменшення витрат на виробництво одиниці продукції, підвищення ефективності виробництва, поліпшення якості вироблених товарів чи наданих послуг, а також до інноваційного розвитку, що, в свою чергу, дозволяє таким суб'єктам господарювання бути конкурентоспроможними в процесі здійснення економічної діяльності. Слід зазначити, що поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність» являються взаємопов'язаними та взаємообумовленими. На законодавчому рівні закріплено наступне визначення поняття «економічна конкуренція – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [1]. Так, конкуренція між суб'єктами господарювання являє собою першооснову, так званий базис для виникнення та розвитку конкурентоспроможності підприємств та організацій, стимулюючи не зупинятися на досягнутому, забезпечуючи при цьому прогресивний рух вперед. Здатність же підприємства вести суперництво у базовій галузі, на міжгалузевому та світових ринках отримала втілення в категорії «конкурентоспроможність» [2, с.6]. Фактично, конкурентоспроможність підприємства означає такий набір його конкурентних переваг серед інших учасників ринкового простору, який дозволяє здійснювати більш ефективну, у порівнянні з конкурентами, фінансово-господарську діяльність. Особливої актуальності набуває питання впливу конкуренції на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах сучасної глобалізації економіки.

Аналізуючи основні структурні показники діяльності суб'єктів господарювання за останні роки, можна дійти висновку про щорічне скорочення їх кількості на вітчизняних товарних ринках, що є свідченням послаблення конкурентної боротьби між економічними агентами та посиленням ринкової влади окремих суб'єктів господарювання.



Для підвищення конкурентоспроможності підприємств за допомогою розвитку конкуренції, слід комплексно поєднувати заходи як самих суб'єктів господарювання безпосередньо, так і органів державної влади зокрема. Підприємства можуть проводити, з-поміж інших заходів на правлених на поліпшення конкурентних переваг, систематичний моніторинг за станом конкурентного середовища, в межах якого фірма здійснює свою діяльність. З огляду на динамічність розвитку конкурентного середовища, такий аналіз слід здійснювати на постійній основі. Результати дослідження зможуть наглядно продемонструвати кількісний склад основних конкурентів, виявити частку, яку вони займають на досліджуваному ринку, сильні та слабкі сторони, порівняти базові показники фінансово-господарської діяльності, а також посприяти у визначенні маркетингової стратегії розвитку підприємства. На державному ж рівні, необхідно захищати економічну конкуренцію між учасниками ринкового простору для посилення їх конкурентоспроможності шляхом, перш за все, адвокатування конкуренції, що допоможе підприємницькому середовищу краще зрозуміти значення та необхідність всебічної підтримки економічної конкуренції.

Серед основних заходів стосовно адвокатування конкуренції можна виділити наступні:

- інтенсифікація діяльності Антимонопольного комітету України у соціальних мережах (Facebook, Twitter);
- використання для просування принципів «здорової» конкуренції та попередження порушень антимонопольного законодавства у такий спосіб адвокатування конкуренції як соціальна реклама, зокрема, у вигляді бігбордів та відеороликів
- створення роз'яснювальних документів щодо особливостей конкурентного законодавства, розрахованих на певну цільову групу
- розроблення аналітичних матеріалів за результатами ринкових досліджень, які були б орієнтовані на широкий загал [5, с.29].

З огляду на вищезазначене, поняття «конкуренція» та «конкурентоспроможність» становлять діалектичну єдність і не можуть розглядатися розрізнено. Постійний аналіз конкурентного середовища надасть змогу вчасно відреагувати на зміни в ринковій кон'юктурі, підвищуючи тим самим конкурентні переваги підприємства. Наявність конкуренції на ринках товарів та послуг являється стимулюючим фактором посилення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та поступального розвитку національної економіки. Для посилення конкурентоспроможності підприємств, необхідно поєднувати заходи, що здійснюються учасниками фінансово-господарського простору на рівні економічних агентів із заходами, що здійснюються державою для забезпечення захисту та розвитку економічної конкуренції на ринках.

### *Список використаних джерел*

1. Закон України «Про захист економічної конкуренції». – Відомості Верховної Ради України. – 2001. – №12. – ст. 64.
2. Конкуренентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія за заг. редакцією О. Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
3. Егорова Л.С. Управление конкурентоспособностью предприятия / Л.С. Егорова, А.А. Макарычев // Социология. Психология. Философия. Вестник Нижегородского университета им. Л.И. Лобачевского. – 2008. – №6. – С. 316 – 322.
4. Пострелова А.В. Оценка конкурентоспособности предприятия / А.В. Пострелова, М.С. Маркин // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 398 – 402.
5. Чабан Л. Особливості адвокатування конкуренції в Україні / Л. Чабан // Конкуренція. Вісник Антимонопольного комітету України. – 2013. – №1. – С. 24 – 29.

*Науковий керівник: Ю.М. Уманців, д-р екон. наук, доц., проф. кафедри економічної теорії та конкурентної політики.*

*Н.І. Климович*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **НАУКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Машинобудування у світовому співтоваристві сприймається як показник наукового і технологічного рівня національної промисловості та економіки в цілому. Дана галузь промисловості дає мультиплікативний, багаторазовий ефект для розвитку суміжних з нею галузей, підвищує зайнятість населення і тим самим забезпечує конкурентоспроможність і ефективність функціонування економіки в цілому [1].

Місце та роль машинобудівних підприємств в економіці обумовлює необхідність посилення інтеграції машинобудівного виробництва з наукою, збільшення її наукоємності, прискорення процесу накоплення інформації та посилення значущості її використання у якості економічного ресурсу, підвищення вимог до освітнього рівня робітників та до машинобудівної продукції, яку вони випускають, орієнтації на інтенсивні фактори економічного росту та підвищення конкурентоспроможності.

Ця необхідність посилюється в умовах визначеної тенденції різкого підвищення ролі факторів освітнього характеру у забезпеченні економічного зростання в цілому, зростання машинобудівного виробництва і його конкурентоспроможності.

Наука відреагувала на цю тенденцію активізацією досліджень, присвячених взаємодії економічного зростання та освіти. Проте всі нові свідчення уповільнення темпів економічного зростання дозволяють зробити висновок про те, що поза увагою опиняються істотні аспекти його забезпечення. Головним з таких аспектів є взаємодія зростання виробництва і освітнього потенціалу підприємств провідних галузей народного господарства, що забезпечують науково-технічний прогрес, і в першу чергу – машинобудування [3].

Галузь машинобудування в даний час потребує розробки стратегії, яка націлена на підвищенні наукового і технологічного потенціалу всього машинобудівного виробництва. На державному рівні до теперішнього часу не існує суб'єкта діяльності, який може реально і творчо впливати на процеси технологічного розвитку.

Проведений аналіз стану інноваційної сфери країни показав, що в даний час економіці нашої держави спостерігається істотна диспропорція між наявними науковими і технологічними можливостями з їх реальним здійсненням на практиці. Більшість машинобудівних підприємств України мають сильний науковий потенціал, але не може ефективно його застосовувати. Так само існує проблема, яка пов'язана з відсутністю комплексних наукових досліджень, методологічних, методичних розробок і комплексних підходів до управління науковим потенціалом машинобудівного комплексу держави та ефективності його застосування. Внаслідок даних причин дослідження наукового потенціалу підприємства є актуальним завданням [4].

У машинобудуванні стратегія інноваційного розвитку повинна спиратися на проведення структурних і комплексних інституційних напрямків і реформ, які націлені на підвищення ступеня використання та реалізації збережених, а також формування нових наукових, дослідних і технологічних ресурсів. Науково-технологічна сфера знаходиться на початку інноваційного циклу, і від її стану залежить, чи будуть вітчизняні науково-технічні розробки не тільки унікальними на практиці, а й здатними забезпечити комерційний успіх [6,7].

У цьому зв'язку виникає необхідність всебічного аналізу наукового та технологічного потенціалу машинобудування, так як рівень технологічних можливостей машинобудівного підприємства є тією самою основою, на якій в подальшому будуються його конкурентні переваги на ринку. Аналіз наукового, дослідницького та технологічного потенціалу машинобудування зазвичай проводиться в наступних напрямках:

- аналіз і оцінка наявних ресурсів і визначення їх призначення в загальному обсязі машинобудування, країни та світу;

– розробка передових технологій і потенційних наукових і технологічних проривів у конкретних сферах знань [5].

На думку провідних учених, спеціалістів, експертів Україна має можливість для забезпечення розвитку вітчизняної економіки на основі сучасних технологій. Україна належить до восьми країн світу, що мають науково-технічний потенціал для створення найсучаснішої авіакосмічної техніки. Входить до десяти найбільших суднобудівних країн світу. Значною є частка зайнятих у високо- та середньотехнологічних галузях промисловості. Україна зберігає високотехнологічні конкурентоспроможні виробництва в приладобудівні, випуску енергетичного устаткування та важкому машинобудуванні, окремих галузях кольорової металургії [8, 9].

Достатньо високим є і науково-технічний потенціал України. Це – наявність визнаних у світі власних наукових шкіл та унікальних технологій розробки нових матеріалів, біотехнологій, радіоелектроніки, фізики низьких температур, ядерної фізики, електрозварювання, технологій у галузі інформатики, телекомунікацій та зв'язку, здатних забезпечити розвиток високотехнологічного виробництва на рівні найвищих світових стандартів. Вітчизняні фундаментальні та прикладні дослідження науковців НАН України у створенні хімічних і біологічних технологій нових матеріалів, опто- та мікроелектроніки не поступаються за рівнем світовим досягненням у цих галузях, а розробки перебувають у руслі світових науково-технічних тенденцій XXI ст. [2]. Важливо лише повною мірою використати існуючий науково-технічний доробок і покласти його в основу ресурсного потенціалу тих підприємств, які створили для цього відповідне підґрунтя.

В умовах посилення конкуренції забезпечення зростання машинобудівного виробництва невіддільне від підвищення конкурентоспроможності виробників машинобудівної продукції, що висуває на перший план необхідність вивчення взаємодії конкурентоспроможності та наукового потенціалу машинобудівних підприємств.

### *Список використаних джерел*

1. Гудима А. Енергоощадна Україна як альтернатива диверсифікації поставок газу / А. Гудима // Дзеркало тижня. – 2008. – 8–14 березня (№ 9). – С. 1–9.
2. Дембовецький О. Ф. Стан і перспективи наукових досліджень, виконаних у НАН України в галузі сенсорних систем та технологій / О.Ф. Дембовецький, Т.М. Дудченко // Проблеми науки. – 2008. – № 8. – С. 2–8.
3. Економічна політика України – [Електронний ресурс]: Міністерство економіки України. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/control/publish/category>.

4. Кваснюк Б.Є. Макроекономіка: [підруч.]. Тема 6. Науково-технічний і виробничий потенціал національної економіки / Б.Є. Кваснюк // Економічна теорія. – 2008. – № 1. – С.85 – 99.

5. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / [Н.В. Тарасова, І.С. Калініченко, В.А. Романенко та ін.]; за заг. ред. чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – Ніжин : ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2007. – 308 с.

6. Ревенко А. Забута продуктивність праці / А. Ревенко // Дзеркало тижня. – 2008. – 15–21 березня (№ 10). – С. 7.

7. Українська економіка сьогодні – досягнення, проблеми, перспективи / [Я.А. Жаліло, Я.Б. Базилюк, Я.В. Белінська та ін.]. – К.: НІСД, 2007. – 92 с.

8. Федулова Л. Прогнозування інноваційно-технологічного розвитку економіки як складова вибору стратегії виходу з кризи / Л.І.Федулова // Економіка і прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 5–17.

9. Федулова Л.І. Технологічна структура економіки України / Л.І. Федулова // Економіст. – 2008. – № 5. – С. 28–33.

**Д.Ю. Коцар**

*аспірант кафедри економіки підприємства та менеджменту  
Донецький університет економіки та права*

## **ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗЕМЕЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ В УКРАЇНІ**

Основний Закон, статтею 13 Конституції України визнає землю основним національним багатством, яке знаходиться під особливою охороною держави, а земля, відповідно до Конституції України є основною матеріальною і фінансовою базою розвитку суспільства. Земля є одним з найвагоміших і значиміших природних ресурсів. Вона фактично є основою життєдіяльності людини, місцем її перебування, просторовим базисом для розміщення будь-якого виду підприємств, його культурно-побутової діяльності. Земельні правовідносини є одним з базових інститутів управління державними ресурсами, їх історичною основою створення концепції державної власності та основним символом внутрішньої національної політики, що визначає принципи правового і економічного облаштування процесів володіння, використання і розподілу природних ресурсів. Під земельними стосунками розуміють об'єктивно обумовлені соціально-економічні зв'язки і стосунки (залежності) між людьми в частині розподілення, володіння і користування землею. Ці стосунки виникають у зв'язку з розподілом, використанням і відновленням корисних властивостей землі як природного і територіального ресурсу. Основою, практично,

будь-яких стосунків людини відносно землі є поєднання особистого, економічного і екологічного інтересів.

Державне землеуправління відображається в макроекономічних показниках як відособлена доктрина до інтегруючої функції якої належить державне регулювання стосунків фінансово-інвестиційної, природоохоронної, підприємницької діяльності суб'єктів земельних відносин. Правовий фундамент доктрини складають наступні державні нормативні акти: Конституція України; Земельний кодекс України; Цивільний кодекс України; Постанова Кабінету Міністрів України від 18.08.2009 року № 749 «Про затвердження Тимчасового порядку привласнення кадастрового номера земельній ділянці»; Постанова Кабінету Міністрів України від 09.09.2009 року № 1021 «Про затвердження порядку ведення Поземельної книги і Книги записів про державну реєстрацію державних актів на право власності на земельну ділянку і на право постійного користування земельною ділянкою, договорів оренди землі»; Закон України від 07.07.2001 року № 3613-VI «Про державний земельний кадастр»; Закон України «Про державну реєстрацію прав на нерухоме майно і їх обтяжень».

За даними держкомстату структура земельного фонду України за станом на 2013 рік має наступний розподіл (табл. 1).

Згідно з рейтингом простоти ведення бізнесу «Doing Business 2013», який базується на даних за 2011-2012 р., Україна знаходиться на 149-м місці з 185 країн по доступності та простоті реєстрації власності. Рейтинг визначався виходячи із складності процедур, витрат часу і вартості. Таким чином, в Україні вимагалось пройти цілих 10 процедур для реєстрації власності, середні витрати часу на реєстрацію власності склали 69 днів, а вартість реєстрації – 3,7 відсотки від вартості майна. Завдяки вступу в дію нового Закону про кадастр, а також запуску Національної кадастрової системи в 2013 році ситуація частково змінилася. Сучасна система кадастру покликана забезпечити для бізнесу простий спосіб повідомлення про помилки в даних з метою їх оперативного виправлення. Адже до останнього часу однією з найбільших проблем була саме низька якість наявних даних, пов'язана з використанням різних систем координат, різних технічних платформ, а також структури даних. Втім, ці проблеми торкається не лише України, вона характерна для усіх країн Східної Європи і Центральної Азії. Нині проблема якості інформації практично залишилася, хоча і частково нівелювалася пілотними проектами впровадження електронних інформаційних систем. Втім, про ефективність роботи системи краще скажуть цифри. Впродовж першого місяця роботи в системі, було зафіксовано 600 тис. перевірок і майже 11 тис. електронних запитів на виправлення помилок. Близько половини виявлених помилок пов'язана з відсутністю земельних ділянок на публічній кадастровій карті, третина – з відсутністю кадастрових номерів. Враховуючи сучасні тех-

нічні можливості збору, обробці, зберіганню і видачі даних про кадастр, його зростаюче значення, зміни, що відбуваються в громадському перевлаштуванні України, досвід провідних європейських країн, США і Канади – на сьогодні необхідно сформувавши підхід: структури кадастрів країни, і міського кадастру зокрема; вирішенню правових і юридичних питань створення, ведення і моніторингу кадастру. Це стосується не лише окремих видів кадастру, але і системи Державного кадастру України. Первинним суб'єктом, що обумовлює регулювання правовідносин, виступає державний інститут права власності. Право власності на землю отримується і реалізується на підставі вищезгаданої нормативної бази, а також інших законів, що видаються відповідно до них. Земельним кодексом України визначено, що земля в Україні може знаходитися в приватній, державній і комунальній власності. Суб'єктами права власності на землю є:

- фізичні і юридичні особи – на землі приватної власності;
- територіальні громади – на землі комунальної власності;
- держава – на землі державної власності.

Таблиця 1

**Основні види земельних угідь в Україні**

Основні види земельних угідь в Україні	Площа земель	
	Всього, тис. га	Частка до загальної площі землі в Україні, %
Сільськогосподарські землі	42 776,9	70,9
Ліси і інші покриті лісами площі	10 611,3	17,6
Забудовані землі	2 523,2	4,2
Відкриті заболочені землі	980,1	1,6
Відкриті землі без рослинного покриву або з незначним покривом (кам'янисті місця, піски і т. д.)	17,7	0,0
Відкриті землі без рослинного покриву	1 022,9	1,7
Території, покриті водою	2 422,8	4,0
Всього (територія України)	60 354,9	100

Громадяни України набувають право власності на земельні ділянки на основі: договорів купівлі-продажу, ренти, дарування, міни, інших цивільно-правових угод; безвідплатної передачі з державної і комунальної власності; приватизація земельних ділянок, раніше наданих їм в користування; прийняття спадку; виділення в натурі (на місцевості) належної їм земельної частки (паю).

Для досягнення мети усеосяжного визначення поняття Земельного державного управління і охоплення цього визначення однією науковою дефініцією, суті державного управління (відносно завдань, функцій, форм

і методів діяльності), що враховує усю багатозначність, необхідно оперувати диференційованими підходами освітлюючи типові ознаки початкового наукового визначення. Тут необхідно дати загальнішу концепцію яка б відповідала вимогам широкого кола приватних визначень.

У своїй сукупності властивостей земельні ресурси виступають як багатофункціональний чинник відтворювального процесу: предмет праці і засіб виробництва в сільському і лісовому господарстві; природний ресурс і носій корисних копалини; просторовий базис усієї сукупності форм і видів громадської діяльності; територіальна основа державності і національного самовизначення. Усе це означає, що земля, по-перше, є предметом інтересу усіх, без виключення, категорій, груп і прошарків населення; це складний вузол загальнонаціональних, групових (відомчих, територіальних) і індивідуальних (приватних) взаємних відносин. Звідси і стосунки у сфері освоєння і використання земельного фонду мають загальний, універсальний, багато суб'єктний, багатовимірний і багаторівневий характер. По-друге, земля як економічна категорія бере участь у відтворювальному процесі і в сферах розподілу, обміну і споживання. Так, через механізм оподаткування землекористування реалізуються громадські функції перерозподілу земельної ренти. Інша міра інфраструктурного освоєння частини території землі і її географічні параметри впливають на швидкість руху її товарної маси, і відповідно, на обіг капіталу, тобто поєднуються з сферою обміну і споживання, що є фундаментальними критеріями земельних правовідносин. Таким чином, в конкретиці цього питання запропонованої доктрини, суть класифікації даних елементів визначається не лише з позиції правової доктрини, але і з позицій економічного, соціального і інституційного аспектів.

### *Список використаних джерел*

1. Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 р. №2768-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// rada.gov.ua/laws/show](http://rada.gov.ua/laws/show).
2. Закон України від 22 травня 2003 року №858-IV «Про землеустрій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http:// rada.gov.ua/laws/show>.
3. Закон України від 16 червня 2003 р. №962-IV «Про охорону земель» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http:// rada.gov.ua/laws/show>.
4. Бандурка О.О. Державне управління проблеми уточнення поняття та визначення між його використання / О.О. Бандурка // Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ України. – 2004. – № 3. – С. 26 – 32.
5. Райт Г. Державне управління / Г. Райт. – К.: Основи, 1994. – 190 с.
6. Реформування державного управління в Україні: проблеми і перспективи / кол. авторів наук. керівник Цветков В.В. – К.: Оріяни, 1998. – 364 с.



7. Державне управління: теорія і практика / Ред. В.Б. Авер'янов. – К.: Юрінком інтер, 1998. – С. 29.

8. Третяк А.М. Наукові основи економіки землекористування та земельпорядкування / А.М. Третяк, В.М. Другак. – К.: ЦЗРУ, 2003. – 337 с.

9. Третяк А.М. Законодавчо-нормативні проблеми екологічних відносин прав власності та прав користування землею в Україні / А.М. Третяк, В. М. Другак // Земельне право України, 2010. – № 6. – С. 10 – 21.

*Науковий керівник: А.Я. Берсуцький, д-р екон. наук, проф.*

*Ю.Г. Львова,*

*викладач кафедри економіки підприємства та менеджменту  
Донецький університет економіки та права*

## **ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Інтеграція вітчизняних промислових підприємств в світову організацію торгівлі неможлива без подальшої їх трансформації відповідно до ринкових вимог, подолання економічного відставання від високо розвинених країн, здійснення інвестицій в інноваційний розвиток, в першу чергу, у науково-виробничу сферу з метою підвищення їх конкурентоспроможності. Дослідження сучасних економічних тенденцій розвитку світової економіки призводить до висновку, що в умовах глибокої економічної кризи стратегії розвитку підприємств повинні бути спрямовані на активізацію та стимулювання нововведень, що надають можливості швидкого їх виходу зі складного економічного становища. Нині багато передових підприємств високо розвинених країн володіють новітніми технологіями і мають можливості знижувати витрати виробництва, що надає їм можливості оволодівати новими ринками за рахунок більш привабливої продукції.

При наявності обмежених власних та можливостей одержання залучених фінансових ресурсів, важливим є питання освоєння власного випуску інноваційної продукції вітчизняними машинобудівними підприємствами яка б відповідала ринковим вимогам та потребам споживачів. Одним із напрямів забезпечення такої можливості є ефективне управління витратами інноваційної продукції за рахунок інвестиційно-інноваційної діяльності машинобудівних підприємств як на стадії розробки, погодження та впровадження проектів, так і в період виробничо-господарської діяльності. У зв'язку з цим, досить актуальним є питання подальшого роз-

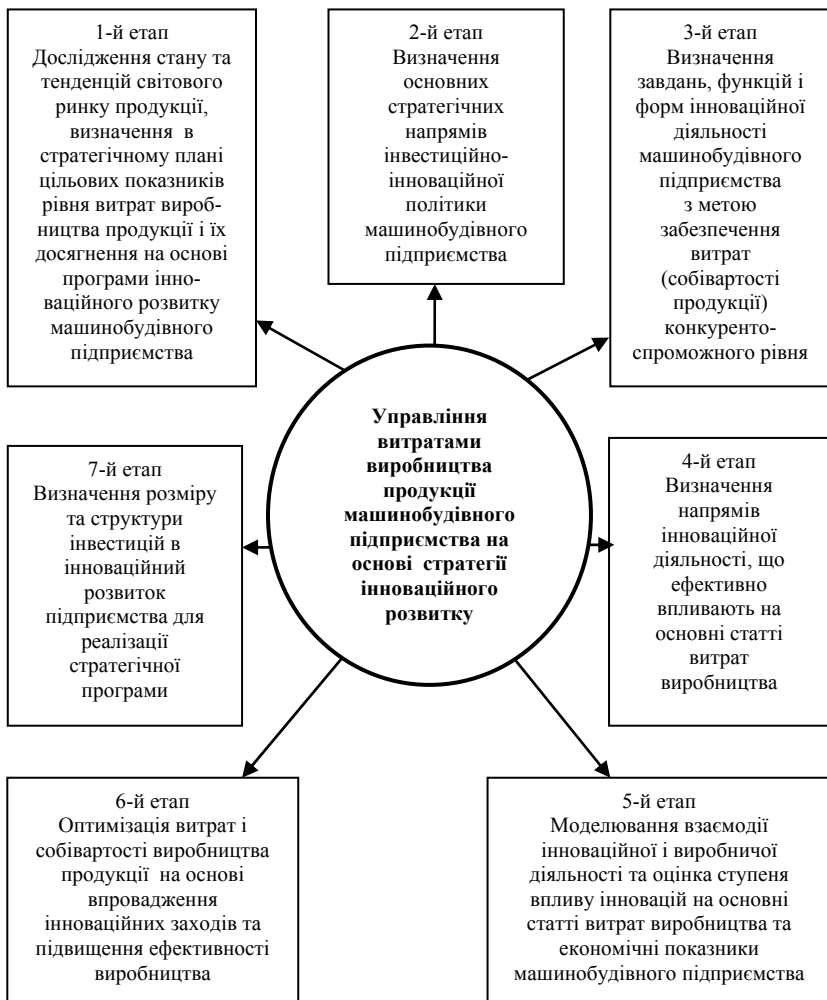
витку методів, моделей та підходів до процесу управління витратами інноваційної продукції машинобудівного підприємства. Потребують також ширшого дослідження питання впливу ринкових стосунків у внутрішній сфері виробничих відносин підприємства; підвищення відповідальності і контролю використання витрат на усіх етапах виробництва та рівнях господарювання; інтеграційних процесів з метою ефективнішого використання сукупного потенціалу підприємств та усіх наявних ресурсів для досягнення істотних конкурентних ринкових переваг в тривалому проміжку часу.

Така потреба визначає необхідність пошуку нових підходів до економічної оцінки стану машинобудівного підприємства, оскільки традиційно вже звичні індикативні фінансово-економічні показники (обсяг виробництва, витрати, прибуток, рентабельність, ліквідність та інші) не можуть в повній мірі виступати у якості гарантованих орієнтирів, досягнення яких забезпечить підприємству конкурентні переваги. Наслідком цього є високий відсоток збиткових підприємств – 44,2% від загальної їх кількості та зниження рентабельності операційної діяльності підприємств – на 4,1% у 2011 році, зменшення внеску в загальний ВВП по машинобудуванню з 5% у 2008 році до 4,2% у 2011 році.

В суспільних ринкових умовах господарювання основним завданням машинобудівного підприємства є побудова власної раціональної системи управління витратами на всіх стадіях діяльності підприємства – розробки, проектування, в процесі виробництва інноваційної продукції, здатної забезпечити стратегічний цільовий рівень витрат і собівартість продукції, а відповідно з конкурентними ринковими вимогами і цінові параметри продукції.

Досягнути створення такої системи управління витратами можливо лише за рахунок проведення ефективної інвестиційної політики шляхом реалізації інноваційних проектів та програм створення, будівництва та подальшого розвитку машинобудівних підприємств, прикладом чого є створення машинобудівних підприємств вітчизняного акумуляторного виробництва, як нової галузі промисловості, що розбудована в Україні за часів трансформації суспільних виробничих відносин. На нашу думку, в якості такої системи можливо запропонувати модель процесно-орієнтованого управління витратами, яка в той же час потребує подальшого дослідження та обґрунтування можливості її застосування вітчизняними машинобудівними підприємствами в нині діючих реаліях суспільних ринкових відносин. Її використання у якості інструментарію управління економічними важелями забезпечить підприємству інноваційний розвиток виробництва, та будучи моделлю виробничо-господарського процесу, призначеної в ринкових умовах всебічної невизначеності вирішувати зазначені питання шляхом багатоваріантної розробки взаємозв'язаних між собою проміжних виробничих та технічних завдань, одержання цільового рівня ви-

трат, як кінцевого результату дії даної системи. Автором запропоновано принципову схему управління витратами виробництва інноваційної продукції (рис. 1), в якій надана послідовність процесу моделювання стратегічної програми інноваційного розвитку машинобудівного підприємства, визначення оптимальної структури впровадження інноваційних заходів за провідними напрямками для досягнення запланованого цільового рівня витрат здатних бути конкурентоспроможними на певний ринко-



**Рис. 1. Принципова схема управління витратами виробництва інноваційної продукції машинобудівного підприємства (розробка автора)**

вий період. Реалізація стратегічної програми забезпечить мінімізацію витрат основних видів ресурсів на виробництво продукції і максимізацію показників ефективності його господарської діяльності в умовах обмежених інвестиційних коштів.

Виходячи із зазначеного, ринкову конкурентоспроможну позицію підприємства слід розглядати різнобічно, як стратегічному, тактичному так і поточному часовому періоді в залежності від вибраної машинобудівним підприємством місії. Під конкурентоспроможними слід розуміти витрати виробництва продукції, що здатні забезпечувати підприємству конкурентну цінову складову загальної конкурентоздатності продукції в постійно мінливому оточуючому ринковому середовищі за рахунок вчасного й оперативного впровадження інноваційних внутрішніх господарсько-виробничих змін, що надають можливості підприємству в повному обсязі виконувати свої обов'язки перед споживачами, створювати стан та структуру капіталу, який здатний здійснювати розширене відтворення виробництва та мати тривалу конкурентоспроможність підприємства в складних глобальних ринкових умовах сьогодення.

Реальне використання результату від інноваційної діяльності підприємством можливе лише через формування стратегії цінової політики підприємства і відповідного методу визначення цін на конкретні види продукції (або на однорідні групи продукції) в співставленні та порівнянні з діючими ринковими цінами на даний чи аналогічний вид продукції, та з урахуванням тенденцій їх змін і, таким чином, дозволяла б підприємствам вітчизняного машинобудування комплексно враховувати та оцінювати вплив різних факторів на формування витрат і собівартості виробництва продукції підприємства з метою забезпечення їм конкурентоспроможного ринкового рівню на певний проміжок часу.

### *Список використаних джерел*

1. Атаманов Д.Ю. Распределение затрат при калькуляции себестоимости традиционным и операционно-ориентированным методом / Д.Ю. Атаманов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 3. – С. 3–17.
2. Ахо Альфред В. Структуры данных и алгоритмы / Ахо Альфред В., Хопкрофт Джон Ульман, Джеффри, Д.; пер. с англ.: [уч. пособие]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 384 с.
3. Байдык О. Учет по центрам ответственности / О. Байдык // Бизнес. Бухгалтерия. – 2000. – № 33. – С. 62 – 64; № 40. – С. 42–43.
4. Бандура З.Л. Формування інформаційних облікових потоків управління витратами виробництва : дис. ... канд. екон. наук: 08.06.04 / З.Л. Бандура. – Львів, 2003. – 213 с. (без прил.)

5. Басманов И.А. Теоретические основы учета и калькулирования себестоимости промышленной продукции [под ред. В.А. Новака] / И.А. Басманов. – М.: «Финансы», 1970. – 167 с.

*Науковий керівник: А.Я. Берсуцький, д-р екон. наук, проф.*

*Н.С. Макарова*  
*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*  
*В.И. Чистяков*  
*Национальный горный университет*

## **ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

Состояние украинской экономики в настоящее время является неудовлетворительным. Несмотря на переход и формирование рыночных отношений, кардинальных изменений, создающих возможности для прорыва, не происходит. Это, в первую очередь, не происходит потому, что ведущие отрасли народного хозяйства не вышли на достаточный уровень конкурентоспособности производства и продукции, а значит, не стали тем мощным локомотивом, который обеспечивает развитие экономики в целом.

Анализ состояния предприятий в промышленных регионах страны показал:

- отсутствие непрерывно действующих программ реальной поддержки конкретных промышленных предприятий, что не обеспечивает им ощутимое обновление. Степень износа основных средств в промышленности в 2010 году составила 63%, а на транспорте и связи – 94,4%. Как следствие – падение производства промышленной продукции. Например, в машиностроении в 2012 году по сравнению с предыдущим 2011 годом объемы производства упали на 6 %, в т. ч. производство машин и оборудования для сельского и лесного хозяйства сократилось еще значительно – на 32,9%;

- слабый уровень межрегиональных связей, что не способствует взаимодействию предприятий с целью увеличения добавленной стоимости за счет большего выпуска конечной продукции;

- поскольку разрушена старая и не создана новая система заказов, ряд предприятий, чтобы выжить в непростых условиях конкурентной борьбы, перебиваются от случая к случаю, выпуская небольшие партии продукции. Это не создает условий для модернизации, применения новых технологий, выпуска новых видов товаров и т.д.;

- низкая конкурентоспособность многих видов производств и как результат – недостаточный для эффективного функционирования раз-

мер прибыли, что ведет к прекращению или значительному сворачиванию своей деятельности отдельными крупными промышленными предприятиями (например, в Днепропетровском регионе – это Днепрошина, Днепропресс, Лакокрасочный завод), простаивают цеха, приходят в негодность производственные помещения и оборудование;

- до настоящего времени так и не создана эффективная система управления и стимулирования отечественной индустрией;

- структура экспорта не способствует укреплению экономики на международном и национальном уровне. Она остается неудовлетворительной, поскольку преобладает сырьевая составляющая (металл, зерно и др.);

- недостаточный объем инвестиций для преобразований и обновления промышленных предприятий и ведущих отраслей. Те инвестиции, которые получает Украина, как правило, направлены в финансовую деятельность, перерабатывающую промышленность и металлургию. Например, в 2012 году доля в общем объеме инвестиций в финансовую деятельность составила 29,6%, в перерабатывающую промышленность – 25,9%, в металлургическую отрасль и торговлю – соответственно 11,3% и 11,0%.

В связи с этим представляется обоснованным выделить приоритетные направления развития индустриальной составляющей в украинской экономике:

- совершенствование экспортных производств, что позволит повысить международную конкурентоспособность;

- развитие базового машиностроения;

- повышение эффективности добывающих и энерго-сырьевых секторов, прежде всего за счет увеличения степени переработки сырья;

- развитие видов производств, поставляющих на внутренний и внешний рынки продукцию с высокой добавленной стоимостью, производимые на базе современных инновационных технологий;

- оптимизация структуры национальной экономической системы и создание эффективной модели управления ею.

Таким образом, экономический рост национальной экономики зависит от многих факторов и, в первую очередь, от уровня научно-технического развития.

*Д.В. Таран*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ: ТЕОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ**

Досвід розвитку провідних країн світу свідчить, що підвищення конкурентоспроможності економіки можна досягти лише шляхом переходу

на інноваційну модель розвитку, кінцева мета впровадження якої полягає у підвищенні добробуту громадян за рахунок прискорення економічного зростання. В якості одного з елементів такої моделі можуть розглядатися кластери – сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій у певних областях, що характеризуються спільною діяльністю і взаємоповноючих один одного. Кластери сприяють підвищенню конкурентоспроможності економіки на національному та регіональному рівнях. М. Портер – засновник теорії кластерів вважав, що підприємства окремих галузей мають властивість концентруватися в певних регіонах країни. При цьому найбільш конкурентоспроможні підприємства активно впливають на суб'єктів ринку, з якими вони взаємодіють, - постачальників, споживачів і конкурентів, підвищуючи їх конкурентоспроможність. У свою чергу, підвищення конкурентоспроможності цих підприємств сприятливо впливає на діяльність підприємства-лідера. У результаті такого активного взаємодії виникає синергетичний ефект.

Одним з найбільш перспективних і динамічних напрямів економічної діяльності є логістика. Логістика по праву вважається ефективним джерелом забезпечення конкурентних переваг. Світовий ринок логістичних послуг оцінюється в більш ніж 5 трлн. дол. (2000 р.) і щорічно зростає на 4-5%. В Україні ринок логістичних послуг почав формуватися на початку 90 -х років ХХ в. А першими на ньому стали діяти такі відомі західні логістичні компанії, як «United Parcel Service» (UPS) (США), «Thomas Nationwide Transport» (TNT) (Нідерланди), «Schenker – Billspedition Transport Logistics» (Schenker – BTL) (Німеччина / Швеція). Зараз в Україні на перевезення, зберігання продукції та сировини суб'єкти економічної діяльності витрачають приблизно 15 % ВВП, у країнах ЄС та США логістичні витрати становлять 12 – 16 % ВВП, в Китаї – 26 %, в Японії – 6 %. За експертними оцінками, українські компанії щорічно вкладають в логістику близько 10 млрд. дол. При цьому 70 % логістичних витрат припадає на транспорт (7 млрд. дол. ), 25 % – на складське зберігання (2,5 млрд. дол.) І близько 5% – на управління логістичними потоками (0,5 млрд. дол.)

Разом з тим в рейтингу Світового банку за показником ефективності логістики (Logistics Performance Index – LPI) в 2012 р. Україна посіла лише 66-е місце серед 150 країн. Для визначення показника ефективності логістики оцінювалися 7 параметрів: діяльність митної служби, інфраструктура, міжнародні перевезення, компетентність логістики, «трекінг і трейсинг» (фіксування і відстеження шляху ), внутрішні витрати на логістику і своєчасність доставки. До країн-лідерів, що увійшли в першу десятку, відносяться: Сінгапур, Нідерланди, Німеччина, Швеція, Австрія, Японія, Швейцарія, Гонконг (Китай), Великобританія і Канада. Білорусь і Росія зайняли, відповідно, 91-е і 95-е місця. В якості одного з шляхів вирішення існуючих логістичних проблем в Україні ми пропонуємо викорис-

товувати кластерний підхід. Формування транспортно-логістичних кластерів може стати ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності національної економіки за рахунок мінімізації витрат у сфері логістики.

Кластери в сфері логістики є в багатьох країнах світу. Так, у Центральній і Східній Європі діє близько 25 основних і 60 другорядних транспортно-логістичних кластерів. Наприклад, створений в 2003 р. транспортно-логістичний кластер у Словенії налічує у своєму складі 13 компаній і 3 установи, які займаються експедуванням і доставкою вантажів, надають портові послуги, розробляють освітні програми і вирішують питання, пов'язані з забрудненням повітря. Кінцева мета кластера полягає у забезпеченні сприятливих умов, які дозволять учасникам надавати комплексні транспортно-логістичні послуги для досягнення успіху на європейському ринку. Морський кластер у Великобританії був створений в 2003 р., щоб представляти і відстоювати інтереси морській галузі в Мерсісайд (графстві північно-західній Англії). Мета кластера – збільшити інвестиції в галузь і підвищити її ефективність на місцевому, регіональному, національному та міжнародному рівнях. Він функціонує в інтересах 500 пов'язаних з морською діяльністю компаній регіону, серед яких судновласники, суднобудівні компанії, експедитори, портові та складські оператори, транспортні та страхові компанії та ін. Річний оборот кластера досягає 2,1 млрд. фунтів стерлінгів.

В Україні також здійснюються організаційні заходи для формування транспортно-логістичних кластерів. Наприклад, у Херсонській області перспективним було визнано створення першого в Україні транспортно-логістичного кластера, який повинен об'єднати 106 підприємств та організацій, серед яких – 3 морських торговельних порти, 7 річкових портів, 5 судноплавних компаній, судноремонтні верфі, підприємства залізничного та автомобільного транспорту, аеропорт, авіапідприємства. Основні завдання кластера, який сьогодні перебуває на стадії формування, полягають у вдосконаленні транспортної системи області, налагодженні взаємодії підприємств транспортної галузі, реструктуризації транспортних структур. У Закарпатській області створюється транскордонний логістичний кластер. У м. Загонь (Угорщина) було підписано угоду про співробітництво та інформаційне партнерство між Карпатським регіональним центром інноваційного розвитку та регіональним логістичним кластером «Загонь». Предмет угоди – активізація транскордонних економічних транспортно-логістичних, інфраструктурних та освітніх зв'язків на основі інноваційного розвитку регіонів. Проект комплексного розвитку регіону Загонь передбачає формування біля кордону з Україною логістичного центру, здатного грати роль моста транспортних перевезень між Азією, Росією, Україною і Західною Європою в обсязі як мінімум 16 млн. т вантажів на рік.



До загальних проблем створення в Україні кластерів різних типів слід віднести недостатню сприйнятливість більшістю українських підприємств інновацій; брак кваліфікованих кадрів; низька якість транспортної та інженерної інфраструктур; відсутність необхідного інформаційного забезпечення процесу кластеризації; недостатню зацікавленість суб'єктів малого та середнього бізнесу в об'єднанні у великі виробничі системи; відсутність інвесторів у зв'язку з низькою інвестиційною привабливістю регіонів; обмежений доступ до зарубіжних ринків.

Одним з важливих напрямів реалізації кластерної політики в Україні є забезпечення науково-методичної підтримки розвитку кластерів. Саме тому актуальні наукові дослідження про поглиблення теоретичних основ і вдосконалення методичних принципів створення і розвитку транспортно-логістичних кластерів в Україні. У першу чергу доопрацювання вимагає понятійно-термінологічний апарат, зокрема, визначення змісту, сутнісних характеристик поняття «транспортно-логістичний кластер».

Питання підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку є одним з найактуальніших для України, а кластеризація – один із шляхів розвитку економіки та підтримки її на належному рівні в системі світових господарських відносин. Враховуючи, що транспортно-логістична галузь відіграє важливу роль у суспільному виробництві нашої країни, формування транспортно-логістичних кластерів матиме велике соціальне і економічне значення як для регіональної, так і для національної економіки. Вигоди складаються у формуванні сучасної логістичної інфраструктури, що відповідає міжнародним стандартам, у підвищенні продуктивності (скорочення термінів доставки товарів, зниження тарифів на зберігання, підвищені якості сервісного обслуговування, збільшення обсягів пасажирських і вантажних потоків) і в інноваційній активності підприємств, що входять до складу кластера, в активізації залучення інвестицій, у забезпеченні прискороного соціально-економічного розвитку регіонів, де розміщені кластери, що в кінцевому підсумку дозволить збільшити кількість додаткових робочих місць, заробітну плату і надходження до бюджетів усіх рівнів, підвищити стійкість і конкурентоспроможність економіки України.

*Науковий керівник: І.Г. Курінна, ст. викладач.*

*Є.А. Таранюк*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМ СЕРЕДОВИЩЕМ ПІДПРИЄМСТВ**

Визначення сутності конкурентного середовища полягає у визначенні середовища функціонування підприємства. Середовище підприємства

є джерелом, яке постачає підприємство ресурсами, необхідними для його подальшого розвитку. Середовище ніколи не буває стабільним. І кожне підприємство не тільки повинне знати своє середовище існування і природу його змін, але і вміти реагувати на ці зміни: невдача в пристосуванні до середовища обернеться в невдалий бізнес взагалі.

Поняття «конкурентне» застосовується до визначення сутності середовища для підкреслення такої його ознаки, як існування багатьох економічних суб'єктів з одним напрямом інтересів, що функціонують в умовах обмеженої кількості ресурсів або благ, а отже – наявності боротьби за задоволення власних інтересів, що визначається словом – конкуренція.

Конкуренція є головною рушійною силою ринку, а сама продукція – знаряддям конкурентної боротьби.

Конкуренція – поняття дуже різнобічне і змінне.

У залежності від кола конкуруючих суб'єктів розрізняють внутрішньогалузеву та міжгалузеву конкуренцію.

У залежності від меж територіального охоплення конкуренція відбувається на національному і міжнародному рівнях. У цьому разі вона охоплює внутрішньогалузеву і міжгалузеву конкуренції, сприяє зниженню національних і світових витрат виробництва, збалансовує розвиток національної та світової економіки.

У залежності від методів здійснення конкурентної боротьби розрізняють цінову та нецінову конкуренцію.

У залежності від типів ринків до основних видів конкуренції відносять вільну або чисту, досконалу та монополістичну або недосконалу конкуренцію.

Отже, завдяки визначенню видів конкуренції ми можемо прийти до визначення безпосередньо сутності конкурентного середовища. Конкурентне середовище підприємств – це взаємозв'язана сукупність суб'єктів господарської та інших видів діяльності, що діють в умовах обмеженості ресурсів для задоволення власних потреб на ринку послуг.

Конкурентне середовище є системою взаємовідносин, для якої є характерними такі риси, як: цілісність; ієрархічна структура (єдність зв'язків між елементами, їх ієрархія); взаємодія, взаємозалежність (взаємний вплив елементів); спрямованість (здатність системи розвиватися у відповідності до визначеної мети). Суб'єкту господарювання, який сам є елементом конкурентного середовища, необхідно для виживання оперативно реагувати на велику кількість чинників, що формують конкурентне середовище.

Всі чинники конкурентного середовища поділяються на дві групи. Перша група – економічні. До них слід віднести наступні: кількість та поведінка споживачів, кількість та поведінка конкурентів, кількість та поведінка постачальників, державна політика у сфері регулювання конкуренції.

Друга група чинників має опосередкований вплив на його формування та функціонування. Це загальноекономічна ситуація в країні, наявність та структура ресурсів, екологічний стан, рівень інноваційності виробництва, якість та розвиненість правового поля функції суб'єктів господарювання, культурні традиції, цінності тощо.

Існуючи в конкурентному середовищі, підприємство повинно мати певні привілеї в порівнянні з іншими підприємствами. Це так звані конкурентні переваги, якими володіє фірма, що визначають її конкурентоспроможність у порівнянні з іншими підприємствами. Та слід пам'ятати, що вони не є вічними, їх здобувають і утримують тільки за постійного вдосконалення всіх сфер діяльності, що потребує немалих зусиль і коштів.

Отже конкурентне середовище є комплексним поняттям і пов'язане з впливом зовнішнього середовища та із суб'єктами, з якими підприємство вступає у взаємодію. Відтак імовірніше стверджувати, що конкурентне середовище є мірою гармонізації у часі і у просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють поза межами підприємства.

*Науковий керівник: І.Г. Курінна, ст. викладач.*

*Ж.Т. Фатєєва*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇЇ РІВНІ**

В сьогоденній конкурентній боротьбі за всієї її гостроти та динамізму виграє той, хто аналізує та змагається за свої конкурентні позиції. Щоб вижити у цій боротьбі, кожне підприємство має поставити перед собою завдання підвищувати рівень конкурентоспроможності не лише своєї продукції, а й підприємства та його потенціалу.

Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, що діють на даному ринку [1].

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства можна визначити як комплексну порівняльну характеристику потенціалу на певному ринку в певний проміжок часу, щодо сукупності індикаторів підприємств-аналогів.

У розвитку сучасних уявлень щодо сутності конкурентоспроможності потенціалу підприємства домінує підхід, що вона не є внутрішньою природною якістю системи його взаємопов'язаних ресурсів і може бути оці-

нена тільки при наявності конкурентів; конкурентоспроможність потенціалу підприємства є відносним поняттям і має різний рівень його використання стосовно ринкових конкурентів; визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства має не тільки важливе наукове, а й практичне значення, оскільки уявлення про її сутність надає промисловим підприємствам можливість створити стратегію своєї поведінки на ринку.

Розрізняють чотири основні рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства:

1. Для потенціалу цього рівня характерна внутрішньо нейтральна організація управління. Керівник дбає лише про реалізацію виробничого потенціалу, орієнтованого на завантаження виробничих потужностей, не зважаючи на проблеми конкурентоспроможності та задоволення потреб споживачів.

2. Використання наявного потенціалу підприємства забезпечує випуск продукції, яка повністю відповідає стандартам, що встановлені його основними конкурентами. Керівництво такого підприємства не приділяє уваги потенційним можливостям бізнесу, які б забезпечили певні конкурентні переваги.

3. Керівники підприємства знають, що потенціал підприємства має дещо інші порівняльні переваги щодо конкуренції на ринку, ніж їхні основні суперники, і намагаються не дотримуватись загальних стандартів виробництва, що встановлені в галузі.

4. Успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва. Для більшості підприємств-конкурентів набір ресурсів, що використовуються у виробничому процесі, досить однаковий, але ефективність їхнього поєднання у діючій господарській системі різна і залежить саме від якості управління, кваліфікації менеджерів, організаційної структури підприємства.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства необхідно розглядати як важливе стратегічне завдання, а формування потенціалу – як основне завдання системи конкурентоспроможності підприємства. Зрозуміло, що конкурентоспроможність є результатом функціонування всієї системи управління, однак формування стратегічних, перспективних конкурентних переваг забезпечується системою стратегічного менеджменту і насамперед, обраними підходами до формування та реалізації стратегії.

Управління конкурентоспроможністю не є еквівалентним усій діяльності підприємства з досягнення кінцевих цілей, а містить лише ті функції і дії, що пов'язані з розробкою та реалізацією стратегії конкуренції, зі спонуканням до здійснення стратегії, з цільовою орієнтацією різних видів діяльності тощо.

Оцінка рівня використання потенціалу підприємства є найважливішим чинником у процесі забезпечення конкурентоспроможності. Ступінь реалізації конкурентного потенціалу визначає сукупність конкурентних

переваг підприємства. Такий підхід розглядає вплив зміни рівня конкурентного потенціалу на діяльність всього підприємства в цілому і передбачає наявність взаємозв'язку між корпоративною стратегією та стратегією забезпечення конкурентоспроможності.

В основі формування конкурентоспроможності лежать два основних підходи до побудови стратегії забезпечення конкурентоспроможності:

1. «Індуктивний» – розробка стратегії забезпечення конкурентоспроможності на основі вже наявного конкурентного потенціалу і конкурентних переваг.

2. «Дедуктивний» – кардинальна зміна всієї стратегії підприємства, спрямованої на формування нових конкурентних переваг, дана стратегія буде стратегією забезпечення конкурентоспроможності.

Загальною ідеєю стратегії забезпечення конкурентоспроможності є реалізація сукупності моделей бізнес-процесів і проектів, яка дозволяє отримати позитивний ефект за рахунок раціонального поєднання елементів стратегічного та конкурентного потенціалу підприємства. Отже, стратегія забезпечення конкурентоспроможності повинна відповідати вимогам системного, комплексного та стратегічного підходів.

#### ***Список використаних джерел***

1. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни / О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І Олексюк. – К.: КНЕУ, 2005. – 261с.

***Науковий керівник: І.Г. Курінна, ст. викладач.***

***А.Є. Шалиніна***

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **СТРАТЕГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Процес забезпечення конкурентоспроможності є одним з головних етапів стратегічного управління підприємством та пов'язаний з вирішенням проблеми найшвидшого досягнення запланованих результатів в умовах мінливого внутрішнього середовища і ситуації на ринку. У цьому випадку досягнення мети стає результатом, а стратегія – інструментарієм цього процесу. Стратегія – це один із найважливіших інструментів управління конкурентоспроможністю підприємства [1]. Важливим кроком у формуванні конкурентоспроможності є діагностика, аналіз внутрішнього потенціалу підприємства й зовнішніх ринкових факторів, які прямиим чи-

ном впливають на стан конкурентного середовища. Неправильна або недостатня оцінка останніх сприяє помилковій розробці стратегії.

Метою даної статті є визначення основних теоретичних засад формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, механізму реалізації та складових стратегії, що дозволяє підвищити ефективність функціонування підприємства і поліпшити його конкурентне становище на ринку.

Конкурентоспроможність підприємства є однією з найважливіших категорій ринкової економіки і характеризує можливість і ефективність адаптації підприємства до умов ринкового середовища. На сучасному етапі функції управління конкурентоспроможністю реалізуються у чотири етапи: планування діяльності у сфері забезпечення конкурентоспроможності, організація процесу мотивування працівників, які здійснюють процеси контролювання та регулювання процесу забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Забезпечення конкурентоспроможності підприємства – це сукупність послідовних дій для досягнення конкурентоспроможності на ринку. Необхідною умовою при цьому є погодженість цілей і взаємозв'язок основних напрямків стратегії реалізації конкурентних переваг із загальною стратегією розвитку підприємства [2, с. 213]. Основою стратегічної орієнтації підприємства є базова стратегія конкуренції.

Вибір стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства відповідно до ринкової ситуації пов'язаний з оцінюванням її переваг і ризиків, аналізом її відповідності ситуації на ринку, а також рівня організації виробництва на підприємстві та управління ним [4]. При виборі базової стратегії виходять з того, наскільки вона спроможна стимулювати адаптацію можливостей підприємства до конкретних ринкових умов.

Проведений аналіз праць вчених з дослідження конкурентоспроможності підприємств свідчить, що в сучасній науці наявна велика кількість конкурентних стратегій підприємств, проте жодна класифікація не є універсальною, оскільки має свої недоліки і не відображає усієї картини, бо ринок є дуже непередбачуваним.

Стратегія забезпечення конкурентоспроможності (надалі – СЗК) є елементом системи конкурентних стратегій, до складу якої також входять стратегія формування конкурентних переваг та стратегія конкурентної поведінки. СЗК полягає у реалізації заходів із забезпечення таких стратегій як: товарно-ринкова стратегія – це сукупність стратегічних рішень, які визначають асортимент, номенклатуру, обсяг виробництва продукції (надання послуг), а також специфіку їх реалізації та питання з освоєння виробництва нової продукції або відмовлення від старої [6]. Ресурсно-ринкова стратегія включає вибір номенклатури, обсягу та якості сировини і напівфабрикатів, які споживаються, і поведінки корпорації у сфері закупівель. Технологічна стратегія – базовий варіант стратегії, що визначає

практично всі види стратегій. Вибір технології визначає переважно всю подальшу поведінку підприємства на будь-якому етапі життєвого циклу. Соціальна стратегія – це сукупність рішень, що визначають вид і структуру колективу працівників корпорації, а також характер відносин з акціонерами, визначальним є фактор розвиненості корпоративної культури. Фінансово-інвестиційна стратегія корпорації – сукупність рішень, що визначають способи накопичення, залучення і витрат фінансових ресурсів. Управлінська стратегія – сукупність рішень, що визначають характер управління підприємством під час реалізації обраної стратегії.

Формування і реалізацію наведених стратегій вже на сьогодні можна спостерігати у вітчизняних фірмах і корпораціях [5]. Топ-менеджмент переймає досвід іноземних компаній у впровадженні систем управління якістю, покращення технологічної бази, поліпшення умов праці та мотивація для персоналу, а також створення позитивного іміджу серед споживачів продукції.

Отже, добре продумана та правильно сформульована стратегія здатна виявити найефективніший шлях, найпродуктивніші способи досягнення цілей, забезпечує підприємству вибір перспективних та рентабельних видів діяльності, високий попит на його продукцію (послуги), нерідко унікальну вигідну, позицію на ринку серед конкурентів. Кожне підприємство розробляє власну стратегію з огляду на свою мету та особливості ринку. Тому кожне вітчизняне підприємство повинне обов'язково усвідомлювати та пам'ятати про об'єктивні процеси ринкової економіки, за якою стабільність забезпечується стратегічним баченням майбутнього.

#### ***Список використаних джерел***

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 1999. – 206 с.
2. Нефедова О.Г. Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін / О.Г. Нефедова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 5. – С. 212 – 215.
3. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
4. Циба Т.С. Маркетингове планування: навч. посіб. / Т.С. Циба, М.І. Сокур, В.І. Баюра. – К.: Центр учб. літ., 2007. – 128 с.
5. Циганюк О.О. Система конкурентних стратегій підприємства і перспективи впровадження стратегічної культури на підприємствах України / О.Циганюк // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – №3. – С. 108 – 111.
6. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.

***Науковий керівник: В.П. Валіков, канд. екон. наук, доц.***

## **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

При современной модели рыночной экономики, сменившей плановую, отечественные предприятия адаптируют свое развитие в соответствии с изменениями внешней среды, стараются занять лидирующие позиции и удержать их.

Повышение требований потребителей к качеству товаров и уровню обслуживания, рост количества конкурирующих предприятий в каждом сегменте рынка, приводят к тому, что удерживаются только те коммерческие компании, которые имеют какие-либо конкурентные преимущества по сравнению с другими. Поэтому перед любым предприятием возникает проблема изучения и определения своих сильных и слабых сторон, необходимость изучения деятельности своих конкурентов, условий конкуренции в направлении работы предприятия.

Понятие «конкурентоспособность» сегодня активно используется в научной экономической литературе. Много внимания уделяется оценке конкурентоспособности товара, предлагаются разные методы изучения ее уровня. Для выбора наиболее подходящего метода оценки необходимо определиться со смыслом слова «конкурентоспособность». В переводе с латинского этот термин означает соперничество, борьбу за достижение лучших результатов, проявляется только в условиях конкуренции. В странах с рыночной экономикой конкурентоспособность предприятия является результатом влияния многих факторов, среди которых выделяют технико-экономические, коммерческие и нормативно-правовые [1, с. 185 – 186].

Конкурентоспособность является многогранным понятием и трактуется разными авторами как:

– потенциальная или реализованная способность экономического субъекта к функционированию в ревалентной внешней среде, которая основывается на конкурентных преимуществах и отображает его позицию относительно конкурентов [2];

– уровень его компетентности по сравнению с другими конкурентами по таким параметрам, как технология, практические навыки и профессиональные знания персонала, уровня стратегического и текущего планирования, политики сбыта, уровня управления, коммуникации, качества систем управления, производства продукции [3];

– качества объекта, характеризующиеся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности в сравнении с аналогичными объектами, представленными на данном рынке; способ-



ность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке [4];

– реальная и потенциальная потребность предприятия проектировать, изготавливать и сбывать [5].

Наиболее распространенной в экономической литературе является классификация методов оценки конкурентоспособности предприятия в зависимости от формы представления результатов оценки. По этому признаку выделяют графические, матричные, расчетные и комбинированные методы.

Графический метод оценки конкурентоспособности предполагает построение «многогранника конкурентоспособности». Наиболее конкурентоспособным считается предприятие, имеющее наибольшую площадь многоугольника.

Матричные методы оценки конкурентоспособности базируются на маркетинговой оценке деятельности предприятия и его товара, учитывая его жизненный цикл. Матрица строится по принципу системы координат: темпы роста емкости рынка по вертикали, относительная доля товара на рынке по горизонтали. Среди матричных методов наиболее часто используют матрицы BCG, McKinsey, Shell/DPM и ADL/LC.

Большая группа расчетных методов оценки конкурентоспособности делится на специфические и комплексные. С помощью первых из них оценивает конкурентоспособность предприятия по отдельным сторонам его деятельности. Вторая группа методов предусматривает подход к оценке по совокупности признаков. Ко второй группе методов относят: метод, основанный на оценке конкурентоспособности продукции предприятия; метод, базирующийся на анализе сравнительных преимуществ предприятий – конкурентов; метод, который основывается на основе интегральной конкуренции; интегральный метод; метод самооценки.

Но как специфические, так и комплексные методы учитывают лишь часть критериев, определяющих конкурентоспособность предприятия. В условиях отсутствия универсального метода оценки конкурентоспособности каждое предприятие выбирает наиболее удобный для себя метод оценки конкурентоспособности и уже на его основании предпринимает шаги для улучшения своих позиций на рынке.

### ***Список использованных источников***

1. Россохіна О.Є. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства / О.Є. Россохіна // Держава та регіони. – 2010. – Вип. 2. – С. 184–187.
2. Піддубний І.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / І.О. Піддубний, А.І. Піддубна, за ред. проф. І.О. Піддубного. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264 с.

3. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецьк: Дон ДУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. – 147 с.

4. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: «Маркетинг», 2002. – 892 с.

5. Струк Н. Оцінка конкурентоспроможності в системі аналізу перспективності ділового партнерства підприємств / Н. Струк // Вісник Львівськ. нац. ун-ту. – 2008. – Вип. 37(1). – С.89–93.

***Научный руководитель: О.М. Зборовская, д-р экон. наук, доц.***

## СЕКЦІЯ 2 АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ КРИЗИ

*Ю.С. Герасименко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

### СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Теоретичні аспекти управління персоналом в умовах нової реальності та глобальних трансформацій охоплюють, насамперед, формування сучасної парадигми та концепції розуміння ролі людського фактора; пошук нової філософії та ідеології управління персоналом; створення стратегії управління персоналом, в якій домінуватимуть якісні аспекти благополуччя людини.

Необхідність формування нової, співзвучної до викликів сьогодення парадигми управління персоналом зумовлена широким спектром передумов, зокрема: появою нової соціокультурної реальності, позначеної потребою в новій світоглядній орієнтації та новими можливостями для реалізації прихованого потенціалу особистості; різким загостренням конкуренції на світовому ринку, що змушує шукати внутрішні ресурси забезпечення конкурентоспроможності, не пов'язані з технічною базою, – людина стає в центрі уваги; поширенням гуманістичних тенденцій у виробничо-технічну та управлінську сфери, які культивують загальнолюдські цінності; об'єктивними процесами ускладнення взаємин людини і світу; позитивною динамікою організаційних перетворень, яким притаманне усвідомлене вивчення організаційної поведінки.

З огляду на зазначене, сучасна управлінська парадигма повинна ґрунтуватися на синтезі культури та відповідальності, які покликані забезпечити порядок не тільки на окремо взятому підприємстві, але й суспільстві загалом. Ідеологічною основою сучасного менеджменту персоналу має стати організаційна культура, відповідальність буде джерелом його розвитку.

Організаційна культура, як ідеологія управління, впливає на управління персоналом через об'єктивно-суб'єктивні елементи, зокрема: цінності, функції, регламентувальні процедури, комунікації та систему відповідальності. Цінності є певним ідеалом, еталоном і, одночасно, предметом особливого пошанування й вартісності для людини. В контексті управління персоналом можна стверджувати, що система цінностей формується як суб'єктом управління, так і об'єктом, і за умови узгодження їх-

ніх дій організаційна культура стає вагомим внутрішнім ресурсом підвищення ефективності діяльності підприємства.

Використання організаційної культури як ідеології управління персоналом уможливиться завдяки функціям, які вона виконує: мотиваційної, просвітницько-виховної, селективної, інтегруючої та інших. Організаційна культура відображає етичні аспекти взаємовідносин на підприємстві, зокрема, через соціальний пакет, який містить й конкурентну мотиваційну складову. Організаційна культура впливає на статус, якого досягає працівник на підприємстві, оскільки вона формує формальні й неформальні відносини в межах підприємства, які визначають ступінь залучення працівника до управлінських процесів, рівень його повноважень, а, відтак, значимість його соціального пакета. Таким чином організаційна культура, як чинник розвитку персоналу, поєднує економічну й соціальну складову.

Оскільки філософія є методологічною основою управлінської думки, то в сучасних умовах необхідна і нова філософія управління персоналом. Нова філософія управління персоналом передбачає усвідомлення людини як самодостатньої цінності і основного джерела прогресу суспільства, що уможливує її активне залучення до всіх процесів. Людину в контексті виробничої організації необхідно трактувати не просто як працівника будь-якого рівня, а сприймати як особистість, яка має свої прагнення, інтереси та мотиви праці в колективі, тому вона в відбуваються в організації. Такий підхід до ролі людського фактора значно підвищить мотиваційну здатність менеджменту.

Сучасна концепція управління персоналом повинна ґрунтуватися на соціокультурній доктрині, яка ознаменувала початок ХХІ століття і характеризується потребою в самоактуалізації особистості, новими можливостями для гармонійних відносин не тільки між персоналом організації, але й між діловими партнерами, суттєвими змінами в ієрархії цінностей, новими ментальними установками.

У концепцію управління персоналом необхідно закладати, насамперед, категорії, які відповідають якісним параметрам і співзвучні картині світу сьогодення.

Це, зокрема, такі категорії: якість, цілісність, сутність, системність, синергетичність, гармонійність, які повинні стати підґрунтям основних принципів концепції управління персоналом. Концепція повинна містити сутнісну характеристику змісту управління персоналом, відображати перспективи його розвитку і технологічно реалізовуватися через стратегію управління як конкретну програму дій в певному часовому інтервалі.

Прикладні аспекти управління персоналом є також багатогранними, вони витікають із реальної діяльності підприємств.

Управління персоналом є найскладнішим і найвідповідальнішим видом діяльності, що вимагає особливої системи професійної підготов-

ки керівників-менеджерів, оскільки появились нові цілі, змінився характер ділових відносин, формується парадигма управління, зорієнтована на морально-етичні цінності. З огляду на це національна економіка зможе поповнитися не просто фахівцями з управління, але й компетентними особистостями, яким притаманна висока духовність, активний інтелект, національна ідентичність, широкий світогляд і, без сумніву, інноваційність у всіх її найкращих проявах.

*Науковий керівник: Н.О. Волошко, канд. екон. наук, доц.*

*Г.В. Глобенко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **РОЛЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ**

Управління трудовими ресурсами є одним з основних напрямків державного регулювання і складовою державної соціально-економічної політики. Розвиток системи управління трудовими ресурсами передбачає удосконалення соціально-трудова відносин, впровадження нових форм і методів впливу на процеси формування, розподілу і використання трудового потенціалу. Удосконалення управління трудовими ресурсами потребує вирішення проблем розвитку ринку праці, створення правового, науково-методичного і ресурсного забезпечення ефективного використання трудових ресурсів, формування загальноосвітнього і професійного рівня трудових ресурсів.

Особливість управління трудовими ресурсами полягає у потребі всебічно враховувати інтереси особистості, підприємства (організації, фірми), всього суспільства.

Об'єктом управління трудовими ресурсами є суспільні відносини, їх формування, розподіл, перерозподіл та використання. Управління трудовими ресурсами у загальній системі управління економікою – складна динамічна підсистема. Вона пов'язана з виробничо-технологічною структурою господарства, інституціональною структурою економіки і соціальною структурою

Суб'єктом управління трудовими ресурсами у широкому розумінні є держава, профспілки, трудові колективисуспільства.

Основна мета управління трудовими ресурсами закріплена у Конституції і гарантує громадянам України право на працю відповідно до уподобань, здібностей, професійної підготовки, освіти з урахуванням суспільних потреб. Управління трудовими ресурсами є: задоволення потреб економіки у кваліфікованих кадрах; забезпечення ефективної зайнятості пра-

цездатної частини населення, його розподілу за сферами застосування праці, територією; ефективне використання трудових ресурсів.

Механізм функціонування елементів соціально-економічної системи забезпечується комплексом різних видів управління. За кінцевим результатом у сфері управлінських рішень з боку господарських органів і головним є використання трудових ресурсів. Водночас важливе значення має управління процесами, що спрямовані на забезпечення повної зайнятості працездатного населення. Управління трудовими ресурсами враховує також дію економічних законів (попиту й пропозиції, закону вартості тощо), законів соціології, психології і використовує найзагальніші закони кібернетики (закон зворотного зв'язку, закон оптимізації, закон пристосування систем до зовнішнього середовища)

Вихідною методологічною базою формування мети управління й соціально-економічними процесами є Конституція України та прийняті її основні закони.

Основні закони управління трудовими ресурсами:

- закон спеціалізації управління, на державному рівні його дотримуються відповідні державні органи: міністерства, відомства, що вирішують певні проблеми (Міністерство освіти і науки України, Міністерство праці та соціальної політики);
- закон інтеграції-управління – полягає в координації діяльності більшості державних органів в управлінні;
- закон оптимального поєднання централізації і децентралізації управління (узгодження державного і регіонального управління);
- закон економії часу в управлінні, або закон управління робочим часом;
- закон демократизації управління, який відображає співвідношення влади й підпорядкованості.

Мета управління трудовими ресурсами – тривала політика створення умов для виконання визначених завдань, у тому числі забезпечення збалансованості потреб господарства трудових ресурсах з їх наявністю в окремих регіонах: облік, аналіз, оцінка досягнень визначеного економічного і соціального результату, їх функціонування, уточнення і вироблення організаційних форм та методів управління.

Держава, що функціонує через відповідні органи управління трудовими ресурсами, впливає на демографічні процеси, здійснює підготовку і перепідготовку кадрів, удосконалює організаційно-правові форми працебезпечення, регламентує і контролює використання трудових ресурсів.

Підсистема управління процесом розподілу трудових ресурсів здійснює:

- управління процесом створення робочих місць у матеріальному виробництві та невиробничій сфері;

– управління первинним розподілом робочої сили (розподіл випускників середніх загальноосвітніх шкіл та системи професійно-технічної освіти, спеціалістів з вищою та середньою спеціальною і освітою);

– управління перерозподілом робочої сили: а) через службу зайнятості, у бюро працевлаштування; б) організований набір працівників; в) переміщення робочої сили у межах галузі, об'єднання, територій тощо.

Підсистема управління процесом використання робочої сили здійснює:

– управління технічним процесом (механізація та автоматизація виробничих процесів, у т.ч. скорочення ручної і важкої праці); впровадження передових технологій; атестацію та раціоналізацію робочих місць; винахідництво та раціоналізацію праці;

– управління науковою організацією праці, а саме: розподіл та кооперацію праці, удосконалення методів організації праці та робочих місць, нормування праці, ефективне використання робочого часу, поліпшення дисципліни, умов та охорони праці, матеріальне та моральне стимулювання;

– управління економікою праці: планування продуктивності праці та чисельності працівників; організація оплати праці, у т.ч. співвідношення зростання продуктивності праці і заробітної плати.

Забезпечення розвитку та ефективного використання трудового потенціалу.

З метою забезпечення в умовах ринкових реформ і глобалізації економіки конституційного права громадян на працю профспілка домагатиметься:

– при проведенні адміністративної реформи контролю за дотриманням норм чинного законодавства, розгляду питань щодо скорочення державних службовців та посадових осіб органів місцевого самоврядування після надання інформації про результати функціонального обстеження та розрахунків штатної чисельності;

– забезпечення державної підтримки професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників не рідше одного разу на 3 роки, створення передумов для навчання протягом всього трудового життя;

– передбачення визначення в колективних договорах та угодах конкретних зобов'язань роботодавців щодо періодичності та обсягів підвищення кваліфікації працівників, спрямування на це коштів в обсязі не менше 3% від фонду оплати праці.

Кардинальні зміни в економіці України в останні роки вимагають всебічного аналізу господарського механізму управління, зокрема, трудовими ресурсами. Це пов'язано також із зростанням їх ролі в умовах становлення ринкових відносин. Сьогодні потрібні нові методи і форми регулювання трудового потенціалу, адекватні сучасному етапу економічно-

го розвитку і використання робочої сили, складним процесам формування дійового механізму стимулювання підвищення продуктивності праці та економії робочої сили на основі прогнозованої інформації

Сучасна ситуація управління трудовими ресурсами в Україні є результатом існування проблем та суперечностей, які тривалий час не вирішувались та продовжують загострюватися. Це незбалансованість існуючих трудових ресурсів та робочих місць, економічна діяльність, яка орієнтується на короткий строк.

### *Список використаних джерел*

1. Загора О.І. Основні тенденції формування і використання трудових ресурсів / О.І. Загора // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4. – С. 85 – 91.
2. Качан Є.П. Управління трудовими ресурсами: навч. посіб. / Є.П. Качан. – К.: Видавничий дім «Юридична книга», 2005. – 358 с.
3. Романишин В.О. Рынок труда Украины: современное положение и пути реформирования / В.О. Романишин // Актуальные проблемы экономики. – 2004. – №6. – С. 214 – 219.
4. Травин В.В. Кадрова політика в сучасних умовах / В.В. Травин. – М., 2006. – 364с.
5. Заглинський А.О. Проблеми розвитку ринкових відносин у сфері зайнятості трудових ресурсів / А.О. Заглинський. – Рівне: ППФ «Волинські береги», 2002. – 400 с.

*Науковий керівник: Н.І. Климович, ст. викладач.*

*А.В. Дрогомарецька*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

Управління персоналом – це сукупність цілеспрямованих дій керівного складу організації, а також керівників і фахівців підрозділів, що включають визначення потреби в персоналі відповідно до мети і можливостями організації.

Криза – об'єктивне явище в соціально-економічній системі, в основі функціонування та розвитку якої лежить керована діяльність людини. Бажання ефективно управляти нею виражається в прагненні знизити частку некерованих процесів. В багатьох випадках саме людська природа кризи в організації є її причиною і джерелом. Вся діяльність людини направлена на задоволення її інтересів, що змінюються нерівномірно і непропорційно. Інтереси знаходяться в постійному протиріччі навіть у



окремої людині, а тим більш у соціальних групах. Саме це й покладено в основу всіх криз в соціально-економічній системі. З розвитком соціально-економічної системи спостерігається підвищення ролі людського фактору в антикризовому її розвитку, що означає можливість передбачення та своєчасного безболісного її розв'язання. Тому в процесі подолання кризи в організації особливо важлива робота з персоналом.

З точки зору людського фактору для ситуації кризи типовим є виникнення як мінімум двох проблем. По-перше, це неузгодженість між професійним інструментарієм, яким володіє персонал організації, і тим, який вимагає нова ситуація. По-друге, це неадекватність норм та правил внутрішнього організаційного життя новим умовам. Таким чином, з точки зору людського фактору розв'язання кризової ситуації потребує зміни типу професійної діяльності, а також культури управління.

Для ефективного функціонування організації на стадії інтенсивного росту на зміну «творцям» повинні прийти «продавці», комерсанти для просування товару на ринку. Спостерігається постійна конкуренція «продавців» як умова їхнього існування та професійного розвитку. На стадії стабілізації, коли розвивається криза зрілості, організації необхідні спеціалісти, які б були здатні створювати ефективні технології. Це означає, що до складу персоналу повинні увійти технологи на зміну «продавцям» або доповнювати їх. Основою функціонування в організації є сурова ієрархія, підпорядкованість та визначеність. Для виживання організації необхідні особливі спеціалісти, які здатні об'єднати в собі навички розробки, продавців та технологів. В цих умовах стиль відносин зорієнтований на лідера, тому особливе значення набуває харизма, влада, що заснована на силі особистих якостей лідера.

Таким чином, кожна ситуація кризи супроводжується негативними явищами в системі управління персоналом організації. Антикризове управління персоналом передбачає не тільки формальну організацію роботи з персоналом (планування, добір, підбір, розміщення та розподіл, оцінку, мотивацію, розвиток та ін.), але й сукупність факторів соціально-психологічного, морального характеру, демократичний стиль управління, турботливе ставлення до потреб людини, врахування його індивідуальних особливостей та ін.

Важливим стратегічним напрямом системи антикризового управління персоналом є ефективне застосування кадрового маркетингу. Це забезпечується поруч способів: пошуком перспективних студентів вже з молодших курсів вузів і коледжів, котрим нададуть можливість роботи у організації у період канікул, виплати стипендій з допомогою її ресурсів, допомогу у проходженні виробничої практики, підготовкою і захист дипломних робіт; співробітництвом з державною службою працевлаштування; використанням приватних фірм у доборі і підготовці менеджерів чи іншого персоналу; взаємодією з організаціями, здійснюють лізинг пер-

соналу, тобто відряджених тимчасово працівників «напрокат»; організацією прогностичних досліджень з проблемами підготовки й перепідготовки кваліфікованих працівників організації.

Для реалізації функцій антикризового управління персоналом організації необхідно визначити систему базових принципів, які дозволяють антикризовому менеджеру впливати на персонал та ефективно вирішувати проблеми. Формування та розвиток антикризової системи управління персоналом відбувається на основі наступних принципів:

- принцип інтеграції персоналу, що передбачає відновлення довір'я персоналу кризової організації до нових цілей керівництва, розуміння економічних вигод перетворень, що намічаються;

- принцип оптимізації кадрового потенціалу організації за рахунок удосконалення кадрової структури, періодичної її оцінки, підтримки навчання робітників за освітніми програмами, підготовки перспективних кандидатів на ключові керівні посади та децентралізації структури управління;

- принцип підтримки прагнення до незалежності, що дає можливість персоналу почуватися вільно в прийнятті та реалізації рішень;

- принцип придання персоналу більшого динамізму, стану готовності до постійних змін;

- принцип орієнтації на професійне ядро кадрового потенціалу організації, сукупні здібності якого забезпечують стратегічні переваги організації на ринку товарів, послуг та знань;

- принцип системності в роботі щодо розвитку персоналу, який передбачає обов'язкове матеріальне та моральне підкріплення індивідуальної діяльності робітника на основі його власного професійного розвитку;

- принцип компліментарності управлінських ролей в кризових ситуаціях в організації, що передбачає використання конкретного типу керівників в кризових ситуаціях.

Для виходу організації з кризового становища доцільно боротися не стільки з причинами, скільки з наслідками кризи. Іншими словами, необхідно зробити кризу персоналу організації керованою, а її рівень – помірним. Виходячи з цього припущення, можна прослідкувати, які явища можуть відбуватися в кризовій організації з персоналом та вживати адекватні заходи, щоб не допустити або усунути негативні наслідки. Це одна з нових функцій антикризового менеджера та Його команди (функція – особливий вид управлінської діяльності, продукт процесу розподілу та спеціалізації праці в сфері управління).

### *Список використаних джерел*

1. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л.О. Лігоненко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2001.

2. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 504 с.

3. Штангрет А.М. Антикризове управління підприємством: [навч. посіб.] / А.М. Штангрет, О.І. Копилук. – К.: Знання, 2007. – 335 с.

4. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: підруч. / Л.О. Лігоненко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 824 с.

*Науковий керівник: Н.І. Климович, ст. викладач.*

*С.В. Дубінський,*

*канд. екон. наук,*

*доцент кафедри економіки підприємства та міжнародного бізнесу,  
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **СОЦІАЛЬНА СФЕРА ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

За кризових умов особливу увагу керівники промислових підприємств завжди приділяють розробці адекватних стратегій розвитку, які дозволять швидко врахувати зміни у зовнішньому середовищі, адаптуватися до них та визначити шляхи подолання негативних факторів. І, якщо, стратегічне управління відносно основного виробництва застосовується досить широко, то впровадження інструментарію стратегічного управління у соціальну сферу промислових підприємств ще залишається досить рідким явищем в українських виробників.

Як наслідок, спостерігається негативна динаміка соціально-трудоових показників (зниження продуктивності праці, високий рівень плинності кадрів і чисельності працівників, зайнятих в шкідливих і небезпечних умовах праці, зниження витрат на охорону навколишнього середовища та ін.). Це підтверджує, що в соціальній сфері підприємств накопичився цілий комплекс проблем, що вимагають рішення в стратегічній перспективі. Їх наявність багато в чому пов'язана з тим, що розвиток соціальної сфери не носить комплексного і інтегрованого характеру, сприяючого підвищенню ефективності соціальних інвестицій. Промислові підприємства рідко проводять соціально-психологічні дослідження (опити, соціальні аудити, моніторинги і ін.), що дозволяють визначити рівень розвитку соціальної підсистеми, зміни мотиваційної структури співробітників, проблеми в трудових відносинах, а також не здійснюють перегляд змісту соціальних пакетів і оцінку ефективності соціальних програм. Це в підсумку може проявлятися у вкрай небезпечному явищі на підприємствах – страйках. Причому, відсутність моніторингу, nereагування на ви-

никнення проблем, невміння, а іноді й відкрите небажання керівників підприємств відкрито обговорювати стан справ, та показувати спрямованість на вирішення проблем призводять до збільшення напруги та впливає на тривалість та насиченість страйку.

Особливо значущі відмінності за групами керівників різного рівня управління. Так, майже половина менеджерів вищого рівня вважає найбільш важливою для персоналу надання додаткової премії, тоді як для лінійних керівників цих же підприємств такий чинник є менш значущим.

Таким чином, проведене дослідження виявило необхідність зміни існуючої системи управління соціальною сферою промислових підприємств з метою подолання, принаймні, двох груп суперечностей:

1) між працедавцями і працівниками – що проявляється в мінімізації витрат, на розвиток соціального потенціалу, які реалізуються в короткостроковому періоді з боку керівників компаній, і задоволенням мотивуючих соціальних потреб працівників в постійному розвитку, як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі;

2) між підприємством і суспільством, які обумовлені прагненням підприємства до максимізації свого прибутку без урахування інтересів зовнішніх суб'єктів стратегічної взаємодії і відсутністю розвиненої системи некомерційних відносин, заснованих на принципах соціального партнерства.

Важливим елементом процесу розробки і реалізації соціальної стратегії є моніторинг внутрішньої і зовнішньої соціальної сфери підприємства, проведення якого необхідне впродовж всіх етапів формування стратегічної моделі для своєчасного регулювання напрямів соціальної діяльності підприємства.

Таким чином, реалізація запропонованих в роботі рекомендацій створює передумови для того, щоб підвищити стабільність персоналу і рівень прихильності працівників промислового підприємства що зумовлено зростанням задоволеністю працею і якістю трудового життя; зниженням плинності кадрів і забезпеченням зростання продуктивності праці за рахунок активізації внутрішнього соціального потенціалу; оптимізації соціальних інвестицій та зниженням ризиків.

***В.В. Залетаєва***

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ**

В умовах формування ринкової економіки на державу покладено обов'язок розбудови соціальної інфраструктури, яка створює можливос-

ті для соціального обслуговування населення, обумовлює економію суспільної праці, збільшує фонд вільного часу людей, поліпшує використання бюджету сім'ї, узгоджує доходи з попитом населення, створює комфортність навколишнього середовища [1, с. 26]. Для цього створюються Державні програми.

Метою Державної програми є зростання добробуту і підвищення якості життя населення за рахунок забезпечення позитивних структурних зрушень в економіці, підвищення її конкурентоспроможності як основи для збалансованого зростання стандартів та показників економічного розвитку.

Опосередкування державою економічного життя – це процес державного регулювання економіки. Поступово він стає рушієм економічного розвитку. Необхідність державного регулювання економіки випливає з об'єктивно притаманних державі економічних функцій. В умовах існування різних форм власності роль державного регулювання полягає, з одного боку, у забезпеченні юридичного механізму їх реалізації, а з іншого – у спрямованому впливі на ринкові параметри, що забезпечують організацію функціонування економічної системи як цілого.

Зусилля і кошти держави обов'язково повинні спрямовуватися на створення умов для розвитку освіти, охорони здоров'я, науки, культури, що вкрай необхідне для зміцнення фізичного та духовного здоров'я громадян нашого суспільства.

Забезпечуючи розвиток надання колективних, громадських та особистих послуг, як об'єкта державного регулювання, у сучасних умовах потрібно враховувати постійне скорочення фізичних обсягів послуг через неспроможність населення їх сплачувати. Це передбачає необхідність розробки відповідних програм щодо забезпечення підприємств, в першу чергу, служб побуту обладнанням. Метою здійснення цих заходів є створення розгалуженої мережі малопотужних підприємств, які б формували закінчену інфраструктуру в кожному мікрорайоні, місті, селі.

Таким чином, державне регулювання соціальної інфраструктури покликане забезпечувати її рівновагу і сталий розвиток. Державне регулювання в умовах ринкового господарювання являє собою систему типових заходів законодавчого, виконавчого та контролюючого характеру, які здійснюють державні установи та суспільні організації.

### *Список використаних джерел*

1. Державне регулювання розвитку соціальної інфраструктури населених пунктів України: навч. посіб. – К.: Вид-во УАДУ, 2002. – 112 с.

*Науковий керівник: Н.О. Волошко, канд. екон. наук, доц.*

## **ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК ЯК ШЛЯХ ДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Світова економічна криза не оминула Україну, болісно зачепивши майже всі галузі економіки, тисячі компаній і мільйони громадян. Криза загострила результати бездіяльності останніх років. В умовах, коли джерела швидкого зростання докризових років вичерпано, єдиний шлях виходу України на траєкторію сталого розвитку – це рішучі й всеосяжні реформи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності економіки.

Економічне зростання відкриває широкі можливості для розвитку людського потенціалу та розширення для людини спектра вибору. Водночас без економічного зростання спроби домогтися справедливого розподілу можливостей людського розвитку можуть привести до сукупного нульового результату, коли розширення можливостей для одних груп людей досягатиметься за рахунок їх скорочення для інших груп, що рівнозначно перерозподілу бідності.

Без трудової діяльності для суспільства не може бути людського розвитку, тому що зникають матеріальна основа цього розвитку і стимули, що забезпечують у майбутньому затребуваність результатів цього розвитку.

Можливість продуктивно працювати, забезпечення зайнятості – основна сполучна ланка між досягненням економічного зростання та створенням можливостей для розвитку людини. Причини ключового значення проблем зайнятості з погляду концепції людського розвитку можна узагальнити так:

1) трудова діяльність людини дозволяє їй самостійно забезпечити необхідні для гідного існування доходи, які можуть бути спрямовані на індивідуальний людський розвиток, на інвестиції в освіту, зміцнення здоров'я, підвищення якості життя;

2) трудова, і в цілому економічна діяльність дозволяє кожному реалізувати накопичений людський капітал і створює стимули для отримання освіти та інших приватних інвестицій у людський капітал, зокрема у людський капітал майбутніх поколінь;

3) ринок праці, що нормально й ефективно функціонує, надаючи більшості працездатних роботу і дохід, дозволяє державі, чий бюджетні можливості завжди обмежені, зосередитися на підтримці та захисті окремих соціально вразливих і непрацездатних категорій громадян – таким чином забезпечити більшу рівність можливостей для людського розвитку усіх громадян;

4) високий рівень зайнятості в умовах ефективного виробництва забезпечує не лише стабільність індивідуальних доходів, а й зростання податкових надходжень до Державного бюджету та сукупних доходів суспільства, створюючи можливості для виробництва більшої кількості суспільних благ, що сприяють людському розвитку;

5) трудова діяльність багато в чому визначає процес соціалізації особистості, формує ціннісні установки й орієнтації, перешкоджає формуванню та поширенню девіантної і криміногенної поведінки;

6) високий рівень економічної активності в працездатному віці приводить до того, що виробниче середовище стає навколишнім середовищем багатьох людей протягом тривалого часу, тому умови праці в найширшому розумінні визначають якість трудового життя і, відповідно, умови та стандарти життя людей.

З урахуванням цих проблем Міжнародна організація праці сформулювала принципи державної політики, економічної та суспільної стратегії у сфері зайнятості, що з метою стимулювання економічного зростання та розвитку, піднесення рівня життя, задоволення потреб у робочій силі й ліквідації безробіття та неповної зайнятості потрібно прагнути до повної, продуктивної й вільно обраної зайнятості. Повна зайнятість при цьому трактується як забезпечення роботою всіх, хто готовий приступити до неї та шукає її. Продуктивну зайнятість розуміють, по-перше, як економічно ефективну та доцільну зайнятість, і по-друге, як зайнятість, що відповідає кваліфікації та здібностям працівника й дозволяє йому реалізувати свій трудовий потенціал та мати гідний заробіток.

Отже, завдання поєднання економічного зростання та людського розвитку може бути сформульоване як завдання забезпечення економічного зростання, яке супроводжується створенням нових економічно ефективних робочих місць, що розширюють можливості зайнятості. Однак роль зайнятості в опосередкуванні між економічним зростанням і людським розвитком не така однозначна. Існує низка таких проблем.

По-перше, економічне зростання може досягатися двома шляхами: за рахунок залучення до економічної діяльності додаткових працівників і за рахунок інтенсивнішого використання тієї самої кількості економічно активного населення, тобто екстенсивним або інтенсивним шляхом розвитку. Очевидно, що в другому випадку збільшення суспільного багатства здійснюється шляхом зростання продуктивності праці. У цьому разі вигоди, одержувані від збільшення економічної ефективності і суспільного багатства, можуть діставатися тій самій (і навіть меншій) кількості членів суспільства, та вплив такого економічного зростання на людський розвиток буде суперечливим, якщо здобутки людей, які виграли за такого сценарію розвитку, виявляться меншими, ніж утрати тих, які програли.

По-друге, саме по собі збільшення зайнятості без піднесення ефективності суспільного виробництва не є самоціллю і може обмежувати можливості людського розвитку через скорочення вільного часу, необхідного людині для розвитку, особливо за умови не вільно обраної зайнятості. Важливим показником, що характеризує розширення можливостей у трудовій сфері для людського розвитку, тобто показником, що демонструє відносне збільшення доступу до трудової діяльності, може слугувати співвідношення темпів зростання зайнятості і темпів зростання чисельності економічно активного населення.

У цілому з урахуванням екстенсивних та інтенсивних факторів економічне зростання, виражене у динаміці ВВП, залежить від динаміки рівня зайнятості, продуктивності праці і чисельності економічно активного населення. Зміна рівня зайнятості саме і відображає коефіцієнт розширення можливостей. Економічне зростання може досягатися як через розширення можливостей зайнятості, так і завдяки зростанню продуктивності праці. На збільшення можливостей працевлаштування позитивно впливає збільшення ВВП на душу населення, тобто зростання продуктивності праці, але збільшення доходів не означає автоматичного розширення можливостей працевлаштування.

Ідеальний сценарій має такий вигляд: стійке економічне зростання веде до розширення можливостей зайнятості, сприяючи скороченню безробіття, збільшенню продуктивності праці та підвищенню доходів дедалі більшої частки працівників. А коли економічне зростання не супроводжується збільшенням кількості робочих місць, збільшення доходів і підвищення продуктивності праці приносять користь лише тим, хто має роботу, а в цілому відзначається зростання безробіття та збільшення розриву між зайнятими і безробітними.

Отже, значну роль у забезпеченні того, щоб економічне зростання супроводжувалося розширенням можливостей зайнятості та сприяло людському розвитку, відіграють не лише темпи такого зростання, а й чинники, за рахунок яких досягається економічне зростання та які впливають на кількість і характеристики створюваних робочих місць.

Взаємовплив зайнятості, людського розвитку й економічного зростання багатоплановий та неоднозначний. Але забезпечення повної продуктивної зайнятості, безперечно, є потужним та однозначно позитивним чинником як економічного зростання країни, так і розширення можливостей людського розвитку. Тож активна політика зайнятості має стати пріоритетом як економічної, так і соціальної політики держави.

*Науковий керівник: С.В. Дубінський, канд. екон. наук, доц.*



## **ФАКТОРИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Поширення інноваційної моделі розвитку у аграрному секторі економіки України об'єктивно висуває на перший план потребу розвитку персоналу сільськогосподарських підприємств та підвищення його конкурентоспроможності. Адже, на тлі науково-технічного прогресу відбувається швидке «старіння» професійних знань, навичок, умінь, а вимоги роботодавців до працівників, натомість, істотно зростають.

На основі узагальнення наукових підходів до з'ясування сутності конкурентоспроможності персоналу її можна визначити, як агреговану сукупність фізико-психологічних та освітньо-кваліфікаційних властивостей усіх працівників підприємства, що дають їм можливість забезпечувати високу ефективність господарської діяльності в умовах мінливості ринкового середовища. Ця конкурентоспроможність забезпечується за рахунок високого рівня професіоналізму і компетентності, особистих якостей, інноваційного і мотиваційного потенціалу персоналу.

Конкурентоспроможність персоналу сільськогосподарських підприємств є свого роду похідною від процесів формування їх кадрового потенціалу, а також чинників, що зумовлюють розвиток людського капіталу села загалом. Адже характеристики кадрового потенціалу, зокрема їх якісна частина значною мірою переплітаються із критеріями, на основі яких визначають рівень конкурентоспроможності працівників. Так, за твердженням К. Забавіної, найбільш вагомими ознаками кадрового потенціалу є володіння необхідною професійною підготовкою, сформованими компетенціями, що відповідають вимогам виробництва та забезпечують здійснення трудового процесу на високому якісному рівні; рівень відповідальності, мотивації, культури праці та цільові установки на самореалізацію, професійне і кар'єрне зростання; зацікавленість у стабільному розвитку виробництва, підвищенні його ефективності, налаштування на партнерство і соціальний діалог [1, с. 7]. Все це входить в групу основних критеріїв конкурентоспроможності персоналу

Тому забезпечення підвищення конкурентоспроможності персоналу безпосередньо пов'язане із процесами інвестування у людський капітал та формуванням соціально-економічних умов, необхідних для збереження й розвитку професійних характеристик працівників.

Оцінюючи роль і тісний зв'язок чинників людського розвитку і конкурентоспроможності робочої сили, необхідно відзначити, що набуття конкурентних переваг у значній мірі визначаються станом ринку праці, а також регіоном, місцевістю, де відбувається трудова діяльність працівника [2].

Відповідно макро- та мезоекономічні чинники мають першочергове значення у контексті формування та розвитку конкурентоспроможності персоналу. Саме макросередовище визначає умови, в яких відбувається первинне формування кількісних і якісних характеристик кадрового потенціалу сільськогосподарських підприємств, причому не лише набутих, але й вроджених.

В загальних рисах, оцінюючи вплив цих чинників, можна сказати, що зростанню конкурентоспроможності кадрів підприємств аграрної галузі протидіє гостра демографічна криза села, руйнація соціально-економічного механізму збереження єдності якості й кількості відтворення населення, скорочення попиту на робочу силу на ринку праці, зокрема висококваліфіковану, деформації в оплаті праці і доходах, занепад соціальної інфраструктури села, а головне – незадовільний стан системи освіти та охорони здоров'я – галузей, які найбільше впливають на якісні характеристики людського капіталу.

Отже, розвиток конкурентоспроможності персоналу сільськогосподарських підприємств є результатом дії багаторівневої системи чинників. Їх систематизація показала, що ключовими передумовами забезпечення конкурентних переваг працівників аграрного сектора економіки є зростання державних і приватних інвестицій в людський капітал, збалансований розвиток сільських територій, наявність дієвих стимулів до праці і кар'єрного зростання, високий техніко-технологічний розвиток аграрного виробництва, постійне навчання кадрів на виробництві, підвищення престижності аграрної праці.

Визначення домінуючих чинників та їх належна оцінка дозволять удосконалити систему управління персоналом, вибрати оптимальні для умов кожного окремого підприємства підходи і важелі мотивації працівників до ефективної роботи і професійного зростання, а також обґрунтувати загальну стратегію розвитку конкурентоспроможності персоналу сільськогосподарських підприємств.

### *Список використаних джерел*

1. Забавіна К.Ю. Формування та розвиток кадрового потенціалу в системі державного регулювання: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.03 / К.Ю. Забавіна. – Доцецьк, 2012. – 20 с.
2. Смірнов О.О. Підвищення конкурентоспроможності персоналу на основі збереження й розвитку людського потенціалу підприємств / О.О. Смірнов // Наукові праці КНТУ. Економічні науки, 2010. – Вип. 17. – С. 71 – 77.

*Науковий керівник: В.П. Валіков, канд. екон. наук, доц.*

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ**

Сфера труда – важная и многоплановая отрасль экономической жизни общества. Она охватывает как рынок рабочей силы, так и непосредственное использование трудовых ресурсов в общественном производстве. Не менее важным компонентом сферы труда является кадровая работа на предприятиях (фирмах), мотивация труда и трудовые отношения. Именно на микроуровне происходит непосредственное использование трудовых ресурсов страны, осуществляется вклад в экономический рост в качестве экономического ресурса и фактора производства.

Кадровая работа представляет собой совокупность логически и организационно взаимосвязанных систематических, конструктивных практических действий, призванных обеспечить реализацию целей и задач кадровой политики в области подготовки, подбора и отбора, распределения, переподготовки и повышения квалификации, оценки текущей деятельности и периодической аттестации, продвижения кадров, формирования резерва на продвижение. На современном этапе развития экономики кадровая политика направлена на рыночные условия хозяйствования, главной целью которой является обеспечение в настоящем и будущем каждого рабочего места, должности персоналом соответствующих профессий и специальностей и надлежащей квалификации.

На формирование и развитие кадровой политики влияют внешние и внутренние факторы.

Факторы внешней среды – те, которые организация как субъект управления не может изменить, но должна учитывать для правильного определения потребности в персонале и оптимальных источников покрытия этой потребности. К ним относятся:

- ситуация на рынке труда (демографические факторы, политика в области образования, взаимодействие с профсоюзами);
- тенденции экономического развития;
- научно-технический прогресс (характер и содержание труда, который оказывает влияние на потребности в тех или иных специалистах, возможности переподготовки персонала);
- нормативно-правовая среда (т.е. те «правила игры», которые установлены государством; трудовое законодательство, законодательство в области охраны труда, занятости, социальные гарантии и т.д.).

Факторы внутренней среды – это факторы, которые поддаются управляющему воздействию со стороны организации. К ним можно отнести:

- цели организации (на их основе формируется кадровая политика);

– стиль управління (жестко централизована или предпочитающая принцип децентрализации – в зависимости от этого требуются разные специалисты); финансовые ресурсы (от этого зависит возможность организации финансировать мероприятия по управлению персоналом);

– кадровый потенциал организации (связан с оценкой возможностей работников организации, с правильным распределением обязанностей между ними, что является источником эффективной и стабильной работы);

– стиль руководства (все они не в одинаковой мере влияют на проведение определенной кадровой политики).

Успех реализации кадровой политики предприятия в огромной степени зависит от согласованных действий его управленческого звена в таких областях как занятость, развитие и мотивация людей. Стремление работать с полной отдачей свойственно работникам, приверженным организации. Приверженность поддерживается и подкрепляется совместными усилиями руководства предприятия, линейных менеджеров и службы управления персоналом. Это достижимо при согласовании целей работников с целями организации на основе эффективной кадровой политики, имеющей на каждом предприятии свою специфику в зависимости от реализуемой деловой, конкурентной стратегии организации.

*Научный руководитель: И.Г. Куренная, ст. преподаватель.*

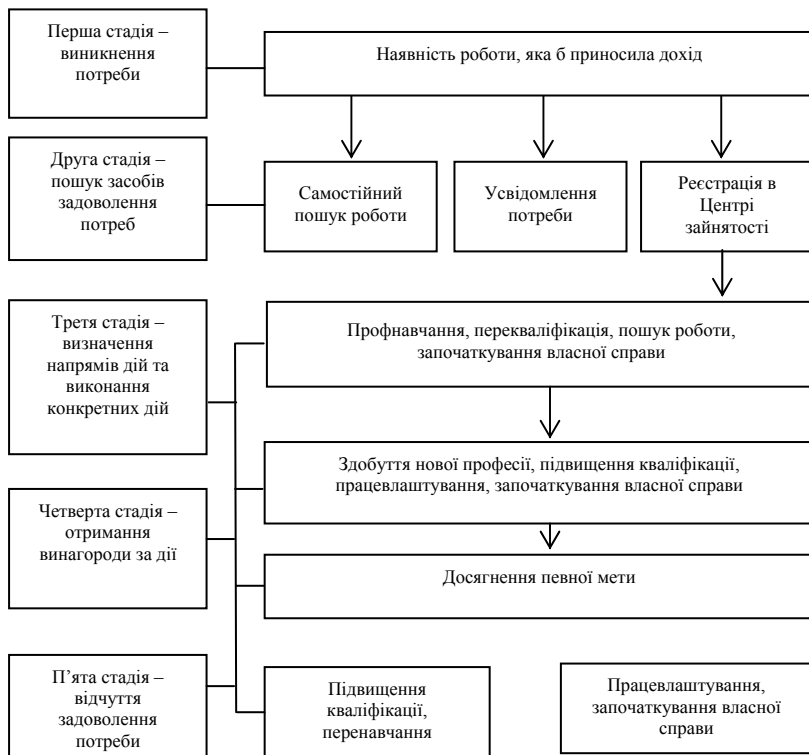
*К.В. Ножина, Д.О. Базюк  
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ**

Мотивація економічної активності населення – це процес свідомого вибору певної лінії поведінки з метою підвищення продуктивності праці зайнятого населення та активності безробітного у сфері пошуку роботи та підвищення конкурентоспроможності. Мотивація економічної активності населення підпорядковується загальній схемі процесу мотивації, але він має і свої специфічні особливості, наведені на рис. 1.

На першій стадії цього процесу особа усвідомлює наявність потреби. Так, у безробітного основною потребою є працевлаштування чи започаткування власної справи. Задоволення цієї потреби дасть йому можливість задовольнити потреби в матеріальній винагороді, мати соціальний статус, місце та роль у суспільстві, реалізувати свої здібності тощо.

На другій стадії пошук засобів задоволення потреби може бути здійснено у три способи: самостійний пошук, усвідомлення потреби, рестрація в місцевих органах центрів зайнятості (ЦЗ).



**Рис. 1. Схема процесу мотивації економічної активності безробітного населення**

На третій стадії безробітний визначається, що потрібно зробити, щоб отримати бажану роботу.

На четвертій стадії безробітний має отримати винагороду за дії.

На п'ятій стадії людина досягає певної мети і задовольняє свою потребу. Кінцевою метою безробітного є отримання роботи чи започаткування власної справи. Можуть бути й проміжні цілі, такі як отримання нової спеціальності, підвищення кваліфікації тощо. Тому, якщо не було досягнуто кінцевої мети, процес мотивації повторюється, починаючи з третьої стадії.

Аналогічно триває і процес мотивації економічної активності зайнятого населення. Фактори, котрі впливають на економічну активність зайнятого населення:

- економічні: потреба в робочій силі, рівень оплати праці та його співвідношення з прожитковим мінімумом, можливості працевлаштування після перекваліфікації; рівень номінальних доходів;

- законодавчі чинники;
- соціально-економічні умови життєдіяльності;
- мобільність, ставлення до легальної і нелегальної економічної діяльності, готовність до зміни при необхідності первинних умов своєї економічної діяльності, налаштованість на певний рівень інтенсивності економічної діяльності, орієнтація на часткову, повну або вторинну зайнятість;
  - соціально-демографічні: стать, вік, професія, трудовий стаж, особистий досвід, загальна й професійна культура, спрямованість інтересів, ціннісні орієнтації, сімейний стан, наявність малолітніх дітей, утриманців і членів сім'ї, які потребують систематичного догляду, стан здоров'я;
  - демо економічні: рівень освіти і професійно-кваліфікаційна підготовка, рівень доходів і їх співвідношення з можливим заробітком, наявність інших (крім заробітної плати) джерел життєдіяльності;
  - соціально-психологічні: мобільність (професійна, галузева, територіальна), ставлення до легальної і нелегальної економічної діяльності, готовність до зміни при необхідності первинних умов своєї економічної діяльності, настанови на рівень інтенсивності економічної діяльності, орієнтація на часткову, повну або вторинну зайнятість, наявність підприємницьких здібностей.

*Науковий керівник: І.Г. Курінна, ст. викладач.*

*В.П. Овчаренко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Державне регулювання соціальної орієнтації економіки передбачає застосування критеріїв і показників, стандартів та гарантій, які визначають безпечний стан функціонування економіки та суспільства і сприяють формуванню умов для економічного та соціального розвитку. Його здійснення стає можливим при застосовуванні порогових (граничних) соціально-економічних показників, недотримання яких обумовлює негативний вплив соціальних чинників на розвиток економіки.

Соціальна орієнтація економіки – діяльність, яка забезпечує процес становлення та функціонування соціально орієнтованої економіки шляхом ринкової самоорганізації за умов регулюючої ролі держави. Державне регулювання соціальної орієнтації економіки – це діяльність органів законодавчої, виконавчої влади та місцевого самоврядування, спрямована на подолання та попередження виникнення економічних та соціальних

ризиків, досягнення збалансованості у реалізації економічних та соціальних інтересів, створення умов для ефективного економічного та соціального розвитку.

Одночасно пріоритетні напрями державного регулювання соціальної орієнтації економіки визначають соціальні цілі та шляхи їх досягнення та передбачають: орієнтацію вітчизняного виробництва на соціальні потреби населення; раціоналізацію структури державних витрат на соціальні цілі з урахуванням вимог економічного зростання, соціальної виваженості бюджету, соціального спрямування його видатків; застосування державного та регіонального соціальних бюджетів при формуванні та впровадженні стратегій та програм розвитку.

Досягнення соціальних цілей має враховувати потреби забезпечення економічного зростання через систему бюджетної політики, яка є важливим інструментом державного регулювання процесів економічних та соціальних інтересів.

Соціальна орієнтація економіки є стратегічним напрямом державної політики, який визначається Конституцією України, законодавством про національну безпеку, внутрішню та зовнішню політику.

Формування системи державного регулювання процесів соціальної орієнтації економіки має здійснюватися через вплив держави на соціально-економічний розвиток з метою досягнення соціальних цілей при попередженні виникнення та прояву економічних та соціальних небезпек. Це обумовлює реалізацію визначених пріоритетних напрямів державного регулювання соціальної орієнтації економіки, які включають створення умов та можливостей для людського розвитку, високого рівня та якості життя; гідної та продуктивної праці, трудової, підприємницької та інноваційної активності; накопичення людського та соціального капіталу; формування середнього класу; соціального захисту. Напрями вдосконалення державного регулювання соціальної орієнтації економіки спрямовані на досягнення соціальних цілей та обумовлюють формування відповідних заходів, які визначають механізми їх реалізації. Це забезпечення соціально-економічної виваженості державних та місцевих бюджетів, розвиток довірливих відносин центру та регіонів, удосконалення системи оцінки діяльності органів державного та регіонального управління, соціалізація економічної політики тощо [1].

Для реалізації завдань соціального захисту населення та побудови соціальноорієнтованої моделі ринкової економіки необхідно:

- здійснити структурну перебудову національної економіки для створення сучасних робочих місць і забезпечення ефективної зайнятості громадян;

- забезпечити всебічний розвиток людського капіталу як головного чинника зміцнення конкурентоспроможності держави і пріоритету

соціально-економічного розвитку країни. Для цього необхідно прийняти програму збереження й розвитку трудового потенціалу України;

- мінімізувати негативні наслідки зовнішньої трудової міграції;
- змінити державну політику у визначенні мінімальної заробітної плати як державної гарантії оплати праці через визначення на основі раціонального споживчого бюджету, а не прожиткового мінімуму, що забезпечуватиме відтворення здатності до праці працівника й утримання непрацездатних членів його сім'ї;

- з метою зміцнення соціального захисту, подолання бідності та зменшення розшарування населення за рівнем доходів необхідно завершити реформування системи державного соціального страхування.

Ефективне вирішення цих та інших завдань дозволить створити реальні умови для гармонізації соціально-трудових відносин, передусім за рахунок удосконалення політики оплати праці і доходів, подолання соціальної несправедливої диференціації у доходах, соціальних умов життя, гуманізації умов праці, розвитку соціальної інфраструктури, забезпечення інвестицій в людський капітал [2].

#### *Список використаних джерел*

1. Андрушак Н.О. Державне регулювання соціальної орієнтації економіки / Н.О. Андрушак, О.І. Господінова // Буковинська державна фінансова академія. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=33184>

2. Щербаков Т. Соціальна політика на сучасному етапі розвитку ринкових відносин в економіці України / Т. Щербаков // Банківська справа. – 2012. – №5 – С. 112 – 113.

*Науковий керівник: В.П. Валіков, канд. екон. наук, доц.*

*В.Я. Оліховський,  
здобувач, асистент кафедри обліку та аналізу  
Національний університет «Львівська політехніка»*

### **ПОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ ТА ЙОГО ОПТИМІЗАЦІЯ**

Проблеми податкового навантаження на фонд оплати праці, а також сутності, завдань, особливостей аутсорсингу та його впливу на рівень платежів, пов'язаних з оплатою праці, досліджували у своїх працях закордонні та вітчизняні економісти, зокрема: Аникин Б.А., Дідух О.В., Іванов Ю.Б., Єлісеєв А.В., Загородній А.Г., Куцин Є.М., Меліхова Т.О., Партин Г.О., Писарчук О.С., Підлужний М.П., Рудая І.Л., Царенко О.В., Яки-



мів А.І., та ін. [1 – 4, 7]. Однак, незважаючи на досить велику кількість праць, питання оптимізації податкового навантаження на оплату праці, як елементу податкового планування, залишається недостатньо висвітленим в економічній літературі та потребує подальшого вивчення.

Заробітна плата та відрахування на соціальні заходи – як елементи собівартості продукції (робіт або послуг) займають вагоме місце плануванні витрат підприємства, зменшуючи які підприємство має змогу оптимізувати витрати та податки, а в майбутньому збільшити прибутки і конкурентоспроможність на ринку товарів і послуг.

Від рівня податкового навантаження на заробітну плату значною мірою залежить допустимий розмір оплати праці, який підприємство має змогу встановити для її виплати. Адже із збільшенням фонду оплати праці відповідно збільшуються відрахування до фондів соціального страхування та утримання єдиного соціального внеску (ЄСВ), а також податку на доходи фізичних осіб (ПДФО). Джерелом усіх цих нарахувань є фонд оплати праці.

Базою для справляння ЄСВ (як у частині нарахування, так і в частині утримання) є нарахована заробітна плата за видами виплат, що включають основну та додаткову заробітну плату, інші заохочувальні та компенсаційні виплати. До бази для нарахування та утримання ЄСВ включаються також лікарняні та винагороди за договорами цивільно-правового характеру.

Заробітна плата є об'єктом обкладення ПДФО (п. 164.2 ПКУ). З метою оподаткування ПДФО, під заробітною платою розуміють основну та додаткову заробітну плату, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, що виплачуються (надаються) платнику податку у зв'язку з відносинами трудового найму (п.п. 14.1.48 ПКУ).

У зв'язку з цим податкове навантаження на фонд оплати праці складається: як з податкового навантаження на заробітну плату працівника, так і з податкового навантаження на фонд оплати праці підприємства.

Податкове навантаження на заробітну плату працівника дає змогу визначити частку утриманих податків та внесків із заробітної плати та розраховується за формулою (1):

$$ПНЗП = (УЄСВ + УПДФО) / ЗП \times 100\%, \quad (1)$$

де ПНЗП – податкове навантаження на заробітну плату працівника, %;

УЄСВ – утриманий єдиний соціальний внесок із заробітної плати працівника, грн.;

УПДФО – утриманий податок на доходи фізичних осіб із заробітної плати працівника, грн.;

ЗП – нарахована заробітна плата, грн.

Податкове навантаження на фонд оплати праці підприємства відображає частку сплачених внесків із заробітної плати та розраховується за формулою (2):

$$\text{ПНФОП} = \text{НССВ} / \text{ФОП} \times 100\%, \quad (2)$$

де *ПНФОП* – податкове навантаження на фонд оплати праці підприємства, %;

*НССВ* – нарахований єдиний соціальний внесок на фонд оплати працівників, грн.;

*ФОП* – фонд оплати праці підприємства, грн.

Враховуючи вище сказане, великого значення набувають характер виплати заробітної плати і вибір форм відносин із працівниками та їх вплив на податкове навантаження та витрати підприємства.

Усі нарахування і утримання, платниками яких є як працедавець так і працівник, до бюджету переказує підприємство, яке виплачує заробітну плату, тобто виконує функцію податкового агента.

З метою оптимізації податкового навантаження на оплату праці, підприємство:

- виводить за штат працівників з наступним оформленням їх як суб'єктів підприємницької діяльності та укладає з ними цивільно–правові договори;

- виводить за штат працівників з наступним оформленням їх до штату компанії-провайдера.

Отже, працівник підприємства переходить на спрощену систему оподаткування (третьа або п'ята група платників єдиного податку), надає послуги підприємству та отримує «заробітну плату» у вигляді доходів та сплачує єдиний податок та нарахований єдиний соціальний внесок (34,7%). Перша та друга група платників єдиного податку не мають права надавати послуги юридичним та фізичним особам на загальній системі оподаткування.

Ще одним із елементів податкового планування, який дає змогу підприємству зменшити податкове навантаження на фонд оплати праці, оптимізувати витрати та посилити свої конкурентні переваги на ринку є аутсорсинг. Аутсорсинг (від. англ. *outsourcing* – зовнішнє джерело) – це передавання частини функцій з обслуговування діяльності підприємства стороннім підрядникам чи постачальникам за умови гарантування ними відповідного рівня якості та ефективності їх виконання на основі трансформації чи оновлення бізнес-процесів і технологій та з можливістю переходу частини персоналу підприємства до постачальника (аутсорсера).

Для зменшення податкового навантаження на підприємство використовують дві форми аутсорсингу. Першою формою аутсорсингу є аутстафінг, що передбачає вивід персоналу за штат підприємства-замовника і оформлення його у штат підприємства-провайдера [2, с. 89].

Другою формою аутсорсингу є залучення працівників підприємства-провайдера на тривалий термін. При цьому працівники не входять

до штату підприємства і перебувають у трудових відносинах із власне підприємством-провайдером (кадровим агентством).

Отже, основна відмінність між двома формами аутсорсингу полягає у тому, що за першої форми підприємство залучає свій персонал, а за другої – залучає працівників підприємства-провайдера на тривалий термін.

Основними недоліками аутсорсингу є ризик порушення конфіденційності інформації та загроза банкруцтва аутсорсингового підприємства.

Розглянувши види відносин із працівниками та їх вплив на податкове навантаження, дає змогу зробити висновок, що альтернативним варіантом для підприємства є вивід за штат працівників. Багато підприємств, з метою оптимізації оподаткування виводять за штат співробітників з наступним оформленням їх в якості підприємців-спрощенців, які продовжують працювати на колишньому місці і виконувати свої колишні обов'язки, але вже на підставі цивільно-правового договору, а не трудового. Також з метою оптимізації податкового навантаження на фонд оплати праці використовують аутсорсинг, що передбачає вивід персоналу за штат компанії – замовника і оформлення його у штат компанії-провайдера.

Таким чином, використовуючи вищезазначені інструменти податкового планування підприємство, має змогу мінімізувати свої податкові платежі та витрати.

### *Список використаних джерел*

1. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособ. / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.

2. Загородній А.Г. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства / А.Г. Загородній, Г.О. Партич // Фінанси України. – 2009. – № 9 (166). – С. 87 – 97.

3. Куцин Є.М. Теоретичні та прикладні аспекти аутсорсингу / Є.М. Куцин // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 1. – С. 213 – 217.

4. Меліхова Т.О. Концептуальні основи обліку заробітної плати та аналізу податкового навантаження для підвищення рівня фінансової безпеки підприємства / Т.О. Меліхова, М.Р. Єрьоменко // Економічний вісник Донбасу. – 2012. – № 1 (27). – С. 150 – 155.

5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 року № 2755-VI. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

6. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08.07.2010 року № 2464-VI. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>

7. Царенко О.В. Технологія управління реалізації аутсорсингу / О.В. Царенко. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://esj.oa.edu.ua/articles/2012/n19/57.pdf>.

*Науковий керівник: А.Г. Загородній, канд. екон. наук, проф.*

*М.П. Панченко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ: АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ**

Учасниками навчально-виховного процесу у вищих навчальних закладах (ВНЗ) I-II рівнів акредитації є педагогічні працівники, професійна діяльність яких дуже складна за своїм змістом і формою.

Облік фактичного робочого часу педагогічних працівників повинен забезпечити дотримання штатної дисципліни, підвищити навчальну дисципліну, усунути порушення трудового законодавства, спонукати мотивацію якісного виконання службових обов'язків.

Тривалість робочого часу викладача обраховується щорічно на навчальний рік, визначається з урахуванням відпускних, вихідних, святкових та неробочих днів. Педагогічні працівники, які віднесені до викладацького складу ВНЗ, у зв'язку з підвищеною розумово-емоційною діяльністю мають тижневу норму робочого часу 36 годин.

Первинним документом щодо обліку використання робочого часу є таблиця обліку використання робочого часу. Цей документ містить у собі інформацію по кожному працівнику про фактично відпрацьований у звітному місяці час, неявки на роботу із зазначенням причин, забезпечує контроль за дотриманням працюючими встановленого режиму робочого часу. ВНЗ I-II рівнів акредитації облік використання робочого часу педагогічних працівників ведуть у таблиці обліку використання робочого часу типової форми № П-5 [1]. Але ця форма документу не дозволяє у повному обсязі висвітлити роботу педагогічного складу навчального закладу.

Документування робочого часу сприяє посиленню контролю за дотриманням працюючими його встановленого режиму, підвищенню кількості та покращанню якості методичної роботи; забезпечує точність розрахунку заробітної плати та правильність використання коштів на оплату праці, полегшує складання статистичної звітності.

Тому, пропонується конкретизувати за видами виконаних робіт облік використання робочого часу педагогічних працівників (табл. 1).

Сьогодні педагогічну діяльність у ВНЗ I-II рівнів акредитації на підставі трудового договору (контракту) здійснюють педагогічні працівники як за основним місцем роботи, так і за сумісництвом.



Зміст обов'язків викладацького скраду ВНЗ I-II рівнів акредитації встановлюється відповідно до «Норм часу для планування і обліку навчальної роботи та переліків основних видів методичної, наукової, організаційної роботи» [2], статуту та колективного договору навчального закладу.

### ***Список використаних джерел***

1. Про затвердження типових форм первинної облікової документації зі статистики праці: Наказ Державного комітету статистики України від 05.12.2008 року. № 489. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://minfin.com.ua/taxes/news/nnakDerjkomstat\\_489/nnakDerjkomstat\\_489.html](http://minfin.com.ua/taxes/news/nnakDerjkomstat_489/nnakDerjkomstat_489.html)
2. Про затвердження норм часу для планування і обліку навчальної роботи та переліків основних видів методичної, наукової й організаційної роботи педагогічних і науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів: наказ Міністерства освіти і науки України № 450 від 07.08.2002 року. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0698-02>

***Науковий керівник: О.М. Зборовська, д-р екон. наук, доц.***

***С.В. Пришляк***

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ**

Трудовий потенціал – це сукупна суспільна здібність до праці, потенційна дієздатність суспільства, його ресурси праці. Але поняття «трудовий потенціал» значно ширше поняття «трудові ресурси». Якщо до складу останнього входять тільки люди працездатні по певних формальних ознаках, то поняття «трудовий потенціал» охоплює і тих, хто ще тільки готується до ефективної трудової діяльності (діти), і тих, хто вже вийшов з сфери зайнятості (пенсіонери). Трудовий потенціал, що є здатним до розвитку, перетворює людину у найважливіший ресурс виробництва: продуктивність праці, мотивація та інноваційний потенціал людини визначають успіх стратегії, спрямованої на інтенсифікацію виробництва, конкурентоздатність та економіку вцілому. На рівні суспільства трудовий потенціал характеризується такими узагальненими показниками, як здоров'я, рівень освіти, організованість, творчий потенціал та активність, моральність тощо. Деякі з цих показників за останні роки значно погіршилися в Україні. У наш час вирішальною умовою конкурентоспроможнос-

ті трудового потенціалу є його якість. Виділяють два шляхи її забезпечення: 1) заміна персоналу на працівників, що мають вищий рівень освіти та професійної підготовки; і 2) постійне підвищення кваліфікації працівників через систему безперервного навчання.

На сьогоднішній день стан підготовки кадрів у системі вищої та професійно-технічної освіти недостатньо відповідає як потребам особистості, так і потребам держави в цілому. Це призводить до диспропорцій у співвідношенні попиту та пропозиції на висококваліфікованих працівників на ринку праці, виникненню перевиробництва й одночасного дефіциту за окремими спеціальностями. Для поліпшення ситуації, що склалася – необхідним є приведення традиційної системи управління освітою у відповідність до нових соціально-економічних умов розвитку суспільства на основі державної політики, проведення моніторингу ринку праці, застосування маркетингових стратегій розвитку освіти.

За останні майже десять років чисельність осіб, що отримали вищу освіту, зросла більш як удвічі, кількість вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації збільшилася на 36,1% (1995 – 1996 н.р. – 255, у 2004-2005 н.р. – 347), а I-II рівнів акредитації зменшилася за цей період на 20,9% (1995-1996 н.р. – 782, у 2004-2005 н.р. – 619). Зміни відбулися й у кількісному складі прийнятих на навчання та випущених студентів. Чверть працездатного населення України – люди з вищою освітою. Однак, щоб максимально наблизитися до європейських стандартів, чисельність людей з вищою освітою необхідно подвоїти. Наприклад, в Японії 42% населення має вищу освіту. Це пояснюється високим рівнем автоматизації виробництва в країні, яка вимагає від представників робітничих професій висококваліфікованої підготовки.

У всьому світі знання, інформація стрімко поновлюються, способи виробництва змінюються з неймовірною швидкістю. Тому, базова формальна освіта, що здобувається на початку трудового життя, на сьогоднішній день уже не може забезпечити людину на все життя теоретичними знаннями, практичними вміннями, навичками та якостями, що будуть необхідні їй для ефективного виконання безпосередніх функціональних обов'язків.

Трудовий потенціал підприємства включає декілька статево-вікових груп працівників, які володіють різними потенційними можливостями. Він якісно характеризується освітнім і професійно-кваліфікаційним рівнем, стажем роботи за обраною спеціальністю. Важливими показниками трудового потенціалу підприємства є чисельність працівників і сукупний фонд робочого часу, що вимірюється у людино-годинах. Відтворення трудового потенціалу, його зайнятість, ринок праці тісно переплітаються з поняттям соціального захисту населення. Як правило, термін «соціальний захист населення» використовується для політичних спекуля-

цій без належного його розуміння при поверхневому баченні соціально-економічних явищ і процесів. Найчастіше під соціальним захистом людей розуміють допомогу знедоленим, бідним, пенсіонерам і т.п. На перший погляд, це справедливо, але доволі спрощено, оскільки проблема соціального захисту стосується усіх категорій населення. Деякі економісти вважають, що для усунення кризового становища в соціальній сфері, зокрема підтримання найвразливіших верств населення, потрібно:

а) застосувати різні форми компенсації підвищення цін і обмеженої індексації;

б) впровадити допомогу сім'ям із низькими доходами;

в) перебудувати систему надання допомоги безробітним з метою забезпечення її суворой цільової адресності;

г) застосувати політику лібералізації заробітної плати при обмеженні, в разі необхідності, її надмірного зростання;

д) встановити граничні рівні бюджетних витрат на дотації цін на товари і послуги, які ще перебувають під адміністративним контролем;

е) реформувати систему соціального страхування, поступово скасувати субсидування фондів соціального забезпечення, перевести їх на комерційні засади;

є) фінансувати народну освіту, культуру, заклади охорони здоров'я і фізичної культури за рахунок бюджету.

Якість населення країни визначається ступенем його відповідності рекомендаціям і нормативним документам міжнародних організацій, а також соціальним нормам, виробленим традиціями і звичаями країни. На рівні підприємства якість трудового потенціалу розглядається звичайно як якість персоналу. Якість персоналу – це ступінь відповідності його характеристик вимогам, які витікають з цілей підприємства і умов його діяльності, а також вимогам суспільства до розвитку людини і соціальних відносин.

У міжнародній практиці і термінології соціальних працівників в ролі якісного критерію набув поширення індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП) або скорочено – індекс людського розвитку (ІЛР). Серед провідних показників, що визначають цей індекс, виділяють три: очікувана тривалість життя, рівень освіти, реальний валовий продукт (ВПЛ), розрахований на одну людину. Узяті разом, вони відображають три головні якості: здорове життя, рівень знань, гідний людини рівень життя. У цивілізованих, економічно розвинених країнах якість життя є предметом серйозного вивчення. Необхідність виходу України на міжнародний рівень економічних відносин як рівноправного конкурентоздатного партнера вимагає особливої уваги до цієї проблеми. І це тим більше важливо, що за останні роки намітилися явні негативні тенденції до зниження потенціалу якості трудових ресурсів України.



Такі негативні тенденції обумовлені:

- втратою професійних навиків і кваліфікації значною частиною трудоактивних громадян через неможливість протягом довгого часу одержати роботу, відповідну їх знанням і досвіду;

- прагненням основної маси підприємців до застосування в своїй діяльності спрощених і навіть примітивних технологій, що не вимагають великих витрат на науково-технічну базу і, як результат, ведучих до декваліфікації трудових процесів і робочих місць; наявність величезного резерву дешевої робочої сили і можливість її використання замість дорогих прогресивних технологій і устаткування створюють могутні стимули для реалізації таких прагнень;

- зниженням престижності інтелектуальної праці і праці високого професійно-кваліфікаційного рівня, які вимагають тривалої і ґрунтовної професійної підготовки;

- «виток мозків» і кваліфікованої робочої сили через неможливість гідного застосування в Україні, в ближнє і далеке зарубіжжя;

- незадовільним станом охорони здоров'я, праці, відпочинку і медичного обслуговування основної маси населення країни, що в сукупності з відсутністю матеріальних і психологічних умов для належної компенсації фізичної і інтелектуальної енергії, що витрачається, створює часом непереборні перешкоди для повноцінного відновлення працездатності робочої сили, сприяючи передчасному зносу трудових ресурсів країни і таке інше.

Абсолютно очевидно, що складність і масштабність проблем забезпечення високої якості трудових ресурсів припускає обов'язкову активну і рішучу дію держави на формування, розвиток і використання висококваліфікованої робочої сили. Для забезпечення ефективного функціонування підприємств у ринкових умовах необхідно економічно грамотно здійснювати управління їх діяльністю. А це, у свою чергу, неможливо без уміння проводити аналіз. За допомогою аналізу визначаються тенденції розвитку, глибоко і системно визначаються фактори змін результатів діяльності, здійснюється обґрунтування планів та управлінських рішень, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства, його структурних підрозділів та кожного працівника окремо.

Аналіз трудового потенціалу повинен проводитися у кількох напрямках:

- визначення динаміки кількісних і якісних характеристик трудового потенціалу;

- визначення співвідношення фактичного рівня трудового потенціалу необхідному;

- ступінь використання трудового потенціалу.

Наявність узагальнюючого показника оцінки трудового потенціалу дасть змогу співставляти величини трудового потенціалу за той чи інший

проміжок часу по різних підрозділах та відокремлювати ті чи інші фактори, що впливають на величину узагальнюючого показника оцінки трудового потенціалу. Це значно полегшить вибір кадрової політики і підвищить якість управління персоналом.

Отже, роль і значення трудового потенціалу в економічних відносинах – це новий підхід в оцінюванні сумарного потенціалу підприємств.

### *Список використаних джерел*

1. Богиня Д.П. Управління потенціалом підприємства / Д.П. Богиня. – К., 2002. – 258 с.
2. Лизунець А.Г. Управління трудовим потенціалом в умовах кризи / А.Г. Лизунець // Економічний простір. – 2009. – №24. – 256 с.
3. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України : підруч. / В.Є. Новицький. – К. : КНЕУ, 2003. – 948 с.
4. Пилипів М.І. Трудовий потенціал, перспективи його розвитку / М.І. Пилипів // Регіональна економіка. – 2001. – №7. – С. 212 – 216.

*Науковий керівник: Н.О. Волошко, канд. екон. наук, доц.*

*А.Г. Решетило*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **СИНТЕЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Останнім часом зростає інтерес до проблеми управління персоналом як до найважливішого фактора підвищення ефективності системи управління підприємством в цілому, що свідчить про визнання теоретиками і практиками важливості кадрового менеджменту.

Перетворення у формах і методах управління, які здійснюються зараз в організаційних структурах підприємств, потребують персоналу, здатного на високому професійному рівні вирішувати складні завдання. Тобто для ефективно функціонуючої економіки необхідним є тип працівника, орієнтований на максимальні досягнення в праці, ініціативний, який знає свої права і розраховує перш за все на власні сили. Такий працівник постійно підвищує кваліфікацію, оскільки саме з нею пов'язує свої можливості в праці. Він обов'язковий і старанний, здібний до інноваційної діяльності. Розвиток ділової активності персоналу в першу чергу передбачає зняття тих гальм, які пригнічують ініціативу і підприємливість. Для розвитку ділової активності персоналу перш за все необхідно усунути нееквівалентність відносин між працівником і суспільством, яка практично не змінилася з переходом на нові умови господарювання. Проте в питаннях підвищення ділової активності персоналу українських підприємств

ще залишається багато проблем, серед яких можна виділити такі принципово важливі, як відсутність ефективних методів оцінки активності персоналу підприємства, неефективна організація системи мотивації і стимулювання персоналу підприємства, а також недостатня увага до процесів розвитку персоналу.

У сучасних умовах великого значення набуває конкурентоспроможність персоналу, що являє собою вміння кожного з працівників та всіх разом як єдиного організму швидко й ефективно сприймати та реалізувати різні нововведення на кожній стадії життєвого циклу продукції.

Конкурентоспроможність кадрів досягається лише за умов постійного поглиблення знань, умінь, навичок, сприятливого соціально-психологічного клімату, відповідних умов праці. Конкуренто-спроможність персоналу можна визначити як результат його розвитку, котрий досягається через застосування комплексу заходів, що охоплює професійне навчання, перепідготовку, підвищення кваліфікації кадрів, а також планування кар'єри персоналу організації.

Конкурентоспроможність персоналу являє собою відповідність робочої сили вимогам ринку, що відкриває працівникам можливість конкурувати на ринку праці; сукупність характеристик, що визначає порівняльні позиції конкретного працівника або окремих груп на ринку праці, що й дозволяє претендувати на заняття певних вакансій. Конкурентоспроможний працівник не випробовує, як правило, тривалих ускладнень на ринку праці. Найважливіший фактор конкурентоспроможності – якісні параметри його робочої сили, сукупність властивостей, що обумовлюють його здатність виконувати певні види праці. Провідну роль відіграють при цьому й вимоги, пропоновані їм до умов праці і його оплаті. Конкурентоспроможність працівника виступає як соціально-економічна категорія, що характеризує потенційні спроможності людини до праці.

Основну роль у розвитку конкурентоспроможності персоналу споконвічно відіграє навчання персоналу, тому що воно є джерелом підвищення рівня професійної компетентності працівника, способом прискорення адаптації співробітників до роботи в організації й методом забезпечення більш глибокого розуміння ними стратегічних цілей і організаційної культури компанії. Все це безпосередньо впливає на підвищення їх індивідуального рівня конкурентоспроможності. Високий рівень компетентності, висока мотивація до навчання й прагнення працівників до самонавчання формують високий рівень конкурентоспроможності персоналу.

У сприянні підвищенню рівня конкурентоспроможності робітників важливе місце займає управління їх розвитком. Високий рівень кваліфікації працівників супроводжується зростанням продуктивності праці, сприяє підвищенню якості роботи. Кваліфікований працівник характеризується більшою мобільністю на ринку праці і є більш конкурентоспроможний. Працівники, підвищуючи свій рівень кваліфікації чи опановуючи

нову професію або спеціальність через засвоєння нових знань, умінь і навичок, одержують додаткові можливості для планування трудової кар'єри як в організації, так і за її межами.

Професійний розвиток особистості та підвищення конкурентоспроможності, розвиток працівників належать до основних показників прогресивності суспільства, вирішальних важелів науково-технічного прогресу. Тому в країнах з розвинутою ринковою економікою дедалі більше компаній перебирають на себе ініціативу щодо подальшого розвитку персоналу своїх організацій. Планування та організація розвитку персоналу стають важливими функціями служби управління персоналом. Наслідкування Україною цього прикладу є обов'язковою умовою забезпечення в державі сталого економічного зростання. Саме тому, питанням підвищення конкурентоспроможності персоналу потрібно приділяти велику увагу, тому що це безпосередньо впливає на кінцеві результати діяльності підприємства в цілому.

*Науковий керівник: В.П. Валіков, канд. екон. наук, доц.*

*Ю.А. Рябоконь, Д.С. Готовець  
Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

## **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

Сегодня мировой финансовый кризис стал одним из главных факторов, влияющих на развитие предприятий, и поэтому управление персоналом имеет огромное значение. Кризисная ситуация грозит предприятию не только финансовыми проблемами и утратой своих позиций на рынке, но и потерей квалифицированных кадров, без которых преодолеть кризис невозможно. На предприятиях принимают важные решения, организуют кадровые перестановки, сокращают свободные вакансии, снижают затраты на персонал, увольняют людей. Как следствие, рынок насыщается большим количеством свободных специалистов, многие из которых ищут работу уже довольно долго.

В отношении персонала, как правило, проводится единственное мероприятие – сокращение штата с целью уменьшения затрат на персонал. При этом все признают ценность и важность собственно человеческого ресурса и значимость его вклада в успех деятельности организации. Первые принципы, которыми должно руководствоваться предприятие во время кризиса, – открытость и честность в отношении своих сотрудников. Честная, без прикрас, информация о текущей ситуации на предприятии и планах выхода из кризиса, распространяемая среди персонала, может по-

высить степень лояльности работников и способствовать росту производительности труда.

На сегодняшний день существуют альтернативные методы снижения затрат на человеческие ресурсы, прежде чем перейти к увольнениям.

Приостановление действия трудового договора. Временные работники, работники занятые неполный рабочий день, студенты-стажеры и субдоговорные работники попадают под сокращение, для сохранности рабочих мест постоянных штатных работников. Согласно этому подходу, уровень увольнения штатных работников, намеренно удерживают на низком уровне. В случае же повторного увеличения спроса на рабочую силу, вновь восполнит персонал временными работниками.

Замораживание заработной платы. Как один из способов снижения затрат, когда менеджеры могут принудительно заморозить выплаты персоналу и в течение определенного времени уровень окладов и заработной платы не возрастают. Замораживание выплат должно выполняться повсеместно, эта политика может быть аргументирована сокращением оплаты за сверхурочную работу и также просьбой работников использовать их отпуска и дни отгулов.

Сокращение рабочих часов. Предполагает снижение количества рабочих часов и, следовательно, количество часов, за которые предприятие должно платить своим сотрудникам. Рабочие получают возможность получить добровольные, неоплачиваемые отпуска или их могут перевести на неполную рабочую неделю.

Расширение должностных обязательств сотрудников. Предприятие может гарантировать своим сотрудникам сохранение рабочих мест, если сотрудники будут готовы работать сверхурочно и выполнять новые рабочие обязанности при необходимости.

Сокращение расходов на обучение персонала. Предприятие может прибегнуть к практике сокращения программ обучения персонала. Также сократить количество персонала, задействованного в этих программах или более эффективно распределить их рабочие часы.

Карьерные перерывы. Вместо увольнения, предприятие может предложить работнику возможность получить некоторый перерыв в работе, чтобы использовать его в личных целях (продолжить обучение, к примеру). С дальнейшей гарантией восстановления в будущем.

В современном управлении персоналом используют множество методов снижения затрат на персонал. Стоит отметить тот факт, что самым главным в управлении персоналом является открытость к своим сотрудникам.

*Научный руководитель: С.В. Дубинский, канд. экон. наук, доц.*

## СЕКЦІЯ 3 ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

*А.В. Акулова*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

### ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА

Важливою частиною фінансового менеджменту є прийняття рішень щодо інвестування виробництва. Інвестиції – це вкладення коштів в основні та оборотні фонди [2, с.140]. Вони поділяються на чотири основні категорії: заміна застарілого й амортизованого обладнання; впровадження нових технологій і механізації виробничих процесів з метою зменшення собівартості одиниці продукції; розширення виробництва; виробництво нових видів продукції.

Особливість інвестицій полягає в тому, що віддачу від них одержують через певний період часу, а не відразу. Крім цього, інвестиції – це завжди значні суми коштів, і перш ніж їх вкладати, слід усе розрахувати. Наступним моментом процесу інвестування є необхідність урахування фактора інфляції, який означає, що гривня, отримана сьогодні, коштує більше, ніж гривня, яку буде отримано завтра. [1, с. 98]

Існує два методи зіставлення інвестицій у часі – метод складних процентів і метод дисконтування. За допомогою першого методу дають оцінку наявним грошовим засобам на певну дату в майбутньому, а другого, навпаки, визначають цінність грошей на поточний момент, якщо відома їхня майбутня вартість.

У практиці фінансового менеджменту при вирішенні питань з інвестування поширеним є використання оцінки чистої поточної вартості грошових засобів. [3, с. 102] Переваги даного підходу полягають у можливості оцінювати кошти в часі, що дає змогу приймати рішення, враховуючи фактори впливу оподаткування та інфляції на ефективність капітальних вкладень.

Етапами методу оцінки чистої поточної вартості є такі:

- визначення конкретних напрямів інвестування;
- обчислення сум платежів готівкою, враховуючи суми позики й термін віддачі від інвестицій;
- встановлення надходження коштів за роками від даного виду інвестицій;
- визначення сум бажаного щорічного приросту коштів від інвестицій, враховуючи виплату процентів за кредит;

– розрахунок поточної вартості грошей і їх зіставлення з чистим доходом за роками, в результаті чого одержують поточну чисту вартість інвестицій;

– прийняття рішення про доцільність інвестування – якщо поточна чиста вартість позитивна, дохід від інвестицій більший за вартість інвестованого капіталу, то рішення має бути позитивним. Якщо ж поточна чиста вартість від’ємна, дохід нижчий за вартість капіталу, рішення має бути негативним.

Однак коефіцієнт дисконтування може враховувати і фактор інфляції, який знижує чисту поточну вартість грошових надходжень.

При розрахунку ставки дисконтування потрібно також урахувати джерела фінансування – кредитні чи власні. [2, с. 149] Якщо власний капітал забезпечує прибутковість, наприклад, 30 %, то і ставка дисконтування на нього також повинна дорівнювати 30 %. Джерелами інвестицій можуть виступати одночасно як кредити банку, так і власні кошти. Ставка дисконтування при цьому розраховується як середньозважена величина від частки коштів за певним джерелом. Крім того, на ставку дисконтування впливає і рівень оподаткування.

Можна також розрахувати необхідну суму прибутку, яку потрібно отримувати додатково від інвестицій для погашення кредиту:

$$СЩДП = K \times (i \times (1 + i)^n + (1 + i)^n - 1), \quad (1)$$

де *СЩДП* – сума щорічних додаткових прибутків;  
*K* – сума інвестицій (кредиту);  
*i* – ставка банківського процента;  
*n* – кількість років для погашення кредиту.

#### **Список використаних джерел**

1. Аветисова А.А. Экономика предприятий питания: учеб. пособ. / А.А. Аветисова. – Донецк: ДонГУЭТ, 2002. – 246 с.
2. Крушельницька О.В. Управление персоналом: навч. посіб. / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К.: Кондор, 2003. – 296 с.
3. Кулішов В.В. Экономика підприємства: теорія і практика: навч. посіб. / В.В. Кулішов. – К.: Ніка-Центр, 2002. – 216 с.

**Науковий керівник: О.М. Зборовська, д-р екон. наук, доц.**

**З.Ф. Байрамова**

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОСОБАЯ ФОРМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ**

Ни за рубежом, ни у нас еще пока не создана общепринятая экономическая теория предпринимательства, хотя потребность в такой теории

давно уже стала весьма насущной. «Три волны» развития теории предпринимательской функции – так условно можно охарактеризовать развитие процесса научного осмысления практики предпринимательства.

«Первая волна», которая возникла еще в XVIII в., была связана с концентрацией внимания на несении предпринимателем риска. Французский экономист шотландского происхождения Р. Кантильон в XVIII в впервые выдвинул положение о риске в качестве основной функциональной характеристики предпринимательства. Согласно Р. Кантильону, предприниматель есть любой индивид, обладающий предвидением и желанием принять на себя риск, устремленный в будущее, чьи действия характеризуются и надеждой получить доход, и готовностью к потерям.

«Вторая волна» в научном осмыслении предпринимательства связана с выделением инновационности как его основной отличительной черты. Основоположителем этого направления является один из крупнейших представителей мировой экономической мысли Йозеф Шумпетер. В своих новаторских работах Й. Шумпетер рассматривал предпринимателя как центральный элемент механизма экономического развития. По его мнению, в основе экономического развития лежит особая функция предпринимателя, проявляющаяся в стремлении использовать “новую комбинацию” факторов производства, следствием чего является нововведение, инновация.

«Третья волна» отличается сосредоточением внимания на особых личностных качествах предпринимателя и на роли предпринимательства как регулирующего начала в уравнивающей экономической системе.

Современный этап развития теории предпринимательской функции можно отнести к «четвертой волне», появление которой связывается с переносом акцента на управленческий аспект в анализе действий предпринимателя, а, следовательно – с переходом на междисциплинарный уровень анализа проблем предпринимательства.

Экономическая активность представляет собой форму участия индивида в общественном производстве и способ получения финансовых средств для обеспечения жизнедеятельности его самого и членов его семьи. Такой формой участия индивида в общественном производстве является одна функциональная общественная обязанность или их комбинация, когда он выступает в качестве:

- собственника каких-либо объектов, недвижимости и т. д., приносящих ему постоянный и гарантированный доход;
- наемного работника, продающего свою рабочую силу; индивидуального производителя; менеджера;
- государственного или муниципального служащего;
- пенсионера; учащегося или студента;
- безработного; занятого оборонно-охранной деятельностью;



Предпринимательство выступает в качестве особого вида экономической активности, ибо его начальный этап связан, как правило, лишь с идеей – результатом мыслительной деятельности, впоследствии принимающей материализованную форму.

Предпринимательство характеризуется обязательным наличием инновационного момента – будь то производство нового предприятия. Новая система управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или новых технологий – это тоже инновационные моменты.

Основным субъектом предпринимательской активности выступает предприниматель. Однако предприниматель – не единственный субъект, в любом случае он вынужден взаимодействовать с потребителем как основным его контрагентом, а также с государством, которое в различных ситуациях может выступать в качестве помощника или противника. И потребитель и государство также относятся к категории субъектов предпринимательской активности, как и наемный работник (если, конечно, предприниматель работает не в одиночку), и партнеры по бизнесу (если производство не носит изолированного от общественных связей характера).

Осуществление предпринимательской деятельности на эффективном уровне возможно лишь при наличии определенной общественной ситуации – предпринимательской среды, под которой понимается прежде всего рынок, рыночная система отношений, а также личная свобода предпринимателя, т. е. его личная независимость, позволяющая принять такое предпринимательское решение, которое, с его точки зрения, будет наиболее эффективным, действенным и максимально прибыльным. Бытующие еще в некоторой части нашего общества опасения, что предприниматель в таких условиях действует только в своих интересах, беспочвенны и вредны: предприниматель в условиях рынка не может не ориентироваться на потребителя, ибо только от него одного зависит его прибыль, благополучие и перспектива.

Предпринимательская среда – общественная экономическая ситуация, включающая в себя степень экономической свободы, наличие (или возможность появления) предпринимательского корпуса, доминирование рыночного типа экономических связей, возможность формирования предпринимательского капитала и использования необходимых ресурсов. Показателем степени общественной свободы предпринимательства служит число вновь появляющихся самостоятельных предприятий.

Развитие предпринимательства ведет к росту национального богатства и благосостояния нации (но не наоборот). Формирование предпринимательской среды – проблема не только национальная, но и межстрановая. В рамках замкнутых межгосударственных группировок происходит процесс создания единого предпринимательского пространства, т. е. условия для осуществления предпринимательских функций становятся во

всех этих странах все более схожими. Весьма актуальной для Украины остается проблема ее включения в европейское и мировое предпринимательское пространство. Только в случае такого включения может приостановиться процесс «утечки» украинского капитала за рубеж.

*Научный руководитель: С.В. Дубинский, канд. экон. наук, доц.*

*А.С. Білаєнко, О.Е. Бодня*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ**

Велика фінансово-економічна криза продовжує розгортатись в Україні. Вона набула стійкого структурного й системного негативного характеру як на макрорівні нашої країни, так і в національному масштабі. В 2008 році розпочались перші кризові процеси у грошово-банківській сфері, потім фінансова криза поступово перекинулася на такі галузі, як металургія, будівництво і виробництво будівельних матеріалів, хімічна промисловість, машинобудування. У 2009 році ці процеси захопили торгівлю: внутрішню і зовнішню. Для швидкого та ефективного подолання кризи на підприємствах необхідна допомога з боку антикризового управління. За таких умов гостро постає потреба детального дослідження особливостей антикризового управління підприємницькими структурами та його вдосконалення відповідно до особливостей економіки нашої країни.

За статистикою у банкрутстві суб'єктів господарювання у 90% випадків винні не дуже компетентні менеджери. Таким чином, потрібно в першу чергу знизити соціально-психологічну напругу в колективі і провести організаційно-кадровий аудит. Проаналізувавши кадрову політику свого підприємства, можна зробити висновок про те, як далеко від кризи воно перебуває.

Скорочення штату – найбільш передбачувані дії керівників в період кризи. При цьому не слід забувати про збереження ядра кадрового потенціалу підприємства. Тотальні скорочення персоналу можуть позбавити підприємство того ресурсу, який може забезпечити в майбутньому його зростання та розвиток. Якщо плінність кадрів послідовно набуває масового характеру, підприємство стає практично паралізованим і несе значні збитки. В умовах кризи, в першу чергу, варто змінити порядок використання персоналу і зменшити необгрунтовано високі зарплати окремих категорій працівників, позбавитись від малоефективних працівників і найменш кваліфікованих кадрів, а також оптимізувати кадрову структуру у відповідності до ситуації. Доцільним є також залучення спеціаль-

них рекрутингових агентств зі звільнення та підбору необхідних спеціалістів для підприємств-замовників, послугами яких користуються на сьогодні підприємства усіх високорозвинених країн світу. Зокрема, за кризових умов варто продовжувати набір висококваліфікованого персоналу, підтримувати його професійне зростання.

В кризовій ситуації дуже важливо, щоб бізнесом управляли посправжньому зацікавлені люди, тобто ті, які здатні не лише командувати, але і залучати інших фахівців до вирішення складних ситуацій. Потрібно формувати команду адаптивних менеджерів, здатних розробити та реалізувати антикризову програму підприємства, а також легко адаптуватися до змін та нововведень, брати на себе додаткову відповідальність та повноваження мобілізації колективу з метою розв'язання завдань антикризового та інноваційного характеру. Задля ефективного управління персоналом підприємства в умовах кризи необхідно:

- збільшити ефективність комунікаційного процесу, особливо використання зворотного зв'язку від рядових робітників до керівництва;
- реформувати структуру кадрового забезпечення підприємства, зосередивши увагу на підборі висококваліфікованих адаптивних менеджерів;
- з метою матеріального стимулювання збільшити заробітну плату за рахунок підвищення ефективності праці в результаті впровадження нової техніки і поліпшення організації праці.

Фінансова криза завдає втрат всім, від представників малого бізнесу до урядів багатьох країн. Але навіть активні спроби вирішити дану ситуацію на макрорівні не гарантують швидкого завершення кризи. Отже менеджерам слід мобілізувати всі сили задля ефективного маневрування і забезпечення життєдіяльності підприємства.

*Науковий керівник: І.Г. Курінна, ст. викладач.*

*М.В. Білухін*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління збутом слід розглядати як інструмент для досягнення поставлених збутових цілей і стратегій, або, іншими словами, для досягнення завдань збутової політики. Збутові цілі і стратегії носять оперативний характер відносно маркетингових цілей і стратегій та формуються на рівні маркетингового інструментарію. У системі менеджменту підприємства збутові цілі належать щонайменше до категорії менеджменту середньо-

го рівня і підпорядковуються стратегічним цілям організації. Управління збутом, реалізуючи збутові цілі і стратегії, формує нову площину діяльності відносно збутової політики як інструменту маркетинг-міксу.

Цілі слід розглядати в рамках концепцій. Сучасний збут вимагає сьогодні не лише працівників, здатних працювати з клієнтами, але і здатних працювати та думати концептуально. Як відомо, концепції є виразом підприємницької ідеї і визначають шляхи від її зародження до реалізації. Вони є на підприємстві фундаментом ринково-зорієнтованого підприємництва. На практиці концепції розробляються та реалізуються за таким алгоритмом:

1. Здійснюється ситуаційний аналіз, в результаті якого встановлюються можливості та обмеження, а також шанси та ризики у збуті.
2. Визначаються цілі збуту.
3. Проводиться порівняння цілей з існуючою ситуацією, тобто фактичними показниками. На основі виявлених відхилень між цілями та існуючою ситуацією встановлюються пріоритетні заходи та їх фінансування.
4. Здійснюється планування заходів для подолання відхилень з одночасним виділенням для цього необхідних ресурсів. Перед безпосередньою реалізацією приймається кінцеве рішення про проект.
5. Реалізація запланованого.
6. Здійснення контролю над досягненням цілей концепції. Регулювання знову веде на початок даного ланцюга, тобто аналізу наявної ситуації.

Управління збутом охоплює оперативну область реалізації збутових цілей. В науковій літературі по-різному підходять до визначення питань, що розглядаються в рамках управління збутом. До завдань управління збутом належать:

1. Розвиток концепції збуту.
2. Побудова збутової організації.
3. Діяльність збутової організації.
4. Розвиток збутової організації.

Збутова концепція охоплює коло питань, пов'язаних з визначенням:

- поля діяльності (номенклатура збуту, коло споживачів, регіони);
- збутових цілей (частка ринку, обсяг збуту, рівень рентабельності);
- збутових стратегій («висока якість або низька ціна», «інтенсивність завоювання ринку»);
- збутових каналів – прямий або непрямий збут; способу управління збутовими посередниками; вибору форми продажу);
- стилів збуту (продажу).

Інструментами управління збутом згідно такого підходу є: інформаційна система, система планування, система виконання (система отримання, обробки та виконання замовлень, контролю), комунікаційна система.

У даному контексті на особливу увагу заслуговує звернення до збутової політики як маркетингового інструментарію. Хоча елементи збутової політики не містять поняття управління збутом, однак, такі завдання збутової системи, як структура збутової організації та система збутової інформації, є елементами управління збутом. Таким чином, логічно впливає, що управління збутом реалізує стратегічні завдання політики збутових каналів, політики продажу та збутової логістики (якщо вона не відділена в окремий структурний підрозділ.

При побудові організаційної структури необхідно визначити:

1. Місце і завдання маркетингу на підприємстві (експансія маркетингу).
2. Місце збутової організації в організаційній структурі підприємства.
3. Функції збуту в залежності від форми продажу та продукту.
4. Посад для виконання встановлених функцій.
5. Завдання, обов'язки, повноваження для даних посад та їх місце в ієрархічному підпорядкуванні в межах збутової організації.
6. Кількості працівників для виконання встановлених функцій.
7. Об'єднання посад в групи, відділи, представництва тощо.
8. Умови оплати праці та винагороди працівників.

Узгодження протікання процесів в організації націлене на визначення необхідних засобів праці та ресурсів у розпорядженні працівників; умов перебігу процесів збуту; відносин між посадами; обміну інформаційними потоками в системі ієрархії, способу ведення документації тощо.

Керівництво підприємства повинно, в першу чергу, вирішити питання інституціоналізації маркетингу (наприклад, у формі відділу маркетингу) та питання розподілу функцій маркетингу та збуту між найвищим та оперативним рівнями управління. Визначення місця збутової організації в структурі підприємства вирішує кардинальне питання про те, чи збут є виконавчим органом маркетингу, чи оперує як його рівноправна складова. З огляду на це можливі такі альтернативи:

1. Збут є виконавчим органом маркетингу. Збутова служба виконує функції продажу в рамках наперед заданого маркетингом плану по продукції, покупцях, обсягу продажу, цінах тощо. Це стосується продуктів, покупців, обсягу продажу, цін тощо. Керівництво відділу збуту, виконуючи функції управління збутом, не володіє повноваженнями маркетингового планування.

2. Збут є інтегрованою рівноправною складовою маркетингу. Керівництво відділу збуту бере участь в маркетинговому плануванні.

Місце збуту в організаційній структурі підприємства залежить від керівництва підприємства та підприємницької філософії. Очевидно, що друга альтернатива має більше шансів на існування, оскільки збут – це міст між підприємством і ринком. Збут знаходиться в прямому контакті із спо-

живачем і володіє актуальною інформацією про ринкові відносини, що є цінним досвідом для маркетингового планування. В такому випадку керівництво відділу збуту може мати пряме підпорядкування керівництву підприємства або входити до його складу, але при цьому не повинно відхилитись від своїх безпосередніх обов'язків.

Основні повноваження керівних посад полягають у побудові, управлінні та розвитку збутової організації, досягненні кількісних і якісних показників у збуті, формування іміджу підприємства на ринку. Основними завданнями таких керівників в організації є визначення концепції роботи з покупцями та управління персоналом збутової організації.

Такі завдання випливають із концепції інтегрованого управління збутом, згідно якої збут та маркетинг у співпраці виконують завдання маркетингового планування. На відміну від концепції інтегрованого управління збутом концепція домінуючого управління збутом передбачає важливу роль керівника збутової організації у політиці підприємства, що характерно для малих підприємств, на яких, як правило, відсутній відділ маркетингу. Даний керівник є одночасно відповідальним за маркетинг та маркетингове планування. Перевагою такої системи є те, що функції маркетингу виконує працівник, максимально наближений до ринку, клієнтів та конкурентів, здатний з максимальною ефективністю працювати на оперативному рівні прийняття рішень. Недолік – недостатня компетенція у прийнятті стратегічних рішень. Концепція оперативного управління збутом на відміну до домінуючої концепції передбачає для керівника відділу збуту лише оперативний рівень діяльності з акцентом на концептуальні та структурні питання збуту. Така концепція характерна для українських підприємств і досить рідко зустрічається на підприємствах Західної Європи, оскільки негативно впливає на мотивацію керівництва, обмеженого в прийнятті рішень.

*Науковий керівник: С.В. Дубінський, канд. екон. наук, доц.*

*І.В. Божко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **РОЛЬ І МІСЦЕ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ**

Мале підприємництво є базовою ланкою ринкової економіки України. Підприємницька ініціатива, орієнтовуючись на споживача, завжди спрямовується туди, де виникає незадоволений попит, і залишає ті сфери, котрі перестануть відповідати запитам ринку. Таким чином, формується і підтримуються оптимальні господарські пропорції.

Основними кількісними критеріями зарахування підприємств до категорії малих є чисельність зайнятих на них працівників, обсяг валової вичерпки, обсяг податку, балансова вартість активів тощо.

Як самостійний і незамінний елемент ринкової економіки мале підприємство сприяє структурній перебудові економіки, зміцненню економічної бази регіонів, збільшує загальні обсяги виробництва та роздрібного товарообігу, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції, забезпечує зайнятість значної частини населення, стимулює впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

За рахунок мобільності, гнучкості, інноваційного підходу малі підприємства спроможні швидко пристосуватись до змін споживчого попиту, знайти свою ринкову нішу, оперативно здійснювати виробництво нової продукції малими партіями. Вони мають невисокі експлуатаційні витрати, створюють раціональну структуру організації та управління, проводять постійний пошук нетрадиційних рішень і нових засобів дій, характеризуються ініціативністю та підприємливістю.

Роль і місце малих підприємств визначається наступними чинниками: це особливий тип підприємницької діяльності, який формується на базі дрібнотоварного виробництва, характеризується високою мобільністю, динамічністю й гнучкістю та стимулює структурну перебудову економіки, створює додаткові робочі місця, формує нову соціальну верству підприємців-власників, послаблює монополізм та сприяє розвитку інноваційних процесів.

Мале підприємство є одним з провідних секторів ринкової економіки. Проте загальна економічна та соціальна роль малого підприємства можлива лише за умови всебічної підтримки цього сектору економіки Україною.

В Україні більше половини загальної кількості діючих малих підприємств (52 %) працює у сфері торгівлі, громадського харчування, матеріально-технічного забезпечення і збуту, 14 % – у промисловості, 10% – у будівництві, 5 % – у сфері побутового обслуговування.

У невеликій кількості малі підприємства функціонують у сфері науки, транспорту та зв'язку, охорони здоров'я, фінансово-кредитній діяльності, у сфері культури і мистецтва, у сільському господарстві, освіти та ряді інших галузей економіки. Таким чином, накопичений приватний або пайовий капітал спрямовується переважно не у виробничу сферу, а на ринок торговельно-посередницьких послуг, де швидше і без значних витрат можна одержати великі прибутки.

Важливим фактором ставлення суспільства до малого підприємства є ступінь співпадіння групових економічних інтересів соціально значущих прошарків регіону. Об'єктивним є те, що ставлення до суб'єктів малого підприємства залежить від реальних можливостей бізнесу задовольняти очевидні економічні інтереси основних соціально значущих груп.

Населення в цілому зацікавлене в зростанні рівня та якості життя в тому числі за рахунок отримання в секторі можливостей бізнесу самостійних (безпосередньо незалежних від стану регіонального бюджету) джерел доходів (наприклад, в якості індивідуальних підприємств, власників малих підприємств чи в якості найманого персоналу). Збільшення доходів дозволяє розширити платоспроможний споживчий попит та раціоналізувати структури витрат населення на накопичення (для заощаджень і для фінансування інвестицій в тому числі розвиток власного бізнесу) та на споживання (включаючи придбання продукції та послуг, що пропонуються на ринку суб'єктів малого підприємництва).

Великий корпоративний бізнес зацікавлений у співпраці з малим бізнесом для зменшення власного інвестиційного ризику в конкурентній боротьбі за нові "споживчі ніші на ринку.

Отже, мале підприємництво слід розглядати як важливий фактор вирішення багатьох регіональних проблем. Роль та функції малого підприємництва полягають не тільки в тому, що воно є одним із найважливіших дійових факторів економічного розвитку суспільства, яке спирається на ринкові методи господарювання. Його важливою функцією є сприяння соціально-політичній стабільності суспільства, тобто воно відкриває простір вільному вибору шляхів і методів роботи на користь суспільства та забезпечення власного добробуту.

Сфера малого підприємництва в Україні є невід'ємним елементом ринкової економіки, надійним інструментом у вирішенні важливих соціально-економічних проблем регіону, тому потребує негайної підтримки з боку держави. Ця підтримка полягає в поєднанні форм і методів, які здійснюють органи державного управління щодо активізації розвитку малого підприємництва, подальшому розвитку інфраструктури (бізнес-інкубатори, лізингові центри, фонди підтримки тощо).

*Науковий керівник: Н.І. Климович, ст. викладач.*

*Н.О. Волошко,  
канд екон. наук,  
доцент кафедри економіки підприємства та міжнародного бізнесу  
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **СУТНІСТЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ**

Вагомим результатом ринкового реформування вітчизняної економіки стало поширення використання акціонерної форми організації підприємницької діяльності майже в усіх галузях промисловості.

Проте відносно визначення сутності корпоративного управління серед науковців існує різноманіття поглядів. Систематизуючи їх, можна ви-



значити наступні основні підходи щодо встановлення змісту корпоративного управління (КУ).

1. Акціонерно-капітальний – КУ здійснюється акціонерами як провідними учасниками корпоративних відносин за власним бажанням, власним розсудом та у власних інтересах, згідно до яких корпорація та корпоративне співробітництво є тільки засобом досягнення встановлених акціонерами цілей. Головними інструментами здійснення КУ за таким підходом є формування та реалізація сприятливих для інтересів акціонерів дивідендної та курсової політики, контроль над виконанням яких забезпечується через пряме представництво акціонерів у вищих виконавчих органах корпорації.

2. Акціонерно-контрольний – КУ, суб'єктами якого є акціонери, насамперед виконує контрольну функцію спостереження над роботою вищого керівництва акціонерного товариства (АТ), а також здійснює первинну розбудову та удосконалення складних мотиваційних механізмів забезпечення лояльності менеджерів відносно до інтересів акціонерів. Таким чином, КУ за даним підходом виступає як організаційно-економічний механізм вирішення проблеми відносин «принципал-агент». Основними формами забезпечення інтересів акціонерів в КУ при цьому є контрольні-спостережні (контрольно-звітні) процедури, які ґрунтуються на прямому представництві акціонерів у вищих органах управління АТ, а також через низку непрямих інструментів, серед яких слід виділити наступні: закріплена у статутних документах АТ обов'язковість затвердження акціонерами певного кола угод; інформаційна прозорість корпорації та доступність для інвесторів відомостей про її фінансово-майновий стан та поточну діяльність; механізм перерозподілу корпоративного контролю через відкритий ринковий механізм.

3. Загально-управлінський, згідно до якого корпоративне управління є різновидом комплексу звичайних управлінських функцій і процедур, що виконуються підсистемами організаційної структури управління та корпоративна специфіка виконання яких у АТ обумовлена відповідними специфічними властивостями корпоративної форми організації підприємництва. КУ за таким підходом презентується насамперед додатковими процедурами обговорення і затвердження управлінських рішень, обов'язковість яких передбачується діючим законодавством.

4. Синергетичний (компромісний) – КУ являє собою складний механізм досягнення балансу та погодження різноспрямованих інтересів та прагнень усіх учасників корпоративних відносин (КВ). Таким чином, КУ насамперед забезпечує формування єдиної стратегії і політики корпоративного розвитку АТ, встановлює корпоративні пріоритети та здійснює перевірку відповідності та коригування управлінських рішень, які приймаються у корпорації відносно до цих пріоритетів. Основними інструментами консолідації зусиль учасників КВ в корпоративному управлінні

ні такого роду є розбудова і погодження відповідних складних мотиваційних комплексів корпоративного співробітництва, а також спеціальні процедури досягнення корпоративного консенсусу.

5. Корпоративно-організаційний – виходить з необхідності доповнення функцій та процедур управління додатковими управлінськими завданнями і роботами, пов'язаними з вирішенням специфічних проблем корпоративного розвитку, покладеним на вищі органи управління корпорацією. Суб'єктами КУ вважаються тільки ті керівні органи АТ, через які і у яких здійснюється представництво учасників корпоративних відносин в управлінні корпорацією у цілому. Організаційне забезпечення КУ за таким підходом передбачає формування та інтеграцію до загального механізму управління АТ специфічних управлінських процедур функціонування загальних зборів акціонерів, правління, спостережної ради.

6. Інституційний, що ґрунтується на інституціональному тлумаченні змісту КВ як низки контрактів учасників КВ, ефективне здійснення яких у межах економічної організації (корпорації) вимагає на створення досконалого інституціонального регулювання, тобто низки інституціональних правил і структур, що спостерігатимуть за доброчинністю економічних відносин у корпоративному співробітництві. КУ з точки зору даного підходу являє собою формування інституціональних правил та інституціональних структур на міжнародному, національному та підприємницькому рівнях. При цьому діяльність корпоративних інститутів буде поширюватися на усі без виключення економічні відносини, які виникають між корпорацією та учасниками КВ.

Управління корпорацією відбувається в умовах постійного зіткнення інтересів різних учасників КВ, виникнення суперечностей та розбіжностей між ними. Тому, корпоративне управління є процесом формування та реалізації вищими органами управління АТ управлінських дій, які відображають баланс інтересів учасників КВ щодо вибору шляхів формування і використання акціонерного капіталу, а також розподілу результатів діяльності корпорації.

*Ю.Ю. Гавришук*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

В сучасних умовах господарювання, нестачі фінансових ресурсів, банкрутства та ліквідації суб'єктів господарювання, а також враховуючи високий рівень морального й фізичного зносу обладнання підприємств, як

ніколи постає проблема найбільш раціонального та ефективного використання їх основних фондів.

Будь-який виробничий процес може здійснюватися лише за допомогою певних машин, обладнання, які розташовуються в певних приміщеннях. Матеріальною основою цього процесу виступають, насамперед, засоби праці, які характеризують технічний та економічний рівень розвитку суспільства й виступають необхідним елементом виробництва, обігу та надання послуг. На підприємствах сукупність застосовуваних засобів праці набуває економічної форми основних виробничих засобів. Основні фонди – одна з найважливіших частин і засобів виробництва.

В економічній літературі існує багато пояснень терміна «основні засоби», однак існують певні відмінності в тлумаченні даного поняття.

Наприклад, С. Покропивний визначає основні фонди як засоби праці, які мають вартість; функціонують у виробництві тривалий час, у своїй незмінній споживчій формі; їх вартість переноситься конкретною працею на вартість продукції, що виробляється (на платні послуги), частинами в міру зношення.

Однак у класичному політекономічному визначенні основних засобів немає обмежень у розмірі їх вартості в грошовому виразі. Важливо, що вони беруть участь у виробничому процесі багаторазово й переносять свою вартість на виготовлений продукт частинами.

Розрізняють класифікацію основних фондів за належністю, використанням та призначенням.

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки основні виробничі фонди становлять головну частину матеріально-технічної бази будь-якої галузі, особливо промисловості. Ефективність використання основних фондів відіграє важливе значення для розвитку діяльності підприємства:

- збільшується економічний потенціал і виробничі можливості галузі, підвищується технічний рівень виробництва;
- складаються широкі можливості для прискорення переорієнтації підприємств на випуск нової продукції, яка користується підвищеним попитом у споживачів;
- збільшуються темпи зростання продуктивності праці, поліпшення якості промислової продукції та інших показників.

Існують різні сучасні підходи щодо оцінювання ефективності використання основних фондів, але для проведення більш ґрунтовної аналітичної оцінки ефективності використання основних виробничих фондів використовують нижче наведену систему показників, яку можна розділити на такі групи: показники ефективності стану та відтворення основних фондів; показники ефективності використання основних фондів (узагальнюючі показники та коефіцієнти використання устаткування і виробничих площ).

Для вирішення завдання підвищення використання основних фондів та отримання бажаних результатів у діяльності підприємства повинні бути розроблені конкретні шляхи, спрямовані на поліпшення використання основних засобів, практичне застосування яких дасть змогу використовувати наявні на підприємствах резерви підвищення їх ефективності, а також визначити основні чинники, що сприятимуть цьому.

Сукупність резервів покращення використання основних фондів підприємства може бути поділена на три великих групи:

1. Технічне вдосконалення засобів праці, яке передбачає:
  - технічне переозброєння на базі комплексної автоматизації та впровадження гнучких виробничих систем;
  - заміну застарілої техніки, модернізацію обладнання;
  - ліквідацію вузьких місць і диспропорцій у виробничих потужностях підприємства;
  - механізацію допоміжних та обслуговуючих виробництв;
  - розвиток винахідництва та раціоналізаторства.
2. Збільшення тривалості роботи машин та обладнання за рахунок:
  - ліквідації незадіяного обладнання (здавання його в оренду, лізинг, реалізація тощо);
  - скорочення строків ремонту обладнання;
  - зниження простоїв: цілозмінних та всередині змін.
3. Покращення організації та управління виробництвом, а саме:
  - прискорення досягнення проектної продуктивності введених в експлуатацію основних фондів;
  - впровадження наукової організації праці та виробництва;
  - покращення забезпечення матеріально-технічними ресурсами;
  - вдосконалення управління виробництвом на базі сучасної комп'ютерної техніки;
  - розвиток матеріальної зацікавленості працівників, що сприяє підвищенню ефективності виробництва.

Однією з головних ознак підвищення рівня ефективного використання основних фондів підприємства є збільшення обсягів виробництва продукції. У свою чергу, обсяги виробництва продукції за наявної та незмінної кількості обладнання залежать, по-перше, від ефективності використання фонду робочого часу протягом зміни, доби, місяця тощо, тобто від екстенсивності їх використання; по-друге, від повноти використання можливостей обладнання з погляду його часової, добової, місячної виробничих потужностей

Щоб використання основних фондів було справді економічно вигідним та ефективним, необхідно не тільки стежити за його технічним станом, а й залучати фахівців при проведенні складних ремонтів; вивчати ринки виробництва; залучати спеціалістів маркетингового відділу; підвищувати рівень спеціалізації виробництва.

### *Список використаних джерел*

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. № 92 // Збірник систематизованого законодавства. – Вип. 11. – Листопад. – 2003.
2. Андрійчук В. Фонди не зношуються, зношуються засоби праці / В. Андрійчук // Голос України. – 1997. – № 6. – С. 3.
3. Кузьмін О.Є. Трансформація підприємств: економічна оцінка та побудова систем менеджменту: монографія / О.Є. Кузьмін, А.С. Мороз, Н.Ю. Подольчак, Р.В. Шуляр. – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2005. – 335 с.

*Науковий керівник: Н.О. Волошко, канд. екон. наук, доц.*

*О.М. Зборовська,  
д-р екон. наук, доц.,  
завідувач кафедри економіки підприємства  
та міжнародного бізнесу  
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ОПЕРАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Управління витратами як складовою частиною операційної діяльності на сучасному промисловому підприємстві повинно мати комплексний характер, беручи до уваги таку особливість виробництва безперервність, циклічність та динамічність.

Відповідно планування витрат операційної діяльності в загальному потоці визначається як один з найважливіших напрямів удосконалення господарської діяльності, у зв'язку з чим виникає необхідність поглибленого дослідження можливостей їх оптимізації.

Значний внесок у розробку понять «оптимізація витрат», внесли І.Л. Бурич, Є.А. Голіков, В.М. Пурлик, Р. Каплан, Д. Нортон, І.А. Леншин, Ю.І. Смоляков, Б.К. Плоткин, Д. Шим, Д. Сигел та ін., які обґрунтовували точку зору про необхідність системного підходу до управління витратами і саме в процесі управління дані автори бачать сутність оптимізації.

Зазначаючи цінність раніше проведених досліджень у визначенні сутності «оптимізація витрат», виділення класифікацій витрат, а також проблем, пов'язаних із плануванням і калькулюванням витрат на виробництві, підкреслимо, що у вирішенні питань формування системи оптимізації витрат на сучасному етапі розвитку економіки необхідно враховува-

ти не тільки виробничу специфіку, а й ряд інших факторів, що мають безпосередній вплив на фінансову результативність підприємств промисловості.

На нашу думку, проблема управління витратами промислового підприємства полягає в тому, що: з одного боку, необхідно прагнути до зниження собівартості, з іншого – є ціла група витрат, зниження яких недопустимо (техніка безпеки і охорона праці, екологія тощо).

У дослідженні автор виходить із того, що оптимізація являє собою встановлення найкращої відповідності між виробничою системою і її оточенням, і на нашу думку, повинна охоплювати весь процес рішення операційних завдань, включаючи з'ясування самого завдання, вибір системи цілей, аналіз і синтез систем, вибір найкращої системи.

Оптимізація операційної системи – це безумовно не одночасний акт, а процес управління операційною системою з метою досягнення найкращого значення критерію оцінки її якості [4, с. 309 – 323].

Однак вважаємо, що при проведенні оптимізації операційної системи не слід намагатися досягти точного значення екстремума, оскільки це прагнення може обернутися багатьма труднощами, а кінцевий ефект може бути незначний.

З поняттям оптимізації пов'язано поняття оптимальності. Проведений аналіз наукових праць у сфері менеджменту [2, 3] свідчить, що оптимальність на підприємстві може вживатися в трьох значеннях: як найкращий варіант із всіх можливих станів системи, тобто рішення завдання на оптимум; як найкращий напрям змін операційної системи, тобто вийти на оптимум; як мета розвитку (у тому випадку, якщо говорять про досягнення оптимуму).

Оптимальність операційної системи також означає характеристику рівня якості прийнятих рішень (оптимальний план, оптимальне управління), характеристику стану операційної системи або її функціонування (оптимальний розподіл ресурсів, оптимальне функціонування складських, транспортних, виробничих, інформаційних, фінансових систем) [4].

Зі свого боку вважаємо, що оптимізація операційної системи має бути проведена на основі дотримання принципу оптимізації який може бути сформульовано таким чином: будь-яке рішення повинне прийматися завжди так, щоб завдяки обраній альтернативі (інакше кажучи, завдяки обраному співвідношенню витрат і досягнутого результату) здійснювалося б оптимальне досягнення поставленої системи цілей обслуговування операційної системи..

Операційна система взагалі може бути ефективною, але не обов'язково оптимальною; оптимальною, але неефективною; як ефективною, так і оптимальною. Ефективність і оптимальність взаємозалежні. Як ефективність, так і оптимальність системи залежать багато в чому від

того, наскільки ефективні і оптимальні операційні підсистеми, і навпаки. Існує залежність: ефективність функціонування компонентів сприяє зростанню ефективності операційної системи в цілому, але не завжди приводить до неї.

#### ***Список використаних джерел***

1. Бурич И.Л. Эффективность стратегий операционного развития: межвузовский научный сборник/ И.Л. Бурич // Саратовский гос. техн. ун-т. – Саратов, 1995. – 407 с.
2. Загорна Т.О. Управління ризиками в логістичній системі підприємства / Т.О. Загорна, А.В. Ткачова // Экономика Крыма. Научно-практический журнал. – 2009. – №27. – С. 89 – 93.
3. Райнхард Юнеманн. Материальные потоки и логистика / Юнеманн Райнхард. – Берлин: Изд-во Шпингер, 1989. – 356 с.
4. Семенов Г.А. Удосконалення організації матеріально-технічного забезпечення: монографія / Г.А. Семенов, М.Г. Гирия. – Запоріжжя: КПУ; ЗЦНТЕІ, 2008. – 328 с. – С. 309–323.

***В.С. Івченко***

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

### **ЗБУТ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах постійних змін зовнішнього та внутрішнього середовища організації, пов'язаних із загостренням конкуренції, особливі вимоги ставляться до збутової діяльності як важливої функціональної складової діяльності підприємства і містка між виробництвом та ринком. Ринкова орієнтація діяльності підприємств зумовила розгляд збуту під новим кутом зору. Зокрема, аспекти збутової політики розглядаються як в теорії, так і на практиці у рамках загального поняття маркетинг. При цьому зміст сучасного маркетингу виходить далеко за рамки класичної збутової політики, що передбачає лише використання і координацію збутових інструментів.

Маркетинг в процесі свого розвитку не обмежується лише підтримкою збуту. В кінці 80-их років багатьом підприємствам у світі вдається закріпити концепцію стратегічного маркетингу на найвищому рівні управління. Маркетологи визначають стратегічний курс підприємства, а збуту відведено у цій структурі оперативний рівень з використанням маркетингових інструментів. Там, де вищому керівництву організації не вдається інтегрувати маркетинг і збут, загрожує конфлікт інтересів. Тому ця проблематика є останніми роками актуальною.

Огляд літературних джерел не дозволяє дати єдине означення поняття маркетинг. Однак, не формулювання поняття, а його зміст і розуміння повинні стояти в основі будь-якого дослідження. Маркетинг як функцію управління розглядають на двох управлінських рівнях: 1) маркетинг як концепція менеджменту; 2) маркетинг як рівноправна функція підприємства.

Найновіші теорії розглядають маркетинг не з двох, а з трьох позицій, розширюючи дуальний підхід до тріади маркетингу.

1. Як і в дуальному маркетингу, основною вимогою тріади маркетингу є те, що на найвищому рівні управління маркетинг відіграє роль підприємницької філософії, концепції, функції управління. В процесі формування стратегії основною орієнтацією підприємства є задоволення потреб споживачів, конкурентне середовище та власні потужності та засоби.

2. В порівнянні з такими функціональними сферами діяльності підприємства як постачання, виробництво, логістика, фінанси та персонал маркетинг є функцією діяльності підприємства.

3. Крім того, маркетингу приписується ще одна функція, додається ще один аспект, а саме „маркетинг як сервісна функція“. Маркетинговий сервіс на підприємстві повинен забезпечити усі підрозділи ринковою інформацією та надавати відповідні послуги (комунікація, стимулювання збуту тощо.)

Отже, сучасні інтерпретації маркетингу роблять більший акцент на маркетинг як ринково-зорієнтоване підприємництво. У Європі та Україні, зокрема, дана ринкова філософія ще не завжди знаходить повне розуміння і усвідомлення необхідності впровадження її на підприємницькому рівні. На середніх, деколи і на великих підприємствах маркетингу відводиться лише роль реклами, стимулювання збуту, Public Relations тощо. Наприклад, у склад правління таких відомих європейських компаній як Allianz, Daimler Chrysler, Lufthansa, Metro та Siemens не входять маркетингологи та спеціалісти зі збуту, тобто маркетинг як концепція підприємництва не функціонує у повній мірі.

Співставимо поняття збут і маркетинг. У літературі не існує єдиного тлумачення поняття збуту та визначення його місця в системі маркетингу. В першу чергу, це пов'язано із:

1) розбіжностями у викладенні маркетингових понять у вищій школі;

2) розбіжностями в тлумаченні економічних понять в теорії і на практиці;

3) розбіжностями між маркетинговими школами США та Європи;

Відомий вчений в області управління збутовою діяльністю Петер Вінкельман виділяє в теорії і на практиці дві концепції щодо визначення місця збуту в маркетингу. Перша концепція ґрунтується на американському підході, згідно якого маркетинг трактується як ринково-зорієнтоване



підприємництво і базується на чотирьох маркетингових інструментах: продуктова політика, цінова політика, дистрибуційна, комунікаційна політика

У даному випадку керівник відділу маркетингу входить до складу вищого керівництва організації та має в підпорядкуванні працівників, які працюють за цими чотирма напрямками. У такому випадку не зрозуміло, де знаходиться збут, оскільки такі стратегічні збутові завдання, як вибір збутових каналів, формування збутової організації підпадають під дистрибуційну політику, а особистий (персональний) продаж розглядається як елемент комунікації поряд із стимулюванням збуту, рекламою, Public Relations. І хоча дана організаційна концепція збуту містить суперечність між стратегічними і оперативними збутовими завданнями, вона вважається однією із найпрогресивніших та найефективніших у світі. Продаж розглядається як процес отримання доходу, а комунікація в даному випадку відіграє роль інструменту, за допомогою якого здійснюється цей процес.

Друга концепція ґрунтується на європейському, зокрема німецькому, підході і не визнає домінування маркетингу. Маркетинг і збут ділять між собою чітко визначені завдання (рис. 1).



**Рис. 1. Німецький підхід до розуміння маркетингу**

Переважно на малих і середніх підприємствах маркетинг в організаційному відношенні функціонує у формі штабу. Маркетингові працівники займаються питаннями маркетингової комунікації (реклама, стимулювання продажу, Public Relations) та виконують консультативні функції (дослідження ринку, продуктивний менеджмент). Стратегічне і оперативне планування також входять в їх повноваження.

Кроком до розмежування маркетингу від збуту могло би бути делегування маркетингу стратегічних, а збуту більш оперативних повноважень в процесі дистрибуції (розподілу). Але стратегічна робота в маркетингу також складається з оперативних і частково тактичних завдань. Одночасно і збут виконує стратегічні завдання в рамках маркетингу як ринково-орієнтованого підприємства.

*Науковий керівник: Н.І. Климович, ст. викладач.*

*К.Е. Кириченко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних динамічних ринкових відносинах особливо актуальним стає визначення ключових теоретичних аспектів функціонування, формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств.

У загальній постановці елементами виробничого потенціалу підприємства можна вважати всі ресурси, які пов'язані з функціонуванням і розвитком підприємства. Вибір найбільш важливих із величезної їх кількості числа є дуже складною проблемою, про що свідчить безліч трактувань складу виробничого потенціалу.

Отже, під виробничою потужністю підприємства розуміється максимально можливий випуск продукції або переробки сировини у встановленій номенклатурі й асортименті при повному використанні виробничих площ і устаткування.

Виробнича потужність характеризує потенційні можливості підприємства з досягнення основної об'єктивної мети його виробничо-господарської діяльності. Розрахунок виробничої потужності є вихідним пунктом оцінки виробничого потенціалу підприємства і ресурсного обґрунтування його виробничої програми.

Формування потенціалу підприємства – це процес безперервного відновлення всіх його складових. Виділяються такі типи формування виробничого потенціалу:

1) просте формування потенціалу підприємства здійснюється в незмінних обсягах для відновлення спожитих факторів виробництва і забезпечення безперервності його функціонування;

2) розширене формування потенціалу підприємства передбачає кількісний та якісний розвиток виробничих факторів, а також інших

складових потенціалу, котрі забезпечують вищу результативність його діяльності.

Виробничий потенціал промислового підприємства як економічна категорія має свою структуру і певні особливі процеси, які характерні для його розвитку.

Елементами виробничого потенціалу підприємства можна вважати всі ресурси, які тим чи іншим чином пов'язані з функціонуванням підприємства. Що стосується виробничого потенціалу промислових підприємств, то до його складу доцільно включати матеріально-сировинні ресурси, які беруть безпосередню участь у процесах виготовлення продукції і науково-технічні ресурси. Чим потужніше база (матеріально-технічна) науково-технічного прогресу, тим ширше горизонти впровадження його досягнень, більше можливостей для вдосконалення і збільшення розмірів елементів виробничого потенціалу промислового підприємства.

Основна проблема у дослідженні виробничого потенціалу промислових підприємств полягає в тому, що всі його елементи функціонують одночасно і в сукупності. Тобто виробничий потенціал є системою, причому складною і динамічною, оскільки всі зв'язки між окремими складовими потенціалу здійснюють безпосередній вплив на його елементи, модифікуючи вихідні властивості і закономірності їх функціонування, сприяючи тим самим переходу потенціалу у новий якісний стан як єдиного цілого, тобто системи вищого порядку.

Динамізм виробничого потенціалу промислових підприємств обумовлений впливом інновацій, нестабільністю зовнішніх чинників господарювання, кон'юнктурними умовами виробництва.

Внаслідок впливу цих чинників постійно відбуваються певні структурні зрушення всередині виробничого потенціалу, а також якісні та кількісні зміни техніко-економічних показників, які його характеризують.

Отже, виробничий потенціал промислового підприємства – це складна, організована, динамічна система, яка формується з множини елементів, що перебувають у взаємозв'язку та взаємодії і виконують різні функції в процесі виготовлення продукції необхідної кількості та якості і в терміни, визначені ринком.

### *Список використаних джерел*

1. Герасимчук З.В. Виробничий потенціал регіону: методика оцінки та механізми його нарощення: монографія / З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальська. – Луцьк : ЛДТУ, 2008. – 242 с.

2. Іщук С. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств / С. Іщук // Регіональна економіка. – 2005. – № 2. – С. 48 – 56.

3. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посібн. / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2008. – 316 с.

4. Старовойтов М.К. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием: монография / М.К. Старовойтов, П.А. Фомин. – М.: Высшая школа, 2009. – С. 36.

5. Фомин П.А. Особенности оценки производственного и финансового потенциала промышленного предприятия / П.А. Фомин, М.К. Старовойтов // Среднее профессиональное образование. – 2008. – № 11.

*Науковий керівник: О.М. Зборовська, д-р екон. наук, доц.*

*В.Г. Косякін*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

### **СКЛАДОВІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Стійкість і стабільність фінансового стану залежать від результатів виробничої, комерційної, фінансово-інвестиційної діяльності підприємства, а стійкий фінансовий стан, у свою чергу, чинить позитивний вплив на його діяльність. Фінансова стійкість в тривалому періоді може бути досягнута лише на основі стійкого зростання підприємства. Основними ознаками, які характеризують стійкий розвиток підприємства, виступають:

- 1) використання найкращих на даний період часу технологій, що забезпечують мінімізацію шкідливого впливу виробничо-господарської діяльності на довкілля;
- 2) забезпечення міри соціальної захищеності персоналу підприємства не нижче середнього рівня по галузі;
- 3) встановлення оптимального балансу між споживаними і створюваними ресурсами підприємства;
- 4) забезпечення найбільш раціонального рівня виробництва з точки зору регіонального і національного збалансованого розвитку;
- 5) забезпечення реалізації всіх зобов'язань, перейнятих на себе підприємством.

Очевидно, основним недоліком трактування поняття «сталий розвиток» на рівні підприємств є ігнорування (повне або неповне) системи механізмів природоохоронної діяльності.

Особливістю підприємств гірничодобувних галузей промисловості є використання природного середовища як джерела споживаних ресурсів, так і як середовища для зберігання корисної продукції, а також скидання і поховання відходів виробництва. Отже, два основні аспекти природокористування: раціональне використання природних ресурсів і захист природного довкілля в процесі здійснення виробничо-господарської ді-

яльності підприємств – виступають в діалектичній єдності. Чим досконаліше виробництво, тим менше відходів і втрат, і, відповідно, менше витрат на захист і відновлення природного середовища.

Тому під сталим розвитком промислового підприємства доцільно розуміти такий розвиток, при якому поліпшення його економічних показників не погіршує екологічних показників і навпаки, що забезпечує збалансованість досягнення еколого-економічних цілей та гарантує соціальну гармонію. При цьому слід враховувати, що з позицій системного підходу стійкий розвиток повинен включати не лише чисто екологічні аспекти, але в цілому цілеспрямований і ефективний розвиток цілісної еколого-соціально-економічної системи.

Зрозуміло, що на даний час досягнення гірничодобувними підприємствами цілей сталого розвитку неможливо; і основна задача на сьогоднішній день – це максимально можливе приближення діяльності гірничодобувних підприємств, їх дії і наслідків на навколишнє природне середовище вимогам сталого еколого-економічного розвитку.

Очевидно, що забезпечення сталого розвитку гірничодобувного підприємства залежить від досконалості і ефективності відповідного механізму управління. Він є частиною системи управління, що активно реагує на зміну факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, підтримуючи стійкість об'єктів управління. На підставі послідовної характеристики об'єктів, цілей, критеріїв, факторів, методів, ресурсів управління та зв'язків узгодження між ними, може бути збудовано структуру механізму забезпечення сталого розвитку гірничодобувного підприємства. Цей механізм, на відміну від існуючих, здатний створити умови для такого функціонування гірничодобувного підприємства, що не має негативних наслідків як для нього самого, так і для навколишнього середовища.

При цьому, при розробці механізму сталого розвитку доцільно зосередити увагу на тих об'єктах управління, стійкий стан яких більшою мірою може забезпечити сталий розвиток промислового підприємства. Синтез наукових досліджень за цим напрямком дав змогу стверджувати, що з позиції забезпечення сталого розвитку має значущість стійкість виробничої, фінансової, техніко-технологічної та екологічної підсистем підприємства.

Підводячи підсумок, можна виділити наступні основні ознаки поняття «сталий розвиток підприємства»:

- сталий розвиток підприємства має бути направлений на поліпшення якості життя людей (якості довкілля, добробут, підвищення тривалості життя, здобування необхідної освіти і т.д.);
- збереження природного довкілля повинне складати невід'ємну частину процесу стійкого розвитку підприємства і не повинне розглядатися у відриві від нього, в одне ціле має бути сполучений економічний розвиток, справедливий розвиток соціальної сфери і екологічна безпека;

– сталий розвиток підприємства має бути заснований на невичерпному використанні ресурсів, безпечній утилізації відходів, розробці для цих цілей відповідних високих технологій;

– сталий розвиток підприємства можливий при розвитку і становленні відкритого суспільства, включаючи правову державу, ринкове господарство і цивільне суспільство.

*Науковий керівник: С.В. Дубінський, канд. екон. наук, доц.*

*О.І. Кулакова*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Розробка стратегії діяльності підприємства на споживчому ринку здійснюється в декілька етапів, суть і зміст яких в наступному [1, с. 21].

**На першому етапі** повинен бути проведений аналіз зовнішнього середовища функціонування підприємства та його виробничо-технічні можливості. Для цього необхідно:

1. Провести дослідження ринку діяльності підприємства та виявити тенденції його розвитку.

2. Оцінити виробничо-технічні можливості підприємства, і його конкурентоспроможність, проаналізувати можливості використання внутрішніх резервів і ресурсів підприємства для підвищення ефективності його функціонування.

3. Провести аналіз зовнішнього середовища функціонування підприємства, який передбачає дослідження:

– макроекономічних процесів (інвестиційного попиту і пропозиції, наявності кредитних ресурсів, політики позикових процесів, демографічних прогнозів, співвідношення між експортом та імпортом і т. д.)

– регулюючої діяльності держави (господарського і трудового законодавства, грошової і фінансової політики, змін в податковій та тарифній системі, антимонопольного регулювання);

– району діяльності підприємства (долі в товарообігу, рівня монополізації в місті (районі), кількості підприємств – конкурентів та їх позиції на ринку).

Підсумком першого етапу розробки стратегії підприємства є отримання інформації, яка дозволяє дати оцінку поточній обстановці, в якій функціонує підприємство, оцінити його конкурентоспроможність і приділити найбільш ймовірні напрямлення його подальшого розвитку [2, с. 254].

**Другий етап** розробки стратегії пов'язаний з визначенням цілей та ключових проблем розвитку підприємства. На цьому етапі формуються узагальнені якісні цілі діяльності підприємства, які мають загальний характер і кількісно не виражені. Наприклад, досягнення достатнього збільшення прибутку для фіксування діяльності підприємства або введення нові сфери ринку.

Поставлені цілі погоджуються, конкретизуються і кількісно визначаються в вигляді системи важливих показників господарсько-фінансової діяльності, яких хоче досягти підприємство в певний період. Наприклад, темпи росту об'єму продаж, показники ефективності використання ресурсів, об'єм прибутку всього і на інвестиційний капітал, рівень виплачених дивідендів ті ін.

**На третьому етапі** обґрунтування стратегії підприємства розробляються альтернативні варіанти розвитку підприємства. З цією ціллю перевіряються відношення між поставленими цілями та наявними можливостями підприємства, його ресурсним потенціалом. На основі складання матриці «цілі-можливості» проводиться кількісна оцінка відношення потреби і можливості підприємства в досягненні цілей. В випадку не відповідності розробляються тактичні програми, виконання яких ліквідує виявлений дисбаланс.

Аналіз не відповідності здійснюється по всім показникам і напрямленням діяльності на основі даних першого етапу. Якщо наявні у підприємства ресурси не дозволяють забезпечувати досягнення поставлених цілей, то потрібно повернутись до другого етапу і відкоригувати поставлені цілі.

Результатом процесу пов'язування цілей ті ресурсів підприємства є альтернативні варіанти його розвитку, які розрізняються як по кількісним характеристикам, так і по часу досягнення поставлених цілей. [3, с. 24]

**Четвертий етап** – оцінка та вибір стратегії розвитку. На цьому етапі праці здійснюється перевірка степені реальності та виконання поставлених цілей і розроблених варіантів їх досягнення. При оцінці розроблених стратегій розвитку важливо визначити, чи можна реалізувати стратегію при наявному ресурсному потенціалі або необхідні зусилля в області маркетингу, удосконалення організації торгівлі та ін., або стратегія представляє інтерес, але не може бути реалізована.

**П'ятий етап** – складання програми дії і контроль їх реалізації. На цьому етапі праці повинен здійснюватися зв'язок всіх заходів, пов'язаних з реалізацією вибраної стратегії, їх конкретизація по всіх рівнях управління підприємства з визначенням послідовності здійснення конкретних заходів по часу здійснення і виконавцям, тобто цей етап уявляє собою тактичне планування, направлене на досягнення обраної стратегії розвитку підприємства.

Не залежно від формулювання стратегічних цілей діяльності підприємства на майбутній період обов'язковим є забезпечення прибутковості

підприємства. Прибутковість можна розглядати не тільки як ціль, але і як основну умову ділової активності підприємства, як її результат, ступінь ефективності здійснення функцій підприємства по обслуговуванню ринку і споживача та по рішенню власних підприємницьких задач.

Підприємство може отримати прибуток тільки при певному об'ємі товарообігу, який в свою чергу передбачає відповідність об'єму і структури реалізуємих, товарів об'єму і структури споживчого попиту, тобто цільова функція підприємства – отримання прибутку – не суперечить цілям суспільства, який прагне до задоволення своїх потреб, а направлена на їх досягнення.

Підприємство, яке розробляє свою стратегію на перспективу, завжди прагне до максимізації отриманого прибутку, тому що це є одною з умов для рішення виробничих і соціальних задач. Для забезпечення стабільності положення підприємства на ринку необхідно визначити економічні кордони об'ємів його діяльності, порушення яких може привести до банкрутства підприємства [4, с. 336].

#### *Список використаних джерел*

1. Бідник О.І. Теоретичні аспекти управління капіталом підприємства / О.І. Бідник // Придніпровський науковий вісник. – 2007. – Вип. 5. – С. 19–24.

2. Городня Т.А. Сучасна стратегія управління капіталом підприємства / Т.А. Городня, О.Р. Стефанюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18 (10). – С. 250–253.

3. Мирошніченко Ю.О. Стратегічна прибутковість капіталу: поняття та методичні підходи до її оцінки та прогнозування / Ю.О.Мирошніченко // Збірник тез економічної наукової інтернет-конференції «Наукові здобутки на шляху до удосконалення економічної системи». – Тернопіль. – 2010. – С. 23–28.

4. Стельмашук А. Системний підхід до управління капіталом підприємства / А. Стельмашук // Інноваційний розвиток національної економіки: матеріали між нар. наук.-практ. інтернет-конф. 7–8 квітня 2011 р. – Тернопіль: Крок, 2011. – С. 335–337.

*Науковий керівник: Н.І. Климович, ст. викладач.*

*І.Г. Курінна,*

*ст. викладач кафедри економіки підприємства  
та міжнародного бізнесу*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

#### **РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

У світі не існує офіційного чи загально прийнятого визначення малого підприємства. Більш-менш визнаним вважається визначення Євро-



пейської Комісії у залежності від кількості працівників річних балансу та обороту [4].

В Україні суб'єктами малого підприємництва є

– фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

– юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [1].

Успішне функціонування малого бізнесу створює сприятливі умови для оздоровлення економіки: розвивається конкуренція; створюються додаткові робочі місця, підвищується експортний потенціал; краще використовуються місцеві сировинні ресурси. Велике значення має здатність малих підприємств розширювати сферу послуг, створювати нові можливості не тільки для працевлаштування, але й, перед усім, для розширення підприємницької діяльності населення, розкриття його творчих сил та використання вільних виробничих потужностей.

Зрозуміло, що відносно невеликий капітал звужує рамки виробництва, обмежує можливість залучення додаткових ресурсів (науково-технічних, фінансових, виробничих, трудових тощо) але обмежені масштаби виробництва і невелика кількість зайнятих обумовлюють простоту й ефективність управління підприємством. Однак характерне для малих підприємств поєднання функцій власника і менеджера в особі господаря підприємства, встановлення особистих зв'язків з працівниками підприємства, неформальний стиль управління, знижуючи управлінські витрати, можуть привести – і часто приводять – до перевантаження фундаторів фірми.

Значну роль малий бізнес грає у формуванні сукупного національного продукту. У США він забезпечує близько 75%, в Японії – 68% валового національного продукту, в країнах ЄС частка малих підприємств у виробництві валового внутрішнього продукту складає 63 – 67%. У Франції малі підприємства забезпечують 36% національного експорту, в Японії 39%, в Німеччині близько 40% [2].

У період з 2004 по 2006 рр. частка малих підприємств у ВВП мала тенденцію до зростання (з 5,3% у 2004 р. до 18,8% у 2006 р.). У 2008 р. відбулося зменшення частки малих підприємств у ВВП до 16,3%, а у 2012 р. – до 15,08%. Проте ці показники значно відрізняються від показників розвинутих країн. [3]

Більш детальний огляд розвитку малих підприємств України за основними показниками протягом 2004 – 2012 рр. подано в табл. 1, дані наведені без урахування фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності.

Підприємництво вимагає до себе уваги з боку держави в плані створення сприятливих умов для свого існування і розвитку. Від економічної політики органів державного управління залежить можливість створення сприятливих умов для здійснення підприємництва, що у свою чергу приводить до соціально-економічного розвитку країни, демократизації суспільства.

З цією метою було прийнято ряд законів і ухвал які привели до спрощення реєстрації малого бізнесу, його звітності, пільгового оподаткування, скорочення планових перевірок і т.п.

Таблиця 2

**Основні показники розвитку малих підприємств в Україні [3]**

Показники	Роки									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	60	63	72	76	72	75	78	77	76	
Кількість зайнятих <sup>1</sup> працівників на малих підприємствах, тис. осіб	1978,8	1890,4	2232,3	2231,5	2237,4	2158,0	2164,6	2091,5	2051,3	
Кількість найманих <sup>2</sup> працівників на малих підприємствах, тис. осіб	1928,0	1834,2	2158,5	2154,3	2156,8	2067,8	2043,7	2011,8	1951,6	
Частка малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції, робіт, послуг, %	5,3	5,5	18,8	18,1	16,3	16,7	15,80	14,46	15,08	

<sup>1</sup> Включаючи штатних, позаштатних та неоплачуваних (власників, засновників підприємства та членів їх сімей) працівників.

<sup>2</sup> Включаючи штатних та позаштатних працівників.

Проте істотної зміни в економічному житті країни не відбулося. Якщо в 2013 році Україна займала 133 місце по рівню економічної свобо-

ди, то зараз займає 152 з 180 країн в рейтингу економічних свобод, і зараз Україна по цьому показнику займає передостаннє 42 місце серед європейських країн [5].

Не вирішеними залишаються проблеми малого бізнесу (що вимагають швидкого вирішення) пов'язані з податковою інспекцією, механізмом державних закупівель і прозорості участі в них підприємств, високим рівнем корупції в органах державної влади, фінансовою і організаційною підтримкою розвитку малих підприємств, податкового навантаження на них.

### ***Список використаних джерел***

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Жук О. Малий бізнес у світі та в Україні / О. Жук // Економіка України. – 2004. – № 7. – С. 33.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Рекомендація Комісії 96/280/ЄС «Про визначення малих та середніх підприємств» від 3 квітня 1996 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1014.7084.0>
5. Doing Business 2011. Making a Difference for Entrepreneurs/ 2010 The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)

***Я.О. Кухар***

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

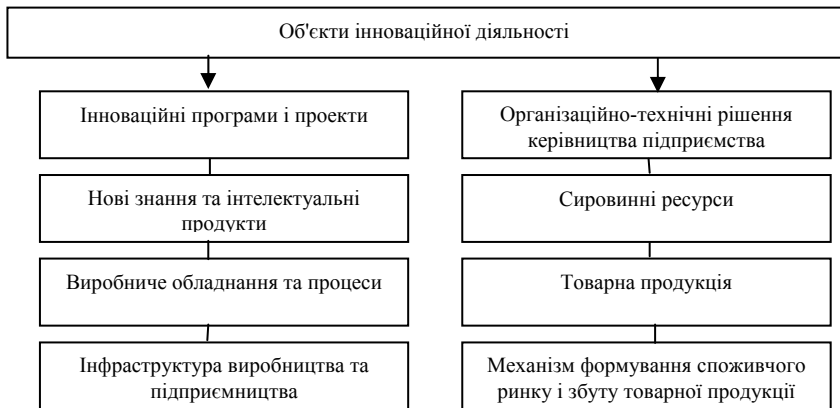
## **ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

У ринкових умовах господарювання інноваційні процеси (явища) в розвитку економіки будь-якої галузі народного господарства мають вирішальне значення. Всю сукупність процесів і явищ, що відбуваються в виробничій сфері господарювання, умовно поділяють на дві групи – традиційні та інноваційні. Традиційні процеси і явища, що відбуваються в виробничій діяльності, характеризують звичайне функціонування підприємств і галузей народного господарства країни, а інноваційні – розвиток на якісно новому рівні. Інноваційні процеси є результатом наукових досліджень і розробок певними галузями науки, а завершуються вони впровадженням у виробництво новин, сприяючи прогресивним змінам останнього.

Значення терміну «інновація» залежить від конкретної мети дослідження, вимірювання або аналізу об'єкта. У зв'язку з цим розрізняють такі основні типи інновацій:

- 1) товарна інновація – введення нового продукту;
- 2) технологічна інновація – введення нового методу виробництва;
- 3) ринкова інновація – створення нового ринку товарів або послуг;
- 4) маркетингова інновація – освоєння нового джерела постачання сировини або напівфабрикатів;
- 5) екологічна інновація – впровадження заходів для охорони навколишнього середовища [1].

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентноздатних товарів і послуг. Об'єкти інноваційної діяльності зображено на рис. 1.



**Рис. 1. Основні об'єкти інноваційної діяльності [3]**

Інновація є новою для ринку, коли підприємство, що впровадило інновацію першим виводить її на свій ринок. Під ринком розуміють уявлення самого підприємства про ринок, де воно діє, і який може складатися з власне підприємства, що звітує та його конкурентів.

Інноваційна діяльність – це творча діяльність, її рушійною силою виступає людський капітал, а саме його інтелектуальна складова. За визначенням В. Коновалова, зростання економіки забезпечує «вільний мозок» [3]. Творче поєднання наукового знання, комерційної вигоди і розумної організації приводить до технологічних проривів, які створюють нові можливості для економічного зростання.

Але поки що цей бік інфраструктурного забезпечення не відповідає навіть сьогоденним потребам, не говорячи про перспективу.

Інноваційні процеси – сукупність прогресивних, якісно нових змін, що безперервно виникають у часі та просторі.

Характеристика окремих видів і груп нововведень:

1) технічні – виявляються у формі нових продуктів (виробів), технологій їх виготовлення, засобів виробництва (машин, устаткування, енергії, конструкційних матеріалів);

2) організаційні – охоплюють нові методи і форми організації всіх видів діяльності підприємства та інших ланок суспільного виробництва (організаційні структури управління сферами науки і виробництва, форми організації різних типів виробництва та колективної праці тощо);

3) економічні – методи господарського управління наукою і виробництвом з реалізацією функцій прогнозування та планування, фінансування, ціноутворення, мотивації і оплати праці, оцінки результатів діяльності;

4) соціальні – різні форми активізації людського чинника (професійна підготовка і підвищення кваліфікації персоналу; поліпшення умов праці; створення комфортних умов життя);

5) юридичні – нові та змінені закони, різні нормативно-правові документи, що визначають і регулюють усі види діяльності підприємств;

6) локальні – внутрішньовиробничі чи внутрішньо регіональні новини, які зумовлюють переважно еволюційні перетворення у сфері діяльності і тому не справляють особливо помітного впливу на ефективність функціонування та розвитку підприємств;

7) глобальні – великомасштабні (загальнодержавні, міжнародні) новини, що є у більшості своїй революційними, та які здатні кардинально підвищувати організаційно-технічний рівень виробництва [1].

Технічні новини зумовлюють передовсім відповідні організаційні нововведення, а останні потребують, як правило, певних змін в економічному механізмі діяльності підприємства.

Усі локальні й глобальні нововведення можуть забезпечувати максимально можливий прогресивний вплив на виробництво, якщо вони використовуються підприємствами постійно чи комплексно. Найбільший вплив на результативність господарювання справляють технічні й організаційні нововведення.

### *Список використаних джерел*

1. Алексеева К.І. Державні механізми стимулювання інноваційного розвитку / К.І. Алексеева // Економіка та держава. – 2009. – №3. – С. 74–76.

2. Джерела фінансування інноваційної діяльності – [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind\\_rik/ind\\_u/2002.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html)

3. Інноваційна активність промислових підприємств. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind\\_rik/ind\\_u/2002.html](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html)

*Науковий керівник: О.М. Зборовська, д-р екон. наук, доц.*

*Н.Д. Куц*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

Прагнення отримувати максимально можливий прибуток в умовах жорсткої обмеженості ресурсів спонукає підприємства до перегляду наявного виробничо-економічного потенціалу, переоцінки власних можливостей, пошуку додаткових резервів підвищення доходності своєї діяльності. Тому проблема кількісного вимірювання, якісної оцінки та оптимізації управління виробничим потенціалом привертає до себе підвищену увагу з боку представників усіх без винятку підприємницьких структур.

Ефективність використання виробничого потенціалу промислових підприємств значною мірою впливає як на стан економічного і соціального розвитку підприємства, так і держави в цілому, на її місце на світовій зовнішньоекономічній та політичній аренах.

Динамічність і нестабільність оточення є основною ознакою сучасного функціонування вітчизняних промислових підприємств, змушуючи їх не тільки вести постійний пошук прихованих власних резервів, а і докласти значних зусиль до збереження придатності своєї ресурсної бази.

Потенціал підприємства в загальному вигляді являє собою реальну, або ймовірну здатність підприємства виконувати цілеспрямовану роботу.

Виробничий потенціал це наявні та приховані можливості підприємства щодо залучення та використання факторів виробництва для випуску максимально можливого обсягу продукції (послуг). Під виробничим потенціалом розуміється той обсяг робіт у наведених одиницях виміру витрат праці (нормо-години), що може бути виконаний протягом певного періоду часу (наприклад року) основними виробничими робітниками на базі наявних виробничих фондів за умов їх максимального завантаження з дотриманням принципів оптимальної організації праці й виробництва.

Для нормального функціонування підприємства, необхідна наявність визначеного устаткування, транспорту, будівель і т. п. Основні виробничі фонди, що складаються з будинків, споруджень, машин, устаткування й інших засобів праці, що беруть участь у процесі виробництва, є самою го-

ловною основою діяльності фірми. Без їхньої наявності навряд чи змогло б підприємство розпочати свою діяльність.

У постіндустріальному суспільстві, для якого характерне перевищення цінності нематеріальних активів над матеріальними, загострюється проблема нарощування інноваційного потенціалу, пов'язаного передусім із застосуванням інноваційних технологій. Проте тотальне фізичне та моральне зношування виробничого устаткування переважної більшості українських промислових підприємств вражаюче суперечить невблаганним вимогам сьогодення.

Виправити такий стан можна за рахунок кардинального техніко-технологічного переозброєння промисловості, яке не можливе без додаткових інвестицій. Однак проблема розподілу капіталовкладень між основними компонентами виробничої бази також викликає значні ускладнення, особливо на великих підприємствах, через відсутність ефективних, зручних у використанні методик оптимального управління фінансовим і матеріальним потенціалом підприємств промисловості. Розробка таких методик потребує попереднього ретельного науково-теоретичного обґрунтування концепцій ефективного управління нагромадженням, споживанням і відтворенням виробничого потенціалу.

Підвищення ефективності використання основних засобів підприємств є одним з основних питань у період переходу до ринкових відносин. Від вирішення цієї проблеми залежить фінансовий стан підприємства, конкурентоспроможність його продукції на ринку.

Раціональне й ощадливе використання основних фондів підприємства є на сьогодні однією з найактуальніших задач, що стоять перед підприємством.

Одним із важливіших складових виробничого потенціалу є трудові ресурси. І основними завданнями аналізу трудових показників являється визначення:

1. Забезпеченість організації трудовими ресурсами, складу і структури персоналу, їх зміна, вплив зміни чисельності і структури працівників на об'єм робіт і рівень продуктивності праці;

2. Динаміка продуктивності праці, питомої ваги приросту робіт за рахунок продуктивності праці, впливу на виконання плану продуктивності праці інтенсивних і екстенсивних чинників, зокрема, використання робочого часу, вдосконалення організації і управління, а також міри виконання норм вироблення і впливу їх на рівень продуктивності праці;

3. Абсолютних і відносних відхилень від планового фонду заробітної плати, непродуктивних виплат, впливи їх на собівартість і продуктивність праці, співвідношень темпів зростання продуктивності праці і середньої заробітної плати.

Актуальність теми дослідження виробничого потенціалу досить висока, адже будучи основною ланкою народногосподарського комплексу,

підприємство концентрує в собі всі ресурси виробництва. Тут розгортаються головні економічні процеси, створюється і примножується народне багатство, формується національний дохід суспільства, забезпечується вирішення економічних і соціальних завдань, складаються виробничі і соціальні стосунки. У зв'язку з цим об'єктивна оцінка виробничих можливостей підприємств, а також параметрів і характеристик їх виробничого потенціалу мають велике значення, для ухвалення рішень. Таким чином, вивчення виробничого потенціалу, направлене на пошук доріг ефективнішого його використання, стає усе більш актуальним, а сама ця проблема набуває народногосподарської значущості.

*Науковий керівник: І.Г. Курінна, ст. викладач.*

**О.І. Мініна**

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ФУНКЦІОНАЛЬНО-ВАРТІСНИЙ АНАЛІЗ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА**

Сьогодні в економічно розвинених країнах практично кожне підприємство або компанія використовують методологію функціонально-вартісного аналізу як практичну частину системи менеджменту якості, що найбільш повно задовольняє принципам стандартів серії ISO 9000. Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) – метод системного дослідження функцій об'єкта з метою пошуку балансу між собівартістю і корисністю. Завданням ФВА є досягнення найвищих споживчих властивостей продукції при одночасному зниженні всіх видів виробничих витрат. Функціонально-вартісний аналіз, ґрунтуючись на виявленні всіх функцій досліджуваного об'єкта і співвіднесенні їх з його елементами (деталлями, вузлами, складальними одиницями), націлений на мінімізацію повної вартості виконання цих функцій. Для цього необхідно знати функціональну структуру об'єкта, вартість його окремих функцій та їх значимість. Вартість функцій включає витрати на матеріали, виготовлення, складання, транспортування і наступні обслуговування та утилізацію і т.п. Це коло визначається цілями завдання і життєвим циклом. Ефективні дії, спрямовані на суміщення виконання однією частиною виробу декількох функцій і на максимальну реалізацію принципу дослідно-конструкторських робіт, тобто функція виконується, а її носія немає. На практиці цьому відповідає те, якщо вартість нового об'єкта, який поєднує ряд функцій, буде менше сумарної вартості об'єктів, що виконували ці функції поєднано. Варто відзначити, що важливіше шукати непотрібні і неефективно працюючі



ючі частини виробу і відмовлятися від них, а не знижувати їх вартість [1, с. 30].

Для проведення аналізу необхідно знання не тільки вартості функцій, виконуваних досліджуваним виробом, але і вартість виконання аналогічних функцій іншими доступними деталями або вузлами. Можливе призначення вартості у вигляді порівняльних оцінок – відштовхуватися від вартості вихідної функції, прийнятої за одиницю. Однак не слід випускати з уваги і допоміжні функції, часто вирішальним чином визначають попит на виріб (наприклад, зовнішня привабливість, зручність експлуатації і т.п.). Це вказує на важливість знання не тільки вартості кожної функції, але і її цінності, значимості. Функціонально-вартісний аналіз це інструмент управління процесами, що вимірює вартість виконання послуги [2, с. 56]. Оцінка виконується як для функцій, що збільшують цінність послуги або продукту, так і з урахуванням додаткових функцій, які цієї цінності не змінюють. Якщо традиційні методи обчислюють витрати на деякий вид діяльності лише за категоріями витрат, то ФВА показує вартість виконання всіх етапів процесу. ФВА досліджує всі можливі функції з метою найбільш точно визначити витрати на надання послуг, а також забезпечити можливість модернізації процесів і підвищення продуктивності. Отже, чим більше буде функціональних параметрів, тим докладніше буде описана виробничий ланцюжок і, відповідно, точніше оцінена реальна вартість продукції.

#### *Список використаних джерел*

1. Гордашнікова О.Ю. Функціонально-вартісний аналіз якості продукції та управління маркетингом на підприємстві / О.Ю. Гордашнікова. – М.: Видавництво «Альфа-Прес», 2006.

2. Селезнева М.М. Фінансовий аналіз. Управління фінансами: учеб. посібн. для вузів. / М.М. Селезнева, А.Ф. Іонова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

*Науковий керівник: О.М. Зборовська, д-р екон. наук, доц.*

*Н.Г. Муштан*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ВИРОБНИЧИХ ФОНДІВ**

Матеріально-технічною основою процесу виробництва на будь-якому підприємстві є основні фонди.

У сучасних умовах господарювання підприємства повинні приділяти особливу увагу обліку основних засобів, так як в результаті зниження

об'єктів виробництва, падіння платоспроможного попиту населення та інших причин, різко знизилася ефективність використання основних засобів підприємства, і все це руйнівно позначається на виробництві в цілому.

Основні фонди – один з найважливіших чинників будь-якого процесу виробництва практично у всіх галузях народного господарства: промисловості, сільського господарства, будівництва, транспорту, торгівлі і т.д. Їх стан, структура, динаміка і ефективність використання прямо впливають на прибутковість господарюючого суб'єкта, рівень його рентабельності і фінансовий стан.

Основні фонди, що складаються з будівель, споруд, машин, устаткування та інших засобів праці, які беруть участь у процесі виробництва, є самою головною основою діяльності підприємства. Без їхньої наявності навряд чи могло що-небудь здійснитися.

Будь-яке підприємство повинно прагнути до підвищення ефективності використання своїх основних виробничих фондів. Це є запорукою збільшення вироблення продукції, що в кінцевому підсумку веде до збільшення доходів, а, отже, до підвищення рівня рентабельності. Тому проблема максимальної ефективності та вдосконалення основних фондів повинна стати однією з ключових для будь-якого підприємства (організації). Крім того при ефективному використанні основних фондів знижується потреба в них, що веде до економії, тобто мінімізації виробничих витрат, а це в свою чергу знову-таки впливає на підвищення рівня рентабельності.

Слід відзначити той факт, що в останні роки економічна ефективність використання основних фондів знизилася в цілому по країні. Це пов'язано, перш за все, зі скороченням виробництва валової продукції промисловості та сільського господарства. Основою для виявлення напрямків пошуку резервів підвищення ефективності використання основних засобів є конкретні недоліки в області їх використання, розкриття в процесі проведення фінансовими службами підприємств глибокого аналізу.

Для підвищення ефективності та вдосконалення використання основних засобів, потрібна розробка і реалізація цільових програм з інтенсифікації і розвитку виробництва. Наявна на більшості виробничих підприємств техніка, обладнання та інші фонди за всіма основними параметрами дуже низької якості і вже давно потребують модернізації.

Важливою умовою підвищення економічної ефективності використання основних засобів є удосконалення їхньої структури. Структура основних засобів виробничих підприємств визначається економічними і природними умовами, спеціалізацією, а також загальним рівнем розвитку матеріально-технічної бази. Дотримання певних пропорцій між елементами основних фондів, обумовлених їх роллю у виробництві – одне з основних умов ефективного функціонування підприємства.

Для підвищення ефективності використання основних фондів і зменшення ступеня їх зносу підприємство може використовувати такі шляхи:

- збільшення змінності роботи обладнання;
- збільшення ступеня використання потужності обладнання;
- підвищення кваліфікації користувачів;
- підвищення рівня організації догляду за фондами;
- своєчасне проведення капітального ремонту, а також планово-попереджувальних заходів;
- підвищення якості трудової дисципліни;
- оптимальний склад верстатного парку;
- забезпечення виробництва необхідною кількістю робітників;
- забезпеченість матеріалами та інвентарем і т.д.

Поліпшення використання основних фондів також залежить значною мірою від кваліфікації кадрів, особливо від майстерності робітників, що працюють і обслуговують машини, механізми, агрегати й інші види виробничого устаткування сучасного підприємства.

Творче і сумлінне відношення працівників до праці є важливою умовою поліпшення використання основних фондів.

Відомо, що від досконалості системи морального і матеріального стимулювання в значній мірі залежить рівень використання основних фондів, так у працівників повинен бути стимул працювати на цьому обладнанні і отримати нього якомога більше.

Будь-який комплекс заходів щодо вдосконалення використання основних фондів, розроблювальний у всіх ланках управління, повинен передбачати забезпечення зростання обсягів виробництва продукції, насамперед, за рахунок більш повного і ефективного використання внутрішньогосподарських резервів і шляхом більш повного використання машин і устаткування, ліквідації простоїв, скорочення термінів освоєння знову введених у дію потужностей, подальшої інтенсифікації виробничих процесів, тому як в умовах ринкової економіки тільки сильне підприємство з потужною технічною базою, сучасним обладнанням в змозі вижити.

Всі ці заходи допоможуть поліпшити ефективність використання основних виробничих фондів, сприятимуть зростанню виробництва продукції, отриманню більш високого прибутку

*Науковий керівник: О.М. Зборовська, д-р екон. наук, доц.*

*О.В. Нестеренко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ЯКІСНИЙ АНАЛІЗ ТА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Для будь-якого підприємства, що працює в ринкових умовах, найважливіша проблема – це проблема його виживання і забезпечення без-

упинного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні й реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі грамотно розробленої й ефективної стратегії розвитку підприємства.

Напрямок формування стратегії розвитку дозволяє визначити якісний аналіз підприємства. Якісний аналіз не дає числової характеристики явищ, що вивчаються, а тільки відповідає на питання, як досліджувати економічні процеси, визначає способи підходу до вивчення закономірностей. Якісні методи використовуються на початкових етапах кількісного дослідження: для формування мети і завдань дослідження, для словесного опису об'єкта, виділення проблемних зон організації. На заключному етапі економічного аналізу якісні методи дозволяють узагальнити, систематизувати накопичену аналітичну інформацію, проаналізувати її на якісному рівні, призвести порівняння, сформулювати висновки дослідження, дати рекомендації, які будуть основою для прийняття управлінських рішень. Якісні методи дозволяють на основі аналізу зробити якісні висновки про фінансовий стан підприємства, рівні його платоспроможності, про інвестиційний потенціал і кредитоспроможності організації [3].

Еволюція терміну «стратегія» відбувалась одночасно зі змінами зовнішнього середовища підприємства – посиленням нестабільності та загостренням конкуренції [4]. Отже, стратегія – це перспективний план розвитку підприємства, який створено у вигляді програми дій на досить довгий період часу і може при необхідності бути скоригованим, якщо відбулися зміни умов внутрішнього та зовнішнього середовища [1]. Головною сутнісною ознакою стратегії є цілеспрямованість. Її призначення полягає у побудові організації, здатної успішно працювати, долаючи непередбачені обставини, виклики конкуренції, внутрішні проблеми, здобувати все нові вигідні позиції на ринку. Стратегія підприємства повинна відповідати таким принципам: обґрунтованість; прозорість; легітимність; адекватність; підконтрольність; логічність [2].

Стратегія розвитку підприємства – це довгостроковий плановий документ, тобто це результат стратегічного планування. В свою чергу стратегічне планування – це процес здійснення цілей на певний період та напрямків діяльності підприємства [5]. Розробка стратегій підприємств – це досить складний і тривалий процес, враховуючи постійну переоцінку і періодичну перевірку вибраних цілей, аналізуючи при цьому стан середовища діяльності самого підприємства. Перш за все, стратегія формується та розробляється вищим керівництвом підприємства, а її безпосередня реалізація здійснюється за участю всіх рівнів управління.

Найбільш визначальним та суттєвим рішенням при стратегічному плануванні є вибір цілей діяльності підприємства. Існує система стратегічних цілей, яка має певні вимоги до себе. Система стратегічних цілей: має бути багаторівневою – це означає, що повинна бути визначена го-

ловна ціль та ряд підрядних цілей; неоднорідною за періодом часу; різноманітною за змістом або предметом відображення, нерівнозначною за об'єктом характеристики. Основне завдання, тобто загальну ціль підприємства прийнято називати місією підприємства. Вибір місії залежить від зовнішнього середовища та чинників існування конкретного підприємства. На основі загальної місії підприємства формулюються його стратегічні цілі. Від їх характеру буде залежати реальність та ефективність вибраної стратегії підприємства. Якщо стратегічні цілі будуть конкретними, вимірюваними, чітко орієнтовани в часі, досяжними, збалансованими, взаємо підтримуючими та ресурсно забезпеченими, то і стратегія підприємства буде визначена правильно та ефективно. Добре продумана, правильно сформульована стратегія окреслює найраціональніший шлях, найпродуктивніші способи досягнення мети, забезпечує підприємству вибір перспективних видів діяльності, високий попит на його продукцію (послуги), вигідну, нерідко унікальну позицію на ринку [2].

Основними етапами стратегічного планування на підприємстві є: визначення місії підприємства; формулювання стратегічних цілей; аналіз зовнішнього середовища та оцінка актуальності і реальності діяльності підприємства; аналіз потенціалу підприємства, перспектив його розвитку; вибір генеральної стратегії; аналіз стратегічних цілей; розробка функціональних та ресурсних стратегій; впровадження, контроль та оцінка результатів вибраної стратегії. Після визначення місії підприємства починається діагностичний етап стратегічного планування. Першим і найбільш важливим кроком при цьому є вивчення зовнішнього середовища діяльності підприємства.

Аналіз зовнішнього середовища – це процес безперервного спостереження, вивчення та контролю дії зовнішніх чинників по відношенню до підприємства для того, щоб своєчасно і якомога конкретніше визначити позитивну та негативну дію зовнішніх чинників, якими є політичні, економічні, науково-технічні, соціальні, міжнародні і т.п. Слід відмітити, що при розробці та здійсненні стратегії значне місце посідає аналіз ринкових чинників, які безпосередньо впливають на діяльність підприємства, тобто розглядають попит, пропозицію, кон'юнктуру та рівень конкуренції за певною системою показників. Стратегія складається з багатьох конкурентоспроможних дій та підходів, від яких залежить успішне управління підприємством. Менеджери (керівники) розробляють стратегії для того, щоб визначити, в якому напрямі буде розвиватися підприємство і як воно буде діяти.

Зробимо висновок, що майбутня конкурентоспроможність підприємств багато в чому залежить від правильно виробленої ними стратегії розвитку. Якщо виходити з того, що розвиток підприємства є результатом реалізації стратегії, то розробці стратегії має передувати аналіз можливих форм його розвитку. Це дасть змогу правильно скласти алгоритм роз-

витку. Таким чином, реалізація стратегії може забезпечити постійне посилення економічної потужності підприємства, підвищення конкурентоспроможності вироблених ним товарів і надаваних послуг.

### *Список використаних джерел*

1. Макарова Н.С. Стратегія підприємства / Н.С Макарова. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський університет Альфреда Нобеля, 2011. – 100 с.
2. Клівець П.Г. Стратегія підприємства / П.Г. Клівець. – К.: Академ-видав, 2007. – 320 с.
3. Новопашина Е.А. Экономический анализ: учеб. пособ. / Е.А. Новопашина. – СПб., 2011. – 192 с.
4. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: підруч. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
5. Петров А.Н. Стратегическое планирование развития предприятия: учеб. пособ. / А.Н. Петров – СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1993.

*Л.П. Нетовкана*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Виділяються різні види стійкості підприємства, об'єднанні за характерними ознаками.

За функціональною спрямованістю досліджуються такі види стійкості підприємства:

– економічна – забезпечення рентабельної виробничої і збутової діяльності на основі адаптації до постійних внутрішніх і зовнішніх змін, при безперервному вдосконаленні. Економічна стійкість – це комплексний показник, який складається з таких видів стійкості, як виробнича, технологічна, організаційна тощо, оскільки економіка підприємства тісно пов'язана з виробничим та іншими процесами діяльності;

– соціальна, яка передбачає стійкість кадрового складу підприємства, що базується на мотивації персоналу, наявності соціальної захищеності, поліпшенні умов праці. Соціальну стійкість нерідко ототожнюють з кадровою;

– організаційна характеризується рівнем організації виробництва, управління персоналом, внутрішніх ресурсів, зовнішніх відносин підприємства з суб'єктами господарювання;

– техніко-технологічна залежить від техніки, яка використовується, її продуктивності, відповідності новітнім розробкам, енергомісткості та здатності впроваджувати прогресивні технології виробництва для забезпечення конкурентних переваг;

– маркетингова розглядається як сукупність маркетингових стратегій, націлених на отримання інформації щодо попиту на продукцію, ринкових змін, ефективності рекламної діяльності, реагування на маркетингові ризики;

– екологічна – визначає мінімізацію забруднення підприємством природного середовища у процесі господарської діяльності на основі використання ресурсів енергозберігаючих технологій, фільтрів для очищення повітря, води, реагування на екологічні ризики;

– ресурсна включає задачі раціонального використання матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних, природних та інших ресурсів підприємства в умовах їх обмеженості;

– інноваційна характеризується необхідністю впровадження у виробництво досягнень науки і техніки, нововведень, проведення науково-дослідних і конструкторських робіт;

– зовнішньоекономічна передбачає наявність постійних зв'язків на зовнішніх ринках, що забезпечують експорт продукції, залучення інвестиційних ресурсів, імпорт матеріалів, обладнання.

Під економічною стійкістю розглядають комплекс властивостей організаційної, інноваційної, логічної, виробничої, фінансово-кредитної діяльності з урахуванням їх взаємодії і взаємовпливу, а також кількість продукції, що випускається, її новаторські властивості, науково-технічну розвиненість матеріальної бази, стабільність системи ресурсного забезпечення діяльності, розвиненість кадрового та інтелектуального потенціалів, наявність інноваційного менеджменту. Оцінити такий доволі складний показник можна на основі відомих структурних складових економічної стійкості: фінансової, виробничої, кадрової, маркетингової і інвестиційної. Даний підхід враховує широку низку показників в процесі оцінки економічної стійкості, але на основі її кількісного виразу важко аналізувати діяльність підприємства. Це пов'язано з тим, що складові цього індикатора мають різні одиниці вимірювання і різні розмірності, тому для отримання кількісних інтерпретацій цього показника необхідно продовжувати дослідження.

Доцільно визначати економічну стійкість підприємства за допомогою згрупованих показників у блоки зовнішніх, фінансово-економічних, виробничо-економічних параметрів і організаційно-економічних цілей підприємства, що дозволяє більш детально розкрити механізм оцінки організаційної складової досліджуваного явища.

Науковці виділяють наступні типи економічної стійкості: статична, динамічна, структурна і результуюча стійкість траєкторії; стійкість за початковим положенням; стійкість інваріантної множини; стійкість аттрактора або асимптотична стійкість тощо. Наука містить велику кількість формалізацій визначення «стійкості», які залежать від специфіки конкретної системи, та вводяться при аналізі поведінки системи.

Стійкість функціонування повинна розглядатися як стан, при якому підприємство не знаходиться поблизу границь адаптивності, а погроза втрати його стійкості наростає в міру наближення показників діяльності до граничної зони. Для забезпечення стійкого розвитку підприємства необхідно забезпечити стійке економічне зростання, яке представляє собою здатність господарюючого суб'єкта нарощувати обсяги виробництва і реалізації продукції за умови підвищення ефективності використання наявних ресурсів і зменшення ступеня впливу зовнішніх факторів на умови і параметри діяльності з дотриманням принципів ефективності діяльності. В свою чергу, стійке економічне зростання також повинно визначатися певним набором чинників і умов, за яких ці чинники сприятимуть досягненню цілей підприємства в напрямку стійкого економічного розвитку.

*Науковий керівник: В.П. Валіков, канд. екон. наук, доц.*

*С.И. Пак*

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Повышение эффективности использования основных фондов на предприятиях является важной проблемой в современных условиях развития экономики. В Украине развитие рыночных отношений повышает уровень ответственности субъектов хозяйствования по результатам своей деятельности. Поэтому актуальной проблемой является определение эффективности использования основных средств производства с учетом оценки их технического состояния, использования и выявления резервов их повышения, а также выявление наиболее важных факторов, влияющих на изменение уровня использования основных фондов субъектами хозяйствования.

Эффективность деятельности любого предприятия зависит от определенных факторов. В последние годы увеличилось значение вещественных факторов производства – основных фондов. Проблема их сохранения, переоснащение для дальнейшей работы на предприятии. Увеличение объема производства происходит благодаря эффективному использованию основных фондов. Итак, проблема эффективности становится на первый план в процессе изучения и исследования работы предприятий. От решения этой проблемы зависит финансовое состояние предприятия, конкурентоспособность его продукции на рынке.



Любой производственный процесс может осуществляться только с помощью определенных машин, оборудования, которые располагаются в определенных помещениях. Материальной основой этого процесса выступают, прежде всего, средства труда, которые характеризуют технический и экономический уровень развития общества и выступают необходимым элементом производства, обращения и услуг. На предприятиях совокупность применяемых средств труда приобретает экономической формы основных производственных средств. Основные фонды – одна из важнейших частей и средств производства.

Эффективность основных фондов – результат в виде полученного эффекта, соотносится с затраченными ресурсами. Повышение эффективности заключается в достижении наибольших результатов при соответствующем уровне развития производительных сил по сравнению с затратами труда, использованными на создание общественного продукта.

Наряду с техническими и организационными факторами важную роль в повышении эффективности использования основных средств должны играть факторы материального стимулирования работников предприятий.

Также улучшить использование основных фондов и производственных мощностей на предприятиях можно благодаря: повышению использования производственных мощностей и основных фондов в интенсивности; повышению их нагрузки в экстенсивности; соблюдению пропорциональности и сменности в работе основных фондов (оборудования); активно выполненном процесса контроля.

Итак, на сегодняшний день наблюдается множество проблем использования основных средств предприятий, а повышение эффективности их использования имеет огромное значение. Поэтому, чтобы использование основных фондов было действительно экономически выгодным и эффективным, необходимо следить за его техническим состоянием; привлекать специалистов при проведении сложных ремонтов, изучать рынки производства привлекать специалистов маркетингового отдела; повышать уровень специализации производства; устранять простой; модернизировать оборудование; улучшать состав, структуру и состояние основных фондов предприятия, совершенствовать планирование, управление и организацию труда и производства; снижать фондоемкость; повышать фондоотдачу и производительность труда на предприятии.

#### ***Список использованных источников***

1. Экономика предприятия: учебник / И.М. Петрович. – М.: Магнolia, 2010.

***Научный руководитель: В.П. Валиков, канд. экон. наук, доц.***

## **ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Відомо, що економічна система держави, як матеріальна основа національної безпеки, складається із сотень тисяч господарюючих суб'єктів. Успішне та ефективне вирішення завдань, що стоять перед економікою держави, значною мірою залежить від результативної діяльності підприємств усіх форм власності.

Якщо національна економіка спирається на потужну виробничу базу, на міцні, високорозвинені виробничі структури, які спроможні успішно добиватися поставлених ринкових цілей, то і вся сукупність економічних потреб суспільства буде задовольнятися своєчасно та в повному обсязі.

В умовах формування нової економічної системи в Україні, підприємства, що функціонують у різних організаційно-правових формах, організують свою діяльність в умовах невизначеності, непередбаченості дій партнерів і держави. Глибока економічна криза породила велику кількість небезпек і загроз молодому українському бізнесу.

Крім того, на умови розвитку підприємництва суттєво впливають і такі чинники, як нестабільна політична і соціально-економічна ситуація в країні, недосконалість і часта зміна комерційного законодавства, криміналізація суспільства, корупція тощо.

Все це та інше різко актуалізувало проблему забезпечення економічної безпеки підприємства. В Україні розробка теорії економічної безпеки господарюючих суб'єктів перебуває лише на початковому етапі.

Переважаючі забезпечення економічної безпеки підприємництва зводиться до захисту від різного роду економічних правопорушень (крадіжки, рекет, фальсифікація документів, недобросовісна конкуренція, хакерство тощо).

Наше розуміння економічної безпеки підприємства дозволяє показати, що підприємство, перебуваючи в умовах невизначеності, систематичних змін правил гри повинно приймати ризиковані рішення, добиватися попередження, послаблення або захисту від існуючих та прогнозованих небезпек і загроз, а також досягати головної мети бізнесу. У таких важких умовах корпоративні ресурси підприємства (капітал, земля, інформація, інтелектуальна власність тощо) використовуються не тільки для запобігання загрозам, а перш за все для досягнення мети бізнесової діяльності.

Виявлення, попередження небезпек і загроз, використання корпоративних ресурсів у непередбачуваних ситуаціях для недопущення критичних збитків, прийняття ризикованих рішень, боротьба з конкурентами – це і є шлях до досягнення стратегічних цілей підприємницької діяльності, забезпечення інтенсивного розвитку підприємства, його еконо-

мічної незалежності. Ось чому, на нашу думку, економічна безпека підприємства – це такий стан господарюючого суб'єкта, коли він, ефективно використовуючи корпоративні ресурси, досягає попередження, послаблення або захисту від існуючих небезпек та загроз чи інших непередбачених обставин.

В умовах ринкових відносин підприємства є економічно самостійними. Вони повинні визначати свою економічну політику, формувати портфель замовлень, організовувати як виробництво, так і збут продукції (послуг) і повністю відповідати за результати господарської діяльності.

Усе це, безумовно, актуалізує проблему створення власної системи економічної безпеки. Для надання характеристики системи безпеки підприємства, на нашу думку, необхідно визначитися з деякими важливими методологічними аспектами.

По-перше, система безпеки підприємства не може бути типовою, вона є унікальною на кожному підприємстві і залежить від багатьох внутрішніх чинників.

По-друге, система безпеки підприємства є відносно ізольованою, адже воно функціонує як структурний елемент населеного пункту, регіону і країни в цілому.

По-третє, система безпеки підприємства є комплексною. Вона має забезпечити безпеку економічну, кадрову, екологічну, інформаційну, науково-технічну, пожежну, фізичну тощо. А тому до її складу повинні входити відповідні органи, сили та ресурси.

Формування системи безпеки підприємства та організація її успішного функціонування має здійснюватися на методологічній основі наукової теорії безпеки. Це дозволить визначити ціль системи безпеки; сформулювати завдання, реалізація яких дозволить досягти поставленої цілі; затвердити основні функції системи. Виходячи з наведеного вище, цілком системі безпеки слід вважати своєчасне виявлення внутрішніх і зовнішніх небезпек і загроз, забезпечення захищеності умов фінансово-господарської діяльності підприємства та досягнення ним мети бізнесу.

Досягнення такої цілі повинно передбачати реалізацію певного переліку завдань. Серед них найважливішими є:

- виявлення реальних і прогнозування потенційних небезпек і загроз;
- пошук способів їх попередження, послаблення та ліквідації наслідків їх впливу;
- виділення ресурсів, необхідних для забезпечення безпеки підприємства;
- організація взаємодії з правоохоронними органами з метою захисту законних інтересів підприємства;
- формування власної служби безпеки, адекватної небезпекам і загрозам тощо.

З метою ефективного виконання визначених завдань, власник (власники) підприємства повинен передбачити пакет функцій системи безпеки підприємства та підприємницького ризику.

До найбільш вагомих з них необхідно віднести: прогнозування, виявлення, попередження, послаблення небезпек і загроз, планування і забезпечення захищеності умов функціонування підприємства та його персоналу, формування ефективного конкурентного середовища, безпечних інформаційних систем, збереження майна та комерційної таємниці, ліквідація наслідків впливу деструктивних сил тощо.

Ефективність системи безпеки підприємства значною мірою залежить від дотримання ним принципів, сформульованих наукою та господарською практикою. Називаємо лише найбільш суттєві: законність, комплексність, плановість, неперервність, своєчасність, економність, компетентність, конфіденційність тощо.

Система безпеки підприємства формується відповідно до визначеної політики фінансово-господарської діяльності та стратегії безпеки.

### *Список використаних джерел*

1. Мунтіян В.І. Економічна безпека України: монографія / В.І. Мунтіян. – К.: КВІЦ, 1999.
2. Основы экономической безопасности (государство, регион, предприятие, личность) / под ред. Е.А. Олейникова. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997.
3. Стратегия бизнеса: справочник / С.А. Айвазян, О.Я. Балкинд, Т.Д. Боснина и др.; под ред. Г.Б. Клейнера. – М.: КОНСЭКО, 1998.
4. Андрощук Г.А. Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны: монография / Г.А. Андрощук, П.П. Крайнев. – К.: Издательский дом «ИнЮре», 2000.

*Науковий керівник: Н.І. Климович, ст. викладач.*

*Н.Л. Різун*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ**

Основним показником, що характеризує рівень витрат на виробництво продукції та результати виробничо-господарської діяльності підприємства і його структурних підрозділів є собівартість продукції, яка охоплює всі сфери діяльності підприємства. Собівартість продукції є важливим узагальнюючим показником, який характеризує ефективність роботи підприємства. Чим краще працює підприємство, чим економніше воно

використовує власні ресурси, чим успішніше удосконалює свою техніку, тим нижчою буде собівартість виготовленої продукції. Зниження витрат виробництва та собівартості продукції є однією з основних умов зростання прибутку підприємства, підвищення рентабельності та ефективності його роботи.

Собівартість продукції є економічною категорією, яка пов'язана з існуванням самостійних суб'єктів, що хазяюють, в умовах товарно-грошових відносин і показує, у що підприємству обходиться виробництво і збут продукції. При цьому собівартість є категорією простого відтворення, оскільки, постійно відшкодовуючи в ціні продукції, вона дозволяє підприємству відновляти випуск у незмінному масштабі.

В даний час при аналізі фактичної собівартості продукції, що випускається, при виявленні резервів і економічного ефекту від її зниження використовується розрахунок по економічних факторах. Економічні фактори найбільш повно охоплюють всі елементи процесу виробництва – засоби, предмети праці і саму працю. Вони відбивають основні напрямки роботи колективів підприємств по зниженню собівартості: підвищення продуктивності праці, упровадження передової техніки і технології, краще використання устаткування, здешевлення заготівлі і краще використання предметів праці, скорочення адміністративно-управлінських і інших накладних витрат, скорочення браку та ліквідація непродуктивних витрат і втрат.

Зниження собівартості може відбутися в результаті:

- зміни в організації виробництва, формах і методах праці при розвитку спеціалізації виробництва;
- удосконалюванні керування виробництвом і скорочення витрат на нього;
- поліпшенні використання основних фондів;
- впровадження інновацій;
- поліпшенні матеріально-технічного постачання;
- скорочення транспортних витрат;
- інших факторів, що підвищують рівень організації виробництва.

При одночасному удосконалюванні техніки й організації виробництва необхідно установити економію по кожному фактору окремо і включити у відповідні групи. Якщо такий поділ зробити важко, то економія може бути розрахована виходячи з цільового характеру заходів або по групах факторів.

Головну мету інноваційної діяльності підприємств або організацій можна позначити як одержання певного числа інновацій у вигляді нової продукції, технології, сировини, методів організації й керування й т.д., що володіють певними (відповідним вимогам підприємства) характеристиками. Очевидно, що головна мета підприємства і його головна мета в інноваційній діяльності не є тотожними. Разом з тим, інноваційна діяльність відіграє вирішальну роль у максимізації прибутку підприємства.

Причиною подібного протиріччя є те, що підприємство як відкрита система забезпечує досягнення своєї внутрішньої мети – одержання прибутку за рахунок додання результатам своєї діяльності у вигляді продуктів (товарів) характеристик, що відповідають вимогам зовнішнього середовища підприємства як з боку споживачів, так і держави.

У цьому випадку інновації як результат інноваційної діяльності, з одного боку, повинні бути орієнтовані на краще, більше задоволення запитів споживачів, а з іншого боку – на одержання певного економічного ефекту у вигляді прибутку для підприємств, що ініціюють їхню розробку й впровадження.

*Науковий керівник: І.Г. Курінна, ст. викладач.*

*В.В. Рудень*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **КЛАСИФІКАЦІЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ**

Ефективне використання фінансових ресурсів визначається їх оборотністю. Термін «оборотний капітал» (або в практиці роботи українських підприємств «оборотні кошти») характеризує поточні активи підприємства.

У практиці планування, обліку та аналізу оборотний капітал класифікується за наступними ознаками.

За функціональним призначенням у процесі виробництва: оборотні фонди та фонди обігу.

До оборотних фондів відносять виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів.

Фонди обігу – це готова продукція, товари, гроші (кошти) та їх еквіваленти, розрахунки з підприємствами та організаціями.

Такий поділ оборотного капіталу необхідний для окремого аналізу часу перебування оборотного капіталу в процесі виробництва та обігу.

За практикою контролю, планування та управління: нормовані та ненормовані оборотні кошти.

На підприємстві можуть бути встановлені норми на виробничі запаси, готову продукцію, товари.

За джерелом формування оборотного капіталу: власний і позичковий оборотний капітал.

Величина власного оборотного капіталу визначається як різниця між 2-м розділом активу балансу «Оборотні активи» і 4-м розділом пасиву «Поточні зобов'язання».

Позиковий оборотний капітал формується у формі банківських кредитів, а також кредиторської заборгованості.

За ліквідністю (швидкістю перетворення на гроші): найбільш ліквідні активи, активи, що швидко реалізуються, активи, що реалізуються повільно, активи, що реалізуються важко.

За рівнем ризику вкладення капіталу: оборотний капітал з мінімальним, невеликим, середнім та високим ризиком вкладення.

Оборотний капітал з мінімальним ризиком вкладення – це кошти, короткострокові фінансові вкладення. Оборотний капітал з невеликим ризиком – дебіторська заборгованість (крім сумнівної), виробничі запаси (крім залежалих), залишки готової продукції і товарів (крім тих, що не користуються попитом). Оборотний капітал із середнім ризиком – МШП, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів. Оборотний капітал з високим ризиком – сумнівна дебіторська заборгованість, залежали виробничі запаси, готова продукція і товари, що не користуються попитом.

За матеріально-майновим станом: предмети праці (сировина, матеріали, паливо тощо), готова продукція, товари, гроші (кошти) і кошти в розрахунку.

Основні джерела формування оборотних коштів:

Власні джерела, які включають: статутний капітал, пайовий капітал, додатковий капітал, що вкладається, інший додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток, цільове фінансування.

Позичкові кошти, до яких можна віднести довгострокові кредити банків, інші довгострокові фінансові зобов'язання, короткострокові кредити банків, поточну заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями.

Відомо, що через низку цілком об'єктивних причин (інфляція, зростання обсягів виробництва) у підприємства завжди виникає додаткова потреба в оборотних коштах. Тому підприємство використовує позичкові кошти: банківські та комерційні кредити, облігаційні позики. Поряд із банківськими кредитами джерелами фінансування оборотних коштів можуть бути також комерційні кредити інших підприємств і організацій, котрі оформляються як позики, векселі, товарні кредити, авансові платежі.

Підприємства користуються також і інвестиційними податковими кредитами, тобто тимчасово відстроченими податковими зобов'язаннями. Для одержання інвестиційного податкового кредиту підприємство укладає договір з податковою адміністрацією.

Фінансовий стан підприємства залежить від того, наскільки швидко кошти, вкладені в активи, перетворюються на реальні гроші. Найважливіші показники господарської діяльності підприємства – прибуток і обсяг реалізованої продукції – безпосередньо залежать від швидкості обертання оборотних коштів.

### *Список використаних джерел*

1. Гульмурадов М. Эффективность производства / М. Гульмурадов // Проблемы економіки. – 2007. – №4. – С. 14 – 17.
2. Долгоруков Ю.А. Управління ефективністю використання обігових коштів у промисловості / Ю.А. Долгоруков, Н.І. Редіна // Фінанси України. – 2005. – №11. – С. 103 – 109.
3. Зборовская О.М. Особенности оценки оборотного капитала промышленных предприятий Украины / О.М. Зборовская // Академічний огляд. – 2006. – №1. – С. 79 – 83.

*Науковий керівник: Н.О. Волошко, канд. екон. наук, доц.*

*А.В. Ружанский*

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

### **АУДИТ КАК ВИД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Существует множество определений аудита – одни из них закреплены в официальных нормативных документах, как международных, так и национальных, другие определения даются специалистами в области аудита.

Под аудитом бухгалтерской отчетности понимается независимая проверка, осуществляемая аудиторской организацией и имеющая своим результатом выражение мнения аудиторской организации о степени достоверности бухгалтерской отчетности экономического субъекта.

На макроэкономическом уровне аудит является элементом рыночной инфраструктуры, необходимость функционирования которого определяется следующими обстоятельствами:

а) бухгалтерская отчетность используется для принятия решений ее заинтересованными пользователями, в том числе руководством, участниками и собственниками имущества экономического субъекта, реальными и потенциальными инвесторами, работниками и заказчиками, органами власти и общественностью в целом;

б) бухгалтерская отчетность может быть подвержена искажениям в силу ряда факторов, в частности применения оценочных значений и возможности неоднозначной интерпретации фактов хозяйственной жизни; помимо этого, достоверность бухгалтерской отчетности не обеспечивается автоматически ввиду возможной пристрастности ее составителей;

в) степень достоверности бухгалтерской отчетности, как правило, не может быть самостоятельно оценена большинством заинтересованных пользователей из-за затрудненности доступа к учетной и прочей инфор-



мации, а также многочисленности и сложности хозяйственных операций, отражаемых в бухгалтерской отчетности экономических субъектов.

Аудитор вправе осуществлять аудиторскую деятельность в качестве работника аудиторской организации или в качестве лица, привлекаемого аудиторской организацией к работе на основании гражданско-правового договора, либо в качестве индивидуального предпринимателя, осуществляющего свою деятельность без образования юридического лица.

Индивидуальный аудитор вправе осуществлять аудиторскую деятельность, а также оказывать сопутствующие аудиту услуги. Индивидуальный аудитор не вправе осуществлять иные виды предпринимательской деятельности.

У многих предпринимателей возникает вопрос. Не является ли аудит способом подмены ревизионной деятельности, проводимой на предприятиях в прежние годы, адаптированным применительно к сегодняшним условиям рыночной экономики. Однако отождествление аудита с обычной ревизией производственно-финансовой деятельности неправомерно и свидетельствует о недостаточном знании этого многоаспектного вида предпринимательской деятельности.

Отвечая на поставленный вопрос, прежде всего следует отметить, что аудиторская проверка чаще всего обусловлена иным целевым назначением, чем ревизия, или, скажем, судебно-бухгалтерская экспертиза. Необходимость проведения аудиторских проверок в большей степени определяется интересами самой предпринимательской деятельности, так как аудиторские проверки служат интересам добросовестного предпринимательства и в определенной степени являются гарантом честного бизнеса.

То условие, что в странах с развитой рыночной экономикой в деловом мире никто не будет иметь дело с предпринимателями, чьи отчетные данные не подтверждены независимым аудиторским заключением, следует взять на вооружение российским предпринимателям во избежание фактов недобросовестного предпринимательства, имеющих место в практике российского бизнеса. Определяя аудит как независимую финансовую и бухгалтерскую проверку, все же следует отметить, что аудит имеет более широкое назначение.

**Аудиторская организация** – это коммерческая организация, осуществляющая аудиторские проверки и оказывающая сопутствующие аудиту услуги.

Аудит – это независимое рассмотрение специально назначенным аудитором финансовых отчетов предприятия и выражение мнения о них при соблюдении правил, установленных законом.

Аудиторская деятельность, аудит – это предпринимательская деятельность по независимой проверке бухгалтерского учета и финансовой

(бухгалтерской) отчетности организаций и индивидуальных предпринимателей. Законодатель, давая четкое определение аудиторской деятельности, аудиту, рассматривает их как тождественные категории.

Цель аудита – выражение мнения о достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности аудируемых лиц.

Перечень сопутствующих аудиту услуг: экономическое, финансовое и бухгалтерское консультирование; автоматизация бухгалтерского учета и внутренних информационных технологий; управленческое консультирование, в том числе связанное с реструктуризацией организаций; разработка и анализ инвестиционных проектов; составление бизнес-планов; проведение маркетинговых исследований; проведение научно-исследовательских и экспериментальных работ в области, связанной с аудиторской деятельностью.

Законодательное закрепление частной собственности и создание хозяйственных обществ и товариществ, уставный капитал которых формировался из вкладов коммерческих организаций и (или) физических лиц, обусловили необходимость разработки системы контроля за их финансово-хозяйственной деятельностью. Функцию такого независимого контроля за финансово-хозяйственной деятельностью частных компаний и взял на себя аудит.

Выделяют обязательный и инициативный аудит.

**Обязательный аудит** – обязательная ежегодная проверка ведения бухгалтерского учета и финансовой (бухгалтерской) отчетности организации или индивидуального предпринимателя. Обязательный аудит осуществляется в отношении: 1) открытых акционерных обществ; 2) кредитных, страховых организаций или общественно взаимного страхования, товарных или фондовых бирж, инвестиционных фондов, государственных внебюджетных фондов.

Инициативный аудит – проверка ведения бухгалтерского учета и финансовой (бухгалтерской) отчетности, проводимая по собственной инициативе организации или индивидуального предпринимателя.

Внутренним аудитом является независимая деятельность в организации по проверке и оценке ее работы в собственных интересах.

Внутренний аудит имеет следующие особенности: проводится внутри организации ее служащими (аудиторами); организуется по желанию руководства фирмы; информация, рассматриваемая в качестве результата внутреннего аудита, как правило, предназначена для удовлетворения потребностей управленческого персонала; затраты на проведение внутреннего аудита берет на себя фирма.

*Научный руководитель: С.В. Дубинский, канд. экон. наук, доц.*

## **СУТНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Планування господарської діяльності – це процес формування цілей, визначення пріоритетів, засобів, методів їх досягнення для будь-якої діяльності особи, направленої на отримання доходу у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах у випадку, коли безпосередня участь цієї особи в організації такої діяльності є регулярною, постійною та суттєвою [1, с. 12].

Планування зосереджене на найвищому рівні управління та має за мету визначення тенденцій розвитку різних сторін діяльності підприємства, розрахунок та вибір найбільш сприятливих умов його діяльності. Відмінною рисою планування є гнучкість, обумовлена рухливістю планових об'єктів, тобто періодів часу, на які обирається перспективна політика. Плановий об'єкт залежить від масштабів підприємства, його розмірів [1, с. 12].

Головне завдання планування – розробка стратегії, структури, обсягів та напрямків капітальних вкладень, виходячи з кінцевих фінансових та ринкових цілей підприємства. Зміст планування полягає в тому, щоб підвищити обґрунтованість інвестицій, виробничо-збутових та науково-технічних рішень на базі застосування методів аналізу ринку. Планування в умовах ринку націлене не просто на збільшення обсягу виробництва та покращення якості продукції, а на вивченні запитів та потреб конкретної групи споживачів [2, с. 20].

Незалежно від умов господарювання планування є необхідним для забезпечення ефективної діяльності підприємства, оскільки в динамічному зовнішньому середовищі виникає потреба у використанні концепції планування, яка дозволяє формувати адаптивний механізм підприємства до мінливого ринку [2, с. 22].

Планування на рівні підприємства при адміністративно-командній системі управління не здійснювалося з причини відсутності необхідності в ньому за умов відносно стабільного зовнішнього оточення підприємств [2, с. 22].

Про об'єктивну необхідність широкого впровадження планування на підприємствах свідчать такі дані: серед керівників підприємств в регіонах з різним рівнем економічного розвитку було проведення опитування щодо використання стратегічного планування на підлеглих об'єктах і виявилось, що 50 – 64,3% респондентів надає велике значення системі планування і контролю [3, с. 34].

Планування об'єднує структурні підрозділи підприємства спільною метою, надає всім процесам однонаправленості і скоординованості, що дає змогу найбільш повно й ефективно використовувати наявні ресурси,

комплексно, якісно та своєчасно вирішувати різноманітні завдання управління [3, с. 35].

За нових умов господарювання й переходу до ринкового регулювання підприємство самостійно здійснює весь комплекс планової роботи. Надання самостійності підприємству означає не тільки відмову від повної регламентації «зверху» всієї його діяльності і надання підприємству широких прав щодо визначення та реалізації виробничої програми, шляхів розвитку виробництва, мотивації праці, а й усвідомлення важливості безперервного вивчення ринку та готовності нести відповідальність за кінцеві результати господарювання. Усе це має відбитися в планах діяльності підприємства. Відкрита система підприємства як його нова якість за ринкових умов і пряма залежність від взаємодії попиту та пропонування зумовлюють необхідність створення системи планування та управління підприємством, здатної швидко й ефективно реагувати на ринкові потреби [4, с. 25].

План підприємства, що враховує роботу людей і рух ресурсів (матеріальних і фінансових), має силу наказу для зазначених у ньому осіб і структурних одиниць [4, с. 31].

Планування – це спосіб досягнення мети на основі збалансованості і послідовності виконання усіх виробничих операцій. Це необхідна умова своєчасної підготовки сировини, матеріалів, що комплектують виробів, інструмента, устаткування для виготовлення кінцевої продукції і створення запасів [4, с. 20].

#### *Список використаних джерел*

1. Власов В.Ф. Економіка підприємства: підруч. / В.Ф. Власов. – К., 2002. – С. 186.
2. Куць Т.В. Про оцінку конкурентоспроможності продукції: підруч. / Т.В. Куць. – К., 2005. – С. 60.
3. Ліпсиць І.В. Бізнес-план машинобудівництво: підруч. / І.В. Ліпсиць. – К., 2007. – С. 80.
4. Орехов Н.А. Оцінка конкурентоспроможності промислової продукції: підруч. / Н.А. Орехов, Н.В. Лаврухіна. – К., 2005. – С. 90.

*Науковий керівник: О.М. Зборовська, д-р екон. наук, доц.*

*Ю.О. Шевчук*

*Одеський національний політехнічний університет*

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДІАГНОСТИКИ І ОЦІНКИ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Стратегічним завданням, що стоїть перед економікою держави і її галузями, є радикальне підвищення його ефективності, продуктивності праці – найважливішої умови підвищення життєвого рівня населення.

Успішне рішення цієї стратегічної задачі багато в чому залежить від мобілізації виробничого потенціалу всіх ланок народного господарства.

Виробничий потенціал підприємств є основою їх розвитку, а поліпшення його використання і подальше нарощування – важливіший інструмент виведення підприємств з кризи, підвищення ефективності їх функціонування і конкурентоспроможності. Побудова ефективних, адаптованих для швидко змінного ринкового середовища систем управління підприємствами неможлива без комплексного і системного дослідження їх виробничого потенціалу [1].

Життєдіяльність підприємства, як економічної системи, багато в чому визначається наявністю і використанням власного потенціалу.

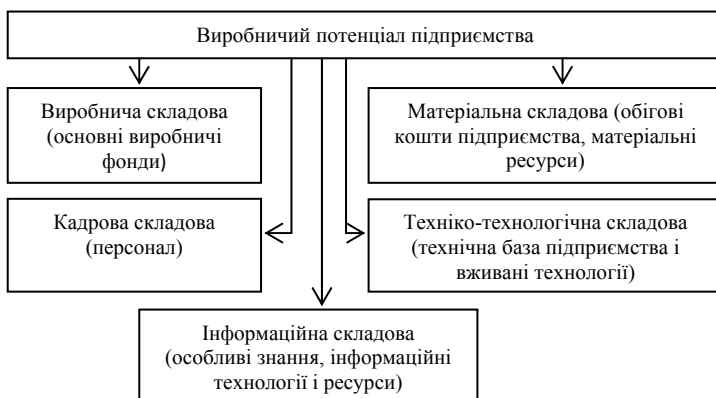
Поняття «Виробничий потенціал» можна охарактеризувати таким чином: це система економічних стосунків, що виникає між господарюючими суб'єктами на макро- і мікро рівнях для здобуття максимально можливого виробничого результату, який може бути отриманий при найбільш ефективному використанні виробничих ресурсів, при наявному рівні техніки і технологій, передових формах організації виробництва. Проте, загального визначення потенціалу підприємства в літературі не зустрічається. Учені по-різному трактують це поняття [3].

Порівняльний аналіз понять виробничого потенціалу, представлених в різних джерелах, дозволив виділити два підходи. Перший визначає виробничий потенціал, як величину і ефективність використання усіх ресурсів підприємства. Звідси витікає, що це одномоментна характеристика, що ґрунтується на оцінці готових результатів діяльності зараз і в заданих ринкових умовах. Суть другого підходу у визначенні потенціалу, як можливості використання ресурсів з максимальною ефективністю. Тоді ця категорія набуває характеристику перспективної, пов'язаної з ризиком оцінки. Обидва ці підходи мають право на існування і можуть використовуватися для уточнення поняття «виробничий потенціал», виходячи з цілей проведення оцінки потенціалу. Так при оцінці поточного стану, поточній вартості підприємства і розробці короткострокових планів слід скористатися першим підходом. При створенні конкурентних переваг, розробці стратегічних планів розвитку – другим підходом [2].

Також немає єдиного уявлення про структуру потенціалу підприємства. Учені по-різному представляють поелементну структуру виробничого потенціалу. Наприклад, А.А. Кутин і С.В. Люцук, вважають, що виробничий потенціал машинобудівного підприємства складається з енергетичних і матеріальних ресурсів, основних виробничих фондів, інформаційних ресурсів, кадрових і організаційних ресурсів [4].

Але найбільш значимими на думку більшості вчених є 5 складових (рис. 1).

На стан і використання виробничого потенціалу впливає безліч чинників, процесів і лише детальний аналіз кожного елемента, створюючого його, дає повне поняття про те, як управляти потенціалом найефективніше.



**Рис. 1. Структура потенціалу підприємства**

Управління використанням виробничого потенціалу будь-якого підприємства повинне ґрунтуватися на об'єктивній інформації про стан об'єкту управління. Управління виробничим потенціалом підприємства повинне будуватися з врахуванням системності взаємозв'язків елементів і комплексного впливу на виробничий потенціал підприємства будь-яких змін, що відбуваються в кожному з елементів.

Висновки: кожне підприємство повинне постійно оцінювати можливості свого виробничого потенціалу, але, у свою чергу, не забувати про те, що рівень його виробничого потенціалу багато в чому залежить від рівня виробничого потенціалу тих підприємств, з якими воно зв'язане виробничо-господарськими стосунками. При цьому оцінки в більшості випадків будуються на основі об'ємних характеристик, показуючи кількість і об'єм вироблюваної продукції на одиницю використовуваних ресурсів (фондів, чисельності і так далі). Такий підхід дозволяє будувати і здійснювати тактичні програми управління виробничим потенціалом. Розробляти і проводити програми стратегічного управління виробничим потенціалом на базі такої інформації складно. Тому діагностика виробничого потенціалу підприємства повинна будуватися на основі багаторівневої системи, від найбільш загального до приватного.

Перш ніж починати співробітничати з тим або іншим господарюючим суб'єктом потрібно звертати особливу увагу на рівень його виробничого потенціалу, звичайно, якщо фінансові ресурси дозволяють робити такий вибір.

### **Список використаних джерел**

1. Економіка підприємства: навч. посіб. / И.С. Большухина; під заг. ред. В.В. Кузнецова. – Ульяновск: УлГТУ, 2007. – 118 с.

2. Мансурова Н.А. Питання оцінки виробничого потенціалу фірми / Н.А. Мансурова // «Підприємництво в перехідній економіці»: зб. наукових праць. – 2006. – 70 с.

3. Разиньков П.І. Виробничий потенціал підприємства. Формування і використання / П.І. Разиньков. – К., 2005. – 131 с.

4. Старовойтов М.К. Особливості оцінки потенціалу промислових підприємств / М.К. Старовойтов, П.А. Фомін // Антикризове і зовнішнє управління. – 2006. – № 2. – С. 27–41.

*Науковий керівник: І.П. Вяльцева, викладач.*

*Н.О. Шумілова, А.О. Надха*

*Дніпропетровський монтажний технікум*

## **ФОРМУВАННЯ БАКАЛАВРАТУ В УМОВАХ РЕФОРМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Болонський процес отримав підтримку багатьох європейських країн, тому що існуюча система вищої освіти почала не задовольняти роботодавців, молодих людей, суспільство. Поступово були сформовані ступені сучасної освіти – це «бакалаврат – магістратура – докторантура». Кожна ступінь має своє значення для формування молодого людини для подальшого життя, вона виконує свою роль у процесі навчання.

Щодо бакалавра, то навкруги цього рівня навчання у вищій школі йде широка дискусія. З одного боку, висловлюються думки про створення чіткого та однозначного тлумачення бакалаврського рівня. Пропонується створення однакових програм по кожній спеціальності. З іншої сторони були пропозиції по різноманіттю програм при отриманні ступеня бакалавр. Тобто бакалавр може бути орієнтований на конкретну спеціальність, може також бути з більш широкою базовою підготовкою або підготовлений для наукової діяльності.

Поступово в процесі опрацювання результатів підготовки бакалавра у різних ВНЗ, реакції ринку праці на фахівців такого рівня, точок зору вчених та педагогів визначились наступні концептуальні характеристики бакалаврату:

- він підвищує рівень гнучкості та мобільності студентів;
- сприяє модуляризації освітніх програм;
- розширює можливості взаємодії освіти і трудового життя;
- має різні профілі та орієнтації з метою врахування різноманітних індивідуальних і академічних потреб та запитів ринку праці;
- не повинен залежить від короткострокових потреб ринку праці і слугувати вузьким професійним цілям;

- не може розглядатися як частина більш тривалої (магістерської) програми навчання;
- не знижує культурну цінність вищої освіти;
- забезпечує прозорість і порівнянність наданих базових компетенцій.

Таким чином, бакалаврат слід створювати в контексті зв'язків вищої освіти з ринком праці з урахуванням довгострокової перспективи і в широкому плані, коли вища школа випереджає виклики сфери праці.

В Україні є ще упереджене ставлення до бакалаврату. Серед студентів, професорсько-викладацького складу, роботодавців немає повної довіри до нового кваліфікаційного рівня. Вважається, що він більше підходить у гуманітарних напрямках підготовки. В інших же галузях, панує думка, що бакалаврський рівень не дозволяє виконувати роботу фахово, бо це незавершена вища освіта. Не сприяння Болонського процесу відбувається і по причині формального його впровадження, відсутності коштів на переоснащення навчальних приміщень, недостатній роз'яснювальній роботі серед населення.

Реформування національної вищої школи, яке відбувається в рамках Болонського процесу, необхідно спрямувати на творчий перегляд бакалаврських програм; розумне співвідношення в них загальних і спеціальних дисциплін, теоретичних і практичних занять; оновлення вузівських інформаційних систем для забезпечення більш індивідуального навчання; підвищення інноваційної та творчої складової на бакалаврському рівні.

Безумовно, реформування вищої школи це довгострокова стратегія, пов'язана в першу чергу із вимогами часу. Бакалаврат, як перша ступінь підготовки спеціаліста вищої категорії, повинний бути повноцінним рівнем освіти, а це можливо при соціальній взаємодії вищої школи і ринка праці, що дозволить ВНЗ більш чутливо реагувати на потреби роботодавців, а роботодавцям – краще розуміти освітній ракурс бакалаврата.

*Науковий керівник: Н.О. Шумілова, викладач вищої категорії.*

*Н.А. Юдіна*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

Мале підприємництво – це істотна складова ринкового господарства, невід'ємний елемент конкурентного механізму. Воно дає ринковій економіці гнучкість, мобілізує фінансові і виробничі ресурси населення, несе в собі могутній антимонопольний потенціал, слугує серйозним фактором



структурної перебудови і забезпечення проривів науково-технічного прогресу, вирішує проблему зайнятості та інші соціальні проблеми ринкового господарства.

Без підтримки держави, без взаємодії малих підприємств один з одним, бізнес не завжди може протистояти у конкурентній боротьбі великому капіталу, відстоювати свої економічні, політичні і соціальні інтереси.

Потенціал малих підприємств залишається нереалізованим. Існують серйозні економічні і адміністративні бар'єри для виходу нових підприємств на ринок і розвитку їх діяльності. Все більша кількість малих підприємств змушенні перебувати «в тіні» завдяки нестійкому законодавству. Мале підприємництво не має будь-яких істотних переваг в кредитно-фінансовій системі, в митному захисті, відчуває значні перешкоди в розвитку бізнесу, діє в неймовірно складних умовах для існування.[1, с. 34] Для представника малого підприємництва не вигідна будь-яка підприємницька діяльність в сфері виробництва і він намагається затвердитися в торгівлі і посередництві.

З одного боку, швидке реагування малого підприємства на зміни умов функціонування робить його більш мобільним і що пристосовується, а з іншого боку – залежним від кон'юнктури ринку, динаміки зовнішніх соціально-економічних і політичних умов. Відносно невеликий капітал звужує рамки виробництва, обмежує можливість залучення додаткових ресурсів (науково-технічних, фінансових, виробничих, трудових і т.д.). Обмежені масштаби виробництва і невелика кількість працюючих працівників обумовлюють простоту і ефективність управління підприємством. Однак характерне для малого підприємства поєднання функцій власника і менеджера в особі господаря підприємства, встановлення особистих зв'язків з працівниками підприємства, неформальний стиль управління, знижуючи управлінські витрати.

На розвиток малого підприємства найбільше впливають наступні чинники: розширення сфери послуг; зменшення вартості і спрощення використання інформаційних систем; підвищення загальноосвітнього рівня людей з одночасним накопиченням досвіду у великих компаніях; сприяння малими фірмами розв'язанню питання щодо безробіття; скорочення робочої зміни; велика конкурентоздатність. [2, с.17] Найбільш часті причини банкрутства малих підприємств – це невдачі в сфері збуту продукції, недостатня компетентність і відсутність досвіду в тій сфері послуг або виробництві, яке воно пропонує на ринку, а але найважливіша причина – відсутність стратегії розвитку, чіткого бізнес – плану, кваліфікованих фахівців.

В умовах ринкової економіки України, саме створення і енергійний розвиток сектора малого підприємництва повинні стати основою соціальної реструктуризації суспільства, що забезпечать підготовку населення і перехід всього господарства країни в мир ринкової економіки.

Сьогодні ж підприємницьку діяльність в Україні регламентують 32 закони, 22 постанови Кабінету Міністрів та 14 указів Президента, більш ніж 100 нормативів [3, с. 2]. Така кількість законів, підзаконних актів та змін до них ніяк не сприяє нормальному розвитку підприємства, вносить плутанину та дезорганізує цей процес.

Все це свідчить про недооцінювання ні малого підприємництва, ні підприємця. І хоча підприємець – це ключова фігура на ринку, він все ще не має всієї необхідної правової бази для своєї діяльності. Коли підприємці будуть основою «середнього класу», а мале підприємство набуде правового статусу, стане повноправним елементом господарської системи, розшириться соціальна база демократії, що сприятиме виходу України з кризи.

### *Список використаних джерел*

1. Дуб Л. Питання розвитку малого бізнесу в Україні / Л. Дуб // Проблеми економіки. – 2011. – № 5. – С. 162–168.
2. Буряк П.Ю. Податкове стимулювання розвитку малого бізнесу в Україні / П.Ю. Буряк, В.П. Маринець // Фінанси України. – 1999. – №6. – С. 95–98.
3. Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» із змінами і доповненнями, внесеними Указом Президента України від 28 червня 1999 року № 746/99 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>

*Науковий керівник: С.В. Дубинський, канд. екон. наук, доц.*

## СЕКЦІЯ 4 ЕФЕКТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У КОНТЕКСТІ ЗДІЙСНЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

**О.Е. Бодня**

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

### ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ У РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ ГОСПОДАРЮВАННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах політичної та економічної нестабільності в Україні досить гостро постає питання антикризового управління. Із постійним поглибленням кризових явищ в Україні та світі виникає потреба у розвитку антикризових програм та заходів.

Розвиток ринкових відносин визначається не лише позитивними, але і негативними чинниками. Для діяльності суб'єктів господарювання непересічне значення має те, що зазначенні чинники проявляються лише після певного періоду часу.

Сучасний вплив негативних чинників неминуче призводить до формування кризових явищ. Підприємства аграрного сектору економіки як жодні інші не здатні самостійно долати наслідки негативного впливу і часто потребують зовнішнього втручання. До цього додається також і несприятливий вплив погодньо-кліматичних умов, від яких значною мірою залежать кінцеві результати суб'єктів аграрної сфери. Значна кількість чинників негативного впливу не можуть бути усунені на підприємствах лише шляхом саморегуляції, отже, це об'єктивно вимагає адекватного управлінського втручання.

У сучасній економічній науці досить глибоко та всебічно розглядаються і досліджуються кризові явища та чинники, що впливають на їх формування. Але, на жаль, антикризовим заходам приділяється незначна увага, крім того, науковці не прийшли до єдиного висновку щодо визначення поняття кризи, механізму її формування. Зважаючи на вище викладене, ми спробували виділити ті причини та чинники, які безпосередньо впливають на формування та розвиток кризових явищ. Так, ми переконані у тому, що основними причинами виникнення кризи на підприємстві є:

- неефективність інвестиційних проєктів, що спричиняє високі втрати та масові банкрутства підприємств аграрного сектору;
- необґрунтовано велика кількість персоналу на підприємстві;
- постійне збільшення дебіторської заборгованості, що не дозволяє підприємству вчасно повернути оборотні кошти;

– постійне збільшення кредиторської заборгованості, що спричиняє диспропорції у фінансових ресурсах підприємства і позбавляє його самостійності;

– зменшення сукупного попиту на продовольчі товари, що спричиняє дисбаланс між наявними товарами та наявними грошовими коштами.

Для будь-якої ефективної діяльності, як зазначалося вище, необхідні певні кошти. Але, зважаючи на результати діяльності, підприємства, що виготовляють продукцію тваринництва, таких коштів не мають. Тому непересічне значення має виявлення резервів їх залучення або вивільнення для подальшого ефективного функціонування господарюючого суб'єкта.

Разом з тим, ми вважаємо за необхідне для покращення діяльності підприємства аграрного сектору економіки проводити навчання та перекваліфікацію працівників, що дозволить ефективніше використовувати наявні трудові ресурси. Одним із пріоритетних напрямків розвитку аграрних підприємств, на нашу думку, має бути створення відділів логістики, що дозволить підвищити ефективність використання ресурсів.

Провівши аналіз стану агропромислового комплексу, ми виявили низку проблем та недоліків, серед основних слід зазначити відмову ринку.

Відмова ринку – це такий стан, коли економічні закони не можуть регулювати процеси, що проходять на ринку.

Відмова ринку може виникнути у трьох випадках:

– якщо, наприклад, на ринку присутнє лише одне переробне підприємство, тоді усі учасники не мають змоги співпрацювати з іншим, аналогічним, учасником ринку і вимушені платити таку ціну, яку встановив власник переробного підприємства;

– якщо на ринку виникають екстернальності, тобто такі ситуації, коли господарські рішення одного індивіда впливають або мають наслідки для інших;

– якщо ринок потребує наявності суспільних товарів, це така ситуація коли неможливо виключити одного споживача із процесу споживання товару і при цьому він за споживання товару не платить.

Розглянувши причини виникнення відмови ринку, ми переконані, що така проблема існує і в Україні. Сучасний етап розвитку ринку аграрної продукції та закони ринкової економіки не сприяють ефективному існуванню малих та середніх підприємств, заважає також існування значної кількості агрохолдингів, агроконцернів, агроконсорціумів тощо. Тому втручання держави у розвиток таких підприємств, на нашу думку, є необхідним, оскільки забезпечить малим підприємствам доступ до необхідних ресурсів. Але, на жаль, не завжди втручання держави оптимізує використання ресурсів, що залежить від ефективності рішень уряду.

Отже, розглянувши причини виникнення кризових явищ, ми впевнені у спроможності будь-якого підприємства їх подолати, але для цього не-

обхідно проводити постійний моніторинг діяльності суб'єкту господарювання, що дозволить своєчасно виявити розвиток кризових процесів.

*Научный руководитель: А.В. Калинин, канд. техн. наук, доц.*

*А.О. Глушко*

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

## **ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Конкурентоспособность предприятия – это сложная экономическая категория, которая отражает состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников.

На конкурентоспособность предприятия оказывают влияние ряд факторов:

– динамика масштабов долгосрочного спроса. Увеличение или уменьшение долгосрочного спроса является важным фактором при принятии решений по инвестированию для увеличения производительной мощности предприятия. Подъем долгосрочного спроса привлекает новые предприятия на рынок, а падение спроса наоборот вызывает отток предприятий;

– динамика структуры спроса. Эти изменения представляют собой причину изменения требований потребителя к сервису, создание новых каналов сбыта, изменение в ассортименте нового товара, обновление продукта отрасли является ключевой движущей силой – влияет на методы производства, эффективные масштабы выпуска, маркетинговые затраты, каналы распределения;

– технологические инновации. Частые технологические новшества в методах производства, размер инвестиций позволяют увеличивать значение эффекта жизненного цикла товара. Это может вызывать существенные изменения в требованиях к размеру и количеству предприятий, успешно действующих на рынке;

– маркетинговые инновации. Периодически фирмы предлагают рынку свою продукцию, пользуясь новыми путями и способами, стараясь увеличить покупательский интерес, подтолкнуть спрос, уменьшить затраты на единицу продукции. Таким образом, они приводят в движение новые силы, которые изменяют условия конкуренции и позиции фирм соперников;

– динамика лидерства. Означает вход в конкуренцию и вход из нее крупных фирм. То есть новый раунд конкурентной борьбы: перераспре-

деление ролей и выделение новых ключевых игроков, изменение структуры рынка;

- диффузия достижений. Если новая технология становится известной соперникам, поставщикам, дистрибьюторам, потребителям, то снижаются барьеры для вхождения в отрасль;

- динамика эффективности. При появлении в отрасли новых эффективных масштабов производства, которые уменьшат издержки на единицу продукции, крупные предприятия могут принудить другие предприятия к стратегиям «фиксированного роста»;

- покупательские предпочтения. Зачастую растущее число покупателей решает, что товары массового потребления по низким ценам вполне удовлетворяют их вкусам и предпочтениям так же, как и товары с более высокими ценами, дающие возможность выбора;

- государственное регулирование рынка. Действия государства через свои институты, включая регулирование экономических отношений, а также изменение государственной политики, могут повлиять на рынок и конкурентные условия;

- рост детерминации. Означает уменьшение неопределенности и риска. Новые отрасли характеризуются большой неопределенностью сведений о потенциальных возможностях рынка.

Фактор конкурентоспособности – непосредственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности.

При оценке возможностей предприятия в сравнении с конкурентами определяются такие факторы, как технические и организационные возможности повышения качества продукции и совершенствования ассортимента, также играют роль техническая оснащенность производства, особенно износ и срок службы оборудования, имидж предприятия и товаров на рынке, наличие рабочей силы и состав коллектива, размеры предприятия и его доходность, различия в практике управления предприятиями, протекционистская политика правительства по отношению к отечественным товаропроизводителям, поддержка местных органов власти, инвесторов, наличие спонсоров и т.д.

Изучаются как полезный опыт конкурента, так и их уязвимые места, ошибки, которых необходимо избежать. Источниками информации могут быть справочники фирм и о фирмах, рекламные проспекты, выставки и ярмарки, обзоры коммерческой прессы, годовые отчеты фирм, экспертная оценка, опросы и др.

Конкурентоспособность предприятия во многом зависит от эффективности менеджмента, на уровень которой влияют личные качества менеджеров, способность руководства разрабатывать и реализовывать стратегию предприятия и адаптироваться к изменениям внешней среды, еди-

ная система учета и контроля и умение подбирать высококвалифицированные кадры.

Психологический фактор включает в себя трудовую этику – желание и умение трудиться, гибкость и готовность к учебе, уровень претензий, дух конкуренции, умение каждого члена коллектива подчинить свои личные интересы общей задаче – производству качественной продукции. Он не может быть оценен в денежном выражении, трудно поддается количественному определению, но влияет на работу всего предприятия. Психологический фактор не поддается какому-либо политическому манипулированию, а изменяется в течение большого промежутка времени. Поэтому, несмотря на отсутствие убедительных методик изучения, игнорировать его нельзя.

*Научный руководитель: П.А. Супрун, викладач.*

*В.В. Ечко*

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

## **ФИНАНСОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ГОСУДАРСТВА**

Научным сообществом общепризнанно, что важным фактором, определяющим состояние и уровень развития национального хозяйства, а значит и конкурентоспособность государства, является его экономический потенциал, основу которого составляет человеческий капитал, во многом определяющий способность государства действовать в мировой экономической системе. Огромные преимущества в создании условий для роста благосостояния граждан, формирования и развития экономики знаний, информационного общества имеют государства с накопленным высококачественным человеческим капиталом. Высокий уровень и качество накопленного человеческого капитала необходимы для ускоренного осуществления технологического обновления производств, рыночных преобразований экономики, повышения качества жизни населения в целом. В со-временной экономической науке человеческий фактор рассматривается в качестве решающего фактора инновационного развития государства. Доказано, что в настоящее время природный и финансовый капитал больше не являются первостепенными факторами производства. Сегодня таким фактором выступает человек, поскольку новейшие отрасли требуют глубоких знаний, навыков, умений, которыми обладает человек. Кроме того, в человеческом ресурсе скрываются наибольшие резервы для повышения эффективности функционирования инновационной экономи-

ки. Исследования ученых и практический опыт показали, что национальное богатство общества зависит от характера занятий людей, их способности к труду, а эффективность развития экономики современных государств в наибольшей степени зависит от средств, вкладываемых в человеческий ресурс.

Новая экономика предопределила растущую потребность в обобщающих междисциплинарных подходах, позволяющих расширить научное мировоззрение на вы-бранный предмет исследования, используя принцип организации научного знания в условиях взаимодействия многих дисциплин для достижения поставленной цели. В этой связи, учитывая многогранность категории «человеческий капитал», представляется целесообразным расширить научное мировоззрение на человеческий капитал, выявив его новые аспекты, рассмотреть их в новой области знаний, что позволит развить научную теорию о человеческом капитале и придать прикладной характер проводимым исследованиям. Человеческий капитал является предметом исследований ученых представителей различных научных областей. Однако, такие важнейшие вопросы как оценка эффективности инвестиций в человека, справедливое распределение (перераспределение) дохода между всеми участниками его создания требуют тщательного исследования и формирования четко выстроенной методологии управления с использованием специальных методов, подходов и соответствующего инструментария. Учитывая, что выше обозначенные вопросы являются задачами науки о финансах (ее прикладного аспекта – финансового менеджмента), представляется, для их решения, целесообразным формирование методологии финансового управления человеческим капиталом. Человеческий капитал формируется и растет за счёт инвестиций в него; человеческий капитал – есть часть задействованного в производственно-хозяйственной деятельности имеющегося потенциала; важнейшим фактором роста человеческого капитала является повышение образования его носителя. Подтверждение взаимосвязи между человеческим капиталом – элементом национального богатства страны и инвестициями, осуществляемыми в него, подтверждают ежегодно собираемые и анализируемые сведения о составляющих национального богатства стран мира. Уровень человеческого развития во многом предопределяет и свидетельствует об уровне развития страны.

Таким образом, особое внимание должно уделяться повышению качественного уровня человеческого капитала посредством целевого финансирования, что возможно при условии создания эффективной системы управления. Так, для повышения эффективности проводимой экономической политики в Беларуси необходимо систематически проводить анализ динамики качественного уровня человеческого капитала, выстраивать рейтинг отраслей и отдельных предприятий внутри отрасли по обеспеченности качественными человеческими ресурсами, постоянно оценивать эффективность проводимых инвестиционных мероприятий в работ-



ников, як на рівні державства, так і окремого домашнього господарства.

Обзначену проблему можна вирішити сформировавши методологію фінансового управління людським капіталом з використанням спеціальних методів, підходів і відповідного інструментарія. Крім того, для більш чіткого представлення про відбуваючі процеси і глибокого їх вивчення цілеспрямовано представляється застосувати такий специфічний метод наукового пізнання як моделювання. В зв'язі з цим, нами була сформирована структурно-логічна модель фінансового управління людським капіталом в контексті системного, функціонального і процесного підходів фінансового менеджменту. Це дозволило представити процес фінансового управління досліджуваної категорії в формі вироблення, відображення його (людського капіталу) специфічного образу в системі фінансового менеджменту.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності державства передбачає формування чітко налаштованої, об'єктивно відображаючої дійсність в стосунках прийнятого предмету (в нашому випадку людського капіталу) системи прийняття управлінських рішень, в тому числі фінансових.

*Науковий керівник: А.В. Калинин, канд. техн. наук, доц.*

*Д.Є. Зайцев*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

Що таке криза? Це в першу чергу драматичний розвиток як зовнішньої, так і внутрішньої ситуації, коли використовувати до останнього часу методи управління стають неефективними, а іноді і шкідливими. Для виживання в умовах кризи потрібен особливий психологічний настрій управлінської команди та колективу підприємства в цілому. Паніка, склока, недовіра, невпевненість у завтрашньому дні – погана опора для рішучих дій, необхідних для виживання. Звичайно, готових рецептів не існує. Проблема в тому, що керівництво компанії часто не знає відповідей на нові питання і не має можливості спиратися на власний досвід. Найкращий досвід, накопичений абсолютно в інших (більш спокійних, стабільних, відсутність сьогоднішніх загроз) умовах не тільки не полегшує, але іноді і утрудняє вихід з кризи. Але з упевненістю можна сказати одне: якщо ваша компанія в умовах кризи не має достатньої інформації для вироблення ретельно продуманої антикризової програми, почніть якомога швидше реалізувати хоча б якийсь план. Зволікання, нерішучість, відсутність дій смерті подібно.

Як би не розрізнялися причини криз та умови, в яких вони розгортаються, дії менеджменту, спрямовані на виведення компанії з кризи, завжди підкоряються певній логіці. Виділяють шість стадій кризового управління.

Стадія 1: спроба запобігання кризи. На цій стадії слід скласти перелік факторів, здатних негативно вплинути на бізнес, можливі негативні наслідки та ціну необхідних превентивних дій. Це може бути і створення кризового центру або спеціальної групи, це може бути сценарій дій в умовах кризи та інше.

Стадія 2: підготовка до управління в умовах кризи. На цій стадії менеджмент починає розробляти плани дій з урахуванням можливих ризиків та різноманіття небажаних наслідків кризи.

Стадія 3: аналіз ситуації. При цьому найважчим є правильна оцінка кризової ситуації. Помилки тут можливі як через невірну інтерпретацію факторів, що викликали кризу, так і через ігнорування серйозних загроз, що виходять від зовнішнього середовища. Збираючи інформацію про кризу, більшість керівників спирається на оцінки працівників своєї компанії. На цій стадії має сенс залучити зовнішнього фахівця. Це вимагатиме певних витрат, але вони виправдають себе, бо неграмотний аналіз може привести до невірних дій і невинуватих втрат.

Стадія 4: стримування кризи. Головне на цьому етапі – встановлення черговості дій з виведення компанії з кризи. Проблема часто полягає в труднощі виділення найбільш важливої інформації та чітких критеріїв для оцінки ситуації.

Стадія 5: розв'язання кризи. Тут головне – швидкість дій. Навіть якщо ви на правильному шляху, задавлять вас, якщо ви зупинитесь або забаритесь. Оцінивши ситуацію і визначивши необхідні кроки, слід діяти без зволікання.

Стадія 6: подолання наслідків кризи. На цій стадії компанія визначає заходи щодо відшкодування збитків, яких вона зазнала за час кризи, або по відновленню втрачених позицій.

*Науковий керівник: М.С. Макарова, канд. екон. наук, доц.*

*О.О. Кравченко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

На сьогодні можна стверджувати, що питання активізації інноваційної діяльності будь-якої країни є невід'ємною складовою її основної стратегії розвитку. Світовий досвід доводить, що ініціаторами технологічно-

го прориву є представники малого та середнього бізнесу, досягнення яких потім підхоплює великий капітал.

Вища ефективність інноваційної діяльності в малих фірмах порівняно з великими може бути пояснена можливістю більш повної мобілізації інтелектуального потенціалу співробітників, тобто, великі компанії здебільшого використовують спеціальні відділи, які займаються розробкою нововведень, а кожне з малих підприємств якраз і являє собою такий відділ, що зумовлює більшу ймовірність виникнення інноваційних ідей. Важливим є також гнучкість й адаптивність малих підприємств до споживачького попиту та можливість нести менші збитки від непристосованості підприємства до нововведення. Отже, малі підприємницькі структури в ринковому середовищі стають каталізаторами інноваційного розвитку економіки.

На сьогоднішній день перед вітчизняними підприємствами постає декілька вагомих проблем: високий рівень конкуренції; низький рівень попиту; нестабільна державна політика. Якщо підприємство планує залишатись стабільним, то воно повинно стати новатором, тобто застосовувати інноваційну політику у процесі свого існування та розвитку, що підвищить рівень його конкурентоспроможності. Адже конкурентоспроможність в ринковій економіці є основним чинником комерційного успіху підприємства. Для того, щоб інновація запрацювала на користь підприємства і стала невід'ємним компонентом його конкурентоспроможності, дослідники пропонують дотримуватися таких вимог:

1. Керівництво повинне визначити інноваційну стратегію, планувати інноваційні портфелі й заохочувати створення важливої цінності.

2. Необхідно ототожнювати інновацію з діловим менталітетом компанії.

3. Інновація повинна відповідати бізнес-стратегії компанії.

4. Потрібно урівноважити творчість й отримання цінності так, щоб компанія генерувала нові, успішні ідеї і в той же час отримувала прибуток від своїх вкладень.

5. Необхідно нейтралізувати так звані «організаційні антитіла», які вбивають продуктивні ідеї тільки тому, що ті не вписуються в загальноприйняті норми.

6. Варто створювати інновації у вигляді мережі, як всередині компанії, так і за її межами, адже сама мережа, а не окремі особистості, є основним будівельним матеріалом для інновацій.

7. Необхідно корегувати системи параметрів і винагород задля того, щоб управляти інновацією і створити правильну поведінку

Отже, з усього вище викладеного, можна зробити висновок, що високих результатів підприємства можуть досягти лише за умов систематичного і цілеспрямованого новаторства, націленого на пошук можливостей, які відкриває середовище господарювання щодо виготовлення і впрова-

дження нових видів товарів, нових виробничих і транспортних засобів, освоєння нових ринків і форм організації виробництва.

Це передбачає особливий, новаторський стиль господарювання, в основі якого – орієнтація на нововведення, систематична і цілеспрямована інноваційна діяльність.

*Науковий керівник: П.О. Супрун, викладач.*

*И.В. Ли*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ВПЛИВ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ НА ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ**

Менталітет є свого роду генетичним кодом, багатоміліардною пам'яттю нації, що через інстинкт національного самозбереження набула певних культурно-історичних засад і має здатність до подальшого самобутнього розвитку своїх творчих сил. Менталітет є передумовою відповідного ставлення людини до таких економічних категорій, як «праця», «власність», «підприємництво», «багатство». Саме тому роль національного менталітету у побудові відповідної організаційної культури, створенні сприятливого середовища для трудової діяльності та інноваційної активності персоналу потребує ґрунтовного вивчення.

У другій половині ХХ ст. дехто із зарубіжних науковців звернули увагу на роль національних культурних особливостей, що визначають ту чи іншу модель ділової активності. Так, за теорією, відповідно до цінностей, традицій та ідеалів, усі культури світу можуть бути поділені на три групи: моноактивні, поліактивні та реактивні.

Моноактивні культури орієнтовані на роботу. Вони характеризуються тим, що в них прийнято організовувати своє життя, планувати діяльність у певній послідовності, поділяти проекти на етапи, суворо дотримуватись фактів і встановлених процедур, а також виконувати тільки одну справу в один період часу. (Німеччина, США).

Поліактивну культуру мають «рухливі» народи, що багато спілкуються, планують справи в загальних рисах та відповідно до ступеня значимості того чи іншого заходу, їхні плани нерідко змінюються, а факти інтерпретуються на власний розсуд. Ці культури радше орієнтовані на людей, ніж на роботу, проте в них люди здатні виконувати одночасно декілька справ. (Італія, Іспанія).

До реактивних культур відносяться культури, в яких приділяють більше уваги комфортності відносин. Носії цієї культури, як правило: дотримуються запланованого або вносять невеликі корективи до планів;

приспосовуються до графіку роботи партнерів; дотримуються своїх обіцянок. (Китай, Японія).

Різноманітність культур породжує своєрідні національні стилі та моделі управлінської діяльності; основу диференціації моделей управління за культурними ознаками складають цінності, стереотипи поведінки, традиції та історичний досвід держави; культура та культурно-ментальні особливості тієї чи іншої нації можуть впливати на характеристики моделі управління як позитивно, так і негативно.

*Науковий керівник: П.О. Супрун, викладач.*

*К.С. Муханова*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

Діапазон визначень конкурентоспроможності є надзвичайно широким – від ото тожнювання з іншими поняттями (ефективність, продуктивність, якість тощо) до ідео-логічно орієнтованих дискусій.

Конкурентоспроможність продукції це багатогранне поняття, яке розкриває сутність відповідності продукції умовам ринку, потребам та вимогам споживача за різними характеристиками.

Для забезпечення умов підвищення конкурентоспроможності необхідно розробити чітку державну стратегію досягнення конкурентоспроможності національної економіки країн, яка відповідала б їх ресурсотехнологічному рівню.

Для створення сприятливих внутрішніх умов, за яких вітчизняні підприємства можуть досягти відповідного рівня міжнародної конкурентоспроможності, насамперед необхідна виважена податкова політика, яка дасть змогу цим підприємствам працювати високоефективно і виробляти продукцію на рівні світових стандартів. Продумана політика в грошово-кредитній сфері повинна запобігти подальшим сплескам інфляції, гарантувати прогнозований курс гривні, здешевити кредити, налагодити систему довгострокового кредитування виробництва, розвинути систему експортних кредитів і гарантій.

Практика розвинених країн свідчить, що основою сучасної конкурентоспроможності виступають інновації, техніко-технологічні, організаційні, структурні, інституціональні, які створюють конкурентні переваги і дозволяють країнам досягти певного суспільного розвитку. Тому основною метою економічної політики країн світу повинне стати завдання

підвищення їх конкурентоспроможності на інноваційних основах і створення для цього відповідних умов.

Підвищення конкурентоспроможності національної економіки потребує створення потужної рушійної сили, яка б їх спрямувала і підтримувала нарощування високоефективного експортного потенціалу. Роль цієї рушійної сили повинен відігравати інноваційно-інвестиційний процес, що тісно поєднується, синхронізується з розвитком інтеграційних та соціальних перетворень.

Завдання підвищення конкурентоспроможності національної економіки країн світу не може бути вирішене без мобілізації внутрішніх чинників розвитку національної інноваційної системи. Розвиток інноваційної економіки – закономірна реакція на вимоги ринку і виклики глобалізації, що торкається системних основ національного господарства. Прогресивні структурні зрушення повинні мати системний характер і втілюватися в цілісний інноваційний політиці, зв'язаний із дієвим державним стимулюванням прогресивної структурної перебудови національного господарського комплексу з урахуванням всесвітніх тенденцій науково-технічного розвитку, органічного співвідношення політичних, економічних, інституціональних. Соціальнопсихологічних і культурних чинників інноваційної динаміки.

Аналіз теоретичних розробок і емпіричних досліджень взаємозв'язку конкурентоспроможності національної економіки та інноваційних процесів дав змогу виявити такі суперечності інноваційного забезпечення конкурентоспроможності:

- безсистемність процесів інноваційної активності і відсутність стійкої тенденції до її розвитку на фоні глобальної експансії нововведень;
- відсутність взаємозв'язку між традиційними (ціновими) конкурентними перевагами вітчизняних підприємств і інноваційною базою їхнього формування;
- нееквівалентність і нерівноправність участі України в міжнародній міграції інновацій;
- низький міжнародний конкурентний рівень вітчизняних розробок, які класифікуються як інновації;
- суперечливе відношення до малого бізнесу як джерела інновацій;
- нерозвиненість інноваційної інфраструктури (бізнес-інкубаторів, технопарків, технополісів);
- недосконалість системи отримання, використання і захисту прав інтелектуальної власності.

Побудова і реалізації концепції управління конкурентоспроможністю національної економіки на основах інноваційно-інвестиційного розвитку припускає:

- упровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку за рахунок випереджаючого розвитку високотехнологічних галузей і виробництва наукоємної, енергозберігаючої, експортно-орієнтованої продукції;

- створення мотиваційного середовища активізації інноваційної діяльності; формування інноваційно-активного індивіда та інноваційного типу поведінки;
- створення інституційних умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів;
- побудова інноваційної інфраструктури і забезпечення системності в розробці і реалізації цільових програм;
- упровадження механізму міжнародного і внутрішнього обміну науково-технічними розробками для здійснення інноваційних проєктів;
- пряму державну інформаційну підтримку інноваційних процесів;
- гармонізацію і синхронізацію дій державного і приватного секторів економіки з метою зменшення ризиків неефективного використання засобів, направлених на інновацію;
- перегляд пріоритетів в організаційному забезпеченні здійснення інноваційної політики;
- підвищення ролі людського чинника в інноваційно-інвестиційній діяльності.

*Науковий керівник: О.В. Калінін, канд. техн. наук, доц.*

*А.О. Новикова*

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

## **УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИДЕИ И ПРАКТИКА ЕВРОПЕЙСКОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ**

С самого начала своего развития европейская цивилизация показала ряд отличительных черт в управлении экономической и общественной жизнью общества. С точки зрения истории менеджмента древний период европейской культуры интересен не только как наше прошлое, но и как становление многих существующих сегодня принципов, методов и традиций в области менеджмента.

Так, в древней Греции две с половиной тысячи лет тому назад начинается становление современной европейской цивилизации с высокой культурой демократического управления и свободном развитии личности. Этому способствовали ряд условий: формировались элементы демократии; использовалась децентрализация общества и экономики; проводились экономические и политические реформы, в результате которых появился слой мелких и средних земельных собственников; поощрялась и развивалась торговля и ремесленное производство.

История Греции помогает понять многие теоретические положения и практику управления межгосударственными отношениями. Особый инте-

рес вызывает теория развития национального хозяйства, которое на определенном этапе своего развития достигает оптимального состояния. Национальное хозяйство в своем оптимальном состоянии обладает исключительно мощной энергетикой, то есть способностью преобразовывать внешнюю среду, которой для нее является вся жизнь данного государства и окружающие ее другие национальные хозяйства. Это преобразующее действие проявляется через экспансию в различных формах.

Древние философы также внесли существенный вклад в развитие управленческой мысли. Например, Сократ обнаружил, что управленческие способности могут переноситься с общественных на частные дела. В своих исследованиях об универсализации менеджмента он отмечал, что менеджмент в частных делах отличается от общественных только величиной: оба случая имеют дело с управлением людьми и если кто-нибудь не мог управлять своими частными делами, он определенно не может управлять общественными. Аристотель также как Сократ говорил о сходстве между искусством управления государством и домашним хозяйством и в работе «Политика» писал: «Тот, кто никогда не учился подчинению, не может руководить». Нашим руководителям в Украине сегодня не мешало бы обратить внимание на эти исследования древних мудрецов.

Римляне внесли свой вклад в историю развития менеджмента, разработав квази-заводскую систему производства вооружения для легионов, производства глиняной посуды для мирового рынка, а позже текстильных изделий, которые продавались на экспорт. Растущая внешняя торговля требовала коммерческой стандартизации, поэтому государство разработало систему мер, весов, денег. Первый прототип корпоративной организации проявился в форме совместных акционерных компаний, которые продавали акции с целью выполнения правительственных контрактов для поддержания военных действий.

Римляне были гениальны в организации строя, военная автократия держала империю в железной руке. За авторитарной организационной структурой стояли две фундаментальные концепции – дисциплина и функциональность. Первая формировала строгие рамки и иерархию власти для обеспечения выполнения функций, вторая осуществляла разделение работы между различными военными и правительственными учреждениями.

Вклад Рима в наше наследие лежит главным образом в законе и формах правления, которые явились решениями проблемы установления порядка. Римский закон стал моделью для более поздних цивилизаций, а римское разделение законодательной и исполнительной властей обеспечили модель системой баланса и контроля для конституционных форм правления.

Римский император Октавиан и его реформаторская деятельность видятся сегодня как весьма интересный и исключительно грамотный об-



разец проведения изменений. Он сумел практически полностью изменить систему управления страной, не вызвав при этом сопротивления.

В настоящее время специалисты по менеджменту проявляют повышенное внимание к истории менеджмента, условиям, в которых в тот период создавались новые подходы, способы, инструменты, позволяющие адекватно реагировать на происходящее.

*Научный руководитель: Н.С. Макарова, канд. экон. наук, доц.*

*О.О. Орехов*

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

## **КЛАССИФИКАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

Типовой порядок разработок и реализации инновационного проекта. Управление инновационным проектом. Состав экономических показателей и особенности экспертизы и оценки эффективности инновационного проекта.

Качество и эффективность инновационного проекта – ключевое звено инновационного менеджмента на предприятии.

Вследствие разнообразия видов инновационной деятельности инновационные проекты можно классифицировать следующим образом:

- по значимости воздействия на экономику: базовые проекты, призванные коммерциализировать научные открытия и изобретения, лежащие в основе новых поколений техники (технологии); улучшающие проекты, обеспечивающие диффузию базовых инноваций;

- причинам возникновения: стратегические опережающие проекты, имеющие перспективный характер, служащие для обеспечения конкурентоспособности товара или услуги предприятия; реактивные проекты, возникающие как реакция на действия конкурентов, направленные на повышение конкурентоспособности товара или услуги;

- масштабу решаемых задач: монопроекты – реализуемые одним предприятием или его подразделением, направленные на создание продукта, технологии; мультипроекты – направленные на решение крупной технологической проблемы, поэтому объединяют несколько монопроектов; мегапроекты – многоцелевые комплексные программы, требующие централизованного финансирования и руководства из координационного центра;

- продолжительности исполнения: долгосрочные проекты (более пяти лет); среднесрочные (от трех до пяти лет); и краткосрочные проекты (от одного до двух лет);

- уровню, на котором принимается решение о разработке и осуществлении инновационного проекта: международные; национальные; региональные; отраслевые и проекты отдельного предприятия;

– виду инноваций, определивших цель разработки инновационного проекта: технологические, маркетинговые, организационные, экономические, управленческие, экологические, информационные проекты.

Инновационные проекты являются разновидностью инвестиционных. В соответствии с этим отличительными чертами инновационных проектов являются особенности, свойственные всем проектам инвестиционного характера и дополнительно определяемые их инновационной направленностью. В соответствии с этим к особенностям инновационных проектов относятся:

– организационные особенности-четкая постановка цели, определение критериев эффективного ее достижения; возможность вариантов модификации на всех стадиях жизненного цикла инновационного проекта; непрерывное совершенствование инновационного проекта на всех этапах его осуществления;

– финансово-экономические особенности – нетрадиционность источников финансирования (венчурные фонды, внебюджетные фонды, бизнес-ангелы) вследствие более высокой рентабельности на внедренческих этапах жизненного цикла при повышенном риске;

– риск и неопределенность реализации инновационного проекта – высокая степень неопределенности на всех стадиях инновационного цикла – от первичной стадии проработки идеи до реализации инновации; технические и коммерческие факторы в нем корреляционно слабо увязаны, а поиск путей их снижения или предупреждения носит эмпирический опытный характер;

– особенности оценки эффективности – помимо чисто финансовой эффективности для инновационных проектов необходим учет принципиальной новизны, определяющей его жизненный цикл, патентной чистоты, лицензионной защиты, соответствия инноваций приоритетным направлениям развития, установленным на государственном уровне, конкурентоспособности внедряемого новшества. При расчете эффективности необходимо учитывать техническую осуществимость, социальную целесообразность, производственные и ресурсные возможности;

– информационные особенности, связанные с неадекватностью и неточностью информации о востребованности новшества на рынке, особенно на начальных этапах его жизненного цикла.

Множественность видов и сложность реализации инновационных проектов требует осуществления комплекса мероприятий по планированию работ и ресурсов, организации и мотивации персонала к выполнению заданий для достижения поставленной цели, контролю за соответствием полученных результатов запланированным на всех фазах осуществления проекта. Иначе говоря, для эффективного осуществления инновационных проектов необходима соответствующая методология управления проектами.

*Научный руководитель: А.В. Калинин, канд. техн. наук, доц.*

## **«ЭФФЕКТ ЛАМПОЧКИ» – МЕТОД СТИМУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Каждый человек в своей жизни приобретал какие-либо товары для собственного потребления, но на всеобщее удивление товар не был долговечным и не работал так, как того ожидал потребитель. Такое начало случается со многими товарами и тогда люди задумались над этой проблемой, ведь каждый человек приобретая любого рода продукцию ожидает, что она будет служить ему долго и будет надежной и качественной. Сертифицированность товара, гарантии качества, всякого рода стандарты качества сегодня не дают гарантию того, что товар будет таким, каким он должен быть в понимании потребителя. Товар такой каким его хочет производить производитель.

Такое преждевременное старение разного рода товаров ученые окрестили «Эффектом лампочки». Этот эффект основан на принципе запрограммированного скорого старения и быстрого изнашивания товаров потребления. Идея была взята во внимание только с 50-х годов прошлого века. Но сам метод был придуман в следствии сговора, как говорит теория, крупных производителей товаров и услуг, что дает им возможность управлять спросом на их же товар. Иначе производство окажется нерентабельным в случае, когда потребитель руководит спросом полностью. Не один производитель не желает терять уровень спроса на свою продукцию, а желает только увеличивать его как можно более эффективными методами и с максимальной быстротой. Так «Эффект лампочки» был самым лучшим способом провоцировать спрос, так как товар имеет определенный срок службы после которого он начинает ломаться, но поломки, зачастую, сначала незначительные и могут быть устранены с помощью ремонта, но в последствии они становятся частыми и массовыми и в итоге появляется поломка, которая может быть устранена только покупкой новой единицы товара. Так человек сам начинает осуществлять создание спроса, а производитель – предложения, сразу же реагируя на желание потребителя приобрести новую единицу товара. Так первые лампочки накаливания могли служить более 100 лет, но сегодня служат только около 1000 часов. Женские чулки, изначально очень тяжело рвущиеся, но сегодня рвутся от лёгкого прикосновения. Техника может работать десятки лет, но ломается очень быстро, автомобили приходят в негодность и начинают систематически ламаться через 5 лет эксплуатации. Компания Apple является на сегодняшний день одним из самых ярких примеров технологии «запланированного устаревания». Теперь уже каждые полгода компания презентует измененную модель своего устройства, делая важный

упор на стиль. Миллионы потребителей в один момент готовы приобрести новую продукцию, лишь только потому, что она «новая», даже не задумываясь о характеристиках предыдущей покупки. Все потому, что владея «старой» моделью устройства, так тяжело наблюдать за товарищем, владеющего «продвинутой версией». Извините меня за субъективизм, но подобный абсурд стал частью нашей жизни. И к сожалению, все мы вовлечены в подобные процессы.

Такая теория находит место в экономиках всех стран мира, в которых находятся производства любого рода товаров и услуг. Это игра рынком крупных экономически-гениальных умов современного мира бизнеса и технологий производства. И нам остается только лицемерить такое поведение и действительно мотивированно создавать спрос на рынках сбыта.

*Научный руководитель: П.А. Супрун, преподаватель.*

*С.О. Рахманова*

*Днепропетровский университет имени Альфреда Нобеля*

## **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ДЖЕРЕЛО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ**

Останнім часом достатньо багато наукових досліджень пов'язані з питанням інноваційного розвитку галузі, підприємства, ринку, системи менеджменту, товару. Велика кількість науковці вважають саме інноваційний розвиток є найбільш перспективною стратегією розвитку для економіки країни. Звичайно не минуло питання інноваційного розвитку і ринок ресторанного господарства.

Розробка стратегії інноваційного розвитку підприємства дуже складний і клопіткий процес. Складність обумовлена тим, що будь-яке підприємство – це відкрита система, яка розвивається в динамічному та часто не передбачуваному навколишньому середовищі. Сукупність факторів зовнішнього і внутрішнього певною мірою впливають на роботу підприємства і є визначальними при формуванні стратегії підприємства ресторанного господарства. Стратегія підприємства ресторанного господарства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості. В даному контексті, про необхідність розробки стратегії підприємства достатньо влучно висловився один із авторів вчення про стратегічний ме-

неджмент, американський вчений Ігор Ансофф. Він писав: «...компанії, за відсутності планованої і керованої стратегії, приречені на вимирання, за винятком хіба що монополій і субсидованих компаній. В компаніях, яким вдається вижити, стратегічною поведінкою принаймні керують»

Стратегічне управління на підприємстві одно бізнесовому, тобто вузькопрофільному, що пропонує однотипну продукцію, а підприємства ресторанного господарства є типовим прикладом, застосовують трьохрівневу стратегію управління інноваційним розвитком підприємства, куди входять:

1. Корпоративна стратегія, що одночасно є конкурентною (діловою, бізнесовою).

2. Функціональна стратегія.

3. Операційна стратегія

Корпоративна (загальна, портфельна) стратегія займає в ієрархії найвищий рівень. Вона визначає загальний напрямок діяльності підприємства, один із наступних: або стратегію зростання, або стабілізації, або скорочення.

Функціональні стратегії розробляють для кожного функціонального напрямку діяльності: стратегія виробництва, маркетингу, фінансова стратегія, стратегія управління персоналом тощо. Функціональні стратегії конкретизують, доводять корпоративну і конкурентні стратегії до функціональних служб господарства. Одночасно функціональні підрозділи помітно впливають на формування корпоративної і конкурентних стратегій.

Операційні стратегії – це вузькі стратегії для основних структурних підрозділів підприємства, що не є самостійними. Це найнижчий рівень стратегії підприємства, з яким пов'язані стратегії, що займають вищий рівень за ієрархією: корпоративна, конкурентна, функціональна.

Управління інноваційним розвитком підприємства ресторанного господарства по-будоване на трьох компонентах:

- I. Перший компонент – географічний вектор росту, який визначає напрям і масштаб майбутньої стратегії діяльності підприємства:

- а) вектор розвитку ринку, орієнтація на його потреби (просування інноваційного продукту підприємства ресторанного господарства на старі і нові ринки);

- б) вектор розвитку товару (вдосконалення асортиментної політики враховуючи інноваційні тенденції в системі виробництва, інноваційні підходи до методів просування, цінової політики тощо);

- в) географія ринку (регіони чи де планується інноваційні методи організації бізнесу).

- II. Другий компонент інноваційної стратегії підприємства ресторанного господарства – конкурентні переваги, яких підприємство буде намагатися досягти за рахунок впровадження інновацій у виробничу діяльність.

III. Третім компонентом інноваційної стратегії є стратегічна гнучкість портфеля бізнесу. Вона досягається:

а) диверсифікацією діяльності підприємства ресторанного господарства, при якій потреби ринку і інноваційні напрями роботи підприємства не привели до руйнівних наслідків;

б) наявністю в портфелі підприємства ресурсів і можливостей, які забезпечать використання інновацій в різних напрямках діяльності. Бо якщо портфель видів бізнесу будується на спільній виробничій системі, то він менш вразливий від впливу середовища порівняно з тим, який будується на зовсім різних виробничих вимогах для кожного виду діяльності.

У цілому ж, застосування інновацій як стратегічного напрямку розвитку у діяльності підприємств ресторанного господарства підвищує організаційно-технічний рівень виробництва, якість продукції та послуг, покращує умови відпочинку споживачів та праці персоналу тощо.

*Науковий керівник: О.В. Калінін, канд. техн. наук, доц.*

*А.А. Руденко*

*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля*

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА ЗРОСТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ**

Зростання конкурентоспроможності економіки базується на оновленні виробництва, впровадженні нових технологій та видів продукції. Інновації, поряд із землею, працею та капіталом, постають важливим чинником виробництва. Це вимагає формування національних інноваційних систем (НІС). Зараз в світовій економіці постійно зростає значимість нематеріальних активів та їх найважливішої складової – інтелектуальної власності. Відзначимо збільшення ролі інновацій у порівнянні з роллю матеріального виробництва. За висновком експертів комісії ЄС, конкурентоспроможність 65 % промислової продукції та 55 % робочих місць залежить від рівня технологій та інформації.

Ефективність інноваційного процесу визначається результатами такого його інструменту, як трансфер технологій. Він здійснюється не ізольовано, а в межах національних інноваційних систем під впливом глобальних тенденцій. Зараз у міжнародній економіці поглиблюється поляризація країн за рівнем соціально-економічного розвитку. Розвинуті країни світу внаслідок ефективно діючих НІС інтенсифікують своє виробництво; країни, що розвиваються, більш обмежені в інноваційному розвитку та, у найкращому випадку, можуть імпортувати нові технології. Сучасний етап розвитку міжнародної економіки характеризується пере-

ходом індустріально розвинутих країн до шостого технологічного укладу. Однак в межах домінантного сьогодні п'ятого технологічного укладу умовою забезпечення високої конкурентоспроможності стає безупинний інноваційний процес. Розробка нових технологій потребує все більших витрат, для відшкодування яких потрібні великі ринки. Життєві цикли нововведень мають тенденцію до прискорення, що спричиняє нерівномірність розвитку міжнародної економіки. У світовому просторі розвивається техноглобалізм, який означає інтернаціоналізацію технологій та є протилежним технонаціоналізму – технологічній самодостатності держави. Аналіз техніко-економічної динаміки свідчить, що основою економічного зростання стає розробка та впровадження нових технологій, інноваційний процес, а проведення НДДКР займає все більшу частку в інвестиційних витратах і перевищує в наукомістких галузях витрати на придбання устаткування та будівництво. В Україні панують технології третього – четвертого укладів, а п'ятий поданий фрагментарно. Більша частка українських товарів виробляється з використанням традиційних, базових технологій. Тому наша країна є скоріш імпортером, ніж експортером нових технологій.

У міжнародній науково-технічній сфері активізують свою діяльність ТНК, МНК з великою часткою іноземного капіталу та експортною орієнтацією. Національна науково-технічна сфера більш орієнтується на зовнішній світ. Ринковий характер міжнародної економіки постійно потребує інновацій, а міжнародна конкурентоспроможність країни визначається насамперед рівнем їх технологічного розвитку. Імпорт технологій суттєво впливає на обсяги реального ВВП, експорт, внутрішнє інвестування та споживання в індустріально розвинених країнах. Країни з низьким рівнем економічного розвитку, обмеженим використанням інформаційних технологій, недостатньо розвинутою інфраструктурою мають незначні перспективи щодо залучення нових технологій. На жаль, Україну можна віднести до таких країн. Інтенсифікація технологічного обміну призвела до зростання кількості країн, які обмінюються технологіями. З 1960 року по 2009 рік ця цифра збільшилась з 22 до 125. Сформувався такий специфічний сегмент світового ринку, як світовий ринок технологій (СРТ), головною функцією якого є комерціалізація технологій в міжнародному масштабі.

Відзначимо існуючу тенденцію щодо країн-лідерів технологічного розвитку: з одного боку, вони прагнуть зберегти комерційну таємницю і отримати переваги від розробки нової технології; з іншого, вони повинні забезпечити комерціалізацію нової технології та отримати прибуток від її продажу.

Відповідно до класифікації товарів, що запропонована Конференцією ООН з торгівлі та розвитку, розроблено коефіцієнт технологічної місткості торгівлі, який відображає частку витрат на дослідження і розробки в

загальному обсязі витрат на виробництво товарів і торгівлю ними. Всі товари поділяються на високо-, середньо- та низькотехнологічності. До останньої групи відносяться будівельні матеріали, продукти харчування, судна, чорні метали, текстиль, одяг, взуття. Україна, що експортує переважно металопродукцію низької технологічної якості, може бути віднесена до третьої групи.

Домінантні позиції на світовому ринку технологій належать США. Серед інших країн-лідерів відзначимо країни ЄС, Китай, Японію, Індію та ін. На сьогоднішній день на США припадає 40 % світових витрат на розробку новітніх технологій; 38 % патентів на нові технології, отримані індустріально розвинутими країнами; 37 % вчених; 35 % світових наукових публікацій. В Америці працюють 70 % вчених – лауреатів Нобелівської премії; 66 % авторів наукових праць, які найбільш активно цитуються у світі; знаходиться 75 % університетів, що входять до двадцятки країн ВНЗ світу. «Периферію» СРТ становлять країни, що розвиваються. На ці країни, що є найбільшими за чисельністю населення, припадає лише 4 % світових витрат на НДДКР, 10 % інженерно-технічних кадрів.

Оскільки світовий ринок технологій тісно пов'язаний з інноваційною діяльністю, позиції різних країн на міжнародному технологічному ринку відповідають їхньому інноваційному потенціалу, ступеню його використання. Україна в цьому плані виглядає не дуже привабливо. Глибока економічна та соціальна криза призвела до того, що науково-технологічний потенціал, на наш погляд, використовується неефективно: наукову сферу щорічно залишають понад 30 тис. вчених та фахівців, освоєнням нових технологій займаються лише 1% промислових підприємств України.

Підкреслимо особливості сучасного світового ринку технологій:

- 1) інтенсивний розвиток ринку за темпами зростання випереджає обсяги міжнародної торгівлі товарами та світового промислового виробництва;
- 2) спостерігається висока концентрація технологічних ресурсів у невеликій кількості країн;
- 3) технологічний розрив між країнами, що перебувають на різних рівнях економічного розвитку, постійно зростає;
- 4) ступінь монополізації СРТ вищий ніж світового ринку товарів і становить понад 80 %;
- 5) розвиток СРТ характеризується занадто високим рівнем ринкової невизначеності та комерційного ризику.

Сучасний інноваційно-технологічний розвиток міжнародної економіки вимагає поєднання зусиль держав світу щодо оптимального вирішення актуальних технологічних, виробничих, соціальних та екологічних проблем, встановлення стійких зв'язків між партнерами для подолання існуючих диспропорцій та гармонізації процесів техноглобалізму.

*Науковий керівник: О.В. Калінін, канд. техн. наук, доц.*



## **ІСТОРИЧНИЙ РАКУРС МЕНЕДЖМЕНТУ**

В сучасних умовах роль менеджменту безперечно зростає. Це явище цілком закономірне, оскільки підприємства постійно шукають нові можливості для виживання та подальшого розвитку. Досвід різних країн та фірм свідчить, що інструменти менеджменту як у минулому, так і сьогодні є ефективними і навіть все більше і більше стають пріоритетними. Тому цілком зрозумілий інтерес до вивчення управлінської діяльності, її особливостей та конкретних дій у минулому. Невипадково сучасні менеджери пам'ятають широко відомий вислів – «історія вчить».

Досліджуючи різні історичні періоди, бачимо, що елементи менеджменту з'явились та стали використовуватись досить давно. Особливо цікаві управлінські дії у Древній Греції, Вавілонській і Римській імперіях, Китаї, Індії. Ці країни в той час розвивались стрімко, будували державність, формували умови для розвитку ремісництва і торгівлі. Створюючи об'єднання людей для досягнення цілей, виникала потреба:

- продумувати завдання;
- об'єднувати людей в окремі групи;
- організовувати та створювати умови для праці;
- розраховувати кількість ресурсів;
- мотивувати людей, зацікавлювати їх виконувати якісно і своєчасно видане завдання;
- здійснювати контроль та оцінку результатів їх праці.

Безумовно, різні країни по різному підходили до вирішення цих проблем, але поступово склався механізм впливу на людей, який в подальшому спровокував появу менеджменту.

В наш час азбукою менеджменту є розподіл і спеціалізація праці, встановлення функціональних обов'язків робітника, побудова організаційної структури управління підприємством, використання загальних функцій менеджменту (планування, організація, мотивація, контроль) тощо. Вони змінились, наповнились новим змістом, але основа збереглась. Тому треба розробляючи щось нове, згадувати історичні нароби менеджменту і з урахуванням сучасних умов, рівня розвитку бізнесу, суспільства, спираючись на них, створювати ефективні підходи та методи впливу на людей.

*Науковий керівник: Н.С. Макарова, канд. екон. наук, доц.*

## **ЛИДЕРСТВО И РУКОВОДСТВО**

Лидерство и руководство – это два разных понятия. Руководство концентрирует внимание на том, чтобы люди делали вещи правильно, а лидерство – на том, чтобы люди делали правильные вещи.

Существует различие между формальным лидерством – когда влияние исходит из официального положения в организации и естественным лидерством – когда влияние исходит из признания другими личного превосходства лидера. В большинстве ситуаций, конечно, эти два вида влияния переплетаются в большей или меньшей степени. Важно здесь не то, что лидер обладает качествами превосходства, а то, что его сторонники считают, будто он обладает этими качествами.

Лидерство – это психологическая характеристика поведения отдельных членов группы, а руководство – это социальная характеристика отношений в группе, и в первую очередь с точки зрения распределения ролей управления и подчинения. В отличие от лидерства руководство выступает как регламентированный обществом правовой процесс.

Однако, несмотря на приведенные различия, и лидер, и руководитель имеют дело с одним и тем же типом проблем, связанных со стимулированием персонала организации, нацеливанием его на решение определенных задач, заботой о средствах, при помощи которых эти задачи могут быть решены.

Руководитель – это человек, который направляет работу других и несет персональную ответственность за ее результаты. Хороший менеджер вносит порядок и последовательность в выполняемую работу. Свое взаимодействие с подчиненными он строит больше на фактах и в рамках установленных целей.

Лидер воодушевляет людей и вселяет энтузиазм в работников, передавая им свое видение будущего и помогая им адаптироваться к новому, пройти этап изменений.

Руководители имеют тенденцию занимать пассивную позицию по отношению к целям. Чаще всего они по необходимости ориентируются на кем-то установленные цели и практически не используют их для проведения изменений. Лидеры, наоборот, сами устанавливают свои цели и используют их для изменения отношения людей к делу.

Официально назначенный руководитель подразделения обладает преимуществами в завоевании лидирующих позиций в группе, поэтому он чаще, чем кто-либо другой, становится лидером. Однако необходимо помнить, что быть руководителем не означает автоматически считаться

лидером, так как лидерство в значительной мере базируется на неформальной основе.

Кроме того, поведение формального руководителя зависит от того, стремится ли он продвигаться выше по служебной лестнице или удовлетворен своим настоящим положением и особенно не стремится к продвижению. В первом случае руководитель, отождествляя себя с более крупными группами организации, нежели с группой подчиненных, может считать, что эмоциональная привязанность к рабочей группе может стать тормозом на его пути. Приверженность руководителя своей группе может войти в противоречие с его личными амбициями и оказаться в конфликте с его приверженностью руководящей группе организации. Во втором – он полностью отождествляет себя со своими подчиненными и стремится сделать все от него зависящее, чтобы защитить их интересы.

Руководители предпочитают порядок во взаимодействии с подчиненными. Они строят свои отношения с ними соответственно тем ролям, которые подчиненные играют в запрограммированной цепочке событий или в формальном процессе принятия и реализации решений. Это во многом происходит оттого, что менеджеры видят себя определенной частью организации или членами особого социального института. Лидеры подбирают и держат людей, которые понимают и разделяют их взгляды и идеи, отражаемые в лидерском видении. Лидеры учитывают потребности работников, воспринимаемые ими ценности и движущие ими эмоции. Лидеры склонны к использованию эмоций и интуиции и всегда готовы вызывать у своих последователей сильные чувства типа любви и ненависти. Лидеры не связывают уважение к себе с принадлежностью к определенной организации.

Руководители обеспечивают достижение целей подчиненными, контролируя их поведение и реагируя на каждое отклонение от плана. Лидеры строят свои отношения с подчиненными на доверии, мотивируя и вдохновляя их. Они закладывают доверие в основу групповой, совместной работы.

Используя свой профессионализм, различные способности и умения, руководители концентрируют свои усилия в области принятия решений. Они пытаются сузить набор путей решения проблемы. Решения часто принимаются на основе прошлого опыта. Лидеры, наоборот, предпринимают постоянные попытки разработки новых и неоднозначных решений проблемы. А самое главное, после того, как проблема ими решена, лидеры берут на себя риск и бремя выявления новых проблем, особенно в тех случаях, когда существуют значительные возможности для получения соответствующего вознаграждения.

Наличие у лидера четких личных ценностей и разумных личных целей крайне важно для успеха в деловой деятельности, карьере и личной жизни.

В свое время Генри Минтцберг назвал восемь основных качеств, которые должны быть присущи лидеру:

Искусство быть равным, т.е. установить и поддерживать систему отношений с равными себе людьми.

Искусство быть лидером – способность руководить подчиненными, справляться со всеми сложностями и проблемами, которые приходят к человеку вместе с властью и ответственностью.

Искусство разрешать конфликты – способность выступать в роли посредника между двумя сторонами в конфликте, урегулировать неприятности, порождаемые психологическим стрессом.

Искусство обрабатывать информацию – способность построить систему коммуникаций в организации, получать надежную информацию и эффективно ее оценивать.

Искусство принимать нестандартные управленческие решения – способность находить проблемы и решения в условиях, когда альтернативные варианты действий, информация и цели неясны или сомнительны.

Искусство распределять ресурсы в организации – способность выбрать нужную альтернативу, найти оптимальный вариант в условиях ограниченного времени и нехватки других видов ресурсов.

Дар предпринимателя – способность идти на оправданный риск и на внедрение нововведений в организации.

Искусство самоанализа – способность понимать позицию лидера и его роль в организации, умение видеть то, какое влияние лидер оказывает на организацию.

***Научный руководитель: П.О. Супрун, препод.***

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ  
В УМОВАХ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА**

III Всеукраїнська науково-практична конференція

Тези доповідей

24 березня 2014 р.

(українською та російською мовами)

Комп'ютерна верстка О.М. Гришкіної

---

Підписано до друку 21.03.2014. Формат 60×84/16.

Ум. друк. арк. 9,53. Тираж 90 пр. Зам. № .

---

ПВНЗ «Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля».

49000, м. Дніпропетровськ, вул. Набережна В.І. Леніна, 18.

Тел. (056) 778-58-66, e-mail: rio@duer.edu

Свідоцтво ДК № 4611 від 05.09.2013 р.

Віддруковано у ТОВ «Роял Принт».

49052, м. Дніпропетровськ, вул. В. Ларіонова, 145.

Тел. (056) 794-61-05, 04

Свідоцтво ДК № 4121 від 27.07.2011 р.