

Секція 7.
**Теоретико – прикладні аспекти управління
потенціалом і розвитком промислових
підприємств**

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

УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСОМ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Л.О. Стрій, д.е.н., професор
Ю.О. Руда

Одеський національний політехнічний університет

Управління бізнес-процесами відноситься до нових концепцій розвитку та управління сучасного підприємництва. Вплив загальноекономічних процесів, що носять агресивний характер для підприємства, а саме: жорстка конкурентність, динамічність та інноваційність середовища, рецесія економіки обумовлює необхідність використання адекватних методів та підходів до управління економічною діяльністю підприємства. Звертаючи увагу на внутрішні бізнес-процеси, підприємство має не лише можливість протидіяти негативним тенденціям, а також використовувати додаткові можливості для реалізації власного потенціалу.

Проблемам економічного розвитку на основі процесного підходу присвячено велику кількість публікацій, проте бізнес-процеси як об'єкти економічного розвитку, ще й досі залишаються мало вивченими та потребують додаткової уваги.

Поняття «бізнес-процес» не має єдино чіткого та правильного визначення, але аналіз наукової літератури дозволив виділити такі основні інтерпретації даного терміну:

– бізнес-процес – це систематизоване послідовне виконання логічно пов'язаних та взаємозалежних завдань (заданих в часі та просторі, з точним визначенням входів та виходів) з використанням ресурсів, що забезпечують виробничу діяльність, з метою створення продукції, яка має споживчі цінності для клієнта [1, с. 143];

– це логічні серії взаємозалежних дій, які використовують ресурси підприємства для створення або одержання корисного для замовника виходу, такого як продукт або послуга [2, с. 57];

– це потік роботи, що має свої межі і відкривається первинними постачальниками процесу, тобто входами процесу, якими можуть виступати матеріально-технічні, енергетичні, людські та інформаційні ресурси, закінчується процес виходом, тобто одержанням результату первинними клієнтами;

– це об'єктивно існуюча сукупність взаємопов'язаних цільових одиниць управлінської діяльності (залежно від масштабів аналізу – комплексів робіт, задач, робіт), що має чітко визначений вхід та вихід та протікає в межах інформаційних зв'язків, закріплених існуючою організаційною структурою [3, с. 124].

Не зважаючи на різні погляди щодо визначення терміну, спільною ознакою є те, що даний процес має чіткі параметри входу та виходу – який передбачає отримання кінцевого продукту.

Умовно бізнес-процеси можна поділити на структуровані процеси та само організаційні.

Структурований бізнес-процес є збалансованим та є еталоном для інших бізнес-процесів, він має такі ознаки [4, с. 264]:

– високий рівень визначеності завдання, ефективності використання ресурсів та організаційної структури;

– виконується саме те, що необхідно;

– високий рівень комунікацій, обміну інформацією та взаємодії всередині команди;

– високий рівень адаптивності до цілей та потреб підприємства, що змінюються;

– стійкий та високоякісний результат тощо.

Управління бізнес-процесом спрямоване на перетворення само організаційних процесів у структуровані та керовані, так як, такий процес завжди є ефективнішим, ніж хаотичний.

Економічний розвиток підприємства передбачає якісні зміни, оновлення його господарської системи та організаційної структури, підвищення ефективності функціонування на основі вдосконалення техніки, технології та організації праці у всіх структурних підрозділах, підвищення якості продукції та послуг, що ним надаються [5, с. 26].

Таким чином, управління бізнес-процесом є важливою складовою економічного розвитку підприємства, так як це безпосередньо впливає на формування якісних характеристик

підприємства та реалізацію його потенціалу. Інакше кажучи, якщо бізнес-процес регламентований, керований та стабільний, відповідно втрати ресурсів на підприємстві менші, аніж коли процес неструктурований та близький до стану хаосу. Це дає змогу знизити витрати на виробництво, освоїти нову техніку та технології, підвищити якість та конкурентоспроможність, що і є передумовами економічного розвитку навіть в нестабільних сучасних умовах.

Література:

1. Виноградова О.В. Реінжиніринг бізнес-процесів у сучасному менеджменті: Монографія. [Текст] / О.В. Виноградова – Д.: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2005. – 195 с.
2. Зіндер Є.З. Нове системне проектування: інформаційні технології бізнес-реінжиніринг.– 2010.– №1.– 195 с.
3. Мазур І.І. Реструктуризація підприємств і компаній / І.І. Мазур, В.Д. Шапирой – М. : Висш. шк., 2000. – 211 с.
4. Горлачук В.В., Яненко І.Г. Економіка підприємства. Навчальний посібник. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 344 с.
5. І.В. Тюха. Соціально-економічний розвиток підприємств: Стаття / Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка», – 2012. – №6 –С.26-28

ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО АУДИТУ

Т.І. Черкасова, к.е.н., професор
Н.Г. Мацко

Одеський національний політехнічний університет

В основі сучасної економіки провідних країн світу лежить модель інноваційного розвитку, у рамках якого формується і реалізується потенціал економічного розвитку окремого промислового підприємства. Для підтримання конкурентних позицій окремого підприємства необхідно активно використовувати інноваційні технології, впровадження яких пов'язано з реалізацією окремих інноваційних проектів або низки проектів. Питання забезпечення ефективності цих проектів є надзвичайно актуальним, оскільки ризики, пов'язані з впровадженням новачі необхідно знизити до мінімуму.

Теоретичні та методологічні проблеми інноваційного розвитку підприємств знайшли своє відображення в багатьох роботах вітчизняних та зарубіжних дослідників, але й досі актуальним є пошук інструментів підвищення ефективності впровадження технологічних та особливо процесових інновацій. Ефективність реалізації стратегії економічного розвитку промислового підприємства прямо залежить від ефективності проведеного аналізу перспективності технологій, які ураховувалися під час її розробки.

За даними Державної служби статистики України у 2013 р. із загальної кількості використаних технологій 41,6% використовувалися менш 3-х років, 39,3% - від 3-х до 9 років, 19,1% - більш ніж 10 років. У 2013 році кількість підприємств та організацій, що використовували передові технології у своїй діяльності, зменшилися порівняно з 2012 роком на 2,9% та склала 2073, а кількість створених технологій теж зменшилася на 5,8% [1].

Важливим інструментом оцінки та формування потенціалу економічного розвитку промислового підприємства є технологічний аудит, проведення якого дає можливість обґрунтувати заходи щодо зростання техніко-технологічної складової потенціалу на інноваційній основі та визначити обсяг і джерела їх фінансування, сформулювати стратегію отримання доходу по результатам інноваційної діяльності.

Технологічний аудит – це спосіб перевірки технологічного стану компанії за допомогою певних критеріїв, який дає можливість виявлення її слабких і сильних сторін, що веде до формування стратегії, спрямованої на підвищення ефективності компанії [2].

В останні роки, які характеризуються бурхливим розвитком технологій, роль технологічного аудиту в діяльності будь-якої організації істотно зросла. У процесі проведення технологічного аудиту в організації рекомендується виділяти три основні етапи [3]. На

першому етапі відбувається огляд тих технологій, які використовуються на підприємстві, і оцінка позиції керівництва щодо застосування цих технологій. На другому етапі відбувається огляд технологій, які застосовують в інших організаціях, в першу чергу у конкурентів, і виявлення технологічних еталонів, тобто найкращої технології, з таких що практично використовують. Основним управлінським інструментом вирішення цих завдань є бенчмаркінг. Третім етапом технологічного аудиту організації є зіставлення технологій, що використовуються в організації з виявленими технологічними еталонами для оцінки їх відносної ефективності. Основним управлінським інструментом вирішення завдань третього етапу є аналіз технологічного портфеля організації, який орієнтований в першу чергу на те, щоб виявити найбільш ефективні технології, які мають скласти основу її технологічної стратегії.

У зв'язку з відсутністю необхідного фінансування та низьким рівнем техніко-технологічної бази виробництва більшості вітчизняних промислових підприємств значна кількість технологічних новацій реалізується як з порушенням терміну впровадження нововведення, так й потребують розробки цілеспрямованих технічних рішень, які забезпечують можливість реалізації нової технології в умовах часткового удосконалення техніко-технологічної бази виробництва окремого підприємства. Все це знижує ефект від впровадження процесових інновацій.

Саме технологічний аудит має стати такою управлінською технологією, яка дозволить обґрунтувати заходи, що націлені на забезпечення відповідності вимог проекту техніко-технологічному рівню виробництва, уточнити комерційний потенціал процесової інновації, визначити обсяги та послідовність робіт окремого проекту, уточнити обсяги та джерела його фінансування. Таким чином, технологічний аудит стає обов'язковим інструментом формування техніко-технологічного потенціалу розвитку підприємства, а результати його використання дозволять скорегувати послідовність впровадження окремих інноваційних проектів з метою прискорення формування потенціалу економічного розвитку підприємства на інноваційній основі.

На українському ринку послуг існує пропозиції щодо проведення технологічного аудиту, але вони не мають широкого попиту. На наш погляд, це пояснюється необхідністю відкриття інформації, яка дозволяє детально охарактеризувати стан техніко-технологічної бази виробництва, що носить конфіденціальний характер.

Саме тому подальші дослідження у цій сфері потребують розробки механізму комплексного технологічного аудиту, вирішення організаційних питань щодо складу груп фахівців, які займаються технологічним аудитом, взаємодії різних підрозділів, визначення рівня доступу зовнішніх експертів та рівня їх компетентності.

Література:

1. Наука та інновації в Україні 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Цыбулев П. Н. Маркетинг интеллектуальной собственности :учебн. пособ. / Цыбулев П. Н. – К. :ГииС, 2008 – 252с.
3. Инновационный менеджмент: Учебник. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 368 с.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ПРОЦЕСНО-СТРУКТУРОВАНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

М.Б. Швецова, к.е.н., доцент
О.І. Тревого

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Машинобудування є однією з основних галузей української економіки, базисом для формування стійкого економічного зростання. Сучасний стан галузі засвідчує утруднений

розвиток, спричинений невизначеністю зовнішнього середовища, лобіюваним розподілом ресурсів на державному рівні та недосконалою системою регулювання. Світові тенденції формування вертикально-інтегрованих галузевих структур та глобалізація, в умовах кризової економіки, не сприяють розвитку вітчизняного машинобудування. За таких умов виникає необхідність створення цілісної концепції галузевого розвитку на державному рівні, яка передбачатиме жорстке регулювання та гнучку стратегію підтримки перспективних машинобудівних підприємств [1].

На рівні окремих машинобудівних підприємств слід впроваджувати прогресивні методи і моделі управління розвитком, які у своєму діалектичному поєднанні забезпечать якнайшвидше зростання обсягів виробництва та продажу машинобудівної продукції. Західна наука і практика використовує широке коло загальнонаукових універсальних та вузькоспеціалізованих галузевих методів і моделей розвитку промислових підприємств, які базуються на сучасному математичному апараті та потребують значних інформаційних, програмних і комп'ютерних ресурсів.

Використання класичних методик функціонального, процесного, системного та ситуаційного менеджменту суттєво обмежуються в умовах погіршення ситуації в галузі, що спричинено невизначеністю напряму зміни і сили впливу більшості параметрів зовнішнього середовища. Керівники вітчизняних машинобудівних підприємств змушені через брак часу та інформації інтуїтивно приймати тактичні рішення, не маючи перед собою чітких орієнтирів.

Процесно-структурований підхід до управління розвитком машинобудівних підприємств має певні особливості, які дають змогу збільшити ефективність системи менеджменту, покращити їх адаптивність до агресивних умов зовнішнього середовища та формалізувати проблемні аспекти взаємин керуючої та керованої підсистем з урахуванням фактичної динаміки показників діяльності та структури бізнес-процесів [2]. До таких особливостей відносимо насамперед однозначне трактування процесу менеджменту, який, не заперечуючи виділення конкретних функцій управління, виокремлює також ключові бізнес-процеси на різних етапах розвитку машинобудівного підприємства.

Складовими технології процесно-структурованого менеджменту є постійний моніторинг внутрішнього і зовнішнього середовища, виділення функцій менеджменту, формування на їх основі методів впливу на керовану систему та формалізація у вигляді управлінських рішень [2]. Водночас внутрішнє середовище організації відображається сукупністю бізнес-процесів, кожен з яких співвідноситься з відповідними структурними підрозділами організації, які формують організаційну систему управління (ОСУ). Це означає, що ОСУ є динамічною, тобто зміна сили і напрямку впливу факторів зовнішнього середовища та точок прикладення цих впливів до окремих елементів внутрішнього середовища підприємства приводить до часткової реорганізації бізнес-процесів і, як наслідок, реформування ОСУ. Завданням керівництва є забезпечення умов безболісного коректування ОСУ з максимально можливою швидкістю і адекватним ступенем пророблення штатного розпису і посадових інструкцій.

Важливою особливістю процесно-структурованого менеджменту є те, що часткова зміна окремих ланок ОСУ не повинна призводити до негайного переформатування внутрішніх положень чи пріоритетів на конкретних робочих місцях. Це пов'язано з тим, що фіксувати такі часткові зміни не можна до тих пір, поки процес реформування не закріпиться у всіх ланках ОСУ і не знайде відображення у суміжних бізнес-процесах.

У процесі розвитку машинобудівне підприємство проходить кілька циклів, кожен з яких складається принаймні з трьох стадій: 1) побудова моделі поточного стану підприємства, або моделі «Як є» з використанням потокових (для опису логіки процесів) і функціональних (для опису структури процесів) моделей на базі стандартів сімейства IDEF; 2) побудова моделі «Як має бути», що відображає поведінку об'єктів на основі динамічних моделей та дані процесів на базі інформаційних моделей; 3) постановка цілей і задач розвитку підприємства та вибір відповідних їм методів впливу [3].

Специфіка машинобудівних підприємств виявляється в поєднанні інструментів процесно-структурованого менеджменту з превентивним імітаційним моделюванням, яке з високою ймовірністю дозволяє передбачити проблеми економічного, організаційного чи технологічного характеру і миттєво реагувати готовими сценарними рішеннями. Фінансування таких робіт має відбуватися централізовано з резервного фонду підприємств (для державних організацій – з бюджету), оскільки сума попереджених збитків гарантовано перевищить витрати на проведення таких робіт.

Література:

1. Мельник О.Г. Діагностика діяльності машинобудівних підприємств на засадах системи економічних індикаторів : [монографія] / О.Г. Мельник. – Львів : Вид-во ДП «Видавничий дім «Укрпол», 2009. – 188 с.
2. Процесно-структурований менеджмент : методологія та інструментарій : [монографія] / [О.Є.Кузьмін, І.В.Алексєєв, О.Г.Мельник, та ін.]; за ред. д.е.н., проф. О.Є.Кузьміна. – Львів : Видавництво «Растр-7», 2013. – 428 с.
3. Босак А.О. Модель взаємодії між керівною та керованою підсистемами організації у системі процесно-структурованого менеджменту / А.О. Босак, О.Ю. Переста // Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету "Наука й економіка" №3 (27). Хмельницький: ПВНЗ «Хмельницький економічний університет», 2012. – С.68-75.

СИСТЕМНО-ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Л.М. Христенко, к.е.н., доцент
А.В. Ємел'янова

Східноукраїнський національний університет ім. В.Даля, м. Луганськ

Одним із найважливіших проблемних питань ефективного функціонування й розвитку будь-якого підприємства як соціально-економічного суб'єкта у ринкових умовах непередбачуваного та швидкоплинного зовнішнього та внутрішнього середовища є забезпечення належного стану захищеності діяльності підприємства від дії існуючих та потенційних загроз – стану його економічної безпеки. А отже питання щодо економічної безпеки рано чи пізно постають перед кожним підприємством достатньо гостро. Від того, наскільки швидко підприємство зможе адаптувати свою діяльність до змін середовища, наскільки виваженими будуть управлінські рішення по відношенню до загроз залежить не тільки результат його діяльності, але й, у деяких випадках, і саме його існування на ринку й збереження прав власності на нього.

Оскільки економічна безпека визначається як стан, актуальності набуває питання її забезпечення. Під забезпеченням економічної безпеки підприємства розуміється процес у вигляді послідовності взаємопов'язаних і взаємообумовлених дій (заходів) різного характеру (кадрових, інформаційних, технічних, технологічних, організаційних, адміністративних та ін.) щодо протидії негативним наслідкам внутрішніх або зовнішніх, об'єктивних або суб'єктивних загроз, метою якого є досягнення бажаного рівня економічної безпеки підприємства, що є запорукою його стабільного й ефективного функціонування і розвитку, фінансової стійкості й платоспроможності, підвищення конкурентоспроможності на ринку, і, як наслідок, формування необхідних передумов для повної реалізації економічних та соціальних цілей своєї діяльності.

При розгляді питань щодо забезпечення економічної безпеки підприємства слід згадати, що підприємство у своїй основі є певним системним інтегратором різноманітних соціально-економічних елементів як у просторі, так і у часі. А отже, і забезпечення економічної безпеки не може розглядатися лише як прямий процес простих послідовних етапів. Його вивчення має відбуватися у межах спорідненого системно-процесного підходу.

Висвітлення забезпечення економічної безпеки підприємства за просторовою складовою може бути представлено:

етапами ланцюжка нарощування вартості кінцевого продукту діяльності підприємства (у розрізі складових довиробничого, виробничого (основного) та післявиробничого етапів) та його життєвим циклом (у межах таких етапів як запровадження кінцевого продукту діяльності підприємства на ринок товарів або послуг, зростання, зрілість та вихід з ринку). Логічним є й прийняття до уваги життєвого циклу самого підприємства (від моменту його зародження на ринку до моменту виходу з ринку та ліквідації);

наявністю функціональних складових, до яких віднесені: фінансова складова (досягнення найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів), адміністративна та інтелектуально-кадрова складові (збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства; ефективне управління персоналом), виробничо-технологічна складова (ступінь відповідності застосовуваних на підприємстві техніки й технологій світовим аналогам); правова складова (всебічне правове забезпечення діяльності підприємства, дотримання чинного законодавства), ринкова або маркетингово-збутова (просування продукції на ринку), інформаційно-аналітична складова (ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності підприємства), екологічна складова (дотримання чинних екологічних норм), силова складова (забезпечення фізичної безпеки працівників підприємства (передусім керівників) і збереження її майна);

організаційними рівнями управління, які забезпечують існування підприємства та його діяльність. Структуру організаційних рівнів можна представити у такий спосіб: найвищим є рівень власників підприємства; наступними є рівень вищої та середньої ланок управління; слід також врахувати рівень поточної діяльності підприємства відповідно бізнес-процесам або функціональним зонам його діяльності;

взаємозалежністю самого процесу забезпечення економічної безпеки підприємства та процесу виникнення і розвитку загроз його діяльності. Кожен з цих процесів має свої етапи, які можуть цілком або частково співпадати, або ж таки бути зовсім відокремленими.

Слід зауважити, що зазначені елементи просторової складової забезпечення економічної безпеки підприємства не є вичерпаними.

Часова складова забезпечення економічної безпеки підприємства ґрунтується на формуванні відповідної концепції по забезпеченню потреби підприємства у належному стані безпеки у теперішньому та створенні тих же умов для розвитку підприємства у майбутньому, з подальшим їх впровадженням. Часовий контент забезпечення економічної безпеки підприємства представлений трибічною контрольною процедурою, до складу якої входять превентивні заходи (прогнозування та діагностика на майбутнє бажаного стану безпеки підприємства), оперативні заходи (облік і контроль поточного стану безпеки функціонування підприємства з точки зору впливу загроз діяльності підприємства у теперішньому часі) та наступні заходи (аналіз стану безпеки за минулі періоди).

Істотним є те, що основною складовою контрольної процедури часового елементу забезпечення економічної безпеки визначено превентивні заходи діагностики стану економічної безпеки підприємства, які мають на меті, по-перше, виявлення сигналів про виникнення загроз стану економічній безпеці підприємства; по-друге, прогнозування майбутнього стану безпеки функціонування підприємства з подальшим виробленням заходів з протидії встановленим негативним тенденціям і визначенням необхідних за видом і розміром витрат на запровадження цих заходів у життя.

Таким чином, забезпечення економічної безпеки підприємства є складною інтегрованою категорією, розуміння якої може бути досягнуто лише через дослідження та ретельне вивчення кожного із запропонованих елементів просторової та часової складових як відокремлено, так і в сукупності з іншими елементами.

ПОНЯТТЯ ТА СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ІНТЕГРОВАНИХ ПРОМИСЛОВИХ СТРУКТУР

О.Ю. Чорна, к. е. н., доцент

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
м. Северодонецьк*

Роль інтеграційних процесів у вітчизняній економіці складно переоцінити. Надзвичайно важливими є процеси, що стосуються інтеграції промислових підприємств, які, навіть за часів економічної кризи, виробляють майже третину ВВП країни, близько 3/4 матеріальних благ, споживаних населенням, забезпечують робочими місцями майже половину населення України.

Отже, промислові структури, які утворюються внаслідок інтеграційних процесів, не можуть не впливати на економічну безпеку держави, тому їхнє дослідження потребує пильної уваги.

Щонайперше детального вивчення потребує понятійний апарат. Для термінологічного позначення складних організаційно-економічних утворень інтеграції суб'єктів господарювання використовуються різні поняття, найпоширенішими серед яких є "інтегрована корпоративна структура", "інтегрована бізнес-група", "інтегрована структура бізнесу (ІСБ)", "метакорпорація", "зв'язано-диверсифікована система", "інтергломерат", "об'єднання", "інтегроване підприємство", "інтегрована компанія". Таке різноманіття понять свідчить не лише про підвищену увагу до їхнього дослідження, а й про неоднозначність поглядів на інтеграцію суб'єктів господарювання в цілому та відсутність поняття, яке б розкривало специфіку створення об'єднань промислових підприємств. Під "інтегрованою промисловою структурою" (далі ІПС) пропонуємо розуміти ієрархічно та гетерархічно структуроване цілісне утворення акторів, чії інтереси реалізуються в ході технологічних, економічних, організаційних, соціальних процесів, спільна діяльність котрих спрямована на досягнення загальних цілей, протистояння й подолання загроз, що виникають як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі таких структур.

До основних переваг створення та функціонування ІПС традиційно належать синергійний ефект від використання ресурсів, можливості здійснення масштабної інвестиційної діяльності, підвищення технологічного рівня виробництва, зміцнення конкурентоспроможності тощо. Водночас негативними наслідками створення та функціонування ІПС є труднощі, викликані розгалуженістю та різноманітністю переважної більшості акторів ІПС, неузгодженістю їхніх інтересів і незбалансованістю ресурсів, що, у свою чергу, може загрожувати економічній безпеці ІПС. Отже, зважаючи на те, що створення та функціонування ІПС має не лише переваги, але й суттєві недоліки, які, здебільш, є причинами виникнення загроз їхній діяльності, а також, урахувавши значущість впливу діяльності ІПС на економічну безпеку держави, цілком закономірним є припущення про необхідність вивчення економічної безпеки самих ІПС.

Незважаючи на значну кількість безпекознавчих досліджень, і дотепер немає одностайності думок щодо розуміння сутності економічної безпеки в цілому та економічної безпеки ІПС, зокрема. За результатами узагальнення існуючих у сучасній економічній науці тлумачень сутності економічної безпеки під економічною безпекою ІПС розуміємо здатність до збереження економіко-технологічної та організаційно-соціальної цілісності такої структури внаслідок протистояння й подолання загроз, що існують у її зовнішньому та внутрішньому середовищі, шляхом узгодження інтересів акторів ІПС і досягнення збалансованості їхніх ресурсів у часі та просторі.

Наріжним каменем запропонованого розуміння економічної безпеки є її цілісність, порушення котрої призводить до руйнування ІПС. Тому економічна безпека ІПС, відіграючи в даному випадку роль "охоронної" функції ІПС, тлумачиться як здатність до збереження її економіко-технологічної та організаційно-соціальної цілісності. Таке розуміння цілісності зумовлене передусім специфікою утворення самих ІПС.

Цілісність визначається необхідністю створення єдиного організаційно-економічного простору взаємодії акторів ІПС. Під економіко-технологічною цілісністю розуміємо упорядкований набір взаємопов'язаних і взаємодіючих елементів, функціонування яких є результатом взаємопроникнення економічних і технологічних процесів, що складають основу діяльності ІПС. Економіко-технологічна цілісність є базовою для розуміння природи виникнення ІПС і формулювання поняття її економічної безпеки, тоді як організаційно-соціальна цілісність є її логічним продовженням. Організаційно-соціальна цілісність являє собою взаємодію організаційних і соціальних процесів, які нерозривно пов'язані з економічними та технологічними процесами і формують контури управління ІПС. Усі ознаки цілісності ІПС неможна розглядати відокремлено, оскільки зміна будь-якої ознаки зумовлює трансформацію цілісності ІПС, що позначається на економічній безпеці ІПС.

Отже, для ІПС забезпечення економічної безпеки важливе в першу чергу тому, що активно задіяний потенціал їх акторів є визначальним стабілізуючим чинником антикризового розвитку, гарантом економічного зростання і підтримки економічної незалежності й безпеки країни.

Література:

1. Козаченко А. В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения : [монография] / Козаченко А. В., Пономарев В. П., Ляшенко А. Н. — К.: Либра, 2003. — 280 с.
2. Ляшенко О. М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : [монографія] / О. М. Ляшенко. — Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2011. — 400 с.
3. Система економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : [монографія] / [Козаченко Г. В., Ляшенко О. М., Безбожний В. Л. та ін.]. — Луганськ: Елтон-2, 2010. — 326 с.

РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Т. М. Янковець, к.е.н., доцент

Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ

Національна економіка країни формується з сукупності взаємопов'язаних видів економічної діяльності, які, у свою чергу, формуються з сукупності підприємств – структурних одиниць національної економіки. Економіки різних країн мають національні особливості. Розвиток як окремих підприємств, так і національних економік залежить від розвитку їхнього потенціалу.

Потенціал економічних систем різних ієрархічних рівнів (національної економіки, видів економічної діяльності, підприємств) як економічна категорія являє собою сукупність ресурсів і компетенцій як чинників впливу на можливості використання ресурсів для досягнення поставленої мети. Існують різні підходи до сутності потенціалу, його структуризації та формуванню, але визначальним на сьогодні залишається системний підхід. Досягнення поставленої мети – це певний результат на виході системи. Цей результат в умовах ринкових відносин має бути прогнозованим, тобто з застосуванням системного підходу спочатку формуються вимоги до виходу економічної системи (результату), потім вимоги до входу (ресурсів), компетенцій і процесів (складових внутрішньої структури) з урахуванням впливу чинників зовнішнього середовища та наявності зворотного зв'язку між усіма системними елементами.

Розвиток потенціалу передбачає ефективне використання наявних ресурсів та їх відтворення у новій підвищеній якості. Важливе значення для розуміння процесу формування потенціалу має його структуризація та оцінка. Формування та розвиток потенціалу національної економіки можливо розглядати за сферами суспільного виробництва та відповідними видами економічної діяльності. За участю у створенні економічних благ суспільне виробництво поділяють на сфери матеріального і нематеріального виробництва. У кожній з них формується власний потенціал – матеріальний і нематеріальний. До складових матеріального потенціалу національної економіки відносяться промисловий, сільськогосподарський, будівельний, транспортний, матеріально-технічний, торгівельний потенціали. До складових нематеріального потенціалу відносяться потенціал житлово-комунального господарства, освітній та науковий, потенціал охорони здоров'я, фінансово-кредитний, потенціал страхування, потенціал послуг. Така структуризація дає можливість загалом на рівні країни оцінити потенціал з метою визначення можливостей його розвитку.

Важливо прогнозувати майбутній рівень потенціалу з урахуванням впливу чинників зовнішнього середовища. При цьому під час оцінки потенціалу доцільно враховувати динаміку його розвитку у минулому.

Оцінку потенціалу економіки країни можливо проводити за даними Державної служби статистики, оскільки уточнена інформація є у вільному доступі (з застосування так званого способу отримання інформації «кабінетне дослідження» (desk research) [1]).

Якщо розглядати розвиток потенціалу окремих видів економічної діяльності, матеріальний потенціал можливо оцінити за показниками: обсяги реалізованої промислової продукції; продукція сільського господарства; введення в експлуатацію загальної площі житлових будинків; перевезення вантажів усіма видами транспорту; оборот роздрібної торгівлі.

Нематеріальний потенціал країни можливо оцінити за показником обсягу реалізованих послуг. Представлені показники мають різні одиниці виміру, тому для можливості порівняння розвитку потенціалу у різних сферах та видах діяльності зручно використовувати темпи зростання показників, а також інтегрований показник «Темп зростання економічного потенціалу», який являє собою середню геометричну величину. Використання темпів зростання показників дозволяє простежити динаміку розвитку потенціалу країни.

Проаналізувавши потенціал економіки України за 1996-2013 роки за представленими показниками, зроблено такі висновки. Починаючи з 1991 року, після набуття Україною незалежності, економіка країни зазнавала певних труднощів. Багато підприємств закривались, або працювали не на повну потужність. До 1998 року проводилась масова приватизація державних підприємств, основною метою якої було оздоровлення економіки. Мета приватизації не була досягнута. 1998 рік – рік фінансово-економічної кризи в країні. Починаючи з 1999 року економіка країни почала поступово відроджуватись. Потенціал сферинематеріального виробництва розвивався швидшими темпами, ніж потенціал сфери матеріального виробництва, що відповідає світовим тенденціям зростання споживання послуг. Але найбільший розвиток відбувся у торгівлі. Це свідчить про зростання доходів і, відповідно, купівельної спроможності населення.

Найнебезпечніша ситуація склалась у сільському господарстві. Цей вид діяльності практично не розвивався в країні за аналізований період, земельні та інші ресурси цього виду діяльності використовувались неефективно.

Значний спад розвитку потенціалу України відбувся у 2009 році внаслідок світової фінансово-економічної кризи, при чому це не стосувалося послуг. У 2013 році розвиток промислового і транспортного потенціалу зупинився. Ці ж тенденції перенесені й на 2014 рік.

Найбільш вагомими факторами, які впливають на економіку України є політичні. Їх вплив простежується через уповільнення темпів зростання показників розвитку економічного потенціалу держави у роки політичних потрясінь. Також треба визнати, що нестабільний розвиток і нетривалі позитивні зміни є наслідком суттєвого зниження морального і культурного рівня населення країни. Тому розпочинати знову розбудову держави необхідно саме на засадах підвищення рівнів культури, освіти, науки.

Література:

1. Матеріали журналу «Генеральний директор». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: <http://www.director.com.ua>.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ УДОСКОНАЛЕННЯ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Н.В. Акименко, к.е.н., доцент
К.І Рябова

Одеський національний політехнічний університет

Актуальність проблеми. Транспортно-експедиторська діяльність, а також транспортно-експедиторські послуги виступають невід'ємною частиною підприємницької діяльності, транспортних перевезень, логістики і, зокрема, зовнішньоекономічної діяльності. Ця галузь є дуже перспективною як для фізичних і юридичних осіб, так і для науковців. Вона є забезпечувальною для підприємств промислової галузі, бо здійснює доставки як сировини до промислових підприємств, так і їх продукції до споживачів і таким чином сприяє їх розвитку.

На сучасному етапі ускладнення організації функціонування транспортних систем і підвищення вимог до транспортних операцій за показниками надійності, стійкості, безпеки і

конкурентоспроможності, особливу актуальність набуває проблема формування ефективного транспортного експедиторства. Хоча ця тема є дуже розповсюдженою, вона ще досі потребує подальших досліджень, особливо це стосується теоретичного аспекту [1].

Потреба в удосконаленні транспортно-експедиторських послуг обумовлена недостатньо розвиненою галуззю, а саме незадовільним рівнем фінансування та розширення сфер підприємницької діяльності. Тому дослідження методів удосконалення транспортно-експедиторського обслуговування є актуальним як для розвитку самої галузі, так і для розвитку економіки країни в цілому.

Згідно з діючим Законом України «Про транспортно-експедиторську діяльність» (від 1 липня 2004 р. № 1955-IV) транспортно-експедиторська діяльність визначається як підприємницька діяльність із надання транспортно-експедиторських послуг з організації та забезпечення перевезень експортних, імпорتنих, транзитних або інших вантажів; транспортно-експедиторська послуга визначається як робота, що безпосередньо пов'язана з організацією та забезпеченням перевезень експортного, імпортного, транзитного або іншого вантажу за договором транспортно експедирування [2].

Сьогодні транспортно-експедиційні посередники є членами відповідних спілок та асоціацій. Ці спілки відіграють головну роль у формуванні потенціалу транспортних підприємств, сфер їх послуг, а також гідного рівня довіри у зарубіжних замовників і підприємств. В Україні створені і функціонують наступні асоціації. Асоціація «Європейська спілка транспортників України» – професійна асоціація транспортних підприємств України, яка є добровільним, недержавним, некомерційним, неприбутковим об'єднанням. Асоціація міжнародних експедиторів України (АМЕУ). Вона була створена в 1994 р. і вже з 1995 р. є членом Міжнародної федерації експедиторських асоціацій (FIATA). На сьогодні АМЕУ об'єднує понад 130 експедиторських підприємств України, що забезпечують організацію понад 50% імпорتنих і експортних перевезень вантажів і понад 70% транзиту, який здійснюється всіма видами транспорту [3].

Згідно з даними Міжнародної федерації експедиторських асоціацій (FIATA), на сьогодні 75-80% відправлень зовнішньоторговельних вантажів оформлюється не вантажовідправниками, а за їх дорученням транспортно-експедиторськими посередниками. Тому зростає роль вимог до кваліфікації сучасного експедитора, особливо вимоги щодо вміння сконструювати оптимальну логістичну схему доставки вантажу від виробника до споживача, товару – від продавця до покупця, за участю декількох видів транспорту, найчастіше з оформленням усіх необхідних експедиторських документів [4].

В економічній літературі питання теорії та практики транспортного обслуговування зовнішньої торгівлі розглядалися в працях відомих зарубіжних науковців: Кендалла Л.К., Кейнса Дж. М., Ліндєрта П.Х., Альдертона П.М., Бенсона Д., Уайтхеда Дж., Гехтбарга А. Питанням ефективності і функціонування транспортно-експедиторської діяльності приділяли увагу такі українські і російські вчені і фахівці, як Коскіна Ю. А., Пічугіна Ю.В., Буніча П.Г., Бурмистрова М.М., Винникова В.В., Краєва В.І., Котлубай М.І., Лівшиць В.Н., Лимонов Е.Л., Міхін А.А., Немчиков В.С., Примачов Н.Т., Раховецький А.Н., Румянцева А.П., Боровський В.М., Жихарева В.В., Захаров О.В., Дергачов В.О., Приходько Ю.М., Котлубай О.М. та інші науковці [1].

Успішна діяльність транспортно-експедиторської фірми залежить від цілого ряду чинників. Головним з них виступає у першу чергу професійна компетентність кожного експедитора. Заохочуючи та мотивуючи своїх працівників, компанія в змозі досягти великих успіхів в своїй діяльності. В процесі експедиторської діяльності були виявлені чинники, які сприяють мотивації експедиторів. До таких чинників відносяться наступні: посадовий оклад – 52%; можливість кар'єрного росту – 21%; привілеї, пов'язані з графіком роботи – 9%; премії за інтенсивність роботи та кількість укладених контрактів – 8%; дружній колектив – 5%; премія за стаж роботи в компанії – 3%; різні корпоративні заходи – 2% [5].

Однією з головних можливостей удосконалення обслуговування виступає саме кваліфікаційний рівень кожного працівника компанії. Для того щоб надавати якісні послуги з транспортного експедирування вантажів, персонал транспортно-експедиторської фірми повинен мати необхідний спектр глибоких фахових знань у даній сфері.

Транспортний експедитор повинен знати закони та інші нормативні правові акти, що стосуються транспортної і транспортно-експедиторської діяльності, а саме: міжнародні угоди і конвенції по транспорту; рухомий склад видів транспорту; технологію й організацію

транспортно-експедиторського обслуговування; експлуатаційні можливості транспортних шляхів і термінальних систем та ін. Саме тому запорукою успіху розвитку транспортно-експедиторського підприємства може стати сертифікація якості своїх послуг відповідно до існуючих стандартів, здійснювання професійної підготовки та перепідготовки фахівців та підвищення кваліфікації спеціалістів транспортно-експедиторських підприємств.

Невід'ємною частиною можливостей удосконалення також може стати можливість об'єднання експедиторів, що надасть велике прискорення інтеграційного процесу входження в світовий ринок.

З цією метою керівництву підприємств було б доцільно впроваджувати основні логістичні концепції управління доставкою вантажів в міжнародному транспортному сполученні на основі використання логістичних систем.

Саме тоді підприємство зможе в найкоротші терміни домогтися максимальної координації планів транспорту з іншими сферами матеріального виробництва, сприяти належній організації вантажно-розвантажувальних робіт, більш повному завантаженню транспортних засобів, прискоренню їхнього обороту, найбільш раціональному використанню усіх видів транспорту, усуненню збиткових і зустрічних перевезень і кращому використанню контейнерного парку.

Таким чином, транспортно-експедиційна діяльність і її удосконалення виступає головною частиною сучасного світу, що надає стабільний розвиток економіки й конкурентоспроможності транспортно-експедиторських підприємств України. Завдяки використанню різних можливостей удосконалення транспортно-експедиторського обслуговування, торгівля та надання послуг різного виду на вітчизняному, й на зовнішньому ринках виступатиме більшим прибутковим в бюджеті України. Покращення ж самої логістичної системи забезпечує: цілісність та якість товарів, можливість надання більш широкого спектру послуг, надійність й безпеку споживача і покупця.

Отже, удосконалення транспортно-експедиторського обслуговування міжнародних вантажних перевезень – це дуже важливий крок, який є всесвітньо з'єднуючим ланцюгом, що в змозі сприяти виведенню України на більш високий рівень економічного розвитку.

Література:

1. Федосенко М.О. Транспортно-експедиторська діяльність в Україні. Економічні науки / Логістика. – 2011 р. [Ел. ресурс] Режим доступу : http://www.rusnauka.com/14_NPRT_2010/Economics/66613.doc.htm
2. Стаття 16 Закону України «Про транспортно-експедиторську діяльність» від 1 липня 2004 р. № 1955-IV.
3. Коскіна Ю.А. «Експедиторська діяльність, як різновид посередництва у придбанні транспортних послуг», Рубрика: Соціум. Наука. Культура, Технічні науки – 2012. – No 4. – С. 1–3.
4. Транспортное обеспечение внешнеторговых операций. Коммерческий справочник. - СПб.,– 2002. – С.430.
5. Неруш Ю. М. Коммерческая логистика: учебник / Ю. М. Неруш.-М.: ЮНИТИ, – 2001. – С.270.

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В НЕСТАБІЛЬНИХ УМОВАХ

І.М. Сараєва, к. філос. н., с.н.с.
Н.І. Носова

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Проблема розвитку підприємницького потенціалу є дуже актуальною для України тому, що мале та середнє підприємництво в усьому світі визнається за рушійну силу у вирішенні багатьох соціальних та економічних проблем, зокрема: проблеми зайнятості, подолання монополізму, вирівнювання регіональних диспропорцій, зниження соціальної напруженості й формування основ економічної й соціально-політичної стабільності в суспільстві. Сьогодні вітчизняний малий бізнес розвивається в скрутних умовах виникнення нових ризиків, як глобальних, так і внутрішніх.

За даними Державної реєстраційної служби, рівень підприємницької активності, розрахований за формулою $I = K_{np}/K_{зар}$, де K_{np} – кількість суб'єктів підприємництва, що припинили свою діяльність, а $K_{зар}$ – кількість зареєстрованих суб'єктів підприємницької діяльності, який, починаючи з 2006 р., поступово знижувався, у 2014 р. різко впав (див. Рис. 1). І ця тенденція продовжується. За даними Одеської облдержадміністрації, тільки за січень-лютий 2015 р. припинили свою діяльність 5455 фізичних осіб-підприємців.

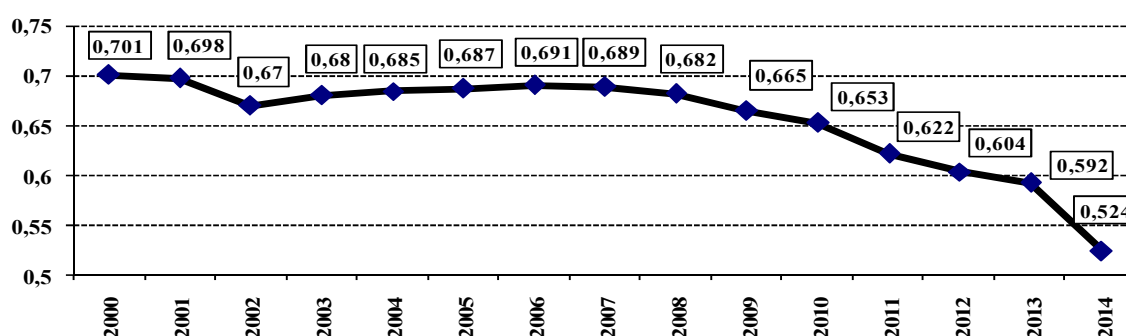


Рис. 1. Динаміка індексу економічної активності суб'єктів господарської діяльності у 2000-2014 рр.

У 2015 р. прискорилося загальне падіння економіки. За даними Держкомстату, у січні 2015 р. воно становило 21,5% у порівнянні з січнем 2014 р. У будівництві відбулося падіння на 36,8%, у машинобудуванні – на 32,5%, у хімічній промисловості – на 21,6%. Інфляція у січні 2015 р. становила 3%, безробіття зросло на 3,8%.

Основними проблемами вітчизняного бізнесу є:

- звуження обсягів споживчого ринку внаслідок падіння реальних доходів населення;
- високий рівень рейдерства та відсутність захисту прав власності;
- політична нестабільність, залежність успішної діяльності бізнесу від відношень з владою. Монополізація основних галузей окремими групами впливу;
- недостатній рівень кредитування бізнесу (високі облікові ставки, жорсткі умови надання та повернення кредитів тощо);
- високий рівень хабарництва та корупції.
- нестабільність податкового законодавства, посилення податкового тиску;
- адміністративний тиск та більш жорсткий та посилений контроль контролюючих органів.

Такий стан справ обумовлюється, головним чином, відсутністю цілісної державної політики, єдиного концептуального бачення стратегії розвитку підприємництва, зокрема, малого бізнесу, і ролі регіонів у цьому процесі. Так, згідно з планом заходів з виконання

діяльності Кабінету міністрів України у 2015 році [1], Уряд України ще тільки збирається до кінця року розробити концепцію програми розвитку малого бізнесу до 2020 р. на базі програми Уряду «Стратегія 2020». При цьому передбачається «Забезпечення істотного поліпшення умов ведення бізнесу в Україні за тими напрямками, що враховується Світовим банком та Міжнародною фінансовою корпорацією під час складення рейтингу Doing Business, маючи за стратегічну мету входження України до провідної двадцятки країн світу за умовами ведення бізнесу» [1, п. 102], тобто оцінка ефективності державної політики розвитку малого бізнесу в Україні буде проводитися тільки за показниками методології Doing Business. Однак, ця методологія, незважаючи на її безсумнівну корисність, не є повністю адекватною для оцінки умов ведення вітчизняного бізнесу, оскільки вона не враховує такі важливі для нього фактори, як: макроекономічну стабільність, рівень хабарництва і корупції, обсяг ринку, стан фінансової системи, доступність кредитів для суб'єктів господарської діяльності, безпечність підприємницької діяльності тощо [2, с. 17].

Тому для нівелювання негативних факторів якомога швидше потрібно розробити і почати реалізовувати державну комплексну програму захисту, підтримки та розвитку малого та середнього підприємництва. За умови відсутності цілісного бачення об'єктивної ситуації, що склалася у сфері бізнесу, й комплексного підходу щодо вирішення наявних проблем ускладнюється можливість подальшого ефективного розвитку малих та середніх підприємств в Україні й гостро постає питання їх подальшого функціонування.

Література:

1. План заходів з виконання діяльності КМУ України та проекту сталого розвитку «Україна 2020» у 2015 році» /Розпорядження КМУ від 4.03.2015р. №213-р.
2. Doing Business 2015. Going Beyond Efficiency. – Washington : The WorldBank&International Bank for Reconstruction and Development, 2014. – 331 р.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О.І. Продіус, к.е.н. доцент
Жозе Мануель Грета

Одеський національний політехнічний університет

Для інтеграції з економікою європейських та інших країн Україні необхідно максимально використовувати переваги міжнародного розподілу праці та розташування в центрі Європи, створити сприятливий клімат для залучення іноземного капіталу та зарубіжних інвестицій. Значну роль в оздоровленні економічної ситуації в країні має відігравати ефективна зовнішньоекономічна діяльність, яка включає в себе економічні відносини між окремими країнами, їх регіональними об'єднаннями, а також окремими підприємствами [1].

За сучасних умов розвитку глобалізаційних процесів, що відбуваються в економіці, намагання України посилити свою позицію як конкурентоздатного суб'єкта світових економічних відносин постає потреба в удосконаленні системи внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Сьогодні взаємовідносини з підприємствами інших країн стають усе більш актуальними і необхідними для нашої країни, і у зв'язку з цим виникає потреба більш посиленого і жорсткішого контролю зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Підприємства різних форм власності можуть реалізовувати себе в зовнішньоекономічній і зовнішньоторговельній діяльності, а саме - працювати з міжнародними контрактами, з експортом і імпортом товарів з підприємств і на підприємства в різних точках світу [2].

Керівництво підприємства, що має зовнішньоекономічну діяльність, повинне продумати і реалізувати систему внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Саме від розуміння керівництвом важливості цього питання залежить, чи буде ця система контролю відповідати критеріям підприємства і чи буде цього вистачати для постійної, безперебійної і ефективної роботи системи. На сучасних, добре організованих підприємствах є можливість організувати відділ контролю або аудиту, який відповідатиме і контролюватиме різні функції системи внутрішнього контролю.

Під час розробки і реалізації на підприємстві системи внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності, керівництво підприємства, або відділ якій займається його розробкою, повинні враховувати, що контроль зобов'язаний містити методику і прийоми, які об'єднують в собі: планування і облік діяльності підприємства; контроль господарської діяльності усього підприємства; контроль центрів відповідальності у витратах і доходах підприємства. Система внутрішнього контролю будь-якого підприємства має орієнтацію на збільшення ефективності діяльності підприємства, також на забезпечення точного обліку фактів діяльності підприємства в реєстрах бухгалтерського обліку, і на достовірне складання фінансової звітності спільно із забезпеченням цілісності активів.

Внутрішній контроль зовнішньоекономічної діяльності має істотну можливість у визначенні і використанні як прихованих так, і відкритих резервів підприємства. Контроль потрібний для підвищення ефективності якості роботи підприємства; для зусилля режиму економії і виявлення причин і умов, які можуть привести до утворення втрат і здійснення крадіжок. У разі недоліку внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності починають з'являтися труднощі і проблеми при рішенні завдань контролю діяльності підприємства. Для якісного внутрішнього контролю зовнішньоекономічної діяльності, на підприємстві повинні зробити великий акцент на проблемі інформаційного забезпечення між відділами підприємства.. Уся необхідна, достовірна і актуальна на той момент для контролю інформація, має бути у розпорядженні керівництва або відділу контролю в потрібний час з необхідною мірою точності від кожного відділу на підприємстві. Також, для організації внутрішнього контролю потрібне використання перевірених, високоефективних інформаційних систем. Такі комп'ютерні програми, засновані на автоматизованій обробці даних, допоможуть в отриманні, обробці і зберіганні абсолютно усіх видів інформації: нормативної, правової, наукової, методичної, довідкової, планової, облікової, аналітичної, контрольної. Слід враховувати що, якісні, автоматизовані, інформаційні програми повинні мати наступні характеристики: велику базу для зберігання усіх даних, що стосуються не лише фактичної діяльності, але можливих суміжних сфер діяльності підприємства; можливість акумулювати і аналізувати величезну кількість різної інформації; оперативно, точно і без перебоїв передавати необхідні дані за призначенням; забезпечувати захист від несанкціонованого доступу сторонніми особами, як на самому підприємстві так і за його межами.

Залежно від того, як здійснений збір, обробка і розподіл інформації для забезпечення процесу ухвалення рішень, буде видна результативність внутрішнього контролю, а також ефективність управління підприємства в цілому. Наявність на підприємстві сучасного, модернізованого і перевіреного на практиці інформаційного забезпечення, з використанням можливостей різних видів обліку, а саме фінансового, податкового і управлінського, допоможе в поліпшенні проведення і посилення внутрішнього контролю за зовнішньоекономічною діяльністю. Також це підвищить ефективність внутрішнього контролю, дасть підприємству можливість запобігти або мінімізувати фінансові ризики у разі порушення митного, валютного і податкового законодавства не лише України, але і країн-партнерів.

Література:

1. Малярець Л.М. Контролінг зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Л.М. Малярець, Н.В. Проскуріна. - 2014: Харків. - Видавництво: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – 227 с.
2. Проскуріна Н.В. Розроблення інформаційної підтримки контролінгу зовнішньоекономічної діяльності підприємства / Н.В. Проскуріна // Економіка розвитку. – 2012.– №4 (64)–С. 78–83.

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПОРТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

Ю.І. Продіус, к.е.н. доцент
К.С. Чернюк

Одеський національний політехнічний університет

Сьогодні транспортна сфера України перебуває у складному становищі через низку зовнішніх та внутрішніх факторів, що негативно впливають не тільки на неї, але й на стан економіки в цілому. З цієї причини відбувається переорієнтація вантажних потоків з більш небезпечних в менш небезпечні регіони, створюються нові методи руху вантажів усередині країни, зменшується частка імпорту в порівнянні з експортом. Зазначені проблеми обумовлюють застосування нових логістичних підходів та концепцій в організації діяльності та управлінні підприємств, а також формування їх логістичних систем. Адже в країнах з розвинутою ринковою економікою логістика – основа успішного функціонування суб'єктів господарювання, а формування ефективної логістичної системи забезпечує підвищення результативності економічних процесів та зниження загальних витрат сучасних підприємств. Тому для досягнення стійкої конкурентоспроможності на ринку актуальним є питання пошуку інноваційних моделей розвитку й управління підприємством, однією з яких є застосування логістичного підходу до управління підприємством [1-3].

Портове підприємство і його підрозділи є комплексним логістичним ланцюгом, що складається з ланок, кожна з яких - це окремий вид логістики, що разом складає та забезпечує вірне та чітке функціонування порту. Робота порту включає в себе наступні види логістики:

1. Закупівельна - пошук постачальників і оцінка їх надійності; управління матеріальними запасами; аналіз кон'юнктури ринку постачальників; умови доставки, зберігання; транспортування, складування; проблема аутсорсингу; налагодження довгострокових, вигідних зв'язків з постачальниками.

2. Маркетингова - аналіз ринку збуту, побудову каналів розподілу продукції; управління товарними запасами; управління фінансовими потоками; складування, транспортування; надання сервісу; ціноутворення; кредитна політика; реклама.

3. Складська - визначення схеми розташування складів, параметрів складу; організація документообігу; оцінка ефективності роботи складу: вантажообіг, корисна площа, обсяг, складські витрати.

4. Транспортна - вибір виду транспорту: трубопровідний, авіа, ж/д, водний, авто; вибір маршруту і способу доставки: унімодальне, мультимодальне, термінал.

5. Фінансова - організація взаєморозрахунків, управління дебіторською та кредиторською заборгованостями; управління цінними паперами та витратами.

6. Торгова - склад, транспорт, запаси.

7. Промислова (виробнича) - постачання, виробництво, збут, фінанси, персонал.

8. Класична - питання організації та оптимізації базисних логістичних операцій.

9. Інноваційна - питання пошуку та реалізації додаткових резервів підвищення ефективності і прибутку.

10. Інтегрована - питання інтеграції постачання, виробництва та збуту в єдиний матеріальний потік; інтеграція різних підприємств; об'єднання різних потокових процесів усередині одного підприємства.

Так, ТОВ «Іллічівський морський рибний порт» за своєю структурою є перевалювальною базою. Не дуже часто підприємства даного типу виробляють або переробляють яку-небудь продукцію, хоча таке має місце бути. Все залежить від клієнтів, за дорученням і з дозволу яких той чи інший вантаж прямує на портове підприємство. На території порту знаходяться не облагороджені площі, які в перспективі можуть стати об'єктами портової інфраструктури, складськими площами, місцем відстою автотранспорту інше. Проведення ремонтних і будівельних робіт на даній території вимагає вкладення грошових коштів, але при підвищенні обсягів робіт і використання цих об'єктів за призначенням вкладені інвестиції окупляться. Також необхідно створення за межами території порту «сухого порту», так званого

стафірувального, перетарочного комплексу. Обов'язковою умовою має бути статус даної території як «зона митного контролю». Доцільно створення на основі існуючих критих і відкритих складів - склади для можливості більш надійного зберігання вантажів, що користується великим попитом у клієнтів. Також можна порекомендувати оренду або побудову залізничної станції для більш якісної обробки залізничного складу, проведення маневрів, сортування вагонів, місце для відстою та ремонту вагонів. Удосконалення робочої схеми, проведення розрахунків по консолідації вантажних партій, пропозиція клієнтам власних способів перевалки і транспортування вантажних партій, пропозиція нових логістичних ідей підвищить ефективність економічної діяльності підприємства.

Таким чином, створення сприятливих умов збільшить обсяг перевалки через порт продукції, товарів і вантажів, що значно збільшить обсяг перевалки експортного та імпортного вантажів, і зробить більш досконалою логістичний ланцюжок. Адже кращий спосіб посилити ланцюжок - це посилити кожен її ланку окремо.

Література:

1. Малярець Л.М. Формалізація задач контролінгу логістичної діяльності підприємства. Монографія / Л.М. Малярець, Г.Л. Матвієнко - Біляєва. –Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. – 227с.
2. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи / Б.Паласюк // Галицький економічний вісник. — 2012. — № 3(36). — с.166-170.
3. Крикавський, Є.В. Логістика. Основи теорії: підруч. / Є.В. Крикавський. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка”, Інтелект-Захід, 2006. – 454 с.

УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ МЕТОДУ СЦЕНАРНОГО ПЛАНУВАННЯ

О.Ю. Малютенко

Одеський національний економічний університет

Вирішуючи стратегічні завдання з розширення сфери діяльності, керівництву підприємств необхідно знати свої сильні і слабкі сторони, а саме: фактори, які посилюють ризики, а також ризики, які найближчим часом не матимуть серйозного впливу на його розвиток. Тому у процесі розробки та вибору стратегії керівництво може розглядати багато можливих напрямків розвитку, кожному з яких властивий свій набір ризиків. Саме тому, в управлінні стратегічними ризиками набуває істотного значення завдання оцінки альтернативних варіантів сценарію розвитку підприємства та вибору з них оптимального.

Без розуміння майбутнього напрямку розвитку підприємства та очікуваних результатів неможливо визначити сценарії розвитку подій та прийняти рішення про вибір дій, які дозволять управляти можливими ризиками. В процесі дослідження ризиків, які погрожують підприємству в першу чергу необхідно надати оцінку ризик-факторам, дія яких обумовлює невиконання стратегічних завдань.

Треба звернути увагу на те, що обираються декілька сценаріїв. Вони можуть перекривати вплив один одного на фінансові результати. Для вибору одного з них не завжди вдається побудувати логічний ланцюжок міркувань, коли з двох варіантів можна вибрати тільки один і компроміси не допустимі. За таких умов не передбачається можливим розробити точну математико-статистичну модель, яка б враховувала наслідки різних сценаріїв.

Для того, щоб остаточно обрати метод, окреслимо вимоги до нього, що впливають зі специфіки рішення, яке приймається. Отже, метод повинен: бути універсальною систематичною основою прийняття рішення, що надає типовий алгоритм для його обрання; вирішувати проблему прийняття рішень з урахуванням її реальної складності, без прийняття багатьох допущень, що спрощують ситуацію; надавати механізми досягнення згоди між експертами; встановлювати ранги для можливих рішень; надавати обґрунтований і зрозумілий спосіб рейтингування можливих рішень; враховувати якісну інформацію та надавати можливість використати процедуру парних порівнянь; надавати можливість оцінити взаємодію факторів, що впливають на пріоритети альтернативних рішень.

Висловленим вище вимогам відповідає метод аналізу ієрархій, розроблений Т. Сааті. Метод базується на парних порівняннях між собою альтернатив і критеріїв прийняття рішення. У такий спосіб він дає не тільки спосіб виявлення найбільш прийняттого рішення, але і дозволяє кількісно виразити ступінь переваги за допомогою рейтингування. Тобто він є методологічною основою для вирішення завдання вибору альтернативи шляхом їх багатокритеріального рейтингування.

Реалізація методу аналізу ієрархій включає такі основні етапи [1, с.21-29]: визначення переліку альтернатив та критеріїв прийняття рішення; визначення ступеню важливості критеріїв; визначення найбільш прийнятної альтернативи шляхом попарного порівняння. Для проведення порівняння зазвичай використовують десятибальну шкалу, яка дозволяє визначити як ступінь порівняння так і проміжні рішення між двома сусідніми думками. На наш погляд є достатнім використати п'ятибальну шкалу, яка досить ретельно визначає всі можливі випадки порівняння і проміжні рішення в ній будуть зайвими. Шкала буде мати вигляд: критерії однаково важливі – присвоюється 1 бал; один критерій незначно важливіший за інший – присвоюється 2 бали; один критерій помірно важливіший за інший – присвоюється 3 бали; один критерій істотно важливіший за інший – присвоюється 4 бали; один критерій за своєю значимістю абсолютно перевершує інший – присвоюється 5 балів.

Після того як визначені критерії прийняття рішення, необхідно скласти матрицю парних порівнянь. Така матриця дозволяє знайти власний вектор, який забезпечує упорядкування пріоритетів. При порівнянні елемента матриці з самим собою отримуємо рівну значимість, що відповідає 1 балу. Тобто головна діагональ матриці складається з одиниць. Матриця парних порівнянь є симетричною. Щоб використати дану матрицю необхідно опитати всіх експертів, і в таблицю занести елементи, що є середньоарифметичними з оцінок експертів.

Наступним кроком є проведення опитування експертів за ступенем впливу кожного з сценаріїв, що розглядаються, на обрані критерії. В результаті опитування експерти порівнюють сценарії й вирішують: яка значимість одного сценарію по відношенню до іншого з точки зору впливу на певний критерій. Порядок дій виконується як і в попередньому випадку. При цьому середньоарифметичні оцінки експертів заносяться в окремі таблиці за кожним критерієм. Нормалізовані власні вектори можуть бути інтерпретовані як ваги відповідного сценарію в їхньому впливі на кожний з критеріїв, які розглядаються.

Відомо, що експертні оцінки не завжди дають коректні результати і тому вони потребують перевірки. З цією метою використовують коефіцієнт узгодженості, який надає інформацію про ступінь порушення узгодженості думок експертів та у такий спосіб отримуємо ступінь відхилення від узгодженості. Якщо такі відхилення перевищують встановлені межі, то ще раз повернутися до значень матриці парних порівнянь.

Література:

1. Саати Т. Принятиерешений: метод анализаиерархий. / Т. Саати. Пер. С англ. Р.Г. Вачнадзе. – М. Радио и связь, 1993. – 278 с.

ФАКТОР ПЛИННОСТІ КАДРІВ В СИСТЕМІ ОЦІНКИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Л.Є. Гац

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Плинність персоналу в оцінці зовнішньої мотиваційної зацікавленості у трудовому процесі доцільно порівнювати за ознакою пріоритетності динамічних змін. Рейтинговий динамічний критерій плинності персоналу означеної факторної групи можна представити у такій послідовності:

- ✓ на рівні регіону: $I_{fz} > I_{fpi} > I_{fmr} > I_{fn}$
- ✓ на рівні підприємства: $I_{fz} > I_{fpi} > I_{fmd}$

$$I_{tf} = \sqrt[f]{\prod_{j=1}^f N'_{tj}} \quad (1)$$

де I_{fz} – індекс факторного показника руху кадрів z -го виду діяльності;
 I_{fpi} – індекс факторного показника руху кадрів i -го регіону;
 I_{fmr} – індекс факторного показника руху кадрів d -го виду промислової діяльності;
 I_{fn} – індекс факторного показника руху кадрів n -го виду економічної діяльності;
 N'_j – стандартизований факторний j -тий показник руху кадрів;
 t – період оцінки; $t-1$ – базовий період оцінки.
 f – кількість j -х показників факторної групи оцінки.

Кожен з інтегральних коефіцієнтів формується з певної сукупності показників, що за ознакою мотиваційного впливу на персонал підприємства класифікують на позитивні та негативні. З метою співмірності показників, що формують рівень зовнішньої мотивованості персоналу підприємства за f -ною факторною ознакою доцільно стандартизувати їх за таким розрахунком:

- ✓ для показників-стимуляторів:

$$N'_{tj} = \frac{\Delta N_j^t}{\Delta N_j^{min}} \quad (2)$$

- ✓ для показників-дестимуляторів:

$$N''_{tj} = \frac{\Delta N_j^{max}}{\Delta N_j^t} \quad (3)$$

де ΔN_j^{max} , ΔN_j^{min} – відповідно максимальне та мінімальне значення темпу приросту показника j -тої факторної мотиваційної групи оцінки;

Рівень розвитку зовнішньої мотиваційної зацікавленості в трудовому процесі (РЗТМ) визначається за формулою:

$$РЗТМ = \sum_{f=1}^n \left[a_f \frac{1}{2m} \prod_{i=1}^m (1 + K_i) \right] \quad (4)$$

де K_i – індикатор оцінки, що інтегрується;
 m – кількість індикаторів оцінки;
 a_f – коефіцієнт вагомості f -ної факторної мотиваційної групи.

Індикаторами оцінки, що характеризують відхилення між нормативним критерієм і фактичним рангом, а також імовірності їх співпадіння виступають коефіцієнт рангової кореляції Спірмена та коефіцієнт Фехнера [1]. Алгоритми розрахунку вказаних показників наступні:

$$K_c = 1 - \frac{6 \sum (rx_i - ry_i)^2}{n(n^2 - 1)} \quad (5)$$

де n – кількість показників, що відображають критерій оцінки;
 i – відповідний показник нормативного критерію оцінки;
 rx_i – ранги відповідних показників нормативного критерію;
 ry_i – фактичні ранги відповідних показників.

$$K_\Phi = \frac{\sum N_{\pi} - \sum N_{\#}}{\sum N_{\pi} + \sum N_{\#}} \quad (6)$$

де $\sum N_{\text{п}}$, $\sum N_{\text{н}}$ – кількість відповідно позитивних та негативних співвідношень між рангами.

Для оцінки мотиваційної зацікавленість в трудовому процесі серед показників руху персоналу підприємства, доцільно обрати:

✓ коефіцієнт плинності кадрів ($N_{\text{пк}}$) – показує частку працівників, що звільнились з підприємства протягом певного періоду за мінусом примусово-звільнених у середньообліковій кількості працівників за відповідний період:

$$N_{\text{пк}} = \frac{\text{Ч}_3 - \text{Ч}_{\text{пз}}}{\text{Ч}_c} \quad (7)$$

де Ч_3 – кількість осіб звільнених з підприємства;

$\text{Ч}_{\text{вз}}$ – кількість осіб примусово звільнених з підприємства;

Ч_c - середньообліковій кількості працівників підприємства.

✓ коефіцієнт вимушеної неповної зайнятості ($N_{\text{нз}}$) – показує частку персоналу підприємства переведених з економічних причин на неповний робочий день (тиждень) у середньообліковій кількості працівників за відповідний період:

$$N_{\text{нз}} = \frac{\text{Ч}_{\text{нз}}}{\text{Ч}_c} \quad (8)$$

де $\text{Ч}_{\text{нз}}$ – кількість осіб переведених з економічних причин на неповний робочий день.

✓ коефіцієнт ризику, щодо участі в трудовому процесі – вказує частку звільненого персоналу у кількості прийнятих на роботу працівників підприємства:

$$N_{\text{рту}} = \frac{\text{Ч}_3}{\text{Ч}_{\text{п}}} \quad (9)$$

де $\text{Ч}_{\text{п}}$ – кількість прийнятих на роботу працівників підприємства.

Література:

1. Економічна діагностика: навч. посіб. / О.Є.Кузьмін, О.Г. Мельник - К.: Знання, 2012, - С.256-257

СТРАХУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ РИЗИКІВ

С.В. Безнос
В.В. Матчина

Одеський національний політехнічний університет

Сільськогосподарське виробництво є одним із найбільш ризикованих видів підприємницької діяльності. Ризикованість аграрного бізнесу визначає ряд факторів, таких як: сезонність виробництва; залежність від погодних та кліматичних умов; тривалий період обороту капіталу; велика складність зміни асортименту продукції та технології; ряд інших причин [1].

Сучасне сільське господарство України сильно піддається валютним ризикам і політичним ризикам. Навіть якщо господарство безпосередньо не займається експортно-

імпортними операціями, воно може зазнати значних збитків у зв'язку зі зміною курсу національної валюти [3]. Результатом дії цих ризиків є значні коливання доходів по роках. В багатьох країнах держава активно втручається в ситуацію, намагаючись у такий спосіб зменшити проблеми, пов'язані з ризиками сільськогосподарського виробництва [2].

На багатьох прикордонних землях Херсонщини та земель території АТО не можливо безпечно проводити посівні роботи, бо багато земель заміновано або знаходяться під обстрілами, що загрожують не тільки втратами врожаю, а й людськими втратами.

Технологічний процес в аграрному секторі має жорсткі часові межі. Якщо аграрне підприємство не проведе вчасно посівну компанію, то пізніше це зробити неможливо і врожаю продукції в поточному році не буде [3]. Також необхідно враховувати оптимальну послідовність чередування посівів культур, бо не вірне чередування культур призводить до значної втрати родючості землі.

У сільському господарстві в багатьох випадках неможливо різко збільшити обсяги виробництва через біологічні особливості рослин та тварин. Фінансовий ризик у сільському господарстві високий у зв'язку з тим, що сучасні сільськогосподарські підприємства доволі капіталоемкі. Значна частина дорогих основних засобів використовується протягом року коротким терміном, вузькоспеціалізована та має великий строк окупності. При цьому виникає потреба в залученні значних фінансових ресурсів.

Ще одна особливість сільського господарства, яка підвищує рівень фінансового ризику – сезонність виробництва. У зв'язку з цим виникає потреба в сезонних кредитах, обсяг яких практично не зменшується з року в рік навіть при простому відтворенні [3]. Особливо це стосується витрат на паливо, вартість яких постійно зростає та є дуже високими для сільськогосподарських підприємств. Так якщо, власних грошових коштів у підприємства вистачає на закупівлю сировини (насіння), то на добрива вже грошей може не вистачити, а про паливо й речи йти вже не може.

Сільське господарство залишається однією з найризикованіших сфер діяльності, яка майже не охоплена страховим захистом [4]. Страхування аграрного виробництва – це система заходів щодо організованого спеціальними страховими державними і недержавними органами захисту майнових інтересів громадян, організацій та установ зв'язаних із виробництвом сільськогосподарської продукції у разі випадку певних подій за рахунок спеціально створених грошових коштів [5]. Страхування сільськогосподарських ризиків знаходиться на початковому етапі розвитку, про що свідчать незначні обсяги їх страхування, а також обмеженість реальних об'єктів страхування [4]. Високий рівень ризику в сільському господарстві України потребує прийняття рішень з урахуванням ризику.

Для підприємств існує можливість страхування не доотриманої вигоди (доходу) – якщо підприємець отримує дохід від продажу продукції менше ніж запланований обсяг, то страхова компанія повинна виплатити різницю, але страхівка багато коштує, що майже унеможливило її для небагатих сільськогосподарських підприємств.

Управлінські рішення в сільському господарстві приймаються практично без урахування ризику, причин такого становища є кілька. По-перше, відсутні відповідні навички в керівників підприємств. По-друге, в умовах економічної кризи в країні в сільськогосподарських підприємствах майже відсутнє стратегічне планування. По-третє, урахування ризику при прийнятті рішень потребує належного інформаційного забезпечення. На жаль, ринкова інформація, яка загальнодоступна в багатьох розвинутих країнах, в Україні часто відсутня або дорого коштує [3].

Таким чином, підприємству для прибуткової діяльності необхідно враховувати багато ризиків, вірно їх кваліфікувати, оцінити та прийняти рішення щодо прийняття ризику, уникнення або розробки заходів щодо їх зменшення.

Література:

1. Міністерство фінансів України. Р.О. Кулібаба. Класифікація ризиків сільськогосподарського виробництва. Інструменти мінімізації ризиків [Електронний ресурс] – Режим доступу http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=57203&cat_id=57141
2. Аграрний страховий пул. Агрострахування як інструмент управління ризиками в сільському господарстві [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://uaip.com.ua/agrostrakhuvannya-yak-instrument-uprav/>

3. С.І Дем'яненко Економіка та підприємство. Збірник праць – Київ, 2000. – 227с.
4. Пластун В.Л. Страхування ризиків сільськогосподарських підприємств. Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія "Економіка і менеджмент". – 2008. – №12/1 (33). – с. 58-62. [Електронний ресурс] – Режим доступу http://uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_F/Plastun_4.pdf
5. Пантелеев В.Д., Кіпреева О.Ю. Аналітичний огляд сучасного стану страхування сільськогосподарських ризиків в Україні // Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2006. – №4. – с. 25-30.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

О.С. Гончаренко
В.О. Дерменжі

Одеський національний політехнічний університет

При плануванні діяльності підприємства повний звіт про діяльність компанії допомагає планувати і коригувати план у режимі реального часу, але величезні масиви інформації також і ускладнюють процес прийняття рішень. Розроблено безліч інформаційних систем, які об'єднують дані з різних джерел інформації, обробляють їх і надають зручний інтерфейс для всебічного вивчення і оцінки отриманих відомостей. Дані отримані в результаті такого аналізу допомагають досягати поставлених бізнес-цілей за допомогою оптимального використання ресурсів.

Дослідженням питань оцінки ефективності використання або впровадження інформаційних систем займаються багато вітчизняних та зарубіжних вчених (П. Страсман, Д. Нортон, І.А. Золотарьова, О.В. Дорохов, Л.П. Дорохова, Т. Мейор, О.Ю. Якімова, А.Р. Денисов і т.д.).

В основному в теорії розглядаються такі методики як: витратні методи; методи оцінки прямого результату; методи, засновані на оцінці ідеальності процесу та кваліметричні підходи [1, с. 192].

Зазвичай досліджуються суто економічні ефекти, які в сучасних умовах не повністю характеризують функціонування інформаційних систем. На практиці менеджери, які приймають рішення про впровадження інформаційних систем, стикаються з низкою проблем методичного характеру. Якщо з визначенням витратної складової, вищеописаних методик не виникає складнощів, тому що витрати – явні та визначені, то з визначенням ефекту від впровадження інформаційних систем все складніше. У даному випадку, ефекти не явні, мають часовий лаг, різні за одиницями виміру і по місцях прояву.

Метою роботи є визначення та узагальнення економічних, соціально-економічних та еколого-економічних ефектів і витрат на впровадження та функціонування інформаційних систем з планування діяльності підприємства (ІСПДП) і побудова показника їх загальної ефективності.

Інформаційна система включає функції, які забезпечують удосконалення планування діяльності підприємства, такі як: єдиний інформаційний простір; управління корпоративними продажами, портфелем продуктів, бізнес-процесами, проектами, робочим часом, знаннями; корпоративна соціальна мережа; автоматизація документообігу та підсумки та аналітика [2].

ІСПДП включає економічні ефекти від впровадження інформаційних систем, а саме: зниження вартості матеріалів, підвищення якості продукції, покращення обслуговування покупців та ін. Але у процесі використання та впровадження інформаційних систем при плануванні діяльності підприємств виникають також соціально-економічні та еколого-економічні ефекти.

Зупинимося на основних соціально-економічних, отже: ефект додаткового робочого часу, тобто вивільнення співробітників від монотонної роботи; ефект підвищення якості роботи, або

зниження браку в роботі внаслідок зменшення впливу «людського фактора»; ефект від збільшення продуктивності роботи підрозділів і фірми в цілому.

Основними з еколого-економічних ефектів, за допомогою яких можна оцінити економічні наслідки впливу ІСПДП на довкілля, є такі:

1. Ефекти, пов'язані з процесами розробки, виробництва, експлуатації та утилізації устаткування;

2. Ефекти, викликані використанням ІСПДП: відвернені економічні збитки від забруднення довкілля завдяки економії природних ресурсів;

3. Ефекти, що виникають від телепраці [3].

В свою чергу, затрати від впровадження та використання ІСПДП включають витрати на устаткування, системне програмне забезпечення (ПЗ), прикладне ПЗ, послуги зовнішніх консультантів, зарплату співробітників та загальновиробничі витрати [4].

Використовуючи ефекти і затрати, можна сформулювати формулу ефективності впровадження інформаційних систем при плануванні діяльності підприємства (E_{IC}) так:

$$E_{IC} = \frac{Ef^{економ.} + Ef^{соц.-економ.} + Ef^{еколог.-економ.}}{З_{устат.} + З_{сис.ПЗ} + З_{прик.ПЗ} + З_{зов.конс} + З_{спів.} + З_{загальновир.}}$$

У результаті роботи було досліджено ефективність функціонування інформаційних систем з планування діяльності підприємства. Виявлено недоліки існуючих методик оцінки. Досліджено, що ефекти, які виникають під час експлуатації інформаційних систем з планування діяльності підприємства можна розподілити на економічні, еколого-економічні та соціально-економічні. Також було формалізовано загальний показник ефективності функціонування інформаційних систем з планування діяльності підприємства.

Література:

1. Задорожко Г.И. Современные методы оценки эффективности функционирования информационных систем предприятия [Текст] / Г.И. Задорожко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія Економіка. – 2011. – № 2, Т.3. – С. 191-194.
2. Фурсов М.А. Внедрение ERP-системы: оценка окупаемости [электронный ресурс] // М.А. Фурсов. – Режим доступа до матеріалів: <http://www.thalion.kiev.ua/idx.php/97/339/article/>.
3. Волк О.М. Методичні підходи до визначення впливу інформаційно-комунікаційних технологій на еколого-економічний розвиток країни [Текст] / О.М. Волк // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 2. – С. 233-238.
4. Терехов А. Эффективность внедрения ERP системы [электронный ресурс] // А. Терехов. – Режим доступа до матеріалів: http://citforum.ck.ua/consulting/ERP/atk_tco.shtml.

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФІНАНСОВОЇ СТРУКТУРИ ЯК ЕТАП ВПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

С.О. Джерелейко

Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

В умовах ринкових відносин більшість вітчизняних підприємницьких структур намагається організувати діяльність на рівні світових стандартів із використанням сучасних концепцій управління підприємством, насамперед, бюджетування, реалізація якого повинна здійснюватися за рахунок кваліфікованого поетапного впровадження в дію, а результативність цього процесу забезпечується здатністю підприємства визначати найкращий варіант розвитку в залежності від умов зовнішнього та внутрішнього середовища і розробляти дії, спрямовані на його досягнення.

Одним з важливих етапів впровадження бюджетування на промисловому підприємстві є формування його організаційно-фінансової структури, яка безпосередньо пов'язана із унікальною для кожного виробничого об'єкту системою бюджетів, оскільки віддзеркалює характерні особливості таких об'єктів, головним чином, функціонального та галузевого характеру.

Формування організаційно-фінансової структури починається із побудови (для новоствореного підприємства) або коригування (для функціонуючого підприємства) організаційної структури управління, яка представляє собою «...впорядковану сукупність підрозділів, які формують рівні управління, їх взаємозв'язки й забезпечують керівництво організацією» [1, с.100].

Вірно визначена організаційна структура на підприємстві слугуватиме свого роду гарантом коректного впровадження бюджетування, який дозволить ефективно реагувати на зміну як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, що забезпечить зростання ефективності діяльності господарюючих суб'єктів.

З точки зору автора, для підприємств легкої промисловості, у зв'язку із специфікою їх діяльності, найбільш притаманна цехова лінійно-функціональна структура управління, основним принципом побудови якої є розмежування повноважень і відповідальності за функціями та прийняття рішень по вертикалі за рахунок створення на базі основних ланок лінійної структури функціональних підрозділів. Вважаємо, що саме ця структура найбільш ефективна в умовах виконання одноманітних операцій, які практикуються на підприємствах з масовим або багатосерійним типом виробництва, а також на виробництвах затратного типу (які найменш піддані впливу науково-технічного прогресу), оскільки успішність діяльності таких підприємств досягається при рівномірних змінах по всіх підрозділах одночасно, що забезпечує якісно новий розподіл праці в процесі управління бюджетуванням.

Визначена лінійно-функціональна організаційна структура є передумовою для створення багаторівневої фінансової структури, головна функція якої полягає у виокремленні центрів управлінського обліку, за допомогою яких здійснюють управління фінансовими ресурсами підприємства.

За принципами побудови фінансова структура суттєво відрізняється від організаційної структури, зокрема, організаційна структура, зазвичай, створюється відповідно до фінансової спеціалізації відділів підприємства та формується на ієрархії підпорядкованості. Фінансова структура, на відміну від попередньої, має бути побудована на основі фінансово-економічних відносин між центрами відповідальності та базується на ієрархії відповідальності.

На думку автора, фінансова структура представляє собою сукупність сфер фінансової відповідальності (об'єктів бюджетування), що дозволяє сформувати бюджети по кожному бізнес-напряму його діяльності. У зв'язку з цим виокремлюється ієрархія центрів відповідальності у складі фінансової структури підприємства за рівнем впливу та основними ознаками (технологією та організацією бюджетного процесу), як «центри фінансової відповідальності \longleftrightarrow центри фінансового обліку \longleftrightarrow місця виникнення витрат». При цьому було зауважено, що «...всі інші види структурних підрозділів – елементів фінансової структури – у кінцевому підсумку можна віднести до однієї з цих груп» [2, с. 221], а також наголошувалось на аспекті притаманності, згідно якого підприємствами з лінійно-функціональною структурою управління переважно створюються центри фінансового обліку та місця виникнення витрат.

Оскільки фінансова структура господарюючого суб'єкту формується за принципом ієрархічної підпорядкованості аналогічно організаційній структурі, варто звернути увагу на типізацію центрів фінансової відповідальності, за якою автором запропоновано у складі підприємств легкої промисловості виокремлювати такі ієрархічні рівні фінансової структури: I Рівень - Центр Інвестицій, II Рівень - Центр Прибутку, III Рівень - Центр доходів/Центр витрат.

Вважаємо, що при розробці фінансової структури підприємство повинно дотримуватись певного порядку дій, оскільки від її коректності як елементу системи управління залежатиме ефективність функціонування організаційно-фінансової структури, що впливатиме й на впровадження бюджетування.

Отже, вищевикладене дозволяє зробити висновки, що організаційно-фінансова структура підприємств легкої промисловості, яка формується на основі лінійно-функціональної

організаційної структури та базується на управлінні Центрами фінансового обліку, котрі є структурними підрозділами таких підприємств та відповідають за визначений фінансовий результат, є обов'язковим атрибутом системи бюджетування, оскільки саме управління на основі центрів відповідальності у відповідності до поставлених цілей дозволяє значно підвищити ефективність діяльності підприємств легкої промисловості шляхом забезпечення відповідних умов впровадження бюджетування.

Література:

1. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : [підручник] / О. Є. Кузьмін, О.Г. Мельник.– К. : Академвидав, 2003. – 416 с.
2. Хруцкий В.Е. Внутрифирменное бюджетирование / В.Е. Хруцкий, В.В.Гамаюнов. — М.: Финансы и статистика, 2008. — 464 с.

РОЛЬ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИМ КЛІМАТОМ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

А.Ю. Хмелевська

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків

Найбільш характерними рисами сучасних умов господарювання є значна нестабільність та невизначеність економічної ситуації, швидкий розвиток та старіння технологій, посилення конкуренції, підвищення вимог до якості товарів та послуг. Сьогодні для ефективного функціонування підприємства мають значення не тільки матеріальні, фінансові, але й, більшої мірою, трудові ресурси із належними їм знаннями, рівнем освіти, професійними навичками, здібностями, вмотивованістю, інтелектуальним та трудовим потенціалом.

Відповідно до [1, с. 141-144], трудові ресурси є особливим активом підприємства у формування та розвиток яких здійснюються інвестиції з метою отримання майбутніх економічних вигод. У свою чергу, М. Д. Романюк у [2, с. 454] наголошує на тому, що саме персонал повинен розглядатися як основний ресурс, визначальний чинник успіху діяльності підприємства та ключовий рушій як виробничих, так й інноваційних процесів, оскільки саме працівники з одного боку виступають в ролі творців інноваційного потенціалу (винаходів, патентів, ноу-хау, тощо), а з іншого – опановують новостворені та вдосконалені технології, методи, продукти чи послуги. Розробка та впровадження інновацій є запорукою сталого розвитку підприємства, а також підвищення його конкурентоспроможності та зміцнення ринкових позицій. Отже, в основі розвитку сучасного підприємства лежить розвиток його персоналу. Л. М. Шимановська-Діанич у [3] зазначає, що успішний розвиток персоналу обумовлений трьома факторами: знаннями (є основою розвитку здібностей персоналу та сприяють формуванню особистісного потенціалу людини); можливостями (тобто умови використання одержаних знань); поведінкою співробітників (як ключовий фактор розвитку). Автор також робить акцент на тому що, неможливо забезпечити розвиток персоналу тільки на підставі підвищення знань та можливостей, без урахування особливостей поведінки, взаємостосунків, міжособистісних і неформальних комунікацій.

Згідно з [2, с. 458], важливе значення для успішної реалізації інноваційної стратегії підприємства має створення компанії, привабливої для висококваліфікованих фахівців, забезпечення умов для реалізації творчого потенціалу працівників, а отже виробництва інноваційних товарів та послуг, здатних успішно конкурувати на ринку. Для підтримки трудового потенціалу персоналу, формування належного ставлення до праці, як зазначено у [4, с. 115-119], в першу чергу потрібно створити умови, за яких персонал сприймав би свою працю як свідому діяльність, необхідну не лише для життєзабезпечення, але й як джерело самовдосконалення, основу професійного й службового зростання. Тобто на вітчизняних підприємствах існує об'єктивна необхідність у розвитку організаційної культури, формуванні сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі, як її віддзеркалення. Отже, на нашу думку, з метою підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємств,

керівництву необхідно приділяти значну увагу управлінню соціально-психологічним кліматом колективу.

Відповідно до [5, с. 39-44], резерви розвитку в умовах сприятливого соціально-психологічного клімату виникають на всіх рівнях структурної організації колективу. На індивідуальному рівні вони зумовлюються особистісними психічними властивостями працівника, які реалізуються для задоволення потреби в самоутвердженні, самореалізації, бажанні відповідати очікуванням колективу. Наявність, як зазначено у [6, с. 180], сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі – один з показників його зрілості, результат великої і копіткої праці керівництва. За таких умов кожному працівнику надаються оптимальні умови для реалізації його трудового потенціалу. У свою чергу, це призводить до зростання ролі та важливості працівника в колективі, його індивідуального потенціалу, що розкривається в інтелектуальних і фізичних здібностях, знаннях, вміннях, навичках, професійній майстерності, кваліфікації.

Подальша розробка засад управління соціально-психологічним кліматом – це актуальне завдання теорії та практики менеджменту, оскільки сприятливий стан клімату є дієвим інструментом нематеріальної мотивації праці та вирішальним чинником підвищення лояльності, ефективності роботи персоналу, професійного навчання, розкриття талантів, здібностей й розвитку компетенцій працівників, що має важливе значення для забезпечення стійкого та ефективного розвитку підприємства в цілому.

Література:

1. Починок Н. Людські ресурси в обліковій теорії та практиці // Економічний аналіз. – 2010.– №6. – С. 141–144.
2. Романюк М. Д. Стратегія та політика менеджменту персоналу в умовах інноваційного розвитку підприємства // Формування ринкової економіки: збірник наукових праць. – Спец. випуск у 3-х томах. – Т.1. «Соціально-трудова відносина: теорія і практика». – К.: КНЕУ, 2010. – С. 453– 463.
3. Шимановська-Діанич Л. М. Управління розвитком персоналу як обов'язкова умова розвитку споживчої кооперації України [Електронний ресурс] / Л. М. Шимановська-Діанич // Журнал «Українська кооперація» – Режим доступу : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/num/shimanovska.htm>
4. Еськов А. Л. Усиление влияния мотивационного менеджмента на трансформацию трудового менталитета: предпосылки и пути решения [Текст] / А. Л. Еськов, Л. Л. Бунтовская // Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. – Т.1, ч.1. – Хмельницький, 2002. – С.115 – 119.
5. Бойко В. В. Социально-психологический климат коллектива и личность/ В. В. Бойко, А. Г. Ковалев, В. Н. Панферов. – М.: Мысль, 1983.– 207 с.
6. Журавлев А. Л. Социально-психологические проблемы управления // Прикладные проблемы социальной психологии / отв. ред. Е. В. Шорохова и В. П. Левкович. – М. : Наука, 1983. – С. 173 – 188.

РОЗВИТОК КОНЦЕПТУАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

В.С. Трушкін

Одеський національний політехнічний університет

Сьогодні в епоху криз і турбулентності економік, світ вимагає нові вимоги до організації бізнесу, примушує його бути дуже гнучким і швидким, як в прийнятті так і в реалізації ефективних рішень.

Нова парадигма менеджменту приходять з усвідомленням неефективної старої. Її вдосконалення можливе, але це малоефективне. Ми наймаємо нових менеджерів, але наймаємо нові технології управління, підходи корпоративну культуру.

Частіше за все нове з'їдає покоління досвідчених. Це відбувається тому, що менеджери міжнародних компаній, як правило, являються бізнес-чиновниками. Їх головна цінність закладається в виконавстві і чіткому додержуванні правил гри, розроблених в головному офісі корпорації.

В наш час країна потребує популяризації сучасних і ефективних технологій побудови і розвитку бізнесу. Вони повинні змусити менеджмент корінним чином переглянути своє відношення до управління і негайно перейти до процесу організаційних змін на основі нового розуміння бізнес-реалій.

Однією з таких технологій являється, наприклад, технологія бізнес-моделювання Canvas («Полотно»). Ідея цієї методики конструювання бізнесу дуже проста: потрібно побачити свою бізнес-модель на одному аркуші в дев'яти основних елементах (клієнтський сегмент; вартісна пропозиція, відображена і продукті; канали доставки клієнту продукції; підтримка відносин з клієнтськими сегментами; джерела доходу; ключові активності; ключові ресурси; ключові партнери; видаткова частина) й тільки після цього будувати організацію. Але цінне в неї – необхідність постійної зміни початкової гіпотези в кожному з елементів моделі для максимального прибутку. Тому бізнес-моделювання повинно перетворитись в процес постійної комунікації топ-менеджерів між собою і з представниками цільових сегментів ринку.

Цей приклад свідчить про те, що сьогодні в сучасних підходах до управління домінує ідея спрощення і технологічності: без такої переорієнтації менеджменту неможливо ні масштабування підвищення його вартості.

Таким чином боротьба за нову реальність ефективного бізнесу повинна розпочатись зі зміни світогляду діючих і майбутніх менеджерів наших підприємств.

В основі такої бізнес-революції можуть бути різні моделі(наприклад «Цикл життя організації» та «Вітаміни менеджменту» Іцхака Азізеса чи «Технологія менеджменту» Хаббарда, «Теорія відміни обмеженостей » Елії Голдратта, або розробки по теорії бізнес-менеджменту Пітера Друкера, «Система збалансованих показників» Нортон і Капллана, або теорія маркетинг-менеджменту та інше).

В них в тому чи іншому ступені відображені деякі аспекти систематичного бачення організації бізнесу, але жоден з цих підходів не дає простоти і технологічності для швидкого впровадження.

Виходячи з цього пропонується інтегрована модель побудови і розвитку бізнесу «Концептуальний менеджмент», який дає змогу знайти місце кожної з вище перелічених методик, всередині загальної і структурної системи конструювання організації. Ця модель побудована по простій логіці – створення розвитку вартості бізнес-активу.

Для переходу на етап «Бізнес» сформульована логіка прогресу бізнес-організації. Вона реалізується в наборі технологій, сформованих по ієрархічному принципу.

Мета проекту організаційних змін по методиці «Концептуальний менеджмент» - побудова унікальної концепції управління з врахуванням особливостей галузі, етапи розвитку бізнесу, особистого складу засновників, команди то-менеджерів заради перетворення компанії в саморозвиваючуся бізнес-систему незалежну від зовнішніх консультантів і тренерів.

«Концептуальний менеджмент» закликаний допомогти керівникам оволодіти рядом найважливіших технологій для успішного управління бізнесом. Сполучення цих технологій обумовлено логікою управління організацією.

Таким чином, відмінність «радянського» і «концептуального» менеджменту ми бачимо в їх головному призначенні: перший необхідний для управління організацією в закритому неринковому середовищі, а другий – в активній ринковій боротьбі за підвищення вартості активу для його подальшого продажу. В першому випадку прозорість не потрібна, структура працює на феномені особистості влади. В другому – компанія працює на принципах ціле направленою розвитку і взаємодії відповідальності команди топ-менеджерів.

Література:

1. Грейсон Дж.К. мл., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI Пер. с англ.- М.: Экономика, 1991.- 319 с.

2. Кузьмін О.Е., Мельник О.Г. Діагностика потенціалу підприємства\ Маркетинги і менеджмент інновацій. 2011.-№1.- с. 155-166
3. Сокирська І.Г. Діагностика фінансового забезпечення діяльності підприємства\ І.Г. Сокирська \ Фінанси України. – 2003. - №1.- с. 89-93.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 401 с.

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Н.О. Безнощенко
К.В. Юшко

Одеський національний політехнічний університет

Одним з важливих важелів ринкового механізму господарювання є економічний потенціал, що притаманний без виключення всім економічним системам. Досвід провідних світових економічних систем підкреслює значущість дослідження системоутворюючих засад формування і використання потенціалу в усіх його формах та проявах. Сучасний економічний розвиток свідчить про необхідність використання нових підходів до управління потенціалом і розвитком підприємств.

Формування економічного потенціалу підприємства виконується на основі кадрового, виробничого, інноваційного, організаційного та управлінського потенціалу. Саме економічний потенціал підприємства є основою прийняття стратегічних рішень, визначення напрямів його розвитку, формування програми дій на майбутнє, базовим критерієм управлінських процесів. [1, с.12]

Під економічним потенціалом підприємства розуміється властивість підприємства забезпечувати власне довготривале функціонування і досягнення стратегічних цілей на основі використання наявних ресурсів.

У сучасних умовах управління економічним потенціалом промислового підприємства виступає як загальноекономічний чинник раціонального споживання ресурсів та ефективного функціонування виробничої системи. Відомо, що навіть ті підприємства, які мають близькі за рівнем потенціали, часто розрізняються за результатами їх діяльності. При інших рівних умовах, величина результату буде тим більша, чим вдалішою буде система управління економічним потенціалом підприємства.

Характеризуючи систему управління економічним потенціалом промислового підприємства, підкреслимо, що взаємозв'язок промислового підприємства та його економічного потенціалу ґрунтується на методах управління. [2, с. 11-17]

Наявність прогресивних методів управління та вміле їх використання є передумовою ефективності управління і господарських процесів. Методи управління покликані забезпечити високу ефективність діяльності колективів, їх злагоджену роботу, сприяти максимальній мобілізації творчої активності кожного члена. Цим методи управління відрізняються від усіх інших технічних та технологічних методів, які використовуються в ході вирішення комплексних виробничо-господарських завдань.

Практична реалізація функцій управління здійснюється за допомогою системи методів управління. Привести в дію організовану систему, щоб одержати потрібний результат, можна лише через вплив на неї керуючого органу чи особи. При цьому необхідні певні інструменти погодженого впливу, які й забезпечують досягнення поставлених цілей.

Управління фірмою (підприємством, організацією) спрямоване на людей, коло їхніх інтересів, передовсім матеріальних. Тому основою класифікації методів управління є внутрішній зміст мотивів, якими керується людина у процесі виробничої чи іншої діяльності. За своїм змістом мотиви діяльності можна поділити на матеріальні, соціальні та мотиви примусового характеру. Відповідно до цього розрізняють такі методи управління: а)

економічні; б) соціально - психологічні; в) організаційні методи управління діяльністю підприємств [1].

Вони органічно взаємозв'язані й використовуються не ізольовано, а комплексно. Проте провідними треба вважати саме економічні методи. Організаційні методи створюють передумови для використання економічних методів. Соціально-психологічні методи доповнюють організаційні та економічні й утворюють у сукупності необхідний арсенал засобів управління діяльністю підприємства, будь-якого суб'єкта підприємницької чи іншої діяльності. Професійне, вмiле застосування економічних, соціально-психологічних та організаційних методів управління здебільшого забезпечує достатньо ефективне господарювання.

Формування цілеспрямованого впливу на трудові колективи та їх окремих членів безпосередньо пов'язане з мотивацією, тобто використанням факторів, які визначають поведінку людини в колективі в процесі виробництва.

Звідси випливає дуже важлива вимога до методів управління: методи управління повинні мати свою мотиваційну характеристику, що визначає напрям їх дії. Ця характеристика показує мотиви, які визначають поведінку людей і на які орієнтована відповідна група методів.

Ефективність застосування методів управління в основному залежить від рівня кваліфікації керівних кадрів, що зумовлює потребу систематичної і цілеспрямованої підготовки та повсякденного використання всіх зазначених напрямів впливу на колектив і окремих людей.

Таким чином, система управління економічним потенціалом повинна являти собою гнучку систему, що буде змінюватися, пристосовуючись до ринкової економіки, забезпечуючи ефективність діяльності промислового підприємства.

Література:

1. Сабадирьова А. Л. Потенціал і розвиток підприємства [текст]: Навчальний посібник / А.Л. Сабадирьова, О.М. Бабій, Т.В. Куклінова, Д.Є. Салавеліс – Одеса: ОНЕУ, ротапінт, 2013. – 343 с.
2. Касьянова Н. В. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст]: підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєва, О. В. Белякова, О. Б. Балакай – К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с.
3. Друкер П.Ф. Ефективний керівник / П.Ф. Друкер – М: Ин-т управления, 2003. – 540 с.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

А.Г. Сержанова

Одеський національний політехнічний університет

Останні десятиріччя характеризуються стрімким розвитком інформатизації економіки та суспільства. Це зростання здійснювалося завдяки поширенню Інтернету та інших засобів розповсюдження інформації. Внаслідок цього, економічні процеси стали поширюватися у віртуальному середовищі, створюючи підстави для визнання інформації, як товару, що має характерні якісні ознаки та цінність. В той же час рівень інформатизації значною мірою залежить від повноти, точності, достовірності та своєчасності надання інформації.

Під інформатизацією розуміють соціально-економічний та науково-технічний процес, який розвивається в юридичній площині. Основною метою його є досягнення рівня інформованості населення країни, а також забезпечення належної якості управління економікою країни.

Однією з причин розвитку процесу інформатизації суспільства, який почався в другій половині ХХ століття є цілком закономірна реакція соціального відторгнення тієї масової стандартизації та уніфікації, яка характерна для індустріального суспільства.

Для становлення сучасного ринку інформаційних технологій в Україні необхідне об'єднання зусиль розробників інформаційних систем. Потрібна консолідація зусиль з просування на зовнішніх ринках конкурентоспроможної продукції українських компаній, злиття наукового і виробничого потенціалу України для створення програмного забезпечення, яке відповідає міжнародним стандартам, а також умовам для подальшого розвитку в галузі

інформаційних технологій. Необхідно здійснювати діяльність у сфері популяризації української ІТ-продукції на експортному ринку, ринку іноземних інвестицій, удосконалювати існуюче законодавство, сприяти науковій діяльності у сфері інформаційних технологій. Необхідна активізація діяльності в сфері інформаційних технологій як цієї асоціації, так і окремих компаній.

З метою реалізації поставлених завдань українськими вченими були здійснені спроби сформулювати стратегічні напрями розвитку процесів інформатизації суспільства. Наприклад Сазонець О.М. [1] обґрунтував наступні напрями в контексті реалізації стратегії інформатизації суспільства: повсякденна мобільність повинна стати реальністю; широкий доступ до Інтернет; розвиток телекомунікаційних технологій досягти якісно нового рівня; поява нових бізнес-моделей в індустрії розваг призвело до значного збільшення обсягів завантаженої з Інтернет мультимедійної інформації; розвиток інформаційних технологій (ІТ) йде шляхом орієнтації на масового споживача; збільшення потужності ПК веде до появи нових сфер його застосування.

Якщо розглядати інформатизацію суспільства, як фактор забезпечення його конкурентоспроможності, то необхідно використовувати можливості інформаційної економіки, як потенціал для розвитку. В якості напрямків, які забезпечують економічний розвиток за рахунок використання мережі Інтернет, можна визначити наступні:

1) Просування товарів, послуг, інформації та ідей в тематичних співтовариствах. Досить дієвий спосіб. В подібних співтовариствах зазвичай знаходяться люди, що цікавляться його тематикою. Тобто, якщо продукт відповідає їй, то велика вірогідність того, що він зможе зацікавити користувачів. Варіантів просування в співтоваристві декілька. По-перше, можна купити банерну рекламу. Тут варто тільки розуміти, що багато в чому ефективність такого виду реклами залежатиме від контенту банера. Недостатньо створити яскравий банер, він повинен притягати аудиторію, бути їй цікавим і доносити до неї корисну інформацію. Другий спосіб - створити свій аккаунт в співтоваристві. Бесіди з його учасниками, написання своїх постів. І, третій варіант - кросс-промо (cross - promotion), спільна рекламна кампанія. В цьому випадку компанії, як правило, вказують своїх партнерів у своїх рекламних матеріалах, а іноді роблять і спільні рекламні матеріали.

2) Просування товарів, послуг, інформації та ідей в соціальних мережах. На сьогодні існує безліч соціальних мереж різної цільової спрямованості, але найбільше охоплення аудиторії має мережу ВКонтакте. Просування в ній може йти різними шляхами: створення своєї групи і подальше її просування, так само група може допомогти в спілкуванні з потенційними клієнтами і виступатиме як support. Існує додатковий інструмент маркетингу в соціальній мережі Vk - таргетингова реклама.

Рекламні оголошення ВКонтакте показуються користувачам в лівій частині сторінок. Таргетоване оголошення, як правило, складається із заголовка і зображення, а також може містити короткий текстовий опис. Таргетингова реклама настроюється під конкретну цільову аудиторію і банер показується тільки їм, це дозволить підприємству притягнути велику кількість нових клієнтів при низьких витратах на маркетинг.

3) Проведення в Інтернеті різних конкурсів і розіграшів. Цей спосіб являється, мабуть, найкращим, для залучення користувачів, за умови, що конкурс заслуговує уваги. Краще всього розігрувати багато невеликих призів, що принесе цій рекламній кампанії небувалий успіх.

4) Ремаркетинг Google AdWords. Функція ремаркетинга дозволяє звертатися до користувачів, які раніше вже заходили на сайт. Наприклад, з її допомогою можна показати оголошення, що відповідають розділам, які раніше відвідували користувачі. При цьому реклама може показуватися як при перегляді сайтів в контекстно-медійній мережі Google, так і при пошуку за запитом, пов'язаному з конкретним товаром, в Google.

Література:

1. Сазонець О.М. Стратегії інформатизації соціально-економічного розвитку України // Актуальні проблеми економіки. - №8(134).

ПОНЯТТЯ, СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

О.І. Кравченко

Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Северодонецьк

В складних економічних умовах, що склалися, велика кількість українських підприємств харчової промисловості зіткнулися із проблемою виживання. Кожне підприємство намагається знайти свій вихід із складної економічної ситуації. Одні намагаються почати випуск нового товару і активно його рекламують, інші скорочують свою діяльність на ринку чи закриваються, треті намагаються знизити витрати за рахунок скорочення чи невиплати заробітної плати персоналу і т.д. Але реформування системи управління підприємств харчової промисловості під впливом часу зазнало чимало реформувань. Найпопулярнішим засобом пристосування до ринкових умов та орієнтації на споживача в виробництві продукту в наш час слід вважати маркетинг[2].

Маркетинг є одним з найважливіших різновидів економічної і суспільної діяльності. Мета маркетингу – підвищення якості товарів і послуг, поліпшення умов їхнього придбання, що у свою чергу приведе до підвищення рівня життя в країні та підвищення якості життя[4].

Саме тому необхідно зосередити увагу саме на удосконаленні маркетингової діяльності підприємств харчової промисловості, як на інструменті, що допоможе вивести підприємства з кризи, здобути нові ринки та споживачів, а також забезпечити ефективну збутову діяльність та контроль якості.

Маркетингова діяльність підприємств харчової промисловості являє собою комплекс систем організації виробництва і збуту, орієнтованих на більш повне задоволення попиту конкретних споживачів і отримання на цій основі прибутку [6]. Таке визначення найбільш точно розкриває цільові напрямки маркетингової діяльності, однією із головних складових якої є аналіз реальних ринкових процесів і тенденцій розвитку самого підприємства[5]. Вітчизняним підприємствам, які діють на конкурентних ринках харчової промисловості, необхідно виробляти не те, що вони хочуть продати, а те, що споживачі хочуть купити.

Маркетингова діяльність в сучасних умовах направлена не тільки на рішення пасивних завдань вивчення потреб цільового ринку, а також створенням високоякісного товару та встановлення на нього ціни. Також необхідно відповідним чином донести цей товар до кінцевого споживача та забезпечити його доступність цільовому сегменту ринку. Для забезпечення ефективної реалізації вироблених товарів, підприємство повинно провести комплекс заходів, що забезпечать фізичне розподілення товарної маси в ринковому просторі, доведення товарів до споживачів та організацію їх ефективного споживання, тобто необхідне ефективне управління маркетинговою діяльністю. Особливо це важливо для підприємств харчової промисловості, адже як ми знаємо, харчова промисловість займається виробництвом харчових продуктів, а фізіологічна потреба у продуктах харчування, відрізняється від багатьох інших потреб людини. Ця відміна полягає у тому, що таку потребу має бути задоволене безумовно, адже задоволення цієї потреби не може бути замінено іншим способом[3].

Саме тому, з врахуванням вищесказаного, виникає потреба в уточненні поняття управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Проаналізувавши наведені в літературних джерелах поняття управління маркетинговою діяльністю, можна запропонувати наступне визначення поняття управління маркетинговою діяльністю саме підприємств харчової промисловості, під яким розуміємо систему різних видів діяльності, що являють широкий комплекс заходів стратегічного й тактичного характеру, пов'язаних між собою і спрямованих на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства та досягнення його основної мети – задоволення потреб споживачів товарами харчової промисловості і отримання на цій основі найбільшого прибутку. Дане поняття, враховує складність процесу управління маркетингом, його призначення і сутність, воно підкреслює системність цього процесу, бо управління маркетингом має здійснюватись системно і комплексно[1].

Управління маркетинговою діяльністю підприємств харчової промисловості може здійснюватися з позицій п'яти підходів: вдосконалення виробництва, товару, інтенсифікації комерційних зусиль, маркетингу, соціально-етичного маркетингу. Концепція вдосконалення

виробництва стверджує, що споживачі будуть прихильні до товарів, які широко поширені і доступні за ціною, а як наслідок – компанія повинна зосередити свої зусилля на вдосконаленні виробництва і підвищенні ефективності системи розподілу[6].

Отже, підприємство харчової промисловості саме вибирає на якій саме позиції буде концентрувати увагу при здійсненні маркетингової діяльності, адже основне завдання управління маркетинговою діяльністю підприємства припускає орієнтацію продуцентів оперативно реагувати на вимоги споживачів для того, щоб перетворити їх на своїх покупців і таким чином забезпечити фірмі довгострокове переважне положення на ринку. Можна додати що, орієнтація на споживача є законом бізнесу, котрий диктує всю політику в області виробничої діяльності підприємств. Якщо проігнорувати запити споживача, то таке підприємство, безперечно, зазнає краху.

Література:

1. Астахова / Маркетинг: Навч. посіб./Харківський національний економічний ун-т. - Х.: Вид. ХНЕУ, 2006. - 208 с.
2. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга — Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. - 768 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг: Підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. - К.: Лібра, 2004. - 712 с.
4. Дорошев В. И. Введение в теорию маркетинга: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2000. - 284 с.
5. Заяць Т.А., Гарлопов І.О., Пилипенко О.О. Управління маркетингом на підприємстві. — Донецьк: Юго-Восток, 2006. - 252 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент: Перевод с английского. — СПб.: Питер. 2003.-800 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДВИЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О. В. Тарасова

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля, м. Сєвєродонецьк

В сучасних умовах господарювання результативність діяльності підприємства відіграє значну роль в його розвитку, гармонійному забезпеченні інтересів його власників та персоналу. Це визначає необхідність постійного оцінювання та підвищення результативності діяльності. Оскільки високий рівень результативності відображає високий рівень задоволення потреб та очікувань зацікавлених осіб підприємства, що в свою чергу забезпечує досягнення стабільного успіху підприємства.

Для підвищення результативності основне завдання полягає в удосконаленні навігації підприємства – його потужності, напрямку і швидкості руху – з можливістю негайно реагувати на відхилення і несподівано виникаючими перешкодами. Основними цілями функціонування підприємств виступають підвищення рівня доходу (прибутку), розширення сфер діяльності, збільшення частки власної продукції на ринку, налагодження взаємовигідних відносин з усіма зацікавленими сторонами. Отже, діяльність підприємств у сучасних умовах має бути результативною.

В сучасній літературі економічна категорія «результативність діяльності» найчастіше трактується як комплексне відображення кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили в ході виробництва продукції, товарів, надання послуг [1]. Результативність діяльності виступає сумарним результатом усіх процесів, що організовані та функціонують на підприємствах.

Для підвищення рівня результативності підприємство повинно дієво і економічно функціонувати, зберігати високу якість продукції, вводити нові технології, гарантувати належні умови праці, підвищувати прибутковість і продуктивність.

На думку Е.Мосенга та П.Бредапа, результативність визначається на основі таких понять [2]: ефективність – рівень задоволення потреб споживачів; економічність – економне та оптимальне використання ресурсів організації; гнучкість – стратегічна сфокусованість (усвідомлення цілей) і здатність організації до змін (рис. 1).

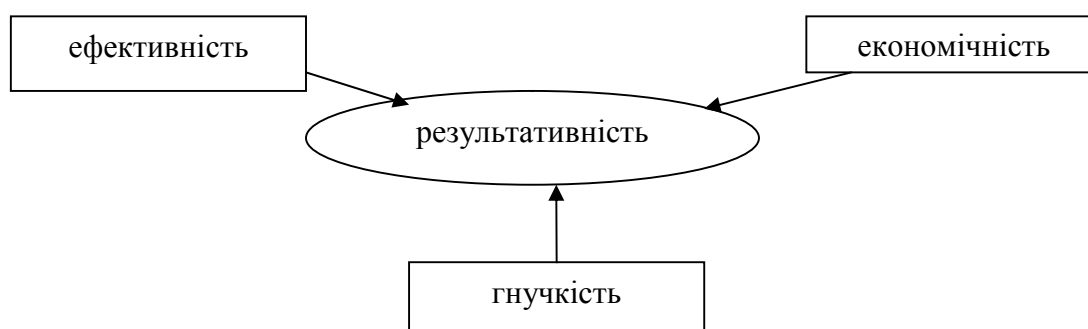


Рис. 1. Результативність економічних процесів

Основна ідея за цією моделлю полягає в тому, що для підвищення стану результативності діяльності підприємство повинно враховувати багато внутрішніх і зовнішніх факторів своєї діяльності (розвитку), які впливають на ефективність, економічність і гнучкість організації. Серед основних методичних інструментів підвищення результативності за цією моделлю можна виділити такі: самоаудит організації, поглиблена діагностика діяльності, самооцінка та впровадження її результатів та бенчмаркінг.

Ефективність використання ресурсів як фактор результативності відображає передусім рівень менеджменту підприємства. За наявності порівняльного ресурсного потенціалу перевагу матиме те підприємство, яке використовує ефективніший менеджмент, оскільки постійний пошук нових рішень у всіх сферах діяльності підприємства є основою підвищення ефективності використання наявних ресурсів. Підвищення рівня результативності означає, що всі ресурси, які використовує підприємство, більш продуктивніші і приносять більший прибуток, ніж його ринкові конкуренти. Керівництво підприємства повинно вміти простежувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити різноманітні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів та послуг. Такими перетвореннями можуть бути: диверсифікація виробництва, вихід на нові ринки, зміна товарної політики, зміна організаційно-правового статусу підприємства, створення спільних виробництв, впровадження нових технологій.

Таким чином, можливо зробити висновок, що високий рівень результативності діяльності підприємства свідчить про стійке економічне зростання, прибутковість та виживаність в гострій конкурентній боротьбі ринкової економіки. Тому, підвищення результативності діяльності підприємства необхідно розглядати як довгостроковий послідовний процес пошуку й реалізації управлінських рішень у всіх сферах його діяльності, здійснюваний планомірно, відповідно до обраної стратегії довгострокового розвитку, з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та стану засобів самого підприємства, і внесенням відповідних коректив.

Література:

1. Олексюк О.І. Економіка результативності діяльності підприємства: монографія / – К.: КНЕУ, 2008. – 362 с.
2. С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с

ВПЛИВ КЕРІВНИЦТВА НА ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ

А.Г. Високоленко

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля
м. Сєвєродонецьк*

Серед науковців побутує думка про те, що XXI століття буде століттям якості, якості у всіх її проявах — якості продукції і послуг, якості праці, якості навколишнього середовища і, в цілому, якості життя.

Стан справ в області управління якістю для підприємств України не можна визначити як задовільний. Розвиток експортних відносин показав, що продукція вітчизняних підприємств є неконкурентоспроможною на світовому ринку саме по якості. У цьому зв'язку набуває особливого значення проблема розробки та впровадження дійових методів управління витратами на забезпечення якості продукції.

Для забезпечення якості необхідна наявність не лише матеріальної бази та кваліфікованого персоналу, але й системного підходу до питань управління якістю. Для удосконалення організації управління якістю найбільш доцільним рішенням буде впровадження системи менеджменту якості (СМЯ).

Система менеджменту якості - система управління всіма процесами компанії, від яких залежить якість продукції, послуг. Одним з найбільш важливих переваг СМЯ є її орієнтація на споживача, системний підхід до управління компанією і процесне управління діяльністю в галузі забезпечення якості[2, с.34]. Одним з незаперечних переваг СМЯ є ефективне управління бізнес-процесами компанії, їх планування і контроль, прогнозований розвиток підприємства, іншими словами бачення і чітке розуміння цілей і результатів роботи.

Сучасна система менеджменту якості об'єднує в собі організаційну структуру, структуру документації та інформаційну структуру, а також процеси, що впливають на якість. Багатьох витрат в управлінні якістю можна уникнути за рахунок впровадження системи менеджменту якості підприємства. У цій системі гідне місце займає якість обслуговування споживачів, а для персоналу підприємства - це підвищення ефективності роботи при зниженні часу на її виконання.

Впровадження системи менеджменту якості вимагає постійного висококваліфікованого керівництва й оцінювання, якого неможливо досягти без відповідного організаційного забезпечення.

Насамперед, необхідно призначити представника керівництва з якості, який очолює проект по розробці системи менеджменту якості. Цього безпосередньо вимагає МС ІСО 9001:2000 (п. 5.5.2). До обов'язків представника керівництва входить:

забезпечення розробки, впровадження і підтримки в робочому стані процесів, необхідних системи менеджменту якості;

складання звітів вищому керівництву про функціонування системи менеджменту якості і необхідність її поліпшення;

сприяння поширенню розуміння вимог споживачів по всьому підприємству;

підтримка зв'язку з зовнішніми сторонами з питань, що стосуються системи менеджменту якості[1, с. 47].

Наступний крок, розробка та впровадження нової організаційної структури. Організаційна структура підприємства - це упорядкована сукупність структурних підрозділів (ланок управління) підприємства, що володіють необхідною матеріально-технічною базою, які виконують специфічні адміністративні функції і знаходяться в певному взаємозв'язку і співпідпорядкованості.

Для впровадження нової організаційної структури на підприємстві збирається комісія у складі 5 чоловік. На чолі комісії генеральний директор, та члени комісії це заступник генерального директора з економіки та фінансів, директор по виробництву, головний інженер, директор по комерції.

До того як остаточно буде затверджена і впроваджена організаційна структура заступник директора з економіки та фінансів повинен надати новий штатний розклад, нові посадові

інструкції, складені з урахуванням нової співпідпорядкованості і ієрархії, з якими повинні ознайомитися усі члени комісії.

Нововведеній організаційній структурі надається випробувальний термін протягом двох місяців. За цей час роботи в новій співпідпорядкованості відділів повинно все з'ясуватися, або нововведення влаштовує і дає позитивні результати взаємодії структурних підрозділів, або структура не допрацьована і вимагає нових коректувань.

Організаційний механізм управління являє собою створення структурного підрозділу з якості, а також впровадження додаткової посади – представника керівництва з якості й виконання їм сукупності функцій і процесів, спрямованих на практичну реалізацію тактичних заходів щодо організації управління якістю на підприємстві. Представник керівництва з якості підпорядковується і працює під безпосереднім керівництвом генерального директора [3, с. 157].

Застосування системного підходу до управління якістю підприємства вимагає встановлення чітких обов'язків, повноважень і відповідальності при керуванні процесами. Підприємство повинно створити дійову систему управління, яка спрямовує її зусилля на якісне виконання всіх процесів, що здійснюються, що у свою чергу, забезпечить досягнення якісного результату. Висококваліфіковане, правильне та чітке керівництво суттєво впливає на впровадження та функціонування СМЯ на підприємстві та допомагає забезпечити необхідну якість продукції та послуг.

Література:

1. Басовский Л.Е. Управление качеством: Учебник / Л.Е. Басовский, В.Б.Протасьев. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 356 с.
2. Гличев А.В. Основы управления качеством продукции / А.В. Гличев. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2001. – 452 с.
3. Захожай, В.Б., Салухіна, Н.Г. Управління якістю [Текст]: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / В.Б. Захожай - К.: ДП Персонал, 2011. - 936 с.

КОНКУРЕНТНА ПОЛІТИКА, ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Л.А.Некрасова, к.е.н., доцент
А.А. Ващенко

Одеський національний політехнічний університет

Розвиток конкурентного середовища в Україні, посилення конкуренції з боку як внутрішніх, так і зовнішніх конкурентів, ставить перед керівництвом підприємств задачу досягнення та підвищення конкурентоспроможності підприємства, виробленої ним продукції або послуг. Одним з інструментів, що дозволяє вирішити цю задачу, є правильний вибір, розробка та реалізація конкурентної стратегії, яка визначає майбутній розвиток підприємства і досягнення ним сталого довготривалого фінансового становища у відповідній галузі.

Формування і реалізація стратегії розвитку підприємства протікають в умовах конкурентного ринку. Перефразовуючи відомого філософа Ф. Бекона, можна стверджувати, що ринок підкорюють, тільки скоряючись йому [1]. Іншими словами, розробляючи та реалізуючи плани розвитку в умовах ринкової економіки, необхідно дотримуватися її законів, використовувати притаманні їй механізми, інструменти і методи.

Зазвичай загальна стратегія промислового підприємства розробляється на кілька років вперед, конкретизується в різного роду проектах, програмах, планах, практичних діях і реалізується в процесі їх виконання. Значні витрати праці і часу багатьох людей, необхідні для створення стратегії організації, не дозволяють її часто міняти або серйозно коригувати, тому вона зазвичай формулюється в досить загальних виразах [2].

Конкурентна політика визначає поле стратегій і заходів конкуренції, необхідних промислому підприємству в умовах її недостатнього розвитку, представляючи собою набір нескладних правил поведінки в ситуаціях конкуренції. У разі ж інтенсивної і масштабної конкурентної боротьби промислове підприємство потребує комплексної конкурентної стратегії,

що передбачає спільну реалізацію бізнес-процесів, створення і використання конкурентних переваг, вибір привабливих з точки зору конкуренції цільових ринків, подальшу оцінку економічної ефективності реалізованих заходів.

Одна з найвідоміших загроз для компанія це конкуренція у галузі.

Суперництво існуючих в галузі компаній можливо за різними параметрами: за ціною, якістю, асортименту. Інтенсивність конкуренції залежить від того, наскільки активно учасники галузі намагаються змінити ці показники. Конкуренцію в галузі підсилюють ряд факторів, представлених нижче [1].

1. Зростання кількості конкуруючих компаній, вирівнювання їх за розмірами і потенціалом.

2. Уповільнення попиту на продукцію. Зниження зростання викликає загострення конкуренції, тому що компанії збільшують ринкову частку відібравши ринки збуту у конкурентів.

3. Зниження цін та збільшення обсягів продажів. Постійні витрати становлять значну частину витрат на виробництво, а недовантажені потужності збільшують вартість продукції, так як постійні витрати розподіляються на меншу кількість виробів.

4. Лояльність споживачів до торгової марки. Виділяють три моделі відносини клієнта до компанії:

- емоційно-позитивне - клієнти рідко переоцінюють потреби, вважаючи вибір на користь конкретної компанії оптимальним;

- індиферентне - клієнти рідко переоцінюють свої споживчі потреби, ґрунтуючись на тому, що переорієнтація на іншу компанію пов'язана з небажаними витратами;

- оціночно-раціональне - група більшою мірою схильна переоцінювати свої можливості і запити, виходячи з таких критеріїв, як ціна продукту, якісні характеристики і рівень сервісного обслуговування.

5. Спроби компаній поліпшити своє становище на ринку за рахунок конкурентів. Наприклад, придбання дрібних конкурентів, впровадження нових товарів, збільшення витрат на рекламу.

6. Успішність застосування стратегічних дій. Чим більше переваг від реалізації певної можливості, тим вища ймовірність того, що компанії-конкуренти виявлять до них інтерес.

7. Великі відмінності між компаніями-учасниками - в стратегіях, ресурсній базі і умовах зовнішнього оточення.

8. Придбання великим гравцем іншої галузі однією з компаній (навіть слабкої з подальшим перетворенням її в сильну).

9. Витрати на вихід з ринку перевищують витрати на продовження конкурентної боротьби. Чим більше перешкод на шляху виходу з ринку, тим сильніше рішучість компанії залишитися і продовжити боротьбу, незважаючи на невисокий рівень доходу або навіть збитки. В результаті з'являються зайві виробничі потужності, що веде до посилення цінової конкуренції. Зазвичай бар'єри виходу включають наступні обставини:

- обладнання, яке не має альтернатив використання;

- економічна залежність від галузі;

- емоційне тяжіння до галузі;

Таким чином, ефективність конкурентної політики визначається ефективністю захисту компанії від впливу п'яти чинників, можливістю компенсації конкурентного тиску і здатністю до створення стійких конкурентних переваг.

Література:

1. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент
2. Chandler A. D. Strategy and Structure: A Chapter in the History of Industrial Enterprises. - Cambridge, Mass, MIT Press, 1962.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Р.А. Кравченко

Одесский национальный политехнический университет

В настоящее время актуальным направлением маркетинговой деятельности предприятия является проведение маркетинговых исследований. Основной целью исследований является выявление факторов, влияющих на поведение потребителей и выявление потребительских предпочтений. Поэтому, одним из направлений маркетинговых исследований было выбрано выявление факторов и критериев влияния на поведение потребителей на рынке сыров. В качестве метода сбора информации в процессе исследования было использовано анкетирование. Целевая аудитория, которая участвовала в опросе – это покупатели продуктовых магазинов и рынков. Среди респондентов случайной выборки были распространены анкеты, с помощью которых можно узнать какие критерии лежат в основе потребительского выбора на рынке сыров. Какие факторы влияют на поведение потребителей: доход, возраст, вкусовые предпочтения, упаковка и др. В результате опроса было выявлено, что 70% респондентами являются женщины, остальные 30% - это мужчины. На рис.1. указана частота покупки по возрастным категориям, которая показывает что зависимость частоты покупок от возраста потребителя.

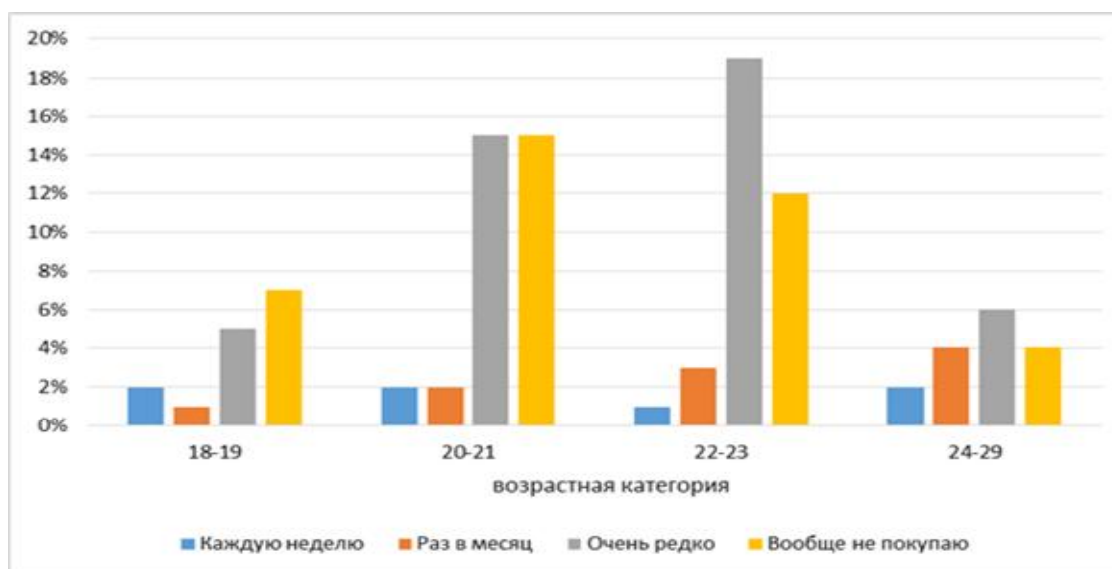


Рис. 1. Зависимость частоты покупок сыра от возраста его потребителей.

По результатам проведенного опроса были обработаны анкеты и составлены таблицы сопряженности, которые показывают зависимость потребления сыра от доходов потребителей. Кроме того, опрос показал, что большинство потребителей делают покупки в супермаркетах и на рынках и лишь незначительный процент потребителей заказывают сыр с доставкой на дом.

Сделав подсчет по таблице сопряженности, становится ясно, что доход очень влияет на потребление сыра (табл.1.).

Таблица 1 – Таблица сопряженности

Частота			1. чаще, чем 1 раз в неделю	2. раз в неделю	3. два-три раза в месяц	4. раз в месяц	5. реже, чем раз в месяц	Итого
			1,00	2,00	3,00	4,00	5,00	
1.Средний среднего	2. выше	1,00	3	2	1	2	2	10
		2,00	4	6	3	0	1	14
		3,00	0	1	3	1	1	6
Итого			7	9	7	3	4	30

В результате проведения исследования, была построена дендрограмма (рис.2.)

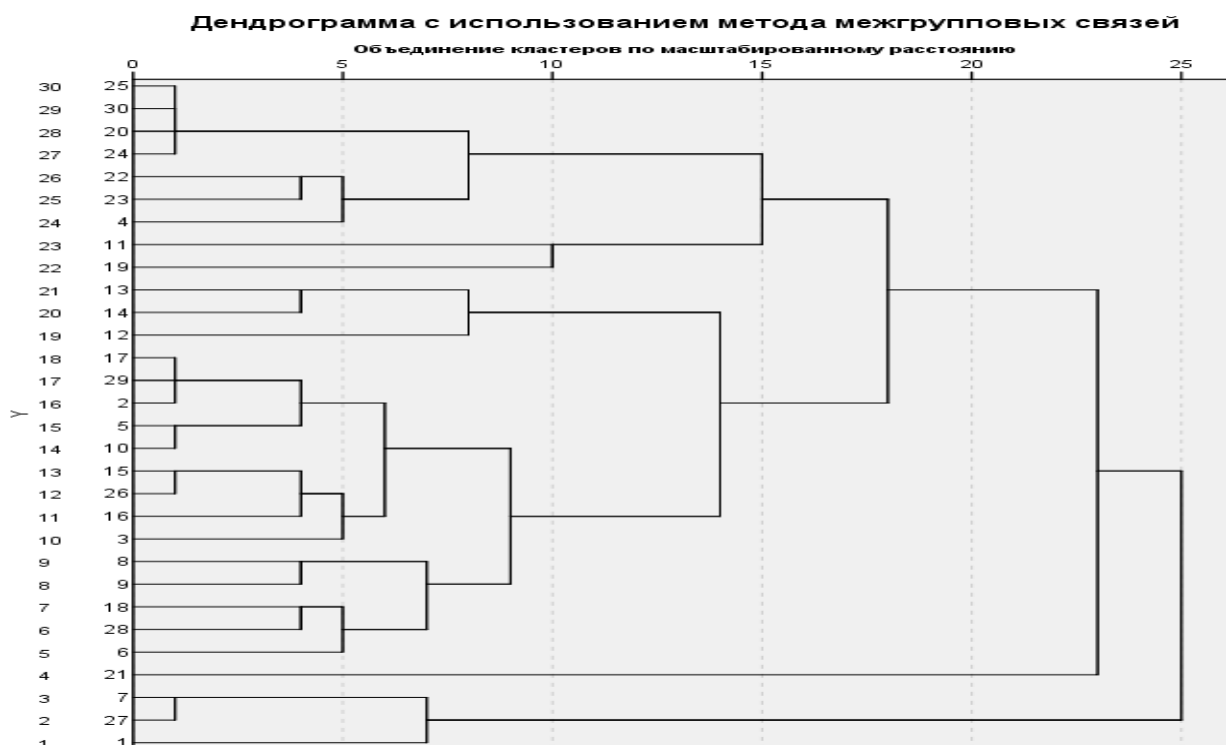


Рис.2. Дендрограмма с использованием межгрупповых связей

Первый кластер - это покупатели (эстеты), которые при выборе сыра ориентируются - на органолептические свойства продукта и его производителя. Эта группа не чувствительна к цене (43 %). Второй кластер показывает экономных покупателей, которые при выборе продукта ориентируются в первую очередь на цену(57%). Таким образом, на потребительском рынке сыров были выявлены два больших сегмента, на которые предприятия могут ориентироваться в своей деятельности.

Литература:

1. Яшкина О.И. Математическое моделирование маркетинговой стратегии предприятия // Устойчивое развитие № 12, ноябрь 2013. - Болгария.Варна. - С.97-102 – Режим доступа: http://susdevjournal.weebly.com/uploads/2/1/7/5/21751764/12_broi.pdf

ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ВИТРАТ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

О.А. Варчук
А.В. Крисенко

Одесский национальный политехнический университет

Недосконалість обліку інноваційних витрат впливає на ефективність інноваційних проєктів. На сьогодні єдиного підходу щодо відображення в обліку інноваційних витрат на підприємстві не існує, відсутня внутрішня звітність, яка надавала б необхідну інформацію стосовно даних витрат.

Питанням обліку інноваційних витрат присвячені праці таких вітчизняних вчених, як О.О. Ільченко, О.І. Грицай, О. Бородкін, Л. Гнилицька, С.М. Сичук, Л. Нападовської, М. Пушкаря, Пашута М. Т., Шкільнюк О. М., Кантасва О. В. та ін. Існує значна кількість

публікації у інноваційній сфері, але, незважаючи на це, наукових робіт, які досліджували б інноваційні витрати практично немає, а проблема відображення у бухгалтерському обліку інноваційних витрат досі не вирішена.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» дано визначення інновацій, а саме, як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1].

О.О. Ільченко користується терміном «витрати на інновації» та тлумачить їх як такі, що включають фактичні витрати в грошовій формі, пов'язані із здійсненням різних видів інноваційної діяльності. Це витрати, які безпосередньо пов'язані з виконанням інноваційного проекту, який включає в себе всі матеріальні витрати, витрати на заробітну плату та нарахування, амортизацію та інші. [2, с. 6].

На думку О.І. Грицай, використання поняття «інноваційні витрати» некоректне. Інноваційними можуть бути зовсім нові для підприємства чи галузі витрати, які до цього ніколи не здійснювались, але це не такі витрати, що пов'язані з проведенням інноваційних процесів підприємства. Якщо логічно пов'язати між собою зміст цих понять, то буде зрозуміло, що правильніше вживати термін «витрати на інноваційні процеси», а ніяк не «інноваційні витрати». Використання поняття «витрати на інноваційні процеси» є більш правильним для визначення витрат пов'язаних з ініціацією інновацій, їх розробкою, реалізацією на ринку та подальшим поширенням [3].

Щодо використання терміну «витрати інноваційної діяльності», то першочерговим є визначити категорію «вид діяльності», як процес поєднання дій, які приводять до отримання відповідного набору продукції чи послуг, що характеризується використанням відповідної комбінації ресурсів, специфікою виробничого процесу та випуском певного виду продукції чи наданням певного виду послуг [4].

Єдиним законодавчим документом, де надано визначення поняттю «інноваційні витрати» є Методика [5]. Відповідно до цього документу, під терміном «інноваційні витрати» розуміють усі витрати, пов'язані з інноваційною діяльністю, а саме:

- внутрішні дослідження та розробки;
- зовнішні дослідження та розробки;
- придбання машин та обладнання, пов'язаних з виробництвом інноваційних продуктів та процесів;
- придбання патентів та ліцензій, промислових зразків;
- навчання та маркетингові дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє зробити висновок, що наукових робіт, присвячених класифікації витрат на інновації дуже мало. Але не можна стверджувати, що класифікація інноваційних витрат підприємства взагалі залишилися поза увагою. У таблиці 1 представлені підходи щодо визначення класифікації інноваційних витрат.

Таблиця 1 – Класифікація витрат на інновації у трактуванні різних авторів [6; 7; 8]

Джерело	Автори	Ознака класифікації	Види витрат
1	2	3	4
[6]	Пашута М. Т., Шкільнюк О.М.	Технологічні інновації	Дослідження і розробки, придбання прав на патенти, ліцензії на використання винаходів, корисних моделей, промислових зразків, технологічна підготовка виробництва, придбання машин та обладнання, установок, інших основних засобів та капітальні витрати пов'язані із запровадженням інновацій, маркетинг, реклама, інші витрати
		Поточні витрати	Поточні витрати включають витрати на оплату праці працівників, які зайняті розробкою і впровадженням технологічних інновацій, відрахування на соціальні потреби, а також витрати, які не входять до склад капітальних витрат, такі як витрати на придбання сировини, матеріалів, обладнання, необхідних для забезпечення інноваційної діяльності, що здійснюється підприємством протягом року

Продовження таблиці 1

Джерело	Автори	Ознака класифікації	Види витрат
1	2	3	4
		Капітальні витрати	Придбання машин, обладнання інших основних засобів, витрат на придбання споруд, необхідних для використання в інноваційній діяльності, земельних ділянок та об'єктів природокористування для проведення інноваційної діяльності
[7]	Бажал Ю.М., Федулова Л.І., Александрова В.П. та ін.	Витрати пошуку інформації	Витрати часу і ресурсів, необхідних для проведення пошуку, та витрат, що є наслідком неповноти і недосконалості отриманої інформації
		Витрати проведення переговорів	Витрати, необхідні для складання типових договорів
		Витрати виміру	Витрати на відповідну вимірювальну техніку, проведення безпосередньо виміру та витрати від помилок
		Витрати специфікації та захист прав власності	Витрати на утримання судів, арбітражу, державних органів, витрати часу і ресурсів, необхідних для відновлення порушених прав, а також від недосконалої їх специфікації та ненадійного захисту
		Витрати опортуністичної поведінки	Враховують фактор ухилення агента від роботи, корупція або шантаж та ін.
[8]	Сичук С.М.	За типами інновацій	Науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, продуктові, процесові, маркетингові, організаційно-управлінські.
		За стадіями життєвого циклу продукції	Підготовка виробництва, виробництво, експлуатація, утилізація.
		За способом включення до собівартості інновацій	Прямі, непрямі
		За характером витрат	Поточні, капітальні
		За періодичністю виникнення	Періодичні, поточні, одноразові
		За джерелами фінансування	Власні, залучені
		За способом групування	За економічними елементами, за статтями калькуляції
		За способом економічного обміну	Трансформаційні, трансакційні, організаційні
		За значимістю щодо здійснення контролю	Регульовані, нерегульовані
		За цільовим направленням	Впровадження нового обладнання, технології, створення нової продукції

Отже, інноваційна діяльність має велике значення для розвитку економіки України. Провівши дослідження, можна сказати, що досі у законодавчих актах не узгоджено визначення термінів, що стосуються інноваційних витрат. Велика кількість інноваційних витрат підприємства зумовлює необхідність виділення їх певних типів. Така класифікація повинна давати можливість виділяти інноваційні витрати, показувати їх елементи, а також необхідно організувати моніторинг, контролювати та регулювати види інноваційних витрат.

Література:

1. Про інноваційну діяльність в Україні: Закон України від 04.02.2002 року №40 -IV// [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
2. Ільченко О.О. Облік і аналіз витрат на інновації: управлінський аспект: автореф. дис. на здобуття наук. степеня канд. екон. наук / О.О. Ільченко ; Держ. акад. статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К., 2009. – 21 с.
3. Грицай О.І. Теоретичне визначення сутності поняття «витрати на інноваційні процеси» [Електронний ресурс] / О.І. Грицай // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2014. – Режим доступу: http://asconf.com/rus/archive_view/53
4. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page8> - Назва с титул. екрану
5. Про затвердження Методики приведення механізму аналітично-статистичного спостереження стану інноваційного розвитку економіки у відповідність із стандартами Організації економічного співробітництва і розвитку та ЄС: Наказ Міністерство економіки України” від 19.02.2010 N 160 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type=3&id=544484&base=1
6. Пашута М. Т., Шкільнюк О. М. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна та шляхи стимулювання /М. Т.Пашута, О. М.Шкільнюк//Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури. – 2005. – 118 с.
7. Бажал Ю.М., Федулова Л.І., Александрова В.П. та ін. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика /Ю. М.Бажал, Л. І. Федулова.,В. П. Александрова та ін.// Ред. Л. І. Федулова – НАН України: Ін-т екон. прогнозування. – К.: Основа. – 2005. – 552 с.
8. Сичук С.М. Класифікація витрат на інновації та напрями їх вдосконалення для цілей обліку та контролю [Електронний ресурс] / С.М.Сичук// Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси. – 2013. – С. 238-243. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2013_10\(2\)_32.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ecnof_2013_10(2)_32.pdf)

ВАЖЛИВІСТЬ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

С.В. Безнос
М.В. Степаненко

Одеський національний політехнічний університет

Світова практика підтверджує, що саме ефективний розвиток інноваційної діяльності підприємства дає змогу пристосування до змін зовнішнього середовища, а диверсифікація є одним із надійних методів забезпечення конкурентоспроможності та стійкості фінансового стану господарюючого суб'єкта в умовах ринкових трансформацій.

В усіх галузях економіки спостерігаються різноманітні прояви диверсифікації, так як диверсифікація не є однорідною і може протікати у різних умовах по різному. Навіть саме визначення терміну диверсифікації має безліч різних поглядів науковців. Так термін «диверсифікація» (від лат.: *diversus* – різний, *fasere* – робити) означає:

- а) різноманіття, різнобічний розвиток;

б) проникнення спеціалізованих фірм (промислових, транспортних, будівельних) до інших галузей виробництва, сфери послуг тощо; у процесі диверсифікації виникають багатогалузеві комплекси;

в) розширення асортименту виготовлення виробів, надання послуг.

На фоні фінансової кризи, більшість компаній обирають стратегію зменшення витрат, як основний метод по боротьбі з кризою. Хоча вони могли б перенаправити свої ресурси у інший напрямок для того щоб зайняти позиції, які звільнилися з настанням кризового стану в економіці світу. Звичайно вихід на нові ринку чи створення нового продукту пов'язане з великими витратами на переобладнання виробництва, нові маркетингові дослідження, збільшення числа конкурентів та інше. Проте можна знайти шляхи диверсифікації діяльності підприємства, які займуть менше витрат і пройдуть менш болісно. Наприклад, почати виробництво товару, який за своїми характеристиками схожий з рідною продукцією чи на договірній основі з іншим підприємством виходити на новий ринок.

Щоб диверсифікація була розумною, необхідно підтримувати її базові принципи:

- визначення мети диверсифікації, що не суперечить глобальній меті підприємства;
- необхідність передусім захищати вже отриманий і сформований капітал, а лише потім розробляти шляхи його збільшення та розвитку;
- узгодження напряму диверсифікації з потребами ринку;
- доцільність технологічної сумісності;
- максимальне або оптимальне використання наявних матеріальних, трудових на фінансових ресурсів на виробництві [2].

З урахуванням принципів та видів диверсифікації необхідно використовувати дві групи методів диверсифікації.

Перша – диверсифікація діяльності в межах одного підприємства. Внутрішнє зростання передбачає диверсифікацію існуючого підприємства за рахунок використання наявних і залучених ресурсів. На підприємстві існують різні можливості внутрішньої диверсифікації: створення подібної продукції або зовсім нової, диверсифікація ринків та технологій. Головною причиною внутрішньої диверсифікації компанії стає надлишок ресурсів, які можна використати у виробництві нової продукції або продукції, яка випускалася, за більш ефективною технологією для отримання додаткового прибутку. Мета внутрішньої диверсифікації – забезпечення збереження підприємства у майбутньому.

Друга – диверсифікація через злиття та поглинання. Зовнішнє зростання передбачає об'єднання підприємств, пов'язаних або непов'язаних технологічним ланцюжком. До переваг цієї групи методів диверсифікації необхідно віднести наявність відпрацьованих технологій, функціональних зв'язків із постачальниками, налагоджених каналів збуту, високий рівень попиту на продукцію компанії, кваліфікованість персоналу, а також популярність продукції, імідж, що значно зменшує обсяг додаткових інвестицій. При зовнішньому зростанні компанія постає перед вибором: придбати успішне підприємство за високу ціну або низькорентабельне, проте більш дешеве підприємство. Цей вибір залежить від стратегічного потенціалу компанії.

Отже, підприємство повинно здійснювати диверсифікацію з найбільшою для себе вигодою і найменшим ризиком, тобто вибрати оптимальний варіант вкладення капіталу із максимально можливим прибутком і забезпеченням фінансової стійкості підприємства. Для цього потрібно враховувати всі переваги та недоліки [1].

Диверсифікація діяльності підприємства це різнобічний та багатогранний процес, який за своєю специфікою є складним, але у той же самий час і дуже практичним, як варіант розвитку. Проте тільки знання всіх можливих варіантів результату діяльності дозволить правильно обрати подальший шлях розвитку підприємства. Отже, обираючи стратегію диверсифікації, необхідно орієнтуватися на постійний аналіз поточної ситуації, оцінку конкурентної позиції та привабливості галузі із врахуванням переваг та недоліків впровадження даної стратегії. Використання диверсифікації дозволяє підприємству знизити ризик втрат, так як якщо з однією продукцією (чи на одному ринку) він отримує збиток, а на інших, ймовірно, – прибуток, тобто покрий частину збитків.

Література:

1. Переваги та недоліки стратегії диверсифікації діяльності підприємства/ О.О. Цогла// Актуальні проблеми економіки. - 2007. - №5. - С.149-152.
2. Організаційно-економічний механізм диверсифікації діяльності суб'єктів господарювання/ М.Д. Корінько// Актуальні проблеми економіки. - 2008. - №6.- С. 135-142.

ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДЛЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

С.С. Чеботар

Одеський національний політехнічний університет

Один з найважливіших чинників зростання ефективності виробництва є поліпшення якості своєї продукції чи наданої послуги. Воно розцінюється нині, як вирішальне умова її конкурентоспроможності на внутрішньому, а зовнішньому ринках. ТО

Аналіз витрат і прибутку — найважливіший елемент системи управління якістю, що орієнтована на оптимальний розподіл ресурсів. Теоретичні матеріали і практичний досвід підприємств доводять, що діяльність щодо підвищення якості необов'язково веде до економічного успіху. Тому подібна активність повинна оцінюватися з позиції господарської корисності.

Збільшення прибутків досягається завдяки лояльності клієнта і його позитивній особистій комунікації з навколишніми, сприятливому розширенню збуту. Зниження витрат є результатом удосконалення виробничого процесу і попередження помилок. Значення управління якістю для підприємства доведено багатьма емпіричними дослідженнями. Проте на практиці виявлено і ряд негативних прикладів підприємств, що не досягли успіху, не зважаючи на інтенсивну роботу з підвищення якості. Іншими словами, зусилля в галузі якості не завжди визначають економічний успіх. Не кожний захід в галузі якості обов'язково викликає зростання задоволеності клієнта пропорційно докладеним зусиллям, що, у свою чергу, підвищувало б його лояльність і забезпечувало б збільшення прибутку компанії. Можна припустити, що заходи щодо підвищення якості призводять лише до невеликого збільшення прибутку або зниження витрат до конкретного моменту (або на визначеному рівні активності). Звідси необхідність перспективної господарської оцінки капіталовкладень у відповідні заходи.

Витрати, пов'язані з якістю, — це сукупність витрат, які викликані вимогою досягнення або підтримки визначеного рівня якості на підприємстві, тобто зумовлені заходами щодо запобігання помилок, планомірним контролем якості, виправленням помилок усередині і поза фірмою, а також виконанням зовнішніх менеджерських функцій у даній галузі. При класифікації відповідних витрат можна виділити три підходи: розподіл витрат з орієнтацією на конкретні дії; розподіл з орієнтацією на ефективність; врахування витрат в сегменті помилок. Орієнтація на конкретні дії передбачає три класичні розподіли витрат – витрати профілактики, витрати контролю і витрати помилок. Витрати профілактики (попередження) визначаються видами активності, що спеціально започатковуються, щоб уникнути відхилень від необхідного рівня якості. Витрати контролю виникають у зв'язку з вимірюваннями, оцінками, аудиторськими перевірками, що гарантують відповідність товарів і послуг встановленим нормам, стандартам і/або вимогам. Витрати помилок є результатом дій, що викликані недостатньою відповідністю товарів і послуг нормам, стандартам і вимогам. Залежно від місця виникнення помилок витрати класифікують як внутрішні (наприклад, на додаткове опрацювання) або зовнішні (наприклад, з гарантійного обслуговування). У рамках другого напрямку класифікації — розподіли витрат з орієнтацією на ефективність — виділяють витрати відповідності і невідповідності товарів і послуг вимогам клієнта. Витрати відповідності сприяють успіху підприємства в тому плані, що виправдовують очікування клієнта. У цю категорію входять витрати, пов'язані з заходами щодо довгострокового виключення помилок і попередження ризиків їх виникнення. Витрати невідповідності є, по суті, марною витратою ресурсів, коли засоби спрямовуються на виробництво товарів і послуг, що не відповідають з погляду якості вимогам споживача. У цій групі також розрізняють зовнішні і внутрішні витрати.

Початкові витрати з орієнтацією на конкретні дії стали враховуватися тоді, коли в умовах масового виробництва профілактика помилок займала центральне місце в управлінні якістю. Сьогодні така діяльність є лише локальним аспектом менеджменту якості, що став завданням загального управління фірмою.

Витрати управління якістю віддзеркалюють вартість ресурсів, що споживаються для забезпечення клієнта товарами і послугами, які відповідають його вимогам.

Корисність служить мірою для оцінки досягнення цілей, що ставляться перед управлінням якістю. Залежно від цілей корисність може бути зовнішньою або внутрішньою. Внутрішня корисність виражається в удосконаленні товарів і послуг, що випускаються, і загального позитивного впливу управління якістю, передовсім на рівень витрат виробництва. Сюди ж можна віднести поліпшення виробничого процесу (наприклад, зниження простоїв) і попередження помилок (наприклад, скорочення браку). Зовнішня корисність від управління якістю досягається внаслідок досягнення цілей, що впливають на поведінку клієнта. Головною детермінантою є задоволеність клієнта. Управляючи задоволеністю, можна впливати (непрямо) на лояльність клієнта і його особисту комунікацію з навколишніми і тим самим досягати збільшення виторгу. Задоволеність виявляється у повторних і частіших покупках, у рішеннях придбати товари або послуги, якими клієнт раніше не користувався, і т.п.

Отже питання управління якістю виходить на передній план для підприємств, котрі планують захопити більший сегмент ринку. У разі переважної нецінової конкуренції, та насиченого ринку саме висока якість продукції є головним для успіху.

Література:

1. Манфред Брун, Домінік Георгі. Управління якістю: витрати та прибуток // Проблеми теорії та практики управління. 2000. № 1. С. 97.
2. Якість, інновації, освіта и CALS – технології. Міжнародний симп. (8–15 травня 2005 г., Шибеник, Хорватія). Рішення міжнародного симпозиуму. Якість. Інновації. Освіта. – 2005. – № 2. – С.2–4.

ЕФЕКТИВНА МОДЕРНИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА

С.С.Свірідова, к.е.н., доцент
Т.А.Серпіонова

Одеський національний політехнічний університет

Рано чи пізно перед будь-яким підприємством гостро постають питання, пов'язані зі зниженням собівартості продукції, розширенням її асортименту, скороченням трудомісткості виробничих процесів, застосуванням прогресивних технологій. Всі ці та багато інших завдання успішно вирішуються шляхом проведення ефективною модернізації виробництва. Більшість підприємств нашої країни працюють на морально і фізично застарілому обладнанні зробленому 15 і більше років тому. Основними недоліками даного обладнання є низька ремонтпридатність у зв'язку з відсутністю запчастин, відносно низький рівень продуктивності та якості продукції, що випускається, часті простої через вихід з ладу окремих вузлів устаткування, великі витрати часу на пошук несправності.

Життя в умовах торгової конкуренції змушує виробників вести цілеспрямовану роботу щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, зміцненню її позицій на ринках збуту.

Для вирішення цієї проблеми найкращим способом є установка сучасного устаткування в заміні застарілого. Але основною перешкодою для реалізації даного способу найчастіше служить висока вартість нового обладнання. При цьому існує необхідність у зупинці даної частини технологічної лінії виробництва або зниження обсягів виробництва на час проведення монтажних робіт, робіт з підготовки до установки нового обладнання та проведення монтажних і пуско-налагоджувальних робіт.

Цілі модернізації підприємств:

- випуск нової продукції та / або продукції з покращеними характеристиками;
- підвищення ефективності парку технологічного обладнання;

- скорочення трудомісткості виробничих процесів і, як наслідок, оптимізація чисельності операційного персоналу;
- скорочення тривалості виробничого циклу виготовлення продукції;
- скорочення собівартості виробу (за рахунок застосування прогресивних технологій, матеріалів, економії енерго- і трудових ресурсів).

Необхідно вирішувати питання модернізації та реконструкції обладнання.

Головним питанням при реконструкції виробництва є оцінка передбачуваної ефективності заходів, яка, в свою чергу, залежить від техніко-технологічної та логістичної опрацювання питань:

1) наявності та необхідності модернізації логістичної інфраструктури (агрегатів, технологічних ліній, складів, шляхів та ін.).

Інфраструктура будь-якого підприємства складається з двох логістичних аспектів:

– внутрішньої логістичної інфраструктури - починаючи від приймання ТМЦ на склад, оптимізації переміщення і запасів в постачанні, виробництва, мінімізації тривалості виробничого циклу, мінімізації втрат і простоїв та ін. ;

– зовнішньої логістичної інфраструктури - починаючи від концепції оптимального розміщення складів, шляхів, мінімізації простоїв під навантаженням / вивантаженням, організації роботи диспетчерського вузла, планування розміщення зовнішніх транспортерів, бункерів, стелажів і закінчуючи інформаційною системою для управління ланцюжком поставок.

Попереднє опрацювання логістичних питань на етапі проектування модернізації виробництва дозволяє запобігти майбутнім логістичні проблеми компанії і істотно заощадити на логістичних витратах.

2) Вибору нової технології або модернізації існуючої.

Модернізувати або міняти - це риторичне питання вирішується економічними розрахунками та зіставленням витрат і вигоди на кілька років вперед. Зазвичай модернізацією існуючої технології займаються постійно і безперервно, а кардинальні технологічні зміни розбурхують підприємство через кожні 30-40 років.

3) проектування і виготовлення спеціальних пристроїв.

Під вибором складу технологічного обладнання маються на увазі:

1. Вибір і розробка планувального рішення розстановки існуючого і знову закупаваного устаткування в рамках єдиної технологічної ланцюга.

2. Вибір нового обладнання в рамках всієї технології виробництва.

3. Розробка і вибір унікального технологічного обладнання, здатного вирішити багаточисельні завдання модернізації.

Визначальним чинником, який гарантує правильність вибору складу технологічного обладнання, є чітко складене технічне завдання.

При реконструкції виробництва завдань модернізації є «розширення вузьких місць» за допомогою самостійно виготовлених спеціальних пристосувань.

Таким чином, можна зробити висновок, що підприємствам рано чи пізно треба проводити модернізацію основних засобів. Так є безліч проблем це все ж таки капіталомісткий процес, але при модернізації застарілого обладнання – скорочення браку, підвищення якості продукції, зниження витрат обслуговуючий персонал, зростання конкурентоспроможності підприємства.

Література:

1. Раєвнева Олена Валентинівна. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі / Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України; Харківський національний економічний ун-т. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006.
2. Іванюта В.Ф. Регіональна стратегія підприємництва в умовах євро інтеграції: монографія / В.Ф. Іванюта. – К.: Центр учбової літератури, 2008.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ.

В.С. Швагірева

Одеський національний політехнічний університет

Як відомо, довгострокові тенденції, які існують у певний період, підпадають під дію зовнішніх чинників, в результаті чого вони можуть істотно змінюватися і набувати специфічний зміст і спрямованість. Особливо наочно це проявляється в нашій країні. Ситуацію,

що склалася зараз в українській інноваційній сфері, можна визначити як кризову. З урахуванням економічної ситуації, існують проблеми інфраструктурного забезпечення інноваційних процесів, ще не визначений механізм, який простимулює активність учасників інноваційних процесів, посприяє до інновацій товаровиробників провідних галузей промисловості та не сформований ринок інноваційних продуктів. З боку держави наразі не має гарантій стабільності у сферах виробництва, послуг та інтелектуальної праці.

Як було зазначено вище, серед факторів стримуючих розвиток інновацій, варто відзначити нерозвиненість інноваційної інфраструктури. Недостатній розвиток інфраструктури, низькі темпи її росту не відповідають потребам поточного часу та гальмують інноваційну діяльність в країні. Тому потрібна розробка стратегії інноваційного розвитку, а саме - системи взаємопов'язаних за завданнями, термінами здійснення і ресурсам програм і забезпечують заходи, за рахунок яких вирішується проблема створення і підтримки умов, багато в чому забезпечують поступальний розвиток інноваційного бізнесу [1, с.153].

Разом з тим, наявність кращої інноваційної інфраструктури саме по собі не гарантує активності з боку підприємств-виробників. Створення економіки, побудованої на високих технологіях та знаннях, неможливо без інноваційного попиту, стимулювати який повинна, перш за все, влада, особливо в умовах економічної кризи. Даний напрямок володіє найбільшим потенціалом для досягнення цілей інноваційної стратегії, дозволяє в порівняно короткі терміни отримати результати, оскільки використовує ресурс діючих компаній і не вимагає витрат у створення нового бізнесу. Потрібно, насамперед, селекція найбільш перспективних компаній, які володіють високим потенціалом зростання, експортно-орієнтовані, діють в секторах, що мають найбільшу перспективу для розвитку і які матимуть найбільший ефект від впливів інноваційної стратегії. Саме ці компанії повинні стати фокусом для конкретної діяльності інноваційної стратегії. Проведений аналіз показав, що до їх числа відносяться інноваційно-активні підприємства, зайняті, головним чином, виробництвом машин і устаткування, а також функціонують у сфері хімічного виробництва [2, с.16].

У сформованих економічних умовах виробникам, які в основній масі знаходяться в досить складному матеріально-технічному і фінансовому становищі, значно простіше займатися випуском уніфікованих і стандартизованих виробів, що дозволяє отримати економію матеріальних, трудових та інших витрат. А споживачі хочуть отримувати продукцію з найбільш високими споживчими властивостями, техніко-економічні параметри експлуатації якої максимально відображають інтереси і дозволяють отримати більший ефект від її практичного застосування у порівнянні з конкурентами, які використовують аналогічне, але стандартизоване обладнання та техніку.

В умовах різноманітних потреб ринку, неоднорідності товарної маси одного і того ж профілю, викликаних попитом на відносно невеликі партії продукції цільового призначення, проявляється одна з найбільш характерних особливостей виробничої діяльності - збільшення обсягів дрібносерійного виробництва самої широкої номенклатури з різними внутрішніми модифікаціями, адаптує її до конкретних умов споживання. Цей, здавалося б, позитивний аспект "створює" своєрідне протиставлення виробничих інтересів виробника та споживачів.

Разом з тим в рамках технологічної виробничої системи і виробники, і споживачі у багатьох випадках виступають в обох цих якостях. Як наслідок, негативний ефект виробника в значній мірі нівелюється за рахунок позитивних інноваційних імпульсів, що викликаються зростаючими потребами виробництва. Таким чином фактори інновацій є важливою особливістю сучасного етапу економічного розвитку, визначальною багато особливостей виробничої сфери.

Динаміка впливу факторів, що викликає порушення "стабільності" факторної системи, є найважливішим імпульсом, причиною порушення сформованих стійких взаємозв'язків в економічному механізмі в цілому. Як наслідок такої нестабільності можна розглядати різке зниження рівня пріоритетності промислового виробництва в Україні як провідного об'єкта управління і на рівні державної економіки, і на мікрорівні. Причому ця тенденція не лише зберігається, а й посилюється в тих галузях і сферах діяльності, які традиційно вважалися самими наукомісткими, високотехнологічними, що забезпечують найбільший обсяг продажів нової техніки і технології, у тому числі і на світовому ринку.

Література:

1. Швагірева В.С. Проблеми інноваційного розвитку промислових підприємств / Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції "Економіка: реалії часу та перспективи" м. Одеса 20-21 лютого 2014р. / Одеса: ОНПУ, 2014. – С.153-155.
2. Швагірева В.С. Особливості трансферу технологій інноваційно-активних промислових підприємств / Матеріали Міжнародної Українсько-японської конференції з питань науково-промислового співробітництва м. Одеса 24-25 жовтня 2013р. / Одеса: ОНПУ, 2013. – Т.2 – С.15-18.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

О.Г. Іващенко, к.е.н.

І.В. Завада

Одеський національний політехнічний університет

В умовах подолання економічної кризи особливо актуальним стає визначення перспектив розвитку діяльності сучасних підприємств. Інноваційна політика сьогодні стає новою парадигмою соціально-економічного розвитку. Історія світової та національної економіки свідчить про те, що подолання економічних криз супроводжується новою хвилею економічного зростання на якісно новій виробничо-технологічній основі.[3] Для подолання економічної кризи і виходу на більш високий рівень розвитку необхідно сформуванню систему промислово-виробничих підприємств, що забезпечують національну економіку продукцією власного виробництва для створення альтернативи імпортованим товарам, розвивати підприємництво та створювати нові малі та середні підприємства, здатні забезпечити сталий розвиток національної економіки.

Промисловість сьогодні залишається локомотивом трансформаційних перетворень у більшості розвинутих країн. Саме розвиток промисловості призвів до кардинальних змін в умовах життя всього людства, а відмінною рисою світового промислового комплексу останніми роками стало суттєве збільшення частки наукомістких виробництв з виготовлення інноваційних видів продукції. Науково-технологічна революція посилила спеціалізацію країн не тільки у напрямі випуску готової продукції, але і щодо виробництва окремих її складових. Концептуальні засади промислової політики України також проголошують посилення вкладу вітчизняного промислового комплексу в економіку через досягнення рівня технологічно розвинутих країн, наближення якості життя до європейських стандартів та забезпечення економічної, у тому числі і технологічної безпеки, тобто визначають провідну роль і місце промисловості у забезпеченні найважливіших стратегічних інтересів держави [2]. На практиці це виявляється в основних економічних показниках: випуск промислової продукції в загальному обсязі випуску за період з 2010 р. складає близько 50%; валова додана вартість промисловості в загальному обсязі ВДВ – 30%, а частка середньорічної кількості найманих працівників у промисловості – 40%.

Дослідження окремих показників розвитку промисловості України дає підстави стверджувати, що існуюча деформація структури економіки України стала результатом порушення основних пропорцій відтворення: скорочення рівня доходів у промисловості при від'ємних показниках рентабельності операційної діяльності, зростанні рівня заробітної плати без збільшення показників віддачі призвело до потужного збільшення споживчого попиту та негативно позначилось на нагромадженні ресурсів для майбутнього розвитку.

Порівняння показників інноваційної активності українських підприємств з результатами інноваційної діяльності підприємств країн-членів та кандидатів до вступу в ЄС свідчить про значне відставання нашої країни в інноваційній сфері. За період 2010-14 рр. ситуація в інноваційній сфері продовжувала погіршуватися. Так, якщо в 2010 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалося 1705 підприємств, або 18% від загальної їх 69 кількості, то у 2011 р. – 1472 підприємства, або 14,2%, у 2012 р. – 1397 підприємств, або 13%, а у 2013р. – лише 1411, або 12,8% від кількості інноваційно-активних підприємств. В Україні інноваційна активність промислових підприємств знаходиться на рівні, який не досягає навіть мінімального значення серед європейських країн, а якщо порівнювати з країнами-лідерами інноваційного розвитку, то розрив становить близько 5 разів.

Промислова політика держави має націлювати промислове виробництво на широкомасштабне інтегрування з метою реалізації великих інноваційних проєктів. Це — один із найефективніших механізмів побудови нової моделі вітчизняної промисловості, наближеної до структури промисловості технологічно-розвинених країн світу.[1] Таким чином, на сьогодні значна увага має приділятися освоєнню та підготовці випуску нових видів продукції, упровадженню нових технологій, технічному переозброєнню виробництва, адже розвиток науково-технічної діяльності, розробка та впровадження інновацій є запорукою успішного функціонування та покращення стану найважливіших галузей промисловості. Увагу слід приділити розвитку наукоємних та високотехнологічних виробництв, що призведе до зниження матеріалоемності продукції. Для підтримки конкурентоспроможності продукції на ринку необхідно забезпечити високу якість продукції, її надійність та довговічність, що потребує великих інвестиційних вливань у наукове забезпечення та оновлення технологічного парку виробництва.

Промисловість України перебуває у складному фінансовому становищі, простежується зниження конкурентоспроможності продукції, слабка інвестиційна підтримка та недієва державна промислова політика. Інноваційні чинники економічного зростання досі не відіграють значної ролі і не знаходять відображення у реальних діях державної влади. Динаміка кількості підприємств, що впроваджували інновації, та питома їх вага у загальній кількості промислових підприємств свідчить про негативні тенденції в інноваційній сфері. Тому на сучасному етапі розвитку промисловості України особливо важливим є розуміння на всіх рівнях державної влади ролі інноваційного чинника в забезпеченні соціально-економічного розвитку країни.

Література:

1. Концепція загальнодержавної цільової програми розвитку промисловості на період до 2017 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gov.ua=2007>.
2. Статкевич М. Наслідки реформування та перспективи конкурентоздатності української економіки // www.dia-logs.org.ua.
3. Зрушення до ринкової економіки. Реформи в Україні: погляд зсередини / За ред. Л. Гоффманна і А. Зіденберга. – К.: Фенікс, 1997. – 288 с.