

Секція 1.
**Стратегічне управління економічним
розвитком промислових підприємств**

*Науковий модератор:
к.е.н., доцент Некрасова Л.А.*

ПОЛІКРИТЕРІАЛЬНА ДІАГНОСТИКА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

О.Є. Кузьмін, д.е.н., професор
О.Г. Мельник, д.е.н., професор
А.М. Дідик, к.е.н.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

В сучасних динамічних, нестабільних та висококонкурентних умовах вітчизняним промисловим підприємствам недостатньо пристосовуватись до змін середовища функціонування, адже виникає необхідність у випередженні таких змін та у цільовому забезпеченні економічного розвитку. Для ідентифікування поточного стану підприємства та його потенціалу варто систематично діагностувати рівень розвитку, що дасть змогу сформулювати уявлення про етап життєвого циклу, наявні проблеми та очікувані загрози і перешкоди при реалізації організаційних трансформацій. Така діагностика повинна мати полікритеріальний характер з метою максимального охоплення усіх істотних складових функціонування підприємства, адже на розвиток підприємства впливає чимало чинників: ендогенних (технологічне, фінансове, матеріальне, сировинне, енергетичне, майнове, кадрове, інформаційнезабезпечення, цілі підприємства) та екзогенних (конкуренти, споживачі, постачальники, науково-технічний прогрес, державні органи влади, профспілки, інфраструктурне забезпечення, міжнародні економічні відносини, законодавчі акти, стан економіки в країні, соціально-культурний рівень населення, військові дії тощо).

Аналізування тематичної наукової літератури та вивчення практичного досвіду дають змогу запропонувати здійснювати діагностику рівня економічного розвитку підприємства за двома інтегрованими параметрами – масштабістю та якістю. Масштабність розвитку демонструє, яким чином змінюються у динаміці ключові параметри діяльності, які репрезентовані такими індикаторами, як чистий прибуток, чистий дохід від реалізації, собівартість, середньорічна вартість активів, основних засобів, оборотних активів, середньоспискова чисельність працівників. У цьому контексті важливо дослідити темпи приросту вказаних показників мінімально за три періоди, адже позитивний приріст індикаторів не гарантуватиме сприятливих тенденцій у розвитку підприємства. Зокрема, згідно із «золотим правилом економіки» підприємство розвивається прогресивно, якщо темп приросту чистого прибутку перевищує темп приросту оборотних активів, який перевищує темп зростання чистої виручки від реалізації, що, своєю чергою, повинен перевищувати темп зростання активів, собівартості, чисельності працівників. Таким чином, відстежуючи позитивні темпи змін діагностичних індикаторів варто акцентувати увагу на їхній логічній послідовності та чинниках формування. Наприклад, у ланцюжку вказаних показників пріоритетне місце за темпами зростання може посісти чисельність працівників, що свідчатиме про екстенсивний характер розвитку, зростання трудомісткості робіт та непродуктивні перетворення на підприємстві.

Щодо якості розвитку, то він повинен характеризуватись параметрами, котрі найбільш репрезентативно відображатимуть споживчу ефективність функціонування підприємства. До таких показників, зокрема, варто віднести бездефектність виробництва продукції, оскільки вона залежить від технологічного забезпечення, рівня кваліфікації персоналу, якості використовуваних ресурсів, дотримання технологічних та конструкторських вимог, наявності жорсткої системи контролю якості тощо. Наступним важливим параметром у цій сфері є своєчасність виготовлення продукції, що демонструє ритмічність виробничих процесів, ефективність ланцюга поставок, належний рівень організування діяльності, наявність замовлень на продукцію підприємства тощо. Найбільш комплексним індикатором, який у динаміці характеризує якість економічного розвитку підприємства, є коефіцієнт капіталізації вартості, котрий відображає співвідношення між ринковою та балансовою вартістю підприємства. Зростання цього параметра свідчить про підвищення іміджу підприємства на ринку, його позитивне сприйняття не лише споживачами, але й іншими учасниками (фінансово-кредитними установами, експертами фінансового ринку, рейтинговими агентствами), котрі є надзвичайночутливими до наявних чи потенційних проблем у діяльності підприємства.

Для отримання інтегрованої оцінки рівня економічного розвитку підприємства доцільно

агрегувати рівні масштабності та якості розвитку з урахуванням їхніх вагомостей. Необхідність визначення вагомостей вказаних рівнів розвитку пояснюється економічною доцільністю, адже для кожного підприємства існує різна пріоритетність стосовно масштабності та якості розвитку. Якщо, наприклад, підприємство працює на повну потужність і збільшувати масштаби виробництва немає потреби, то у таких умовах акцентується увага на якість виробництва, його бездефектність та систематичність, що зумовлюватиме пріоритетність рівня якості розвитку. Можлива протилежна ситуація, коли підприємство виготовляє якісну конкурентоспроможну продукцію, працює ритмічно, але попит на продукцію значно перевищує існуючу пропозицію. У такій ситуації для підприємства пріоритетним є масштабність розвитку. Вагомості рівнів розвитку визначаються експертним способом фахівцями, менеджерами, власниками тощо. Дослідження інтегрального рівня розвитку підприємства у динаміці дає змогу побудувати траєкторію ретроспективного розвитку та спрогнозувати напрям і рівень перспективного розвитку.

Вищенаведений підхід до полікритеріальної діагностики економічного розвитку промислових підприємств дає змогу параметрично оцінити зміст, напрями та обсяги перетворень на підприємствах; формує підґрунтя для прийняття стратегічних та тактичних рішень щодо забезпечення розвитку; дає змогу ідентифікувати тип розвитку (інтенсивний чи екстенсивний) та оцінити чинники формування організаційних змін; репрезентує наочно траєкторію розвитку, яка навіть при позитивних змінах діагностичних часткових показників у динаміці може мати низхідну траєкторію.

ПІДВИЩЕННЯ КОМПЛЕКСНОСТІ БАНКІВСЬКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

В.І. Захарченко, д.е.н., професор

І.Б. Ясенова, к.е.н.

Одеський національний політехнічний університет

Для сучасного розвитку та становлення ринкової економіки необхідна відповідна інфраструктура, тобто система взаємопов'язаних спеціалізованих організацій, що обслуговують товарно-грошовий оборот, потік послуг, цінних паперів і робочої сили. Ядром кредитної інфраструктури є банківська система – форма організації функціонування в країні спеціалізованих кредитних установ, що склалася та історично закріплена відповідним законодавством.

В свою чергу ядром самої банківської системи є її найбільші банки (табл. 1).

Таблиця 1 – Активи найбільших комерційних банків України (станом на 01.01.2014 р., млн. грн)

Банки з активами понад 20 млрд.грн			
ПРИВАТБАНК	145 118,5	16 747,0	128 371,5
УКРЕКСІМБАНК	75 103,4	17 729,0	57 374,4
ОЩАДБАНК	73 968,5	17 647,0	56 321,5
РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	51 347,4	6471,9	44 875,5
УКРСОЦБАНК	40 206,9	6607,8	33 599,2
ПРОМІНВЕСТБАНК	38 160,9	5081,9	33 079,0
ВТБ БАНК	37 067,2	4056,7	33 010,6
ПУМБ	34 866,1	4029,9	30 836,1
УКРСИББАНК	32 868,2	1258,9	31 609,3
АЛЬФА-БАНК	27 964,6	4075,1	23 889,5
НАДРА	26 739,2	4028,9	22 710,3
ДЕЛЬТА БАНК	23 216,4	1449,5	21 766,9
ОТП БАНК	22 784,7	3427,0	19 357,7
ФІНАНСИ та КРЕДИТ	22006,6	1778,8	20 227,8

Складено на основі ТОП-100. Рейтинг кращих компаній України. – К.: Економіка, 2012. – №2 – С. 68

Основною вигодою кредитної організації від здійснення комплексного банківського обслуговування є максимізація доходів. Ризики банківського обслуговування фізичних осіб, з якими стикається кредитна організація, відповідають стандартним банківським ризикам, проте мають особливість, яка полягає в їх одночасній реалізації відразу по декількох напрямках.

З точки зору можливостей здійснення комплексного банківського обслуговування фізичних осіб можуть бути виділені два ключових критерію, за якими може бути сегментована клієнтська база кредитної організації, а саме: рівень доходу / рівень добробуту і ступінь інформованості та зацікавленості в банківських продуктах.

Необхідно відзначити, що з точки зору можливостей банківського обслуговування ступінь зацікавленості в банківських продуктах і послугах має пряму кореляцію з рівнем доходу / добробуту фізичної особи.

З точки зору ступеня зацікавленості фізичної особи в банківському обслуговуванні клієнти фізичні особи можуть бути умовно розділені на кілька сегментів:

1. Клієнти, які здійснюють разові операції. Дана категорія клієнтів має низький ступінь інформованості про банківські продукти і взаємодіють з кредитною організацією тільки в тому випадку, якщо без цього не можна обійтися.

2. Клієнти, регулярно використовують певний стандартний набір банківських продуктів. Під «стандартними» продуктами розуміються кредити, депозити, банківські карти, конверсійні операції.

3. Клієнти, які регулярно використовують стандартний набір банківських продуктів, постійно роблять кроки по оптимізації власних фінансових потоків.

4. Клієнти категорії VIP. Дані клієнти, як правило, знаходяться на персональному банківському обслуговуванні, тобто для взаємодії з ними банком виділено окремих клієнтський менеджер, який персонально займається підбором банківських продуктів і послуг.

З точки зору рівня доходів клієнти-фізичні особи можуть бути розділені на три категорії:

1. Нижній сегмент. Рівень доходів даних клієнтів практично в повному обсязі використовується на поточне споживання.

2. Середній сегмент. Рівень доходів даних клієнтів дозволяє робити заощадження і здійснювати інвестиції з залученням кредитних коштів банку.

3. Верхній сегмент. Клієнти з високим рівнем доходів. Банк зацікавлений в таких клієнтах і постійно шукає шляхи підвищення привабливості банківського обслуговування для подібних клієнтів.

З точки зору можливостей комплексного обслуговування перспективними є клієнти, що володіють інформацією про банківські продукти та зацікавлені в їх отриманні.

Література:

1. Деринг Х.У. Универсальный банк – банк будущего. Финансовая стратегия на рубеже века : [Пер. с нем.] / Х.У. Деринг. – М.: Межд. отн., 1999. – 384 с.
2. Козьменко С.М. Стратегічний менеджмент банку : [навч. посібник] /С.М. Козьменко, Ф.І. Шпиг, І.В. Волошко. – Суми: Університетська книга, 2003. – 734 с.
- Шпиг Ф.І. Стратегія управління діяльністю комерційного банку /Ф.І. Шпиг, О.В. Деркач. – Львів: Біблос, 2000. – 124 с.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Є.А. Бельтюков, д.е.н., професор
О.Д. Маркова

Одеський національний політехнічний університет

Найважливішим джерелом зростання ефективності виробництва є постійне підвищення технічного рівня і якості продукції, що виготовляється на підприємстві. Для технічних систем характерна жорстка функціональна інтеграція всіх елементів, тому в них немає другорядних елементів, які можуть бути неякісно спроектовані і виготовлені. Таким чином, сучасний рівень

розвитку науково-технічного процесу значно підняв рамки вимог до технічного рівня і якості виробів у цілому і їхніх окремих елементів зокрема.

Управління якістю – це методи і види діяльності оперативного характеру, що включають в себе контроль якості, збір і розподіл інформації про якість, розробку заходів, прийняття оперативних рішень і їх реалізацію на всіх етапах виробництва.

Управління якістю включає в себе три елементи: суб'єкт управління; об'єкт управління; механізм впливу.

Управління якістю здійснюється шляхом реалізації керуючих функцій.

Це – планування, мотивація, організація, контроль, інформація, розробка заходів, прийняття рішень та впровадження заходів. Всі вони взаємопов'язані між собою і їх послідовна реалізація представляє собою процес управління якістю.

Під управлінням якістю продукції розуміють постійний, планомірний, цілеспрямований процес впливу на всіх рівнях на фактори та умови, які забезпечують створення продукції оптимальної якості і повноцінне її використання.

Управління якістю розглядається як коригувальний вплив на процес формування якості у виробництві і прояв його в споживанні.

Управління якістю – органічна частина загального управління виробництвом і одна з його гілок дерева цілей. З цього визначення випливає, що рівень якості продукції повинен встановлюватися, забезпечуватися і підтримуватися. Це означає, що управління якістю спрямовано на регулювання всіх етапів життєвого циклу і передбачає:

- технічну підготовку виробництва;
- вхідний контроль та процес виготовлення продукції;
- облік і фінансову діяльність;
- контроль якості роботи і продукції [1, с. 85].

Основними завданнями управління якістю є: вивчення ринку збуту; вивчення національних і міжнародних вимог до продукції, що випускається; розробка методів і засобів впливу на процеси дослідження, проектування та виробництва; збір, аналіз, зберігання інформації про якість продукції [2, с. 423].

Сучасна ринкова економіка висуває принципово нові вимоги до якості продукції, що випускається. Це пов'язано з тим, що зараз життєздатність будь-якої фірми, її стійке становище на ринку товарів і послуг обумовлено рівнем конкурентоспроможності. В свою чергу конкурентоспроможність пов'язана з дією кількох десятків факторів, серед яких можна виділити два основних – рівень ціни і якість продукції.

Рівень якості – це кількісна характеристика міри придатності продукції для задоволення конкретного попиту на неї. Оцінка якості продукції передбачає визначення абсолютного, відносного, перспективного та оптимального її рівнів.

Абсолютний рівень – характеризує якість виробу певного виду, що виготовляється підприємством в поточному періоді. Він визначається обчисленням взятих для його вимірювання показників без їх порівняння з відповідними показниками аналогічних виробів.

Відносний рівень якості окремих видів нової продукції визначається порівнянням їх техніко-експлуатаційних та економічних показників з абсолютними показниками якості найкращих аналогічних вітчизняних і зарубіжних зразків.

Перспективний рівень якості виробів – такий рівень, якого можна досягти в майбутньому, враховуючи пріоритетні напрямки й темпи розвитку науки і техніки.

Оптимальний рівень якості – такий рівень, за якого загальна величина суспільних витрат на виробництво і використання (експлуатацію) продукції за конкретних умов її споживання є мінімальною.

Для визначення та контролю рівня якості окремих видів і всієї сукупності продукції, що виготовляється (проектуються), використовується конкретна система показників:

- одиничні – характеризують будь-яку одну властивість виробу;
- комплексні – відображають кілька властивостей окремого виробу одночасно;
- загальні – відображають якість усіх або багатьох видів продукції;
- узагальнюючі – характеризують загальний рівень якості всієї сукупності продукції [3, с.

11].

Процес управління якістю складається з наступних операцій: розробка програми управління, планування і підвищення якості продукції; збір та аналіз інформації по будь-якому об'єкту, що впливає на якість; вироблення управлінських рішень з управління якістю та підготовка впливів на об'єкт.

Література:

1. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава : Програма економічних реформ України на 2010-2014 роки. – Комітет з економічних реформ при Президентові України. – 2010. – 85с.
2. Робертсон А. Управление качеством. - М: Прогресс, 2013 - 423с.
3. Алехин П.П. Подходы к созданию систем управления качеством продукции // Экономика, №4, 2011.-10-12 с.

ПЕРЕДПЛАНОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СТВОРЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В.І. Захарченко, д.е.н., професор

Одеський національний політехнічний університет

Н.М. Андрієнко

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Створення автоматизованих систем в значному ступені сприяє підвищенню ефективності і якості праці працівників, зайнятих управлінською працею. При цьому розробка систем управління з використанням комп'ютерних засобів має ряд особливостей.

В процесі розробки інформаційних автоматизованих систем виникає ряд проблем, зокрема, це підготовка технічного завдання (ТЗ) на її розробку. У ТЗ вказуються конкретні цілі, які повинні бути досягнуті у результаті впровадження комп'ютера і черговість вирішення окремих задач управління. І, нарешті, ТЗ має враховувати можливості подальшого розвитку системи управління в цілому.

Після затвердження ТЗ у замовника слід приступити до розробки технічного проекту (ТП), в ряді випадків розробляється безпосередньо техно-робочий проект.

На етапі ТП, як правило, проводиться остаточний вибір технічних засобів, даються формальні постановки розв'язуваних задач, розробляються алгоритми і програми їх рішення, інструкції для роботи персоналу. Крім того, розробляються документи, найбільш підходящі для комп'ютерної обробки та схеми документообігу. Здійснюється розрахунок економічної ефективності, остаточно вибирається структура системи, методи роботи і т.п.

Велике значення приділяється організації робіт в інформаційно-обчислювальному центрі (ІОЦ), якому передаються спроектовані і апробовані на демонстраційному масиві інформації. Після чого здійснюється розробка робочого проекту та впровадження в експлуатацію.

Специфіка розробки комп'ютерної системи обумовлює можливість суміщення за часом її окремих етапів. Так, наприклад, рішення одних задач може перебувати на стадії робочого проектування і навіть впровадження, а для інших в той же час тільки вести технічне проектування.

Розробка комп'ютерних систем ведеться за окремими задачами, вибір яких і затвердження черговості їх вирішення також входить в обов'язки керівників розробки. Слід особливо підкреслити, що при розробці комп'ютерної системи здійснюється чітка взаємодія розробників і замовників на всіх етапах створення інформаційних автоматизованих систем. Важливе значення, має фактор своєчасного навчання персоналу, якому належить працювати в умовах інформаційних автоматизованих систем управління, заснованих на сучасних комп'ютерних засобах і програмному забезпеченні.

При цьому, важливе значення надається розробці систем, що забезпечують автоматизацію виробничих процесів. Основним напрямком удосконалення виробничих процесів є розробка і впровадження комп'ютерних систем управління технологічними процесами (КСУТП) на конкретних підприємствах. Слід зазначити, що КСУТП, як правило, управляють установками і агрегатами на підприємствах з безперервним характером виробництва, тобто в таких галузях як хімія, нафтопереробка, енергетика та ін.

Безперервні технологічні процеси відрізняються тим, що сировина та напівфабрикати подаються на переробку безперервно і часто надходять без проміжного зберігання. При цьому оптимізація управління в реальному масштабі часу, тобто в темпі технологічного процесу, можлива тільки за допомогою його моделювання на комп'ютері.

В останні роки комп'ютеризація технологічних процесів дискретного виробництва пов'язана з впровадженням промислових роботів (ПР), що забезпечують автоматизацію вантажно-розвантажувальних операцій, і зі створенням робото-технічних комплексів (РТК), що представляють собою систему з однієї або декількох одиниць технологічного обладнання, обслуговується одним або декількома ПР.

Комплекс обробного устаткування керованого системою ЧПУ, як правило, на базі мікрокомп'ютерів і автоматизованих систем заміни інструментів та ін., здатний довгий час автоматично вести обробку різної продукції, називається гнучким виробничим модулем (ГВМ) і є різновидом компонентів автоматизації дискретного виробництва. Гнучкість дозволяє швидко переходити на випуск нових виробів, що є фактором прискорення НТП, заснованого на інноваційних технологіях.

В останні роки, особливо в машинобудуванні, все більшого поширення набувають гнучкі виробничі системи (ГВС). При цьому метою створення ГВС є забезпечення на автоматизованому обладнанні ефективного випуску виробів дрібними партіями і можливості швидкого переходу на випуск нових виробів. Досягнення цієї мети пов'язано не тільки з можливістю програмного переналагодження технологічного устаткування, але і з забезпеченням необхідної гнучкої системи управління підприємством. ГВС, як правило, представляє трирівневу систему організації виробництва. Верхній рівень – це підсистеми і завдання КС підприємств КСУТП в частині організації та технічної підготовки виробництва. При цьому, середній рівень ГВС представляє гнучкі автоматизовані ділянки (Г АД) і гнучкі автоматизовані лінії (Г АЛ). Гнучкі автоматизовані ділянки (Г АД) пов'язані матеріальними потоками зі складами і виробничими підрозділами підприємства, отримуючи від них матеріали, заголовки, оснастку і передаючи їм готові вироби (напівфабрикати, а також відходи і відпрацьований інструмент).

Нижній рівень ГПС представлений гнучкими виробничими модулями (ГПМ), основу яких складає технологічне обладнання, що входить до складу ГАУ. Компоненти ГАУ мають власні локальні системи управління. Основними у складі ГАУ є гнучкі виробничі модулі, які й визначають їх технологічні можливостям.

Література:

1. Акулюшина М.О. Визначення механізму передпланових досліджень інвестиційно-інноваційних проектів для промислових підприємств/ М.О. Акулюшина // Економіка реалії часу. – 2013. – №3. – С. 126 – 134.
2. Бандман М.К. Територіально-виробничі комплекси: передпланового дослідження/ М.К. Бандман. – Новосибірськ: Наука, 1988. – 228 с.
3. Наукові основи передпланової оцінки інноваційно-інвестиційних проектів / За ред. В. І. Захарченко. – Одеса: Атлант, 2015. – 104 с.

ТЕНДЕНЦІ І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

М. Окс, к.е.н.,

А.Окс

Університет прикладних наук, м.Аутсбург

У зв'язку з процесом глобалізації економіки для багатьох підприємств в Європі за останні роки змінилися умови конкуренції. Підприємства скорочують робочі місця і переносять виробництва на заводи, що знаходяться за кордоном. Головні причини цього - занадто високі витрати на зарплату і швидко зростаючі ринки в Східній Європі і Азії.

Федеральна Республіка Німеччина (ФРН), будучи "двигуном" Європейської економіки,

також переносить свої виробництва за межі країни. Раніше у рамках створення спільних підприємств в Східній Європі увага концентрувалася переважно на таких країнах, як Чехія, Словаччина, Угорщина і Польща. Але розміщення виробництва там вже не дешево, тому в сферу інтересів німецьких підприємств потрапляють держави, що граничать з Євросоюзом, наприклад, Україна. [1].

На території України партнери можуть об'єднуватися для загальної комерційної діяльності і досягнення певної дозволеної законом мети без створення юридичної особи.[2]

Загальна діяльність може проявлятися у формі спільної мобілізації капіталу усіма акціонерами або без об'єднання внесків. Самими популярним видом підприємства, підметом письмовому оформленню договорів про спільну діяльність, являється просте товариство або товариство з обмеженою відповідальністю. [2]

Україна як незалежна держава, продекларувала і здійснює курс ринкових перетворень, має невеликий досвід здійснення спільного підприємництва. За 1991-1995 роки створені більше 3 тисяч спільних підприємств. Доля українських партнерів в статутному фонді коливалася від 40 до 90% і в середньому дорівнювала 57%.

У створенні спільних підприємств на території України взяли участь майже 40 країн світу. Найбільш активні (по кількості створених підприємств) це Німеччина, Австрія, Польща, Угорщина, Болгарія, Канада.

Сьогодні можна відмітити наступні тенденції розвитку спільного підприємництва в Україні:

- висока динаміка створення, розширення масштабів, видів і сфер діяльності;
- створення на двосторонній основі виробничої діяльності;
- орієнтація на виробництво видів продукції, якими світовий ринок насичений (комп'ютерна техніка, офісні меблі);
- обережність іноземних партнерів по участі у великих проектах (оброблювальна промисловість), обумовлена відсутністю надійних гарантій захисту, стратегією виходу на малознайомий ринок;
- активна участь у формуванні малих зарубіжних фірм, орієнтованих на швидку віддачу невеликих інвестицій або комерційну вигоду від разових операцій;

Такі підприємства в основному зосереджені в науково-виробничих і промислових центрах України, зокрема Києві, Київською, Львівською, Донецькою і Одеською областях.

Проте існують і проблеми функціонування малих спільних підприємств :

1. Участь іноземних партнерів в структурній перебудові економіки України є односторонньою, обумовлена зацікавленістю в місцевій сировині, метали і продуктах первинної переробки.
2. Масштабне технологічне переоснащення виробництва ускладнюється із-за орієнтації інвестиційної політики іноземних фірм на канали доступу до науково-технічного потенціалу українських підприємств.
3. Обмеження участі в прискореній диверсифікації виробництва господарських утворень.
4. Відсутність і недосконалість законодавчих актів.
5. Консерватизм в оцінці пропозицій, багатоступінчастість і повільність ухвалення рішень.
6. Деформоване і з порушенням ринкових принципів ціноутворення.
7. Недостатня конвертована валюти.
8. Інерційність економічного мислення і недолік досвіду.
9. Мовно-культурологічні перешкоди.

Створювані спільні підприємства можуть зіграти позитивну роль в залученні в країну нової техніки і технології, сучасних методів міжнародного маркетингу і передового управлінського досвіду.

Більше того, приплив іноземних інвестицій в СП може стати одним з можливих для нашої країни способів зосередження матеріальних і фінансових засобів на напрямках, що забезпечують прискорення науково-технічного прогресу.

В результаті вони можуть успішніше змагатися на внутрішньому ринку, знижувати витрати виробництва своєї продукції і підвищувати її якість. З іншого боку, створення конкурентоздатних підприємств дозволяє використати торгіві і інші зв'язки зарубіжних учасників, їх комерційний досвід і знання місцевих умов і відкриває сприятливі можливості для їх виходу зі своєю продукцією на зовнішні ринки.

Література:

1. Kabst, R. Steuerung und Kontrolle internationaler Joint Venture / R. Kabst. — München/Mering, 2010. — 248 s.
2. Solotych, S., Breidenbach, S. Handbuch Wirtschaft und Recht in Osteuropa / S. Solotych, S. Breidenbach. — Frankfurt; Oder, 2006. — B. 4: Länderteil Ukraine. — 573 s.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Є.А. Бельтюков, д.е.н., професор
М.О. Мачинська

Одеський національний політехнічний університет

Сучасне суспільство висуває нові вимоги до транспортного обслуговування населення, які ґрунтуються на найбільш повному та якісному задоволенні попиту на перевезення. В умовах значного зносу основних фондів, невідповідності матеріально-технічної бази потребам залізничного транспорту, загостренні конкуренції – це складно. Тому відчувається потреба у заходах, що сприяють підвищенню ефективності пасажирських перевезень без додаткових витрат або із мінімальним вкладанням фінансових коштів.

Стрімко йдуть на спад обсяги перевезень, критичного рівня досяг фінансовий стан галузі, практично зношений рухомий склад та матеріально-технічна база, їх реконструкція, ремонт та технологічне обслуговування фактично відсутні. Вкрай незадовільно вирішуються питання приватизації, розвитку державно-приватного партнерства, залучення інвестицій, технічних інновацій та технологічної модернізації в галузі, не задовольняються навіть мінімальні соціальні потреби працівників галузі, зруйнована система безпеки та контролю, поставлені в тінь питання встановлення тарифів та ціноутворення, закупівель та використання державного майна, вирішення міжнародних питань паралізоване, що призводить до втрати транзитних перевезень через Україну.

Треба відмітити, що присутність України на світовому ринку транспортних послуг на сучасному етапі ускладнена. Питома вага транспортних послуг у валовому внутрішньому продукті України складає близько 12%, вартість основних виробничих фондів – 14,8%, зношеність яких складає біля 80%, кількість працюючих в галузі – 5,6% від загальної чисельності працівників, зайнятих в економіці країни. Беручи до уваги, що вже тривалий час транспорт є найбільш регульованим сектором економіки, втручання держави в його діяльність є необхідним, зокрема шляхом розробки відповідної транспортної політики/концепції.

Робота підприємств та усіх суб'єктів дорожньо-транспортного комплексу у 2014 році відзначається негативними тенденціями падіння обсягів транспортування пасажирів і вантажів, що призвело до неякісного задоволення потреб населення і господарського комплексу України в перевезеннях.

За 2014р. підприємствами перевезено 540,5млн.т вантажів, що становило 76,7% від обсягу перевезень вантажів за 2008р. Вантажообіг становив 238,1 млрд.км, що склало 76,7% від обсягу 2008р. Вантажообіг залізничного транспорту знизився на 23,7%, що має місце на всіх залізницях. Зменшення вантажообігу відбулося також на автомобільному транспорті на 9,5%, авіаційному на 7,5%, річковому на 39,9%, морському на 53,9%. Перевезення вантажів залізничним транспортом порівняно з 2013р. зменшилися на 21,5%, у т.ч. відправлення вантажів – на 19,4%, що має місце на усіх залізницях.

Слід зазначити, що рухомий склад, який функціонує на залізницях України, не лише зношений, а й морально застарілий. Пасажирські і вантажні вагони та локомотиви не відповідають технічним вимогам сьогодення, тому вони потребують не лише модернізації, а й заміни на більш досконалі та сучасні. Виходячи з того, що залізничний транспорт є досить фондомістким, він вимагає значної кількості довгострокових інвестицій. Виходячи з того, що власні ресурси залізниць невпинно знижуються, а можливості держави обмежені, підприємствам залізничного транспорту необхідно шукати додаткові джерела фінансування

інвестицій. Найбільш перспективними джерелами інвестиційних вливань у галузь можуть бути кошти інвесторів.

Будь-який комплекс заходів щодо поліпшення використання основних фондів, розроблювальний у всіх ланках управління, повинен передбачати забезпечення зростання обсягів виробництва продукції, перш за все, за рахунок більш повного і ефективного використання внутрішньогосподарських резервів і шляхом більш повного використання обладнання, подальшої інтенсифікації виробничих процесів, тому що в умовах ринкової економіки тільки сильне підприємство з потужною технічною базою, сучасним обладнанням в змозі вижити. В цілому варто зазначити, що від того наскільки забезпечено підприємство основними засобами і як ефективно вони використовуються, залежить прибуток підприємства та рівень його повної рентабельності.

Щоб вийти на рівень з основних фондів 1995 до 2020, за підрахунками Мінтрансв'язку, потрібно залучити близько 100 млрд. грн. - Близько 11-12 млрд. грн. на рік за цінами 2014 року. Галузь могла б вирішити ці інвестиційні завдання власними силами, якби прибутковість її роботи з 2016 року зросла вдвічі. Однак для цього потрібно майже втричі збільшити тарифи на вантажні перевезення. Вихід лежить у залученні інвестицій, створенні необхідних умов та механізмів залучення інвестицій. Вони повинні бути спрямовані на оновлення рухомого складу.

Таким чином, резюмуючи все вищесказане, можна зробити висновок, що перед залізничним транспортом України стоїть нелегка задача – приведення основних фондів та структури управління до вимог сьогодення. Реформування економіки України, зокрема суперечливість процесів, що відбуваються в ній, призвели до різкого падіння виробництва та значного зниження вантажних перевезень, що підтвердив проведений вище аналіз.

Література:

1. Украинское независимое информационное агентство новостей (УНИАН)., <http://www.unian.net> – 2014, №104 (104)
2. Проблемы и перспективы реформирования железнодорожного транспорта в Украине, А. Верлан, Д. Козаченко, Порты Украины, № 08 (130) 2013.
3. "П'ять завдань для реформи українських залізниць"/ "ForbesУкраїна"/ С.Андрощук — 2014.

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ХЛІБОРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

С.С. Свірідова, к.е.н., доцент

Д.Д. Томашайтіс

Одеський національний політехнічний університет

Хлібопекарська галузь відіграє значну соціальну і стратегічну роль у житті суспільства. У сумарному обсязі продукції всієї харчової промисловості України вона займає одне із провідних місць, а частка хлібопродуктів у раціоні населення України складає 15%, що підтверджує їхній статус як основного продукту харчування. Ці товари є стратегічними, тому що відіграють найважливішу роль у забезпеченні продовольчої незалежності та безпеки України й для Одеської області зокрема. Незважаючи на це, динаміка показників виробництва хліба і хлібобулочних виробів в Україні вже декілька років демонструє тенденцію скорочення. Значне падіння спостерігалось в 2009 р. – тоді обсяги випуску продукції скоротилися на 7,7% (рис.1). У 2013 р. падіння продовжилося: в Україні було вироблено 1,511 млн. тонн хліба таХБВ, що на 6% менше показників 2012 р. За підсумками минулого року обсяг виробництва даної продукції в Україні становив 1,335 млн. тонн.[1,2]

Наступний рік продовжив тенденцію до зниження, – у січні–лютому 2015р., порівняно з відповідним періодом 2014р. Виробництво продукції зменшилось на 17%. Поточне скорочення обсягів випуску хліба (табл.1) не стало виключенням. Як наслідок, впродовж усього 2015 року виробництво продовжить знижуватися. [2]

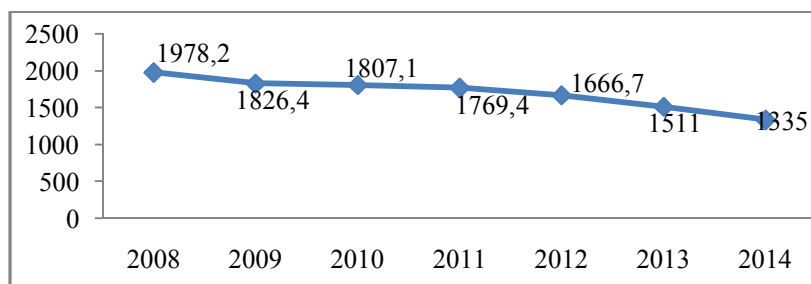


Рис. 1 – Динаміка обсягів виробництва хліба й ХБВ в Україні за 2008-2014 рр., тис. т [3]

Таблиця 1 – Динаміка виробництва хлібу та ХБВ у 2015 році (за періоди з початку року)

Показник	січень 2015р.	січень 2015 р. до		лютий 2015р.	лютий 2015 р. до		січень-лютий 2015 р. до січня-лютого 2014 р.,%
		грудня 2014р.,%	січня 2014р.,%		січня 2015р.,%	лютого 2014 р.,%	
Хліб та вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання, тис.т	95	87,4	84,6	92,6	97,4	88,1	86,3

Крім того, згідно даними Держкомстату та таблиці 2, у лютому 2015 року в Україні індекс цін виробників промислової продукції (ІЦВ) становив 104,8%, з початку року – 107,2%, а індекс споживчих цін (ІСЦ) – 105,3%, з початку року – 108,6%. Це вказує на значне підвищення цін на хліб та ХБВ. [2]

Таблиця 2 – Динаміка змін індексу цін виробників промислової продукції та індексу споживчих цін у 2015 році (за періоди з початку року)

Показник	Лютий 2015 р. до		
	січня 2015 р.	грудня 2014 р.	лютого 2014 р.
ІСЦ на хліб і хлібопродукти	105,8	110,9	148,9
ІСЦ на хліб	106,2	109,3	138
ІЦВ на виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів	108,6	115,1	145,1

Отже, проаналізувавши український ринок хліба, можна зробити висновок, що у зв'язку зі скороченням населення країни скорочується й споживання хліба в натуральному вираженні. Ця тенденція характерна як для Одеського регіону, так і для України в цілому. При цьому в грошовому вираженні обсяг виробництва в останні роки постійно зростає. Це було пов'язано як з ростом витрат на виробництво хліба, так і з ростом споживання хліба, що не відноситься до соціальних сортів, і на виробництво якого немає державних обмежень за рівнем рентабельності.

Аби посприяти подальшому розвитку ринку хлібобулочних виробів, треба забезпечити збільшення попиту споживачів Одеської області на якісні хлібобулочні вироби промислової випічки за прийнятними цінами, отримання на цій основі достатнього прибутку хлібопекарськими підприємствами та підвищення ефективності їх діяльності.

Стратегічні перспективи галузі пов'язані з посиленням її комплексного розвитку, основними напрямками якого повинні стати технологічне переозброєння підприємств шляхом заміни устаткування та автоматизації технологій; випуск нових продуктів з метою підвищення прибутковості галузі; досягнення максимально ефективного виробництва за рахунок зниження матеріаломісткості та енергоємності продукції; формування та використання новітніх технологій, що відповідають економічним, соціальним та екологічним вимогам.

Література:

1. Офіційний сайт Всеукраїнської асоціації пекарів (ВАП). [Електронний ресурс] / Костянтин Кошелєв— Режим доступу: <http://vcourse.ua/ua/business/proizvodstvo-khleba-v-2014-g.html>
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України, [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Загальна характеристика ринку хліба та хлібопродуктів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.credit-rating.ua/ua/analytics/analytical-articles/12894/>

КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРАНСКОРДОННОЇ МЕРЕЖЕВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

С.І. Коваленко, к.е.н., доцент

Одеська національна морська академія, Ізмаїльський факультет, м. Ізмаїл

Розширення Європейського Союзу в контексті трансформації структурних пріоритетів та глобалізації світової економіки, викликає необхідність пошуку підходів до адаптації транскордонних регіонів до нових викликів, насамперед у аспекті зростання їх конкурентоспроможності. Кластерний підхід до структурування економіки, обґрунтування стратегій регіональної економічної політики та підвищення конкурентоспроможності є загальноновизнаним в розвинених країнах. З початку 80-х років ХХ ст. за кордоном були здійснені численні дослідження і опубліковано значну кількість робіт, які піднімають питання конкурентоспроможності фірм в контексті регіонального бізнес-ландшафту. Ідея про те, що успіхи національної економіки залежать, в кінцевому рахунку, від розвитку локальної концентрації спеціалізованих галузей (industrial districts) простежується понад століття тому в роботах Альфреда Маршалла (1890). Він вперше досліджував синергетичний ефект, що досягається при об'єднанні і підвищенні спеціалізації підприємств. Ще в кінці ХІХ століття А. Маршалл одним із перших обґрунтував переваги кластерної теорії [1, с. 127]. В дослідженнях Й. Шумпетера, К. Ерроу, Р. Нельсона і С. Уінтера розглянуті проблеми модернізації ринкової структури і конкурентного розвитку як факторів підвищення інноваційної активності економічних систем. Ними досліджені механізми інтеграції суб'єктів ринку, формування нових інноваційних структур з метою створення продуктової, технологічної та організаційної новацій. Важливий внесок у вирішення даної проблеми внесли представники інституціоналізму (О. Вільямсон, Р. Коуз, В. Нордхауз, Ф. Хайек), в своїх дослідженнях котрі:

1) приділяли увагу недолікам інформації, що було перешкодою для взаємовигідних дій, розбіжностям між явним (кодується) і «прихованим» (tacit) знаннями;

2) фокусувалися на вивченні впливу транзакційних витрат на переваги різних організаційних форм. У сучасній літературі до просторових форм мережевої промислової інтеграції відносять: індустріальні райони, холдинги, кластери, територіально-виробничі комплекси (ТВК), котрі навчають регіони, технологічні платформи та ін. З часом відбулася еволюція поняття «індустріальний район» - аналіз трансформації відмітних характеристик, що був розроблений А. Маршаллом, G. Becattini, O. Williamson [2, с.211].

У сучасній економічній теорії дихотомія «інтеграція - дезінтеграція» доповнюється ще однією категорією – «квазіінтеграція», а дихотомія «фірма - ринок» розширена категорією «гібрид». Використовуючи критерій контролю над активами, квазіінтеграцію можна визначити як процес встановлення контролю над поведінкою формально самостійних компаній за відсутності контролю над їх власністю. Наразі існують різні гібридні форми транскордонної квазіінтеграції як об'єднання економічних суб'єктів євро регіону з стійкими довгостроковими зв'язками між ними і делегуванням контролю над управлінням спільною діяльністю за відсутності юридично оформленого трансферу прав власності: кластери, бізнес-асоціації, стратегічні альянси, різні network-об'єднання тощо. Їх спільною рисою за визначенням є переважання не великого, а середнього і дрібного бізнесу. Транскордонна бізнес-асоціація (галузевий або територіальний союз) є формою горизонтальної квазіінтеграції, відмітною ознакою якої є співпраця конкурентів і партнерів зі суміжних етапів ланцюжка створення цінності, які об'єднують власні ресурси для розвитку та регулювання спільного ринку,

лобіювання колективних інтересів в органах державної влади. В будь-якій формі інтеграції виникає синергетичний ефект, що дає додаткові і конкурентні переваги через часткову заміни ринкових відносин стійкими зв'язками. Разом з тим кожна форма транскордонної інтеграції, будь-то холдинг, кластер або бізнес-асоціація, має специфічні переваги і недоліки. У випадку досягнення ефективності кооперації виникає синергетичний ефект – це взаємодія двох або більше факторів, що характеризується тим, що їх дія істотно перевершує ефект кожного окремого компонента у вигляді їх простої суми. Цей ефект проявляється в зниженні інтегральних корпоративних витрат, що виникає за рахунок багатofункціонального використання ресурсів. У результаті використання кластерних технологій прискорюється створення внутрішніх і зовнішніх конкурентних переваг економічних суб'єктів, посилюється підтримка конкурентного середовища, що позитивно впливає на підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах інтеграційних процесів. Формування кластерів призводить до значного підвищення конкурентоздатності економіки регіону за рахунок кількох факторів.

По-перше, це зниження транзакційних витрат за рахунок більш ефективної реалізації довгострокових контрактів між промисловими підприємствами, фінансово-кредитними установами, організаціями торгівлі, науковими та інноваційними організаціями; централізації виконання ряду загальних функцій компаній-учасників кластера; впровадження загальнокластерної інформаційно-аналітичної системи, що прискорює інформаційний обмін між учасниками, як по вертикалі, так і по горизонталі.

По-друге, це можливість забезпечення конкурентних переваг за рахунок кращої якості і ціни продажу виробів; інноваційного потенціалу, достатності виробничих і збутових потужностей; наявності довгострокової стратегії діяльності; оптимізації зовнішніх і внутрішніх кластерних зв'язків.

По-третє, це можливість використати потенціал взаємовигідних ділових довгострокових відносин; розвивати систему взаємних постачань усередині кластера, побудовану на принципах довіри; формувати загальну збутову мережу; здійснювати інтенсивний обмін інформаційними, фінансовими, кадровими, інноваційними ресурсами; знижувати ризики функціонування за рахунок зниження рівня рентабельності підприємств, що входять у кластер; слідувати пріоритетам внутрішньо кластерного планування і поставленим цілям та задачам; розвивати систему перехресного володіння акціями усередині кластеру.

По-четверте, це виграш, що базується на теорії виробничого і фінансового менеджменту і включає:

- економію за рахунок ефекту масштабу;
- ефективне використання природно-ресурсного потенціалу регіону;
- диверсифікованість, що забезпечує зниження ризиків;
- синергетичний ефект.

Сьогодні необхідна розробка та реалізація транскордонної стратегії розвитку євро регіонів з урахуванням європейського досвіду трансрегіонального стратегування, об'єктом якого є сталий соціально-економічний розвиток євро регіональної системи в єдності її людського, природно-ресурсного та виробничого потенціалів і інституційного середовища. Для формування цілісної, ефективної політики розвитку транскордонного співробітництва з активною участю периферійних регіонів України необхідно розробити теоретико-методологічні основи квазіінтеграції суб'єктів підприємництва в рамках євро регіонів та обґрунтувати нові форми і механізми її поглиблення в світлі концепції мережевих кластерних систем.

Література:

1. Marshall A. Elements of Economics of Industry Being the First Volume of Elements of Economics. L., 1928.
2. Williamson O. The Economic Institutions of Capitalism. –New York: Free Press, 1985. – 450 p.

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

О.Г. Бровкова, к.е.н., доцент
М.М. Киртока

Одеський національний політехнічний університет

Актуальність. В сучасних складних умовах господарювання підприємства постійно працюють в умовах жорсткої конкуренції. Для того, щоб займати лідируючі позиції на ринку, бути конкурентоспроможним, підприємство повинно правильно формувати та контролювати стратегію свого розвитку. За таких умов актуальним є формування інвестиційної стратегії підприємства, планування його інвестиційної діяльності.

На сучасному етапі реалізація інвестиційної стратегії на підприємствах обмежена в основному реальними інвестиціями. Але з розвитком інвестиційного ринку України значно зростають потенційні можливості підприємств підвищити ефективність функціонування шляхом розширення обсягів інвестиційної діяльності, використання нових різноманітних видів фінансових інструментів та нематеріальних активів. [1]

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанню формуванню ефективної інвестиційної стратегії підприємства присвячено велику кількість наукових праць. Базовими є праці вітчизняних та закордонних науковців, таких як: С. Покропивний, О. Терещенко, І. Ансофф, І. Віханський, М. Портер, М. Книш. Проте, попри досить велику кількість публікацій є і не вирішені проблеми, серед яких досить актуальною є проблема формування інвестиційної стратегії в кризових умовах.

Метою роботи є розробка інвестиційної стратегії підприємства та обґрунтування її важливості для успішної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу. Інвестиційна стратегія – це формування системи довготермінових завдань інвестиційної діяльності підприємства і вибір найефективніших шляхів її досягнення.

Розробка інвестиційної стратегії передбачає наступні заходи: постановка цілей інвестиційної діяльності; визначення її пріоритетних напрямків і форм; оптимізація структури сформованих інвестиційних ресурсів їхнього розподілу; вироблення інвестиційної політики по найбільш важливих аспектах інвестиційної діяльності; підтримка взаємовідносин із зовнішнім інвестиційним середовищем. [4]

Інвестиційна стратегія є дуже важливою для підприємства і повинна розроблятися з урахуванням того, яку місію перед собою поставило підприємство. Також вона повинна бути частиною загальної стратегії, узгодженою з іншими функціональними стратегіями підприємства. Дана стратегія повинна сприяти оперативному реагуванню керівництвом на зміни факторів зовнішнього середовища, усуненню їх негативних проявів, використовуючи нові інвестиційні можливості, та маневруванню інвестиційними ресурсами.

Серед джерел інвестування виділяють наступні: бюджетне фінансування; власні накопичення підприємства; приватні інвестиції; банківські кредити; іноземні інвестиції.

В сьогоденні складних умовах, коли економіка країни знаходиться у важкому стані, банківський сектор зазнає значних змін, іноземні інвестиції набувають дуже важливого значення. Тому при розробці інвестиційної стратегії першочерговим завданням є пошук інвестиційних ресурсів, а також їх ефективне використання.

Інвестиційна стратегія в першу чергу повинна бути націлена на розвиток стратегічного потенціалу підприємства, тобто вкладенням коштів в: освоєння конкурентоспроможних видів продукції; заміну чи удосконалення основних засобів виробництва; проведення НДДКР; збільшення обсягів виробництва; впровадження нових технологій та сучасних методів управління. [2]

Такі інвестиції сприяють пожеввленню виробництва, збільшенню рентабельності підприємства, зміцненню його конкурентних переваг.

Важливими компонентами інвестиційного планування на підприємствах є пошук і формування варіантів капіталовкладень, визначення відносних і абсолютних розмірів їх прибутковості, встановлення можливостей фінансування за рахунок різних джерел, оцінювання надійності реалізації та можливості успіху того чи іншого варіанта інвестування. Правильність прийнятих науково-технічних рішень, пов'язаних з практичними можливостями, буде

виявлятися під час тривалого періоду сприятливого впливу інвестицій на виробництво та збут продукції, збільшення прибутку підприємства.[3]

Висновки. Інвестиційна стратегія – одна з найважливіших в загальному наборі стратегій підприємства. Ефективне використання інвестиційних ресурсів підвищує ефективність діяльності підприємства, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, забезпечує збільшення вартості його активів. Кожне підприємство формує інвестиційну стратегію, виходячи з власних потреб в інвестуванні і враховуючи віддачу від вкладень з точки зору отримання прибутку і забезпечення соціального ефекту. Ефективна реалізація стратегії пов'язана з вибором об'єктів інвестування і оптимізацією показників ризику і доходності.

Література:

1. Довгаль Л. В. Стратегія інвестиційної діяльності підприємства / Довгаль Л. В. // Управління розвитком. – 2012. – №3. – С. 145 – 147.
2. Поняття інвестиційної стратегії та порядок її формування на підприємстві. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/35293/>
3. Якимчук, Т. В. Роль інвестиційної стратегії в діяльності підприємства / Т. В. Якимчук // Наукові праці НУХТ, 2008.– № 27. – С. 144 –145.
4. Конащук В.Л., Ковальова В.Ю. Формування інвестиційної стратегії промислового підприємства / В.Л. Конащук, В.Ю. Ковальова // Економічний вісник ЗДІА, 2012. – №3.

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ В УМОВАХ КРИЗИ

Л.А. Некрасова, к.е.н., доцент
О.В. Моніч

Одеський національний політехнічний університет

Сьогодні перед Україною постає стратегічне завдання переходу до інноваційного типу розвитку, перетворення її в динамічну високорозвинену країну, здатну розробляти, виробляти і застосовувати високі технології, і для цього потрібно приступити до формування та здійснення нової стратегії соціально-економічного розвитку, в першу чергу, за рахунок інвестиційної та інноваційної діяльності.

Сьогодні в умовах кризи фінансування інноваційної діяльності та низького рівня інвестиційної активності в інноваційному секторі економіки України однією із ключових проблем є реалізація стратегії інвестиційно-інноваційного розвитку. Особливої актуальності на сьогоднішній день набувають питання вдосконалення принципів, методів і підходів до інвестиційного забезпечення інноваційних процесів [3].

При аналізі інноваційно-інвестиційного процесу, слід мати на увазі, що інновації матеріалізуються за допомогою інвестицій, а інвестиції в сферу виробництва багато в чому втрачають сенс в умовах слабкого завантаження виробничих потужностей [2, с.205].

Протягом багатьох років ми спостерігали економічну кризу в Україні, яку спричинили такі фактори, як неефективна державна політика в культурній, економічній, соціальній та політичній сферах.

Актуальним питанням в умовах кризи для України постає правильне формування стратегії, яка дозволяє впорядкувати та розподілити обмежені ресурси, враховуючи слабкі та сильні сторони країни.

Багато західних вчених вважають, що розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності це реальна можливість вивести країну із кризи. Підтримують цю думку автори монографії Л.Л. Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук, які стверджують: «Інноваційна система забезпечує побудову динамічної економіки, що базується на знаннях та світовому лідерстві національних компаній ...» [1,5].

Очевидно, що відродження виробництва потребує інноваційного підходу та інвестування

– це і є основа, яка допоможе країні вийти з економічної кризи. Отже, стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку регіону вкрай необхідна для залучення інвестицій, впровадження інновацій, відновлення конкурентоспроможного виробництва, зростання зайнятості населення[4, с.184].

Зобразимо на рис. 1 алгоритм формування стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку [4, с.187].

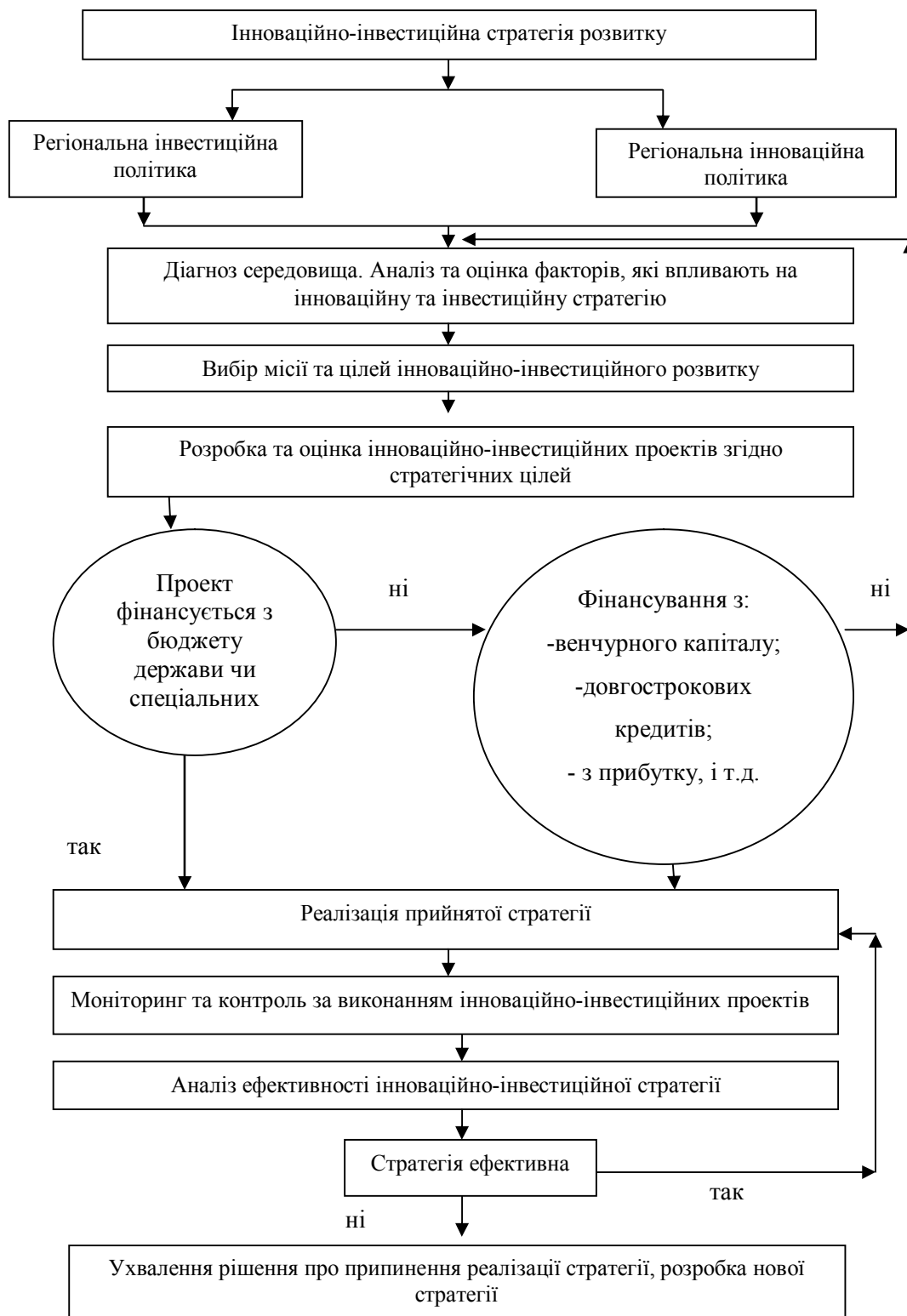


Рис. 1 – Алгоритм формування стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку

Активізація інноваційної діяльності підприємств в умовах ринкової економіки пов'язана, насамперед, з пошуком джерел і форм інвестування, які мають забезпечити баланс між інноваційними витратами та фінансовими можливостями.

Отже, інвестиційно-інноваційна стратегія – це довгострокова та розрахована перспективна програма.

Тому Україні треба поставити перед собою завдання інвестиційно-інноваційної стратегії, для підвищення конкурентоспроможності національної економіки та розвитку науки і техніки.

Підводячи підсумок, слід зазначити, що реалізація інвестиційно-інноваційної стратегії призведе не тільки до змін у динаміці інвестиційних та інноваційних процесів, а й до змін їхніх принципів, методів, механізмів реалізації, критеріїв прийняття управлінських рішень. Отже сукупність змін, які з'являться у результаті реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії, створять нову якісну визначеність, для якої буде характерною розробка та впровадження нових засобів, методів та механізмів з якісно новими властивостями.

Реалізація інвестиційно-інноваційної стратегії дозволить системно вирішувати всі проблеми, що виникають при зміні методів і підходів до інвестиційного забезпечення інноваційних процесів, раціоналізації механізму управління процесом залучення інвестицій в інновації, а також визначенні доцільності інвестування в інноваційні проекти на основі дослідження циклічної динаміки попиту на інновації [3].

Література:

1. Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: Монографія. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Некрасова Л.А., Моніч О.В. Процес формування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства та його проблеми // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Випуск 5(2). – 2014.
3. Ніколенко Т.І. Формування інвестиційно-інноваційної стратегії розвитку економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20111019/3_nikolenko.php
4. Просович О.П. стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку регіону в умовах економічної кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/25_26.pdf
5. Чернега В.В. Спонукальні мотиви впровадження управлінських інновацій малими підприємствами України // Наука й економіка. – №1 (9). – 2008. 6.

АВТОМАТИЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ

О.О. Барабаш, к.е.н., с.н.с.

І.П. Лендер

Одеський національний політехнічний університет

Економічна сутність підприємства полягає в тому, що воно має на меті одержання прибутку, його діяльність спрямована на отримання прибутку після реалізації товару, об'єктивними умовами його існування є безперервний, постійно повторюваний процес виробництва, тобто відтворення. Налагодити ефективне функціонування підприємства у ринковій економіці, уникнути кризи та банкрутства можна лише при наявності чіткої, досконалої форми організації господарювання. Одним з вагомих заходів на цьому шляху є організація виробничої логістики. Інтерес до логістики зумовлений актуалізацією проблеми виживання та підвищення конкурентоспроможності в умовах ринку покупця, оскільки логістичний підхід є важливою складовою у забезпеченні адаптивності мікроекономічних систем. [1, с.20] На мікрорівні виробничу логістику виступає центром управління, планування, координації та контролю всіх основних потоків, наявних на промисловому підприємстві: матеріальних, інформаційних та інших. Тут логістичні системи є рядом підсистем, що перебувають у відносинах і зв'язках одна з одною, утворюють певну цілісність, єдність. Ці

підсистеми: закупівля, склади, запаси, обслуговування виробництва, транспорт, інформація, збут і кадри-забезпечують входження матеріального потоку в систему, проходження всередині неї та вихід із системи.

Матеріальні потоки утворюються в результаті транспортування, складування і виконання інших матеріальних операцій із сировиною, напівфабрикатами і готовими виробами - починаючи від первинного джерела сировини аж до кінцевого споживача. Він є інтеграцією трьох логістичних функцій: постачання, підтримка виробництва, фізичний розподіл[3, с.35] Поняття матеріального потоку є ключовим в логістиці. Тому проблема управління такими потоками є актуальною та важливою.

В представленому дослідженні розглянуто ефективність впровадження ERP – системи на підприємстві. ERP (Enterprise Resource Planning, планування ресурсів підприємства) – організаційна стратегія інтеграції виробництва та операцій, управління трудовими ресурсами, фінансового менеджменту та управління активами, орієнтована на безперервне балансування та оптимізацію ресурсів підприємства шляхом спеціалізованого інтегрованого пакету прикладного програмного забезпечення[1, с.190]. Об'єктом дослідження стала ERP – система, що була розроблена компанією SAP (SAP – німецька компанія, виробник програмного забезпечення для організацій, один із світових лідерів). В межах ERP- системи функціонує модуль «Управління матеріальними потоками». Він надає можливість постійного погодження, вчасного коригування планів та дій по постачанню, виробництву, розподілу[2]. До складу SAP ERP MM входить:

- створення спільної інформаційної системи підприємства в сфері МТЗ;
- формування відомостей потреби в матеріалах;
- формування та управління бюджетом закупівлі матеріалів згідно планів;
- обробка, аналіз та затвердження заявок на закупівлю матеріалів по підрозділам;
- оптимізація об'ємів та строків постачання;
- формування запитів та аналізу пропозицій постачальників;
- ведення короткострокових та довгострокових договорів на закупівлю матеріалів;
- ведення інформаційної бази постачальників;
- контроль виконання договорів та оплати рахунків, аналіз заборгованості;
- облік надходжень матеріалів;
- забезпечення необхідними матеріалами.

Модуль «Управління матеріальними потоками» забезпечує безперебійність виробничих процесів за рахунок надання інструментів для оптимального планування об'ємів закупівлі, визначення строків то періодичності поставок, а також ефективного використання матеріалів.

Розвитку найбільшого виробника продуктів харчування в Україні Компанії «Чумак» сприяє впровадження системи автоматизації підприємства SAP ERP. На сьогоднішній день усі основні процеси компанії «Чумак» функціонують і взаємодіють в системі SAP ERP. Основна потреба АТ «Чумак» була пов'язана з бажанням підвищити ефективність компанії за рахунок впровадження інтегрованих автоматизованих процесів планування ресурсів та управління виробництвом. Впровадженням даної системи займалась компанія «Інком», що займає перше місце в рейтингах системних інтеграторів України та має статус золотого партнера SAP[4].

Необхідність звернення до логістичного управління промисловим підприємством спричинена: ускладненням внутрішньої структури об'єктів управління; розширенням зв'язків між підприємствами; швидким і безперервним зростанням обсягу інформації; нестабільністю навколишнього середовища; посиленням конкурентної боротьби.

Можна зробити висновок, що вкладаючи кошти в розробку автоматизованої системи управління матеріальними потоками, підприємство отримує бажаний прибуток та реалізує свої основні цілі.

Література:

1. Окландер М.А., Хромов О.П. Промислова логістика: Навчальний посібник-Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 222с.
2. Інтернет ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ERP>
3. Окландер М.А. Логістика : Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2008 -346 с.
4. Інтернет ресурс: <http://erp.incom.ua/>

ИНДИКАТОРИ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИАГНОСТИКИ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКИ

И.А. Сааджан, к.е.н., с.н.с.

Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины

В.А. Сааджан

Одесский национальный политехнический университет

Глобальный кризис и угроза устойчивому экономическому развитию привели к необходимости в глобальном масштабе переосмыслить цивилизационные цели, основанные на процессах развития общества и выбора альтернативных вариантов развития. Такой концепцией для мирового сообщества стала «зелёная» экономика.

Разработка концепции «зеленой» экономики находится в поле изучения международных организаций, в число которых входит ЮНЕП и Международный банк.

В Украине развитие на принципах «зелёной» экономики нашло отражение в государственной программе: «Стратегия развития Украины в период до 2020 года»[1]. Однако, подавляющее большинство планов, программ и документов, действующих в стране, не отвечают требованиям современности и потому не позволяют рассматривать её развитие как цивилизационное и отвечающее требованиям интеграции в мировое экономическое сообщество.

Переход к реализации стратегического развития на основе индикаторов «зелёной» экономики предполагает необходимость учёта экологического, социального и ресурсного факторов в системе основных социально-экономических показателей. Этого можно достигнуть через разработку и учет на различных уровнях индикаторов «зелёной» экономики как механизма исследования экологических, ресурса затратных и социальных негативных последствий диагностируемых стратегических планов, программ для их учета в процессе принятия решений. В таком контексте, представляет интерес классификация показателей и индикаторов «зелёной» экономики, авторская модель которой представлена в работе.

Дифференциация показателей по сфере воздействия:

- экономические;
- экологические;
- ресурсные;
- социальные.

Индикаторы «зелёной» экономики следует дифференцировать на прямые и косвенные.

В качестве следующего разграничивающего критерия следует положить индикаторы, основанные на реальных и прогнозных или целеполагающих характеристиках. Индикаторы, основанные на прогнозе можно в свою очередь подразделить на те, которые являются производными:

- от прогноза сложившихся тенденций развития;
- базирующихся на управленческих подвижках – изменении «правил игры» как потенциал и предпосылка озеленения, например, в результате проведения преобразований в системе управления, включая:

- изменения тарифной и налоговой политики,
- финансовой поддержки (инвестиционной и (или) кредитной),
- новых подходов администрирования, обновление ранее действующих ставок стягивания платежей.

Индикаторы «зелёной» экономики могут быть отраслевыми, национальными и глобальными.

По взаимовлиянию эти показатели следует разделять на:

- обеспечивающие синергетический эффект;
- взаимоисключающие;
- взаимодополняющие;
- нейтральные или независимые;
- частично зависимые;
- мерцающие (проявляющиеся в одних случаях как позитив, в других – как негатив).

Наиболее часто встречающейся является ситуация, когда экологические, ресурсные или социальные параметры являются ограничителями развития экономики.

Примером противоречивости эффектов может быть развитие органического производства как экологически чистого производства и получения экологически чистого продукта, когда производство входит в противоречие с интенсификацией использования земельного ресурса. Это связано с тем, экологически чистое производство требует обычно больше природоресурсных затрат [2, с.126]. Однако рассматривая проблему с позиции конечной цели – удовлетворение потребности или обеспечение условий для здорового образа жизни, эти приоритеты могут быть обоснованными.

Индикаторы развития «зелёной» экономики должны разрабатываться на различных уровнях: на уровне международных взаимодействий, на уровне национальных экономик и отдельных регионов с учётом специфики проблем и конкретных условий.

Литература:

1. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>
2. Сааджан І А. Розвиток сільського землекористування на принципах «зеленої» економіки/ І.А. Сааджан // Економічні інновації. Збірник наукових праць. – Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України.- 2014. –№56.- С.118-127.

СТРАТЕГИЯ «КАЙДЗЕН» И ЕЕ ПРИМЕНЕНИЕ В БИЗНЕСЕ

О.Г. Бровкова, к.э.н., доцент
Т.И. Постовая
В.В. Назарова

Одесский национальный политехнический университет

Актуальность. В современном бизнесе предприятия работают в жесткой конкуренции, потребители становятся более требовательными, поэтому условия, в которых работают компании, ужесточаются. Так как предприниматели гонятся за прибылью и не уделяют должного внимания долгосрочному развитию предприятия, а так же достижению слаженных и профессиональных действий каждого работника, что повысит возможность занять лидирующую позицию на рынке, актуальным есть внедрения стратегии Кайдзен в украинский бизнес.

Анализ последних исследований и публикаций. Использованию стратегии Кайдзен в бизнесе посвящены работы таких украинских и зарубежных ученых как: Соколова А., Янишевский А., Пискун Е., Роговая И., Масааки И., Роберт М. и другие. Однако, несмотря на большое количество публикаций есть и нерешенные проблемы, среди которых весьма актуальной является возможность применения стратегии Кайдзен на украинских предприятиях.

Целью работы является внедрение стратегии Кайдзен в украинские предприятия, а также обоснование её важности для успешной деятельности предприятий.

Основной материал. Кайдзен – долгосрочная стратегия японского менеджмента, основанная на непрерывном совершенствовании всех процессов в компании. Мы уверены, это ключ к успеху в современном бизнесе. [1]

Слово «кайдзен» состоит из двух иероглифов: KAI – "изменение" и ZEN – "мудрость", "хороший", "к лучшему". Таким образом, под Кайдзен подразумевают постоянное стремление к совершенствованию. Суть менеджмента Кайдзен в непрерывном улучшении всех функций бизнеса, от производства до высшего руководства, от директора до рядового рабочего, а также в устранении всего лишнего. В Японии этот метод используют компании Toyota, Nissan, Canon, Honda, Komatsu, Matsushita.

Сегодня Кайдзен является одной из ключевых концепций менеджмента. Будучи органичной и естественной для Японии, она может быть весьма уместна и эффективна и для бизнесов других стран в силу своей экономичности и последовательности. По мнению Масааки

Имаи, она применима не только в крупных, но также в средних и малых компаниях. Однако это во многом зависит от самих организаций, ментальности людей и условий применения.[2]

Следует понимать, что система Кайдзен направлена на мышление, ориентированное на процесс, а не на результат. Система в первую очередь работает с мышлением. В процесс должны быть вовлечены все: от менеджеров старшего звена до рядовых сотрудников и разнорабочих. Стратегия Кайдзен направлена на долгосрочную перспективу, а не на сиюминутную выгоду. Система предусматривает внимательность к процессу и своевременное устранение непродуктивных потерь, неоправданных затрат материалов, времени и усилий.

Основная цель системы Кайдзен – непрерывное улучшение, непрерывный процесс совершенствования. [3]

Менеджеры, размышляя об улучшениях в стиле Кайдзен, как правило, опасаются дефицита времени, ведь времени катастрофически не хватает даже в обычном режиме работы. Но львиная доля работы руководителя сводится к разрешению уже возникших проблем, т.е. «тушению пожаров». И умение «тушить пожары» на предприятии часто ценится гораздо выше, чем предотвращение этих «пожаров». А Кайдзен – это совершенный процесс со встроенным в него качеством, процесс, который гарантированно даёт правильный результат.

Сегодня традиционный менеджмент по-прежнему ориентирован на кардинальные преобразования и инновации для достижения технологических прорывов, например, новое оборудование или информационные (компьютерные) системы. Это существенные изменения для компаний, где и сосредоточено основное внимание руководителей. С таких позиций обычно Кайдзен рассматривается как дополнение к преобразованиям для увеличения эффекта. Правильный подход к практической реализации и приверженность Кайдзен доказывает, почему японские компании не останавливаются в своём стремлении к росту и развитию. [4]

В основе Кайдзен лежит ряд ключевых принципов, которые позволяют достигать целей организации, придерживаясь при этом определенных правил. Одними из важнейших являются правила организации рабочего пространства. Последователи Кайдзен верят: то, как сотрудник организует свое рабочее место, отображает способ его мышления и, соответственно, влияет на эффективность его работы, качество принятых решений.

Всего в рамках Кайдзен выделяют пять принципов системы организации рабочего пространства, более известных как 5 S.

Вывод. Большинство украинских предпринимателей стремятся сразу улучшить свое положение на рынке и привлечь потребителей за счет быстрого преобразования компании и использованием инноваций, вот в этом и заключается минус такого подхода. Эти действия приводят к большим затратам, также не уделяется внимание качеству, что негативно отобразится на потребителя. В то время как с помощью стратегии Кайдзен улучшение компании происходит ежедневно, не требуя серьезных финансовых затрат. Для этого, всего лишь, нужно уделять внимание, улучшению компании ежедневно вовлекая персонал, который бы концентрировался на выполнении своей работы, а также принимал участие в развитии компании. Поэтому, следует сначала подумать об использовании своего потенциала, внедряя Кайдзен, а потом уж размышлять о новых технологиях.

Литература:

1. Кайдзен – долгосрочная стратегия японского менеджмента. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://leaninfo.blogspot.com/2010/11/blog-post.html>
2. Кайдзен. Системные принципы. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://bizentropy.biz/articles/79-kajdzen-sistemnye-principy.html>
3. Система «Кайдзен» и ее применение в бизнесе. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://ipinform.ru/razvitie-biznesa/strategii/sistema-kajdzen-i-ee-primenenie-v-biznese.html>
4. Кайдзен – долгосрочная стратегия японского менеджмента/ – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.leaninfo.ru/2010/06/11/kaizen-dolgosrochnaya-strategiya-yaponskogo-menedzhmenta/>
5. Бизнес-философия Kaizen: как оптимизировать процессы в компании по-восточному. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://businessviews.com.ua/ru/business/id/biznes-filosofija-kaizen-kak-optimizirovat-processy-v-kompanii-po-vostochnomu-518>

ВИБІР СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ УМОВАХ

І.М. Єпіфанова, к.е.н., доцент

В.І. Воробйова

Одесский национальный политехнический университет

Політичні зміни мають суттєвий вплив на економіку держави. У перспективі українські підприємства будуть мати змогу скористатися усіма можливими напрямками виходу на міжнародні ринки, що вимагає й переорієнтації стратегій їх розвитку.

Стратегія – це довгостроковий, якісно визначений напрям розвитку підприємства, спрямований на закріплення його позицій та досягнення встановлених цілей, однією з основних є отримання прибутку, спрямованого, у тому числі, й на подальший розвиток підприємства.

Стратегія повинна постійно розвиватися, тому що швидко змінюється ринкове середовище, на що також необхідно миттєво реагувати підприємству. В результаті цього процесу відкриваються нові стратегічні ніші, нові економічні орієнтири і можливості.

Процес удосконалення стратегії безкінечний. Стратегія компанії завжди повинна сполучати в собі заплановану і продуману лінію поведінки, а також можливість реагування на все незаплановане нове. [1, стор. 157]

Існує велика кількість критеріїв класифікації стратегій, але, перш за все, звертає увагу на себе стратегія диверсифікованого росту. Диверсифікація – це одночасний розвиток декількох або багатьох не взаємопов'язаних технологічних видів виробництва або обслуговування, розширення асортименту виробництва або послуг. [2, стор. 35–38]

Як відомо, диверсифікація дає змогу підприємствам „триматися на плаву” при складній економічній кон'юктурі за рахунок випуску широкого асортименту продукції і послуг: збитки від нерентабельних виробів перекриваються прибутком від інших видів продукції. Цей процес відноситься в першу чергу до переорієнтування на нові технології, ринки і галузі, до яких раніше підприємство не мало ніякого відношення. Але для багатьох українських підприємств таке переорієнтування не є можливим в умовах, що склалися на даний час.

Підприємством можливе одночасне використання двох стратегій розвитку. У сучасних умовах господарювання другою допоміжною стратегією підприємства може бути маркетингова стратегія. Але специфічність її застосування обумовлена сучасними економічними тенденціями в економіці нашої країни і полягає в тому, що вона повинна бути зорієнтована на ефективне подальше просування якісного, вже існуючого на ринку товару. Постійне вивчення попиту і смаків споживачів, дослідження конкурентів і їх продукції, сучасних технологій яскравого оформлення товару при продажу – характерна риса цього виду стратегії.

Виробляти якісну і різноманітну продукцію замало – потрібно ефективно її реалізувати. Усі види повноцінних маркетингових досліджень потребують значних капіталовкладень. Враховуючи сучасні реалії господарювання підприємств, яким притаманна нестача вільних фінансових ресурсів, доцільним є використання більш простих та доступних технологій у рамках реалізації цієї стратегії.

Як приклад, розглянемо продукцію компанії «Sunweet». Компанія «Sunweet» вже більше ста років займається тим, що виробляє сухофрукти і натуральні соки. Ринкова ситуація складається таким чином, що найбільшим попитом у споживачів користуються саме натуральні високоякісні продукти. Фахівцями компанії доведено, що найбільшу вигоду в цьому випадку можна отримати, в тому числі, завдяки модифікації упаковки.

При редизайні упаковки для продукції Sunsweet було вирішено використовувати реалістичні зображення фруктів, хоча раніше вони були просто намальовані. Крім того, змінилася і форма пляшок – вони стали виглядати більш сучасно. Окрім редизайну упаковки фахівці з McLeanDesign поліпшили і логотип бренду. Все це не потребує значних фінансових вкладень.

Визначається, що після редизайну упаковки попит на продукти Sunweet збільшився як мінімум на 20%. І сталося це в основному за рахунок заохочення до покупок споживачів молодого віку. [3]

На наш погляд, вищезазначені технології повинні застосовуватись й на вітчизняних підприємствах. Вони, як доведено, ефективні.

У сучасному світі суспільство, в першу чергу, звертає увагу на бренди, назви, логотипи, яскраву рекламу і пакування, а вже потім на зміст продукту. Але і якість товару повинна бути високою – це дуже важливо. І значна кількість виробів українських підприємств дійсно відповідають цьому критерію. Поєднання відомої якості товару з новою естетично привабливою, «розумною» упаковкою надасть підприємствам можливість зайняти нову ринкову нішу з обов'язковою вигодою для себе.

На жаль, як вже зазначалося, більшість вітчизняних підприємств не можуть здійснювати проведення ефективних маркетингових досліджень, тому, дуже важливою є державна підтримка підприємців у плані надання актуальної специфічної інформації щодо конкурентної продукції, світових тенденцій і пріоритетів. Можливість користування базами інформації, постійний моніторинг ринку надасть змогу підприємствам застосовувати маркетингову стратегію у більш повній мірі.

Ми підкреслюємо, що саме поєднання стратегій розвитку сприяє ефективному функціонуванню підприємств у сучасних умовах.

Література:

1. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – С. 157.
2. Ковтун О. А. Основні підходи до визначення цілей та типів диверсифікації виробництва / О. А. Ковтун // Інвестиції: практика та досвід. – 2007. – №22. С. 35 – 38.
3. <http://www.upakovano.ru/articles/423821>

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Н. А. Безнощенко
И. Д. Чараева

Одесский национальный политехнический университет

Стратегическое управление (стратегический менеджмент) – область науки управления, которая быстро развивается. Целостная, четко структурированная система управления на промышленном предприятии, объединяющая все хозяйственные процессы в единый отлаженный управляемый механизм, способна избежать проникновения кризисных явлений в функционирование и развитие субъектов хозяйствования и не допустить распространения их негативных последствий.

Формирование системы стратегического управления должно осуществляться на определенных принципах, обеспечивающих удовлетворительный уровень управленческого влияния на финансово-хозяйственные отношения, процессы, отдельные операции, позволяющих своевременно достичь целей развития.

В переводе с латинского термин «принцип» (principium) означает основное положение, основные правила, требования, закономерности. Принципы управления определяются как основные требования, основные правила деятельности, целесообразный характер взаимоотношений участников управленческих отношений, общие правила формирования системы, объективные правила управленческого поведения по потребностям объекта управления [1, с. 178; 2; 3, с. 76].

В современной литературе по вопросам исследования систем управления, процессов управления и развития перечень принципов постоянно расширяется, они определяются по разным аспектам деятельности, процессам, событиям.

Выделение принципов происходило разными способами: в соответствии с системным подходом по разным управленческим процедурам; как синтез принципов составляющих понятий термина, который исследовали; по научным подходам (интеграционным, целевым, системным, комплексным, ситуационным, экономическим и синергетическим); на четырех

уровнях управления (макроэкономическом, микроэкономическом, стратегическом и тактическом уровне). [2].

Базовые принципы формирования системы стратегического управления развитием промышленного предприятия (см. табл. 1) в обобщенном виде соответствуют всем стадиям развития предприятия.

Взаимосвязь между стадиями развития предприятия, необходимыми управленческими решениями и разработанными принципами в системе стратегического управления развитием промышленного предприятия представлена на рисунке 1.

Следует обратить внимание, что выделенные принципы характеризуют формирование как всей рассматриваемой системы в целом, так и ее подсистем.

Таблица 1. Принципы формирования системы стратегического управления развитием промышленного предприятия

<i>Основные принципы:</i>	<i>Дополнительные принципы</i>
<ul style="list-style-type: none"> – Гибкость; – Комплексность; – Оптимальность; – Эффективность; – Результативность. 	<ul style="list-style-type: none"> – Рациональность; – Ответственность; – Динамичность; – Контроль.



Рис. 1 – Распределение принципов формирования системы в пределах ее составляющих частей

Для каждой из подсистем выделен принцип формирования, который наилучшим образом отвечает ее функциональному предназначению.

Таким образом, для обеспечения достижений целей развития промышленного предприятия необходимо учитывать разработанные научные принципы, которые должны постоянно меняться, дополняться и трансформироваться.

Література:

1. Раєвнева О. В. Управление развитием предприятия: методология, механизм, модели: [монография] / О.В. Раєвнева. – Харьков – 2006. – 496с.
2. Гаєвський Б. А. Основи науки управління [Текст]: навч. посібник / Б.А. Гаєвський. – 2-ге вид., стереотип. – К.: МАУП, 1998. – 112 с.
3. Гаврилишин Б. Д. Економічна енциклопедія: У трьох томах. / Редкол.: Б. Д. Гаврилишин, С. В. Мочерний та ін. – К.: ВЦ «Академія», 2002. – 952 с.

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

О.М.Стойловська

Одеський національний політехнічний університет

В сучасних умовах інтеграції вітчизняної економіки в міжнародний економічний простір та швидкої зміни споживчих переваг, пріоритетне значення набуває управління стратегічним розвитком для досягнення довгострокової конкурентоспроможності промислового підприємства. Дієвим механізмом створення конкурентних переваг та досягнення сталої конкурентоспроможності як на макроекономічному так і на мікроекономічному рівні є розробка обґрунтованої та цілеспрямованої стратегії. Але зараз у більшості підприємств виникають труднощі, пов'язані з відсутністю адаптаційних механізмів реагування на зміни у зовнішньому середовищі, високим рівнем загроз та фінансових ризиків. Внаслідок цього знижується ефективність діяльності та ускладнюється функціонування підприємства. В таких умовах однією з найбільш уразливих галузей України є промисловість. До основних факторів які найбільш негативно впливають на діяльність промислового підприємства можна віднести: відсутність реальних інвестицій, високий знос основних фондів, недосконалість податкова політика. Недостатнє врахування вимог до конкуренції на світових ринках, тенденцій щодо диверсифікації промислового виробництва та експорту, швидкості технологічного оновлення, продуктивного використання матеріальних та людських ресурсів загальмувало процеси структурної трансформації промисловості.

Основними проблемними питаннями розвитку промисловості є:

- недосконалість інвестиційно-кредитної системи, що спричиняє відплив власного капіталу, зменшення фінансових ресурсів та зниження рівня інноваційно-інвестиційної активності суб'єктів господарювання;
- низький рівень задоволення потреб внутрішнього ринку у продукції вітчизняного виробництва (питома вага експорту вітчизняної продукції металургійного виробництва - більш як 60 відсотків, машинобудування - більш як 50 відсотків);
- висока енергоємність виробництва та споживання енергоресурсів, значна частка яких імпортується в Україну;
- відсутність зв'язку між наукою та виробництвом;
- стотне відставання України в сфері використання інформаційних технологій;
- залежність економіки України від зовнішньої кон'юнктури;
- низький рівень інноваційної активності;
- зменшення частки високотехнологічних виробництв, що призводить до скорочення попиту на власні науково-дослідні та прикладні розробки і стримує розвиток трансферу технологій.[1]

На підставі цього можна зробити висновок що першочерговим завданням керівництва в умовах конкурентного середовища стає розробка та впровадження системи ефективного управління, уважного контролю та своєчасного регулювання економічних та фінансових параметрів діяльності підприємства, визначення тенденцій подальшого розвитку для забезпечення стійкого фінансового стану та платоспроможності.

Ринкова економіка вимагає адекватної їй системи управління, що повинна перетерпіти

радикальні перетворення разом із усім суспільством. В умовах переходу до ринкових відносин найважливішим фактором успіху стає безупинне удосконалювання теорії і практики управління.

Управління на підприємстві – це процес формування довгострокової стратегії розвитку підприємства, пов'язаної з цілями та вимогами функціонування на ринку. Загальна стратегія розглядається як довгостроковий всебічно обґрунтований напрям розвитку підприємства, спрямований на закріплення його позицій на ринку, задоволення попиту споживачів та досягнення поставлених цілей [2].

Вибір правильної стратегії управління надає можливість забезпечувати оптимальне співвідношення між платоспроможністю та рентабельністю підприємства, покращити фінансовий стан що в результаті забезпечить підвищення інвестиційної привабливості підприємства та посилення конкурентних позицій на ринку. Застосування ефективних методів для прийняття управлінських рішень дозволить враховувати динамічність як зовнішнього, так і внутрішнього середовища та обмежити вплив негативних чинників на результати діяльності промислового підприємства. Таким чином, основна задача стратегічного управління промисловим підприємством полягає у забезпеченні розвитку підприємства. Сьогодні широко визнаною є необхідність свідомого управління змінами за допомогою науково обґрунтованих механізмів передбачення, регулювання, пристосування до мінливих зовнішніх умов функціонування підприємств. Це можливо досягнути використовуючи внутрішній потенціал та пристосовуючи його до мінливостей зовнішнього середовища, зробивши підприємство конкурентоспроможним та ефективно функціонуючим.

Таким чином можна зробити висновок, що ефективна діяльність в довгостроковій перспективі, забезпечення високих темпів розвитку та підвищення конкурентоспроможності в умовах переходу до ринкових відносин значною мірою визначається рівнем стратегічної політики, здатністю прогнозувати та приймати довгострокові рішення.

Література:

1. Концепція Загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/603-2013-%D1%80>
2. Ансофф И. Стратегическое управление // Пер. с англ. Науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 516 с.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ОСНОВА УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ В КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЕ

А.В. Сулягина

Одесский национальный политехнический университет

В современных рыночных условиях стратегический менеджмент играет важнейшую роль в управлении хозяйственной деятельностью.

Никакая организация, будь-то небольшое предприятие или же мегакорпорация, не сможет успешно функционировать без четко обозначенных ориентиров. В этом и заключается актуальность стратегического менеджмента.

Ключ к успеху любого предприятия лежит в ответах на 3 главных вопроса:

1. Какова миссия и цель организации?
2. Каков существующий и будущий профиль бизнеса организации?
3. Что руководитель должен сделать, дабы обеспечить выполнение миссии и поставленных целей?

Стоит отметить, что определение миссии и цели является основополагающим принципом стратегического менеджмента. Миссия – смысл существования организации, определяет оригинальность ее существования, а цель является ответом на вопросы: для чего существует предприятие и чего хочет достичь.

При формировании миссии следует избегать следующих распространенных ошибок:

1. Наличия предложений, что весьма далеки от реального бизнеса организации и ее отношений с клиентами;

2. Наличия стандартных фраз, что не несут в себе конкретики по поводу занятий организации;

3. Направлений, которые никак не связаны с планами организации.

Миссия позволит объединить общий диапазон обязательств в распределении ресурсов с учетом локальных приоритетов, оценить действия отдельных факторов внешней и внутренней среды с точки зрения единой цели.

Цели в современных организациях устанавливаются на основе дерева целей.

Существует такая классическая группировка целей организации:

1. Общие экономические цели – определяют уровень прибыли, рентабельности;

2. Маркетинговые цели – определяют общий объем продаж, уровень цен, прирост объемов продаж;

3. Производственные цели – масштаб, качество, динамика производства;

4. Финансовые цели – определяют оптимальную структуру капитала, цену акций, прирост инвестиций;

5. Научно-технические цели – определяют технологический уровень, разработку новой продукции и технологий, получение патентов;

6. Кадровые цели – определяют оптимальный уровень числа и структуры персонала, уровень его квалификации, системы его отбора, уровень производственного труда;

7. Организационно-управленческие цели – внедрение эффективных технологий управления.

Таким образом, стратегический менеджмент - это процесс становления долгосрочного направления организации, определение специфических целей, разработки стратегии для их достижения с учетом внешних и внутренних обстоятельств, а также средств выполнения выбранного плана действий.[1,с.15]

Центральное место в теории стратегического управления занимает понятие стратегия.

Стратегия - это некий набор решений, которые направляют и формируют последующие действия предприятия, которые оказывают самое большое влияние на достижение стратегических целей. Стратегия определяется несколькими элементами или направлениями, которые применимы к любому бизнесу:[2,с.86]

- товарный рынок, на котором будет конкурировать бизнес;

- уровень инвестиций;

- функциональные стратегии, необходимые для конкуренции на выбранном рынке.

Успешный выбор стратегии, ее выполнение поведет за собой успех предприятия на рынке. Все, что требуется сделать – это создать нужные условия для ее успешной реализации путем стратегических изменений в организации с максимальным использованием всего персонала.

Естественно, это потребует немало терпения и времени, чтобы усилия менеджеров привели к позитивным результатам. Тем не менее, следует помнить, что именно на плечи менеджера ложится ответственность за подготовку стратегии компании к непредвиденно жестким условиям путем предусмотренного стратегического планирования – пожалуй, наиболее важной части стратегического управления.[3]

Предприятия без ясной и эффективной стратегии развития – это не бизнес, а набор активов, отягощенных обязательствами. Для того, чтобы не только выжить, но и усилить свои конкурентные позиции на рынке, необходимо заниматься стратегическим планированием на профессиональном уровне.[3]

Литература:

1. Литвак Б.Г. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / Б.Г. Литвак. - М.: Юрайт, 2013. - с.15.
2. Сульповар Л.Б. Управление формированием стратегии развития предприятия. // Сервис plus. - 2012. - № 2. - С. 86.
3. Концепция стратегического менеджмента в современных условиях [*Электронный ресурс*] – Режим доступа: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=537515>