

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний
університет
Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих
підприємств України
Краківський економічний університет (Польща)
Університет Мессіни (Італія)**

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА
В УКРАЇНІ**

**МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 23–24 травня 2017 року)

Київ 2017

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

УДК 334.722(477)

ББК У290

П78

Проблеми та перспективи розвитку підприємництва
П78 в Україні [Електронний ресурс] : матеріали ІХ Міжнар.
наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 трав. 2017 р.) / відп. ред.
А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. –
294 с. – Укр., рос. та англ. мовами.

ISBN 978-966-629-819-8

У матеріалах конференції розглянуто актуальні фінансово-економічні, правові та управлінські проблеми розвитку підприємництва в Україні. Досліджено чинники формування підприємницького середовища в умовах децентралізації регіонів України та євроінтеграційного вектору її розвитку. Висвітлено механізми та інструментарій забезпечення економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції.

УДК 334.722(477)

ББК У290

Редакційна колегія: А.А. Мазаракі (відп. ред.), д-р екон. наук, проф., академік НАПН України, заслужений діяч науки і техніки України; Н.М. Гуляєва, канд. екон. наук, проф.; Г.В. Блакита, д-р екон. наук, проф.

ISBN 978-966-629-819-8

© Київський національний торговельно-
економічний університет, 2017

ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО	12
<i>АФАНАСЬЄВ К.М.</i> Блокчейн-технологія як інструмент вдосконалення механізму фінансування малого та середнього бізнесу в Україні	13
<i>АБАСОВ В.А.</i> Реформування обліково-інформаційної бази для цілей державного аудиту	15
<i>АДАМЕНКО В.В.</i> Особливості використання ефекту фінансового важеля для малих вітчизняних підприємств	18
<i>АНДРЕЄВА В.Г.</i> Елементи механізму управління фінансовою безпекою підприємства	20
<i>АРХІПОВ Н.М.</i> Аналіз сучасних підходів до визначення категорії «ефективність»	23
<i>БАЙ С.І., ГАЦЬ А.М.</i> Ціннісно-орієнтоване управління як основа забезпечення конкурентоспроможності підприємства торгівлі	27
<i>БЕДРЕКОВСЬКИЙ П.М.</i> Оцінка вартості залучення фінансових ресурсів інвестиційної діяльності підприємств торгівлі	29
<i>БЄЛЯЄВА Н.С.</i> Роль інформаційних технологій в управлінні персоналом сучасних організацій	32
<i>БЛАКИТА Г.В., КАМІНСЬКИЙ С.І.</i> Головні загрози економічній безпеці підприємства	35
<i>БЛАКИТА Г.В., ЛАНОВСЬКА Г.І.</i> Процес формування інноваційної політики підприємствами малого та середнього бізнесу	36

БОГОСЛАВЕЦЬ Г.М. Управління асортиментом продукції в підприємницькій діяльності	39
ВОІКО А.У. Small and medium-sized enterprises development and decentralization	42
БОНДАРЬ С.В., КАЗАКЕВИЧ Л.А. Выставочная деятельность предприятия как инструмент развития экспорта продукции АПК региона	45
БОХАН А.В. Інтеграційна екодипломатія в розвитку європейського партнерства	48
БУТОВА Т.Ю. Напрями забезпечення фінансової безпеки підприємства торгівлі	50
БЫКОВА Е.Ю. Оценка инновационного потенциала птицеводческих организаций с использованием коэффициента инновативности ГАТ	52
ВАВДІЙЧИК І.М. Особливості забезпечення товарними ресурсами підприємств роздрібної торгівлі	55
ВЕРБИЦКАЯ Н.О. Роль инноваций в развитии экономики	58
ВОЛОБУЄВ М.І. Еволюція функцій самоменеджменту	60
ГАНЕЧКО І.Г., ЗЕЛІНСЬКИЙ Д.Е. Умови розвитку інноваційної екосистеми	64
ГАНЕЧКО І.Г., ЯКОВЕНКО В.М. Державно-приватне партнерство у сфері будівництва автодоріг в Україні	66

ГЕРАСИМЕНКО А.Г. Вплив кризи на конкуренцію у вітчизняному підприємницькому середовищі	69
ГНАТИШИНА Н.Д. Розробка системи управління кластером підприємств легкої промисловості	72
ГОЛОВКО Т.В. Підходи до планування грошових потоків підприємства	74
ГОЛОВНЯ Ю.І. Практика державної підтримки малого та середнього підприємництва в країнах ЄС	76
ГРАБЧАК В.І. Вплив репутації підприємства на його капіталізацію	79
ГРИВКІВСЬКА О.І., САХНО А.А. Мотивація економічної діяльності підприємства за умов його розвитку та руйнування	81
ГУЛЯЄВА Н.М. Структурні характеристики сфери торгівлі	85
ГУМИНСЬКА М.В. Необхідність та проблеми впровадження системи фінансового контролінгу у вітчизняних страхових компаніях	88
ДАВИДОВ О.І. Управління вартістю підприємств у системі забезпечення їх ефективного та стійкого розвитку	90
ДРИГА С.Г. Вітчизняне підприємництво: явище зі спотвореними функціями	93
ЄФРЕМОВА О.С. Інноваційні чинники в діяльності суб'єктів малого підприємництва	95

ЖУКОВСЬКА В.М.	
Соціальна компетентність персоналу E-Commerce	98
ЗАВІДНА Л.Д.	
Формування стратегії розвитку підприємства готельного бізнесу в умовах євроінтеграції	101
ЗІМІНА А.І.	
Передумови сприяння розвитку логістичної діяльності в Україні	104
ЗУБКО Т.Л., МАТУСОВА О.М.	
Методи оцінки рівня фінансової безпеки підприємства	107
ЗЯБЧЕНКОВА Г.В.	
Організація бухгалтерського обліку на підприємстві	110
ІВАНОВ С.В., ЛЯШЕНКО В.І.	
Малий бізнес в умовах децентралізації	114
КОЗАЧИШИНА Ю.А.	
Інвестиційна привабливість у системі забезпечення розвитку підприємства ресторанного господарства	117
КОНДРАТЮК О.І.	
Вплив глобалізації та інтеграції на розвиток підприємств	119
КОНОНЕНКО Я.В.	
Методика підвищення ефективності використання імпортованого обладнання	123
КОРОП І.І.	
Проблеми та перспективи управління підприємством на засадах бюджетування	125
КОЧУБЕЙ Д.В., ЛИСА С.С.	
Система показників логістичної діяльності підприємства	127
КУДЛАЙ В.С., ЯЦИШИНА К.В.	
Торгово-промисловий кластер як перспективний структурний елемент національної економіки	130

КУЧЕРЕНКО А.В.

Використання фінансових інновацій у підприємницькій діяльності як форма євроінтеграції та глобалізації реального сектору економіки України 133

КУЧУМОВА І.Ю.

Позиціонування України у міжнародному рейтингу легкості ведення бізнесу 135

ЛАПТЄВА В.В.

Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємства: сучасні проблеми та перспективи 138

ЛАТУШКО М.И., КРИШТОФИК Е.С.

Методика определения возможности производства импортозамещающей молочной продукции 140

ЛЕНСКАЯ Т.И., НАЗАРОВА М.С.

Факторы, осложняющие развитие процесса интеграции в АПК Республики Беларусь 143

ЛЕСЕНКО А.О.

Картельні змови на товарних ринках України 145

ЛИСА С.С.

Логістичний аутсорсинг: переваги та недоліки 149

ЛУКАШОВА Л.В.

Легалізація зайнятості населення в Україні 152

МАЗУРЕНКО В.О.

Особливості трактування поняття «дебіторська заборгованість» 156

МАЛИШ Н.А.

Пріоритетні напрями інноваційної діяльності України 159

МАЛІНОВСЬКА І.А.

Шляхи покращання фінансового стану підприємств у сучасних економічних умовах 162

МАРУЩАК В.І.

Економічна безпека юридичної особи в інформаційній сфері 166

МАСЛОВА Н.О.	
Актуальні питання управління ризиком репутації банку	168
МАСЛОВСКАЯ С.С.	
Анализ производительности труда и влияющих на нее факторов ...	171
МЕЛЬНИК В.В., КЛИМЕНКО К.В.	
Зарубіжний досвід запровадження інституту омбудсмена з фінансів в Україні	173
МЕЛЬНИКОВИЧ О.М., ОРТИНСЬКА В.В.	
Державна регуляторна політика у сфері зовнішньої реклами.....	175
МИКИТЕНКО Л.А.	
Правові проблеми створення торгово-промислових палат в Україні	179
МІЩЕНКО І.Д.	
Підготовчий етап впровадження системи управління структурою капіталу на підприємстві	181
МОЛОДОЖЕНЯ М.С., АНДРІЄЦЬ В.С.	
Корпоративний університет як інноваційна модель освітньої діяльності	183
НАЗАРОВА М.С.	
Управленческие решения по выработке товарной политики на среднесрочную перспективу	186
НЕТРЕБЧУК Л.О.	
Особливості оцінювання банками кредитоспроможності підприємств	189
НОВІКОВА Н.М.	
Експортний потенціал суб'єктів підприємницької діяльності України	192
ОЖЕЛЕВСЬКА Т.С., ВИНОГРАДСЬКА І.І.	
Еколого-інноваційний вектор розвитку підприємництва в аграрному секторі економіки України	195

ОЛЕСЕНКО І.С.	
Платоспроможність підприємства: сучасний дискурс	198
П'ЯТНИЦЬКА Г.Т., БАШКІРОВА А.В.	
Вплив корпоративної культури на розвиток підприємництва у сфері торгівлі	201
ПЕНЮК В.О.	
Особливості діагностики кадрового потенціалу на підприємстві торгівлі	204
ПИЛА В.І.	
Інтенсифікація виробництва в умовах стагнації економіки	206
ПУРДЕНКО О.А.	
Креативна економіка в умовах сучасної глобалізації	208
РИБАК Р.І.	
Напрями пошуку балансу інтересів зацікавлених сторін	210
СВИСТІЛЬНИК В.Ю.	
Особливості формування інформаційної економіки в Україні	213
СЕВРУК Є.М.	
Джерела фінансування оборотних активів підприємства при здійсненні ним зовнішньоекономічної діяльності	215
СИЛКІНА Ю.О.	
Стратегічні пріоритети конкурентного розвитку малого та середнього підприємництва України	218
СИТНИК Г.В.	
Економічна безпека підприємництва в Україні	221
СОКОЛОВСЬКА І.П.	
Формування інноваційних конкурентних переваг підприємництва в Україні.....	224
СТАСЮК Л.Л.	
Особливості фінансування діяльності підприємств торгівлі.....	226

СТЕПАНОВА О.В. Децентралізація та розвиток державно-приватного партнерства в охороні здоров'я	229
СТОЯНЕНКО І.В. Аграрне ековиробництво як інструмент зростання експортного потенціалу України	232
СТОЯНОВА Т.М. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємства	234
СУСІДЕНКО В.Т., СУСІДЕНКО О.В. Формування та фактори забезпечення фінансової безпеки торговельних підприємств	238
ТАБАХАРНЮК М.О. Проблеми реалізації угод зі злиття і поглинання вітчизняних підприємств та шляхи їх вирішення	243
ТЕЛЕЖЕНКО П.В. Структурно-логічна схема процесу стратегічного управління розвитком основних засобів підприємства	246
ТРОФІМОВА Г.В. Регенерація вівчарства через розвиток підприємництва	248
ТРУБЕЙ О.М. Оцінка економічної політики України у сфері малого та середнього підприємництва	251
УШЕНКО Н.В. Інтелектуально-інноваційна компонента підприємницького лідерства	254
ФЕДУЛОВА І.В. Бар'єри входу на продовольчий ринок	258
ФЕДУЛОВА Л.І. Роль підприємництва у формуванні креативної економіки	261

ХАЛІМАН О.В. Проблеми формування системи управління економічним розвитком підприємства торгівлі	263
ХЛОПЯК С.В. Інформатизація підприємницької діяльності в туризмі	266
ХМУРОВА В.В. Стратегія розвитку підприємства з урахуванням підприємницького потенціалу	269
ЧАЮН І.О., ХУТОРНА Д.М. Проблеми впровадження системи контролінгу на підприємствах України	272
ЧМИР О.С. Інформаційна підтримка інноваційного підприємництва в Україні	276
ЧУМАК О.В. Організаційно-економічні засади формування фінансової архітектури державних підприємств	279
ЧУПІКОВ А.А. Особливості впровадження міжнародних програм співробітництва twinning у сфері автотранспорту	282
ШАРАПА О.М. Особливості амортизації основних засобів у бухгалтерському обліку	285
ШЕВЧУК О.А. Інтелектуалізація діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції	288
ШУЛЬГА Н.П. Ризикоорієнтована система контролінгу в банку	290
ЯНЧУКОВИЧ Т.В. Фінансовий механізм функціонування підприємства	292

Шановні колеги!

Відповідно до стратегії сталого розвитку «Україна-2020» перед нашою державою поставлені важливі завдання соціально-економічного розвитку, в основі досягнення яких – суспільний договір між владою, бізнесом та громадянським суспільством. Кожна сторона цього договору виконує надзвичайно важливі функції для вирішення завдань стратегії: держава має забезпечити реалізацію необхідних реформ, бізнес – розвивати підприємницьке середовище, здійснювати ефективне інвестування в економіку, сплачувати податки, а громадянське суспільство – контролювати владу.

Така співпраця потребує налагодження ефективних комунікацій між відповідальними сторонами. Науково-практична конференція, в якій беруть участь представники влади, бізнесу, наукового середовища, громадськості, насамперед експерти з питань економічного розвитку, – це сучасний майданчик для обговорення актуальних проблем та один з елементів механізму реалізації суспільного договору.

Традиційно за ініціативою Київського національного торговельно-економічного університету та підтримкою нашого постійного партнера-співорганізатора – Спілки підприємців малих, середніх та приватизованих підприємств України проводиться Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні». Цього року співорганізаторами конференції є також Краківський економічний університет (Польща), Університет Мессіни (Італія).

Переконаний, що участь у конференції, дискусії, обмін досвідом та ділове спілкування нададуть усім її учасникам нових імпульсів для творчості та наукових надбань.

**Ректор д-р екон. наук, проф.,
академік НАПН України,
заслужений діяч науки
і техніки України**



А.А. Мазаракі

БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ФІНАНСУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Проблема фінансування започаткування та розвитку малого та середнього бізнесу в Україні є основним бар'єром стабільного економічного зростання української економіки. Причин існування такої проблеми досить багато, але основними є неспроможність українських банківських установ ефективно управляти ризиками під час кредитування малого та середнього бізнесу, високі відсоткові ставки кредитування та низький рівень знань та навичок підприємців, які починають робити перші кроки в сфері організації свої справи.

Одним з можливих інструментів, який частково може замінити банківські установи в сфері фінансування нових компаній, є блокчейн технологія, яка досить швидко почала розвиватися за останні декілька років.

Блокчейн технологія є своєрідним способом зберігання даних у вигляді цифрового реєстру транзакцій, угод або контрактів. Головною перевагою цієї технології є те, що такий реєстр не зберігається в якомусь одному місці. Він розподілений серед кількох сотень і навіть тисяч комп'ютерів у всьому світі.

Оскільки блокчейн є великою базою даних, розміщеною в мережі і доступною величезній кількості користувачів, то саме за згодою останніх всі дані вносяться в базу. Один зараз записану інформацію неможливо змінити або стерти. Ця система дозволяє зберігати гроші й важливі документи, відслідковувати укладені угоди і операції, а також без посередників здійснювати грошові транзакції. Слід відмітити, що блокчейн повністю виключає можливість втручання держави в процес взаємодії користувачів в мережі блокчейн.

Блокчейн технологія реалізована у вигляді віртуальної платформи і взаємодіяти з нею можна тільки через інтернет, а гроші для здійснення угод використовуються не традиційні та мають назву криптовалюти. Одним з відомих представників криптовалюти є біткоїн. Обсяг капіталізації біткоїна за даними статистичного ресурсу по основних криптовалютах складає 19,958 млрд дол. США [1]. Серед криптовалют біткоїн займає перше місце по капіталізації, на другому місці – криптовалюта ефіріум з капіталізацією 4,424 млрд. дол. США. Вказані цифри говорять про те, що з'являються нові можливості для

фінансування як нових технологічних компаній, так і підприємств малого та середнього бізнесу.

За даними спільного дослідження юридичної компанії Axon Partners і консалтингової компанії ForkLog Research, Україна входить до топ-10 країн за кількістю користувачів біткоїн і має активне криптовалютне співтовариство [2]. Директор з комунікацій R Street Institute Бен Карнс написав колонку на Forbes про те, чому Україна, «по-тихому» лідирує в революції цифрових валют [3]. За його даними, в 2014 році майже 5000 банкоматів по всій країні запропонували можливість купувати біткоїни за готівку так само легко, як здійснювати традиційні банківські операції. В 2016 році один український сервіс з продажу біткоїнів відзвітував про п'ятикратне збільшення попиту і в цілому країна стала першим у світі регульованим ринком, який почав пропонувати ф'ючерсні контракти в біткоїнах.

З точки зору фінансування нових бізнесів українських підприємців з'явився новий фінансовий інструмент ICO (Initial Coin Offerings). ICO – це спосіб залучення первинного капіталу з використанням криптовалют.

В якості інвестиційних коштів, як правило, використовуються найбільш капіталізовані активи: біткоїн (BTC) або ефіріум (ETH), однак деякі проекти приймають відразу кілька криптовалют. Після закінчення інвестиційного періоду організатор проекту зазвичай розподіляє випущені криптовалюти пропорційно між інвесторами: в більшості випадків ці «цифрові акції» можуть використовуватися в самому проекті або бути джерелом прибутку від частки внесеного капіталу. ICO є віртуальним аналогом IPO (від англ. Initial Public Offerings) – первинне публічне розміщення акцій.

Існують певні відмінності між первинним публічним розміщенням акцій та залученням капіталу з використанням криптовалют. Учасники ICO зазвичай не цікавляться акціями, а націлені на приріст капіталу після закінчення ICO, а учасники IPO зацікавлені саме у володінні правами акціонера.

З точки зору нагляду та контролю до сьогоднішнього моменту в світі не виникало прецедентів за участю ICO, тому що в ролі контролюючого механізму залучення капіталу в криптовалютах виступає поки що блокчейн технологія, що ускладнює ведення судових справ; в той же час, у багатьох країнах до IPO застосовуються надзвичайно суворі умови контролю і нагляду, тому що в будь-якій країні в процесі первинного розміщення акцій часто трапляються порушення, що підлягають судовій відповідальності.

Таким чином, нова блокчейн технологія у поєднанні з інструментом залучення капіталу в криптовалютах є одним з альтернативних шляхів фінансування українського малого та середнього бізнесу.

Список використаних джерел

1. Cryptocurrency Market Capitalizations [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://coinmarketcap.com>
2. Анатолій Каплан, Влад Ліхута та ін. Правове регулювання криптовалютного бізнесу. [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://axon.partners/wp-content/uploads/2017/02/Global-Issues-of-Bitcoin-Businesses-Regulation.pdf>
3. Ben Carnes. Ukraine Is Silently Leading A Digital Currency Revolution [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.forbes.com/sites/realspin/2017/03/20/ukraine-is-silently-leading-a-digital-currency-revolution/#6525e3ab465> с.

Абасов В.А., асп.,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

РЕФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ДЛЯ ЦІЛЕЙ ДЕРЖАВНОГО АУДИТУ

Державний сектор економіки потребує нових підходів до висвітлення у фінансовій звітності усієї інформації для користувачів в умовах реформаційних перетворень. З 1 січня 2017 року Національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку в державному секторі (далі – НП(С)БОДС) висунуто нові вимоги до її складу і змісту для більш ніж 56 тисяч бюджетних установ України [1]. Трансформація звітності відбувається шляхом впровадження кращої практики міжнародного бухгалтерського обліку і звітності, яка представлена Міжнародними стандартами бухгалтерського обліку для державного сектору (далі – МСБОДС). [2, С. 28-35] Існуюча інформаційна база до впровадження ПСБОДС не могла адекватно відобразити окремі об'єкти та операції для користувачів і цілей державних аудитів через застарілі підходи. Вони ґрунтувалися ще за часів радянської системи, коли були відсутні ринкові взаємовідносини.

Проблемою для державного аудиту фінансової звітності суб'єктів державного сектору дослідники називають неможливість оцінити фактичні результати діяльності установи та її ефективність [3, С. 4]. Крім того, при складанні фінансової звітності не було передбачено форми, в якій була б присутня деталізація наведених сум і керівництво висловлювало своє ставлення до тих чи інших суттєвих операцій, які проводились бюджетною установою і вплинули на її фінансовий результат.

До основних передумов трансформації бухгалтерського обліку та звітності у державному секторі науковці відносять відсутність єдиних методологічних засад відображення в обліку операцій, що здійснюються бюджетними установами [4, 5].

Для цілей державного аудиту важливо визначити достовірність та ефективність здійснення витрат установ сектору державного управління. Проте бухгалтерський облік до часу його реформування створював на рівні бюджетної звітності невідповідність касових та фактичних витрат за звітний рік [6]. Важливо відмітити, що запровадження НП(С)БОДС навіть збільшує такі розбіжності. Це відбувається у випадках визнання витрат внаслідок переоцінок, адже вони не узгоджуються з грошовими потоками.

Відмінністю чинних НП(С)БОДС та МСБОДС залишається на сьогодні відсутність у вітчизняних нормах поняття консолідованої звітності та правил її складання. Головними розпорядниками бюджетних коштів формується зведена звітність, проте вона не відображає належним чином усі операції з бюджетними коштами через відсутність умов її консолідації на засадах єдиних методів і методик ведення бюджетного обліку. У свою чергу це створює ризики недостовірності інформації при консолідації в казначейських органах.

Водночас запровадження нових НП(С)БОДС створило нові проблеми, до яких можна віднести необхідність уточнення критеріїв визнання активів і зобов'язань, доходів і витрат для цілей складання фінансової звітності. На перший план при визначенні результату діяльності установи сектору державного управління виступає фінансовий, а не бюджетний результат діяльності. Тому це потребує його визначення за окремими видами діяльності, що не було передбачено системою обліку та звітності державного сектору до реформування.

Важливим аспектом ускладнення реалізації контрольних повноважень під час державних аудитів у державних цільових фондах та військових частинах було те, що облік та звітність тут здійснювались за спеціальними правилами. Це спричинювало приховування від користувачів усієї необхідної інформації і створювало умови для розкрадання і нецільового використання коштів і майна.

Висновки. Оцінка ефективності витрачання державних коштів бюджетними установами в ході державного аудиту має ґрунтуватися на єдиній методологічній базі облікового відображення операцій в фінансовій та бюджетній звітності. Тому система обліку та звітності установ сектору державного управління і надалі потребує удосконалення та реформування відповідно до норм МСБОДС.

Список використаних джерел

1. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку в державному секторі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buhgalter.com.ua/zakonodavstvo/natsstandarti-buhobliku-v-derzhavnomu-sektori/НС>
2. Бухгалтерський облік та внутрішній аудит у державному секторі: навчальний посібник у 3-х част / Фінансовий облік у державному секторі: міжнародний підхід, част. 1. // за заг. редакцією М.В. Кужельного. – К.: Аграрна наука. – 2009. – 480 с.
3. Амбарчян В. С. Вдосконалення структури звітності ВНЗ України за умов дерегуляції та децентралізації влади // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – № 3. – С. 3–11.
4. Борисова Н.В. Реформування бухгалтерського обліку в державному секторі: реалії та конструктивні перспективи // Менеджмент. – 2010. – № 13. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Menedzhment/2010_13/borisova.htm.
5. Свірко С.В. Модернізація бюджетного обліку як інструмент успішної інтеграції національної економіки до світового господарства // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 5. – С. 478–484.
6. Безкровна А.О. Проблемні питання розвитку бухгалтерського обліку в бюджетних установах. ХНАМГ. – Харків, 2013. – 332 с.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕФЕКТУ ФІНАНСОВОГО ВАЖЕЛЯ ДЛЯ МАЛИХ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Впродовж двох останніх десятиріч у джерелах вітчизняних науковців-фінансистів, зокрема в університетських підручниках та навчальних посібниках з таких дисциплін, як «Фінанси підприємства» та «Фінансовий менеджмент», під час розгляду проблем структури капіталу підприємства значну увагу приділяють ефекту фінансового важеля (левериджу). Цей ефект традиційно інтерпретують як приріст рентабельності власного капіталу підприємства внаслідок використання позикового капіталу і кількісно вимірюють за допомогою такої формули:

$$EФВ = (1 - РОП) \cdot (РА - РФВ) \cdot ПК / ВК \quad (1)$$

де $EФВ$ – ефект фінансового важеля;

$РОП$ – рівень оподаткування прибутку;

$РА$ – рентабельність активів;

$РФВ$ – середній рівень фінансових витрат – процентів, що сплачуються за позиковим капіталом;

$ПК$ – позиковий капітал;

$ВК$ – власний капітал.

Окремі автори розглядають ефект фінансового важеля як один із найважливіших механізмів реалізації задачі оптимізації структури капіталу підприємства, що є дуже важливим з практичної точки зору. Але проблема полягає у тому, що при цьому:

– по-перше, фактично передбачається здійснення оптимізації за критерієм максимізації рентабельності власного капіталу підприємства, замість максимізації вартості підприємства (зокрема показника вартості для власників);

– по-друге, не враховуються особливості малих підприємств, які можуть використовувати спрощену систему оподаткування і не бути платниками податку на прибуток.

Недосконалість оптимізаційної моделі структури капіталу підприємства, що базується на ефекті фінансового важеля, можна проілюструвати на основі прикладу, наведеного у табл. 1.

**Ефект фінансового важеля для малого вітчизняного підприємства
(абсолютні показники у тис. дол. США)**

Показник	Без використання позикового капіталу	Із використанням позикового капіталу у співвідношенні 1:1
Загальний обсяг активів*	100	100
Власний капітал	100	50
Позиковий капітал	–	50
Фінансовий результат до вирахування фінансових витрат та податків (<i>EBIT</i>)*	20	20
Середній рівень фінансових витрат, %	–	10
Фінансові витрати	–	$50 \cdot 0,1 = 5$
Чистий прибуток	20	$20 - 5 = 15$
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	$20 / 100 = 0,2$	$15 / 50 = 0,3$
Ефект фінансового важеля	×	$0,3 - 0,2 = 0,1$

* не залежить від структури капіталу підприємства

У наведеному прикладі (див. табл. 1) спостерігається суттєвий приріст рентабельності власного капіталу у випадку переходу підприємства від фінансування активів виключно за рахунок власного капіталу до фінансування із використанням позикового капіталу у співвідношенні 1:1 – з 20% до 30% (ефект фінансового важеля становить 10%). При цьому, здійснивши такий перехід, власники підприємства вивільняють (можуть вилучити з підприємства і використати на власне споживання) 50 тис. дол. США.

Але, якщо розглянути з позиції вартості (*value*) капіталу для власників, зазначений перехід до структури з позиковим капіталом не має сенсу з урахуванням закону збереження вартості та першого постулату Моділі-Міллера, що визнаються істинними у західній фінансовій науці для конкурентної економіки без податків.

Навіть, якщо поставити під сумнів актуальність доведення першого постулату Моділі-Міллера за допомогою використання механізму арбітражу для сучасних вітчизняних умов, можна переконатися у тому, що перехід до використання позикового капіталу у вищенаведеному прикладі не передбачає вигоди для власників малого підприємства, за допомогою показника чистої теперішньої вартості (*net present value, NPV*):

$$NPV = \Delta BK - \Delta ЧП / r = 50 - 5 / 0,1 = 0 \text{ (тис. дол. США)}$$

де ΔBK – обсяг вивільнених коштів (власного капіталу) у зв'язку з переходом до структури, яка передбачає використання позикового капіталу;

$\Delta ЧП$ – обсяг щорічних втрачених коштів (вільних грошових потоків власників), що у випадку відсутності ефекту податкової економії дорівнює сумі фінансових витрат (відсотків за позиковим капіталом) і становить обсяг зменшення чистого прибутку підприємства;

r – ставка для дисконтування грошових потоків підприємства, яка у випадку врахування винагороди власника-підприємця як окремої статті поточних витрат не повинна відрізнятися від вартості (*cost*) позикового капіталу (або, що те саме у даному випадку, середнього рівня фінансових витрат);

$\Delta ЧП / r$ – теперішня вартість втрачених вільних грошових потоків власників у зв'язку з використанням позикового капіталу, що обчислюється за моделлю довічної ренти, якщо розглядається спрощена ситуація відсутності економічного зростання даного підприємства.

Таким чином, отримане значення NPV , яке дорівнює нулю, наочно ілюструє неможливість здійснення оптимізації структури капіталу малого підприємства на основі ефекту фінансового важеля, що обчислюється згідно з формулою (1), та підтверджує, що у випадку відсутності податку на прибуток орієнтуватися на цей ефект під час обґрунтування рішень щодо фінансування підприємства не має сенсу.

Андрєєва В.Г., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕЛЕМЕНТИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання вимагають від суб'єктів підприємницької діяльності виконання досить складних завдань захисту економічних інтересів підприємства і забезпечення його стабільного розвитку в короткостроковій та довгостроковій перспективі. Одним з

напрямків, який дозволяє підприємству забезпечити свою фінансову незалежність та можливість своєчасної реакції на наслідки дестабілізуючих впливів економічних і політичних процесів, є управління фінансовою безпекою.

Фінансова безпека підприємства – це кількісно і якісно детермінований рівень фінансового стану підприємства, що забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри якого визначаються на основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки стійкого зростання в поточному і перспективному періоді [1].

Управління фінансовою безпекою підприємства органічно інтегроване в загальну систему менеджменту підприємства. Тому його мета повинна бути нерозривно пов'язана з головними цілями корпоративного фінансового менеджменту, такими як збільшення ринкової вартості підприємства та добробуту його власників, поступове розширення господарської діяльності, максимізація прибутку підприємства та підвищення його фінансової стійкості.

Зазначена мета досягається шляхом реалізації відповідного механізму управління фінансовою безпекою підприємства, основними елементами якого є методика оцінки рівня фінансової безпеки підприємства в умовах економічної кризи; модель оцінки впливу загроз на формування кризової ситуації; модель гнучкого реагування на ризики порушення фінансової безпеки підприємства.

Так, необхідною складовою управління фінансовою безпекою підприємства є методика оцінки її рівня. Аналіз сучасної наукової літератури показав, що всі запропоновані методики визначення рівня фінансової безпеки підприємства можна розділити на три групи: як складової економічної безпеки підприємства; на основі визначення інтегрального показника та визначення загального стану фінансово-господарської діяльності підприємства [1-3].

Однак слід зазначити, що найбільш прийнятним є індикаторний підхід з визначенням інтегрального показника, що полягає в порівнянні фактичних значень показників фінансової безпеки підприємства з критеріальними (пороговими) значеннями індикаторів її рівня. Тобто при такому підході високий рівень фінансової безпеки підприємства досягається за умови, що вся сукупність індикаторів знаходиться в межах критеріальних значень, а порогове значення кожного з індикаторів досягається не за рахунок інших. Відповідно, суттєвим елементом даної методики є вибір комплексу показників та їх критеріальних

значень, які повинні бути індикаторами стану окремих складових фінансової безпеки підприємства. Адже в разі некоректного визначення індикаторів інтегральний показник фінансової безпеки не буде відповідати дійсності, що спричинить прийняття помилкових управлінських рішень. Основним критерієм включення показника до множини індикаторів фінансової безпеки є забезпечення реалізації пріоритетних фінансових інтересів підприємства, які визначаються станом його функціонування. В сучасних умовах поєднання політичної, економічної та фінансової криз для визначення граничних значень індикаторів фінансової безпеки підприємства доцільно визначення трьох маяків: еталонної межі, яка характеризує високий рівень захищеності в кожному з напрямків, тобто теоретично обґрунтованих порогових значень фінансових показників, загальноприйнятих у світовій практиці; середньої норми, яка має бути не нижче середніх значень показників відповідного виду економічної діяльності підприємства, що характеризують реальний фінансовий стан підприємств на даному етапі розвитку економіки та розраховуються за даними статистичної звітності; критичної межі, досягнення якої може спричинити руйнівні наслідки, тобто за межами цих значень показників підприємство втрачає фінансову безпеку, може бути визнано банкрутом та стати об'єктом ворожого поглинання. Дослідження показали, що доцільним є виділення таких складових фінансової безпеки підприємства: рентабельність діяльності; ділова активність; ліквідність і платоспроможність; фінансова стійкість; інвестиційна привабливість.

Наступним етапом механізму управління фінансовою безпекою підприємства є розробка моделі оцінки впливу загроз на формування кризової ситуації, яка передбачає визначення основних видів загроз, що перешкоджають реалізації пріоритетних фінансових інтересів підприємства, досліджуючи характер окремих факторів, що здійснюють негативний вплив на загальний рівень фінансової безпеки підприємства. Дана модель дозволить виявити основні внутрішні загрози фінансовій безпеці підприємства та визначити їх міри впливу на значення інтегрального показника за допомогою детермінованого економічного факторного аналізу.

Модель гнучкого реагування на ризики порушення фінансової безпеки підприємства дозволяє сформулювати комплекс захисних реакцій, що забезпечить стійке функціонування і розвиток підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Вибір методів при цьому залежить від фактичного стану фінансової безпеки, основних «проблемних місць» підприємства та специфіки його діяльності.

Визначальним критерієм ефективності реалізації механізму управління фінансовою безпекою підприємства є збільшення інтегральної оцінки рівня фінансової безпеки. При цьому, індикативними показниками досягнення мети виступає збільшення інтегральних показників рентабельності, ділової активності, фінансової стійкості, ліквідності і платоспроможності, інвестиційної привабливості підприємства. Це дасть змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо аналізу, відвернення та нейтралізації реальних і потенційних загроз фінансовим інтересам підприємства.

Список використаних джерел

1. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И.А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980&cat_id=38738.
3. Петрина О.Б. Методичні засади оцінювання фінансової безпеки підприємства // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12 – С. 229-237.

Архіпов Н.М., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ЕФЕКТИВНІСТЬ»

На сьогоднішній день існує два основні підходи до визначення категорії «ефективність». Перший визначає її через значення результативності, тобто відповідає на питання «яких результатів і якою ціною досягнуто». В цьому підході ефективність розглядається як співвідношення результатів та витрат. Згідно другого підходу ефективність розглядається з точки зору досягнення мети. Головне питання – наскільки ми наблизилися до поставленої мети, чи досягли ми її?

Історично першим підходом до тлумачення категорії «ефективність» став її розгляд в значенні результативності. Науковці дотримувалися цього підходу до кінця ХІХ ст.

Одним з перших дослідників хто зацікавився проблемою ефективності, на рівні державного управління, був Томас Мен (1571–1641).

У своєму трактаті «Багатство Англії в зовнішній торгівлі» Т. Мен, як теоретик ідей меркантилізму, заклав основи концепції прибуткової зовнішньої торгівлі: «...я приймаю, як установлене, і жодна розумна людина не стане цього заперечувати, що ми не маємо інших можливостей розбагатіти, як тільки за допомогою зовнішньої торгівлі. А як одержати ці гроші за допомогою нашої зовнішньої торгівлі, я вже довів: це досягається тим, що вивіз наших товарів повинен перевищувати вартість увезених нами для власного споживання іноземних товарів» [1].

Д. Рікардо розглядав «ефективність» як відношення результатів до певних витрат, тим самим досліджуючи ефективність як економічну категорію [2]. Цієї думки дотримувався також італійський економіст В. Паретто [4].

К. Маркс розглядав ефективність з точки зору результативності використання ресурсів виробництва. Результативність капіталу він визначав як відношення торгового прибутку до авансованого капіталу [3].

До 1958 року Г. Саймон провів фундаментальні дослідження організаційної поведінки та процесів прийняття рішень, випустив спільну з Дж. Марчем працю «організації». В 1963 році Р. Сайерт та Дж. Марч опублікували працю «Поведінкова теорія фірми», де досліджували залежність ефективності діяльності фірми від процесу прийняття економічних рішень. Таким чином, вперше було виявлено залежність технічної ефективності діяльності підприємства, тобто ефективності процесу виробництва продукту, від процесу управління підприємством [5].

Розгляд поняття «ефективність» в значенні результативності є характерним для більшості зарубіжних вчених, проте частина авторів розглядає ефективність як внутрішній параметр функціонування підприємства, а частина як зовнішнє поняття, прив'язане до ринку ресурсів, товарів і т. ін. Так, колектив зарубіжних авторів М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі вважають, що ефективність характеризується співвідношенням між обсягом виробництва продукції і необхідними для її виготовлення ресурсами, тобто визначається як внутрішній параметр функціонування підприємства, віддзеркалюючи ефективність використання ресурсів [6]. В той час як Х. Лібенштайн, С. Фішер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензі оцінюють ефективність, як зовнішнє поняття. Американський економіст Х. Лібенштайн ввів Х-ефективність в економіці – концепція ефективності функціонування підприємства Функціонування підприємства вважають Х-ефективним, якщо воно виробляє (реалізує) за наявних ресурсів і найкращою з доступних технологій максимально можливий об'єм продукції [7].

Сучасний міжнародний стандарт управління ISO: 9000:2000, розглядає ефективність як співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами, що свідчить про ресурсний підхід до визначення категорії «ефективність» [8].

Прихильники другого підходу розглядають «ефективність» з позиції досягнення мети.

Основи цього підходу були закладені в кінці XIX сторіччя в новій області соціологічних досліджень – в праксеології, яка розглядає способи діяльності з точки зору їх ефективності. В межах праксеології для того, щоб бути ефективною, діяльність повинна бути результативною, продуктивною або плідною, тобто досягати поставленої мети, «правильною», точною, адекватною, тобто максимально наблизитися до задаваної зразком – норми, «чистою» тобто максимально уникати непередбачених наслідків і непотрібних додаткових включень, «надійною» прийоми діяльності тим більш надійні, чим більше об'єктивна можливість досягнення цими прийомами наміченого результату і послідовною. [9]

Подальший розвиток підходу до розгляду ефективності з точки зору досягнення мети отримав в ряді робіт зарубіжних авторів так, Хан Д. розглядає «ефективність» як вміння правильно робити намічене [10], Друкер П. вважає, що результативність є наслідком певних процесів, виконання функцій, завдань, досягнення цілей, а ефективність – наслідком правильності таких дій проте як перше поняття, так і друге є однаково важливими [11].

А.Д. Виварец, Л.В. Дістергефт стверджують, що у найбільш загальному сенсі, ефективність будь-якого процесу, будь-якого виду діяльності характеризує ступінь досягнення поставленої мети [12].

Е. Долан визначає «ефективність» як вибір вірних цілей, на яких фокусується вся енергія підприємства [13].

Також з позиції досягнення мети «ефективність» розглядає Ю.П. Сурмін, який визначає ефективність як показник успішності функціонування системи для досягнення встановлених цілей [14].

Заслуговує особливої уваги трактування ефективності функціонування соціально-економічних систем В. Яніком і Д. Скоттом Сінком, які розглядають ефективність з точки зору реалізації цілей підприємства, а також зусиль, що вкладені в їх досягнення. Ефективність пов'язана з економічністю дій. У процесі господарювання важливим є ощадливе використання ресурсів, кількість яких є обмеженою. Важливим є не тільки досягнення поставлених цілей, але й те, скільки витрачено на це ресурсів [15].

Як видно, цільовий підхід до визначення ефективності не суперечить витратному. Його критеріями є якість отриманого результату, а не його кількісне вираження.

Список використаних джерел

1. Корнійчук Л.Я., Татаренко Н.О., Поручник А.М., Ткаченко О. В., Кириллова Г. Ю. Історія економічних учень: Підруч. / Київський національний економічний ун- т. – К. : КНЕУ, 1999. – 562с.
2. Рикардо Д. Сочинения: в пяти томах / Д. Рикардо. – М.: Госполитиздат, 1955. – Т. 1. – 360 с.
3. Лафта Дж.К. Эффективность менеджмента организации / Дж.К. Лафта. – М.: Русская деловая литература, 1999. – 320 с.
4. Якимчук Т.В. Соціальноекономічна ефективність підприємства та її значення в сучасних умовах / Т. В. Якимчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.vuzlib.com.ua/articles/book/7697-Socialnoekonomichna_efekti/1.html
5. Cyert R., March J. A Behavioral Theory of the Firm. – New Jersey, Prentice-Hall Inc, 1963. – 254 p.
6. Мескон М.Х. Основы менеджмента : пер. з англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Изд-во «Дело», 1998. – 704 с.
7. Leibenstein, H. Allocative Efficiency and X-Efficiency // The American Economic Review, 56 (1966). – PP. 392-415
8. Does ISO 9000 certification pay? // ISO Managements System. 2002. Juli – August. P.3140.
9. Грицанов А.А. Новейший философский словарь / А.А. Грицанов. – Мн.: Изд. В. М. Скакун, 1998. – 896 с В
10. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Д. Хан; пер. с нем. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 800 с
11. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер : пер. с англ. М. Котельниковой. – М. : Изд-во «Астрель», 2004. – 284 с.
12. Выварец А.Д. Эффективность производства: теория, методология и методика оценки / А.Д. Выварец, Л.В. Дистергефт // Экономическая эффективность: теория, методология, практика : сб. научн. стат. – Екатеринбург : Изд-во «УГТУ», 2000, С. 323.
13. Долан Дж. Экономикс : англо-русский словарь-справочник ; пер. с англ. / Э. Дж. Долан, Б. И. Доминенко. – М. : Лазурь, 2004. – 544 с.
14. Сурмин Ю.П. Теория систем и системный анализ / Ю.П. Сурмин – К.: МАУП, 2003. – 368 с.
15. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 528 с.

Бай С.І., д-р екон. наук, проф.,
Київський національний торговельно-економічний університет,
Гаць А.М., асист.,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Торгівля є ключовим чинником стабільного і динамічного розвитку економіки, збільшення надходжень до бюджету, забезпечення зайнятості населення та підвищення його соціального захисту. Функціонування підприємств роздрібної торгівлі в Україні відбувається в умовах трансформаційних змін та кризових явищ в економіці, що супроводжуються скороченням темпів зростання обороту роздрібної торгівлі. Зниження купівельної спроможності споживачів та зростання їх песимістичних очікувань обумовили суттєву зміну традиційних орієнтирів торговельної діяльності і потребу винаходження нових управлінських засобів забезпечення стабільності, конкурентоспроможності та економічного зростання підприємств торгівлі.

В умовах зниження реальних доходів, підвищення витрат на товари і послуги першої необхідності, економії споживачів на щоденних покупках можливість динамічного розвитку підприємства роздрібної торгівлі визначається не лише оптимальною ціновою політикою, але й продуманими заходами щодо налагодження взаємовідносин з партнерами. Таким чином пошук нових критеріїв та цільових орієнтирів, що мають закладатись в основу створення та функціонування підприємств торгівлі, де гармонізація партнерських відносин з іншими учасниками ринку, т.з. групами ціннісного впливу стають основою формування політики таргетування, є надважливим стратегічним завданням менеджменту.

Управління торговельним підприємством, орієнтоване на стійкий розвиток у довгостроковій перспективі, є невіддільним від чіткого усвідомлення та якісного задоволення потреб груп ціннісного впливу. Відповідно, пріоритети суб'єктів управління підприємств роздрібної торгівлі мають бути зосереджені на забезпеченні максимально можливого зростання створюваної цінності для власників, споживачів, працівників та постачальників. Неefективність дій керівників, такі існуючі стереотипи управління сучасних умовах ведення бізнесу, як зосередження лише на досягненні монорезультатів, не дозволяє підприємствам набути гнучкості та більш точної

відповідності споживчим перевагам, потребам суспільства і підвищувати на цій основі ефективність управління загалом.

Ціннісно-орієнтоване управління повинно бути розглянутим через призму трьох взаємопов'язаних проекцій: як явище (вид управлінської діяльності, що полягає у формуванні та реалізації комплексу управлінських рішень, спрямованих на досягнення цілей власників підприємства через задоволення потреб ключових суб'єктів, зацікавлених у результатах його функціонування), як процес (сукупність взаємопов'язаних, взаємозумовлених і взаємозгоджених управлінських дій адміністративного апарату підприємства, націлених на підвищення ефективності функціонування і забезпечення зростання цінності підприємства у довгостроковій перспективі) та як управлінський інструмент (засіб узгодження інтересів груп ціннісного впливу).

З метою оптимізації управлінських рішень в системі ціннісно-орієнтованого управління доцільно формалізувати параметри, що впливають на цінність підприємства роздрібної торгівлі, де кожна з груп ціннісного впливу різною мірою впливає на розвиток та цінність підприємств торгівлі, що дає змогу забезпечити врахування інтересів споживачів, постачальників, персоналу та власників у зростанні цінності торговельного підприємства, зокрема, процес творення цінності на підприємстві може бути представленим наступним чином: стратегічне планування цінності; ідентифікація ключових груп ціннісного впливу; створення системи показників оцінки; моніторинг ключових драйверів цінності; формування системи винагород; оцінювання результативності та ефективності ціннісно-орієнтованого управління; вимір, аналіз та коригування результатів виконання стратегічних планів. Це дозволить чітко розкрити зміст та особливості ціннісно-орієнтованого управління та його місце в системі менеджменту підприємства, що сприятиме підвищенню ефективності взаємодії підприємства з ключовими суб'єктами, зацікавленими у результатах його функціонування.

Застосування кібернетичних законів в основі ціннісно-орієнтованого управління на підприємстві роздрібної торгівлі, які передбачають здатність організації до «навчання» на основі досвіду та можливість пристосування до економічного, соціального, політичного, екологічного та іншого оточення дає змогу розробити механізм управління адаптивністю підприємства роздрібної торгівлі, який має забезпечувати взаємодію усіх функціональних центрів. Основними результатами щодо успішності його застосування є забезпечення високого рівня керованості, системність планування, адекватність та

своєчасність реагування на виклики, запровадження сучасних стандартів торговельного обслуговування, оптимальний розподіл ресурсів, постійний розвиток та ефективне функціонування підприємств торгівлі.

Список використаних джерел

1. Бай С. І. Розвиток організації: політика, потенціал, ефективність : монографія / С. І. Бай. – К. : КНТЕУ, 2009. – 280 с.
2. Методологічні засади ціннісно-орієнтованого управління торговельним підприємством / А. М. Розман // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – № 6 (1). – С. 26–34.
3. Механізм управління адаптивністю бізнес-моделі підприємства роздрібною торгівлі / А. Розман, І. Денисенко // Економіст. – 2014. – № 4. – С. 56–60.
4. Creation of Shared Value in Retailing / A. Rozman, S. Bay // European cooperation. – 2015. – Vol. 5 (5). – P. 75–90.
5. Human Capital as a Foundation for Enterprise Value Growth / A. Rozman, S. Bay // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 12 (174). – С. 248–257.

Бедрековський П.М., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОЦІНКА ВАРТОСТІ ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Глобалізаційні процеси, що відбуваються в економіці України за несприятливих тенденцій залучення фінансових ресурсів, характерних для більшості вітчизняних підприємств суб'єктів господарювання (збитковість, дефіцит власних фінансових ресурсів, низький рівень ефективності та оборотності фінансових ресурсів, висока кредиторська заборгованість тощо), потребують змін у системі фінансового управління в цілому і підприємством як первинною ланкою управління зокрема. Ринкова відокремленість підприємств націлює фінансове управління на збереження і забезпечення відтворення його вартості. Концентрація уваги на вартісних принципах управління, у свою чергу, визначає необхідність дослідження питань оцінки вартості залучення фінансових ресурсів та впливу на ефективність інвестиційної діяльності підприємства торгівлі. Особливої актуальності вони

набувають у контексті формування й встановлення оптимальної структури фінансових ресурсів, визначення вартості бізнесу та обґрунтування варіантів сталого розвитку підприємств торгівлі в динамічному конкурентному середовищі. Об'єктивною основою сталого розвитку та підвищення конкурентних переваг підприємств торгівлі в ринковому просторі є капітал. Динамічний характер фінансових ресурсів, тобто його здатність створювати нову вартість та генерувати грошові потоки, потребує адекватності управлінських дій фінансових менеджерів щодо залучення фінансових ресурсів в інвестиційну діяльність підприємства торгівлі, оптимізації його структури, вибору форм і джерел залучення фінансових ресурсів у господарську діяльність підприємства на основі оцінки вартості фінансових ресурсів.

Економічна категорія вартості фінансових ресурсів є однією з найважливіших в економічній науці і трактується науковцями або як рівень витрат з обслуговування фінансових ресурсів, залученого з різних джерел, або як норма прибутку на вкладений інвесторами (кредиторами) капітал. Відмінність у визначенні економічної сутності категорії «вартість фінансових ресурсів» обумовлюється різними напрямками використання показника вартості фінансових ресурсів у фінансовому управлінні та інвестуванні. Для узгодження цих напрямів в системі управління підприємств торгівлі запропоновано визначати «вартість фінансових ресурсів» як витрати на обслуговування фінансових ресурсів, залучених з внутрішніх і зовнішніх джерел, рівень яких визначається вираженням у відсотках співвідношенням суми дивідендів і відсотків, які очікують отримати власники фінансових ресурсів, вкладеного у фінансування господарської діяльності підприємства, та загального обсягу залученого фінансових ресурсів.

Дослідження вартості фінансових ресурсів як інструмента фінансування інвестиційної діяльності підприємств торгівлі дозволило визначити, що вартість фінансових ресурсів:

- є вартістю особливого виробничого ресурсу – капіталу, що формується за рахунок власних і позикових джерел фінансування господарської діяльності підприємства;
- формує рівень операційних та інвестиційних витрат підприємства;
- є важливим показником рівня ринкової вартості підприємства [1, с. 18].

У системі управління підприємства торгівлі показник вартості фінансових ресурсів слід використовувати для:

- прийняття рішень щодо доцільності створення нового підприємства (чи його структурного підрозділу) або розвитку та розширення діяльності вже існуючого;

- визначення мінімально необхідної норми формування операційного прибутку підприємства;
- прийняття управлінських рішень щодо реального та фінансового інвестування, а також оренди (лізингу) або придбання у власність виробничих основних засобів;
- вибору на основі механізму фінансового левериджу оптимальної структури фінансових ресурсів підприємства;
- формування політики фінансування активів підприємства [2, с. 218].

Обґрунтування управлінських рішень щодо фінансових ресурсів підприємств торгівлі з позиції доцільності формування із використання в його господарській діяльності фінансових ресурсів, залучених з різних джерел, та їх здатності забезпечити ефективність господарювання та сталий розвиток на перспективу потребує об'єктивної оцінки вартості залучення фінансових ресурсів та впливу на ефективність інвестиційної діяльності підприємства торгівлі.

Отже, результати дослідження свідчать про доцільність використання показника вартості фінансових ресурсів для обґрунтування управлінських рішень щодо його складу і структури та визначення перспектив подальшого розвитку підприємства торгівлі в конкурентному середовищі. Оцінка вартості фінансових ресурсів підприємства має здійснюватися постійно на кожному з етапів його життєвого циклу. Вартість фінансових ресурсів підприємства характеризується показником середньозваженої вартості фінансових ресурсів. Для його визначення слід дотримуватися певних принципів оцінки і використовувати метод середньої арифметичної зваженої, де в якості ваг використовується структура фінансових ресурсів.

Список використаних джерел

1. Пирог О. Іноземні інвестиції як фактор економічного зростання в Україні / О. Пирог // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 5. – С. 15–20.
2. Рудніченко Є. М. Інвестиційний менеджмент : навч. посібник / Є. М. Рудніченко, Є. Г. Рясних, Н. І. Гавловська. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – 415 с.

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Загальновідомо, що інформаційні технології з кожним роком дедалі глибше проникають в усі сфери діяльності людей. Вміле використання, застосування, впровадження інформаційних технологій значно скорочує час на виконання будь-якої операції, незалежно від того, стосується це особистого життя окремого індивіду чи діяльності організації в цілому, чи навіть її певного структурного підрозділу.

В той же час, існує і оборотна сторона медалі – розвиток інформаційних технологій настільки стрімкий, що те, що ще вчора було інновацією, вже завтра може бути морально застарілим.

Однак, ця причина не нівелює того, що інформаційні технології значно економлять наш час (який, поряд із інформацією є, наразі, одним із найцінніших ресурсів людей), особливо, якщо операції повторюються (є типовими) або необхідно опрацювати великий масив інформації (даних) для прийняття певного рішення. Саме інформаційні технології дозволяють моделювати нам процеси у віртуальному середовищі, що імітує реальний перебіг подій і надає можливість відкоригувати розроблений сценарій.

Управлінська діяльність у будь-якій організації заснована на переробці даних і опрацюванні вихідної інформації, що припускає наявність технології перетворення вихідних даних у результативну інформацію. В сучасних умовах інформаційні технології поділяються за такими напрямками:

- інформаційна технологія опрацювання даних;
- інформаційна технологія керування;
- інформаційна технологія підтримки прийняття рішень;
- інформаційна технологія експертних систем.

Наприклад до інформаційних технологій за ступенем охоплення завдань управління належить електронна обробка даних, яка забезпечує автоматизацію функцій управління, підтримку прийняття рішень, що вкрай актуально для сфери управління персоналом.

Дійсно, останнім часом в Україні набувають поширення інформаційні технології в сфері управління персоналом. Є доволі багато програм різного рівня, що функціонально «допомагають» управляти персоналом в організації. Переважна більшість комплексних інформаційних систем закордонної розробки (утім, як і майже всі

вітчизняні) побудована за модульним принципом і має у своєму складі модуль управління персоналом. Як приклад, можливо назвати такі програми: інтелектуальна система психологічних досліджень PSY (розроблено в ТНТК «САЙНТЕКС», м. Москва), «Консультант плюс», «Гарант» і «Кодекс» – найбільш популярні в Росії програми, вітчизняний модуль «1С:Зарплата та Управління Персоналом 8». Серед відомих у світі систем, що мають у своєму складі HR-модулі, можна назвати SAPR/3, Baan, Oracle Applications.

Такі системи використовується керівниками і фахівцями кадрових служб при вирішенні завдань відбору персоналу, аналізу міжособистісних стосунків у колективі, веденні БД по кадрам. У ній зберігаються відомості про особистісні характеристики людей, отриманих в результаті відповідного тестування. Окрім того, є окремі блоки стосовно розвитку працівників, наприклад, «Управління талантами», «Планування кар'єри» тощо.

Таким чином, інформаційні технології передбачають впровадження одного або кількох взаємопов'язаних програмних продуктів для певного комп'ютеру, технологію роботи, за допомогою якої користувач досягає поставленої мети.

Проте, в більшості випадків, найбільш функціональними є саме закордонні продукти. Відтак, і ціна на них є доволі високою (оскільки залежить від курсу валют). В той же час, застосування інформаційних технологій в сфері управління персоналом, є виправданим. Звісно що, якщо мова йде про великі організації (наприклад, корпорації, банківські установи, компанії з дочірніми організаціями, філіалами, тощо). Саме в таких організаціях є велика потреба в грамотному управлінні персоналом.

Передусім, така ситуація обумовлена тим, що в таких організаціях працює багато людей різних рівнів. Відстежувати переміщення кожного, можливості його розвитку (як особистісного, так і кар'єрного), в такому випадку є доволі складним процесом. Тому саме в таких випадках застосування інформаційних технологій є виправданим, як з точки зору управління, так і з точки зору фінансового покриття цих витрат.

Зазвичай вважається, що продуктивний результат від впровадження HR-систем на підприємствах відчутний, коли чисельність їх персоналу перевищує 1000 працівників. Західні розробники стверджують, що введення HR-модулів дає можливість будь-якому підприємству одержати організаційні, економічні й соціальні ефекти [1, с. 96].

Організаційні ефекти полягають у: скороченні часу прийняття рішень на всіх рівнях управління підприємством; підвищенні якості кадрових рішень; оперативності підготовки звітності для органів державного управління відповідно до українських законодавчих і нормативних вимог.

Економічні ефекти зводяться до таких складових: зниження витрат на управління персоналом; підвищення продуктивності праці персоналу; оптимального використання професійних якостей конкретного співробітника підприємства.

Соціальними ефектами є: ведення повної індивідуальної трудової історії персоналу підприємства; підготовка кадрового резерву та просування по службі найбільш перспективних співробітників підприємства; планування кар'єрного зростання та підвищення кваліфікації.

Отже, якщо процес управління можна представити як обробку інформації, то, чим якісніша обробка інформації, тим ефективніше управління. Інформаційні технології беруть участь у вдосконаленні управління. В даний час на базі інформаційних технологій вирішуються важливі завдання управління персоналом, зокрема:

1. Планування розкладів з формуванням посадових інструкцій.
2. Облік персоналу (Персональні дані про співробітників).
3. Підбір нових співробітників і переміщення.
4. Планування та облік використання трудових ресурсів.
5. Розрахунки з персоналом (Розрахунок виплат по оплаті праці, соціальні забезпечення, контроль виплат, підзвітні особи).
6. Облік підзвітних сум і депонентів.
7. Систему управління документами.
8. Персоналізований пенсійний і податковий облік і ін. [2; с.30].

З'являється новий аспект застосування Інтернет-технологій, зокрема підтримка дистанційної роботи (телероботи), з'являється в процесі вирішення задач управління кадрами, пов'язаних з організаційно-структурними змінами на підприємстві. Це призводить до децентралізації службової діяльності у окремих підрозділах підприємства в часі і просторі.

В цілому, можливо узагальнити, що інформаційні технології за своєю природою призначені для зниження трудомісткості процесів використання інформаційних ресурсів.

Список використаних джерел

1. Томашевський О.М. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів: навч. посіб. / О.М. Томашевський, Г.Г. Цегелик, М.Б. Вітер та ін. – К.: ЦУЛ, 2012. – 296 с.

Блакита Г.В., д-р екон. наук, проф.,
Камінський С.І., канд. екон. наук,
Київський національний торговельно-економічний університет

ГОЛОВНІ ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА

В нинішніх економічних умовах можна чітко спостерігати тенденцію до зростання кількості підприємств, які за результатами своєї діяльності формують збиток. Так, за даними Державної служби статистики України [1] в 2015 році підприємства закінчили рік з загальним збитком 373516,0 млн грн. Зокрема, 26,7% підприємств від загальної кількості отримали збиток, обсяг якого склав 726496,4 млн грн що значно перевищує обсяг чистого фінансового результату (чистого прибутку) підприємств.

Відповідно, до цих даних стає гостра проблема в дослідженні та ідентифікації потенційних загроз економічній безпеці підприємств.

Так, М. Єрмошенко загалом під «загрозою», розуміє конкретну і безпосередню форму небезпеки чи сукупність негативних чинників чи умов, а під «небезпекою» – об'єктивно існуючу можливість негативного впливу на якесь явище, систему, механізм, соціальний організм, внаслідок чого йому може бути заподіяна шкода, що призведе до занепаду, кризового стану [2, с. 23].

Тобто, автор ототожнює поняття «загроза» з поняттям «ризик». На нашу думку, порівняння цих двох понять має виходити з розуміння економічної сутності поняття «ризик» як можливості настання певної події, що в кінцевому результаті негативно вплине на фінансовий чи майновий стан підприємства, а поняття «загрози» як певної можливості, що призведе до відхилення запланованих результатів діяльності.

В цілому, всі загрози економічній безпеці підприємства можна згрупувати в два ключові блоки: загрози зовнішнього характеру і загрози внутрішнього впливу. Перший блок загроз, в свою чергу, можна поділити на загрози від макросередовища та мікросередовища.

Зокрема, з боку загроз макросередовища в залежності від виду економічної діяльності, в якому функціонує підприємство можна виділити наступні: загальний стан економіки держави, податкову систему, політику національного банку, характеристику трудових ресурсів, інвестиційну привабливість регіону, форс-мажорні обставини та ін.

До загроз з боку мікросередовища можна віднести: стан конкуренції на споживчому ринку, рівень купівельної спроможності покупців, неналежні умови співпраці з контрагентами та органами державної влади, розвиненість інфраструктури регіону, взаємовідносини з банківськими установами, роль профспілок та ін.

Загрози внутрішнього середовища можна класифікувати як: загальний стан управління підприємством та професіоналізм менеджерів, рівень належної мотивації працівників, кадрова політика підприємства, якість фінансового планування та контролю; неефективне управління фінансовими та майновими ресурсами рівень інвестиційної активності та інвестиційної привабливості підприємства; зменшення показників ефективності діяльності; технічний рівень засобів виробництва, стан використання виробничих потужностей; стратегія маркетингу, асортиментна та цінова політика підприємства, якість функціонування каналів збуту та ін.

В цілому, потенційні загрози економічній безпеці кожного конкретного підприємства формуються під впливом багатьох загальних та специфічних факторів в яких функціонує або від яких залежить функціонування конкретного суб'єкту господарювання.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики: офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Єрмошенко М.М. Фінансова безпека: національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення / М.М. Єрмошенко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 309 с.

Блакита Г.В., д-р екон. наук, проф.,

Лановська Г.І., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Сучасні умови інтеграції та глобалізації потребують формування інноваційної економіки, вирішення завдань щодо створенням сприятливого середовища для розвитку інноваційної екосистеми та запровадження академічного підприємництва. Основні завдання

соціально-економічного розвитку вітчизняного малого та середнього бізнесу включають розробку нової ідеології, що орієнтується на інноваційний тип розвитку. Перспективний розвиток інновацій підприємствами малого та середнього бізнесу потребує розробки і впровадження відповідної інноваційної політики, що має формуватися на основі стратегічних цілей та вирішенні тактичних завдань щодо подальшого розвитку підприємства.

Управління сукупністю інноваційних процесів визначає інноваційну політику підприємства, яка формується на основі певних принципів, цілей і встановлює зв'язок між розвитком суб'єкта господарювання і напрямками його інноваційної діяльності. Процес пошуку ідеї та створення нового товару з урахуванням потреб споживачів, вихід нового товару на ринок та спостереження за його поведінкою на ринку – основні завдання інноваційної політики підприємства. Період часу від зародження ідеї до практичного створення та впровадження нововведення, його використання включає життєвий цикл інновації. Враховуючи стадії життєвого циклу інновацій виникає потреба управління творчим потенціалом і підвищенням ефективності зв'язку науки, бізнесу та суспільства, що є запорукою розвитку інноваційної екосистеми та запровадження академічного підприємництва. Механізму взаємодії двох середовищ, дослідницького та підприємницького, забезпечує трансфер знань, їх трансформацію в конкурентні технології, орієнтацію дослідницького середовища на задоволення інноваційних потреб виробництва.

Процес формування інноваційної політики суб'єктами малого та середнього підприємництва наведено на рис.1.

Формування нововведень, їх дифузія; фактори, що протидіють впровадженню нововведень; адаптації до них людини; організація і механізм інноваційної діяльності; розробка інноваційних рішень – все це розкриває зміст інноваційної політики малого та середнього бізнесу.

Інноваційна політика забезпечує зв'язок між всіма етапами впровадження інновацій, погоджує дії різних служб підприємства, що безпосередньо приймають участь в інноваційному процесі, а саме служби науково-дослідницького та дослідницько-конструкторських розробок (НДДКР), маркетингу, виробничого відділу, фінансових служб тощо.

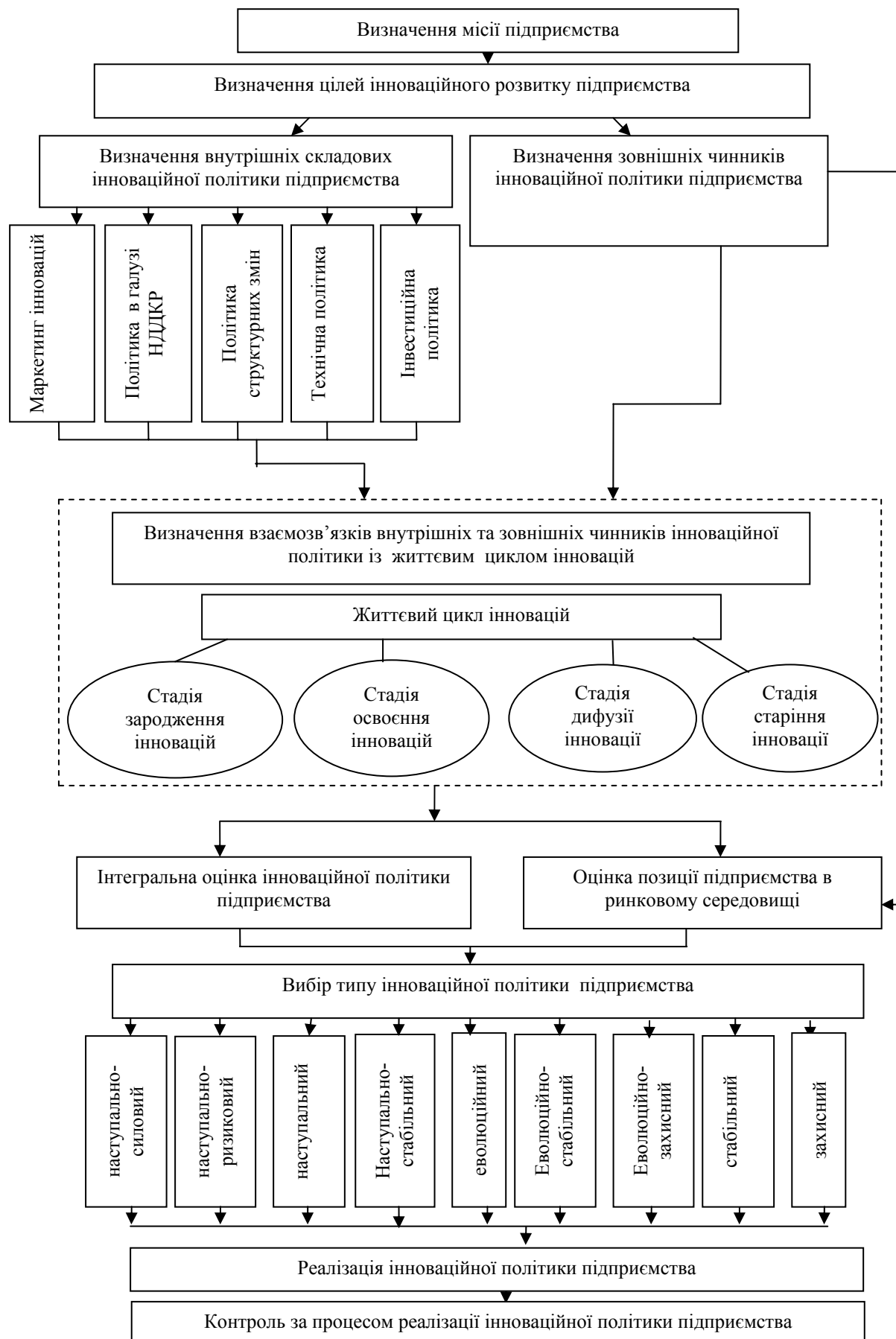


Рис. 1. Процес формування інноваційної політики підприємствами малого та середнього бізнесу (розроблено автором)

Отже, формування інноваційної політики суб'єктів малого та середнього бізнесу полягає насамперед у поєднанні всіх її складових для виконання комплексних робіт та досягнення кінцевого результату. Основними факторами, що впливають на розробку та реалізацію інноваційної політики малого та середнього підприємництва є:

- нерозривність інноваційної політики та ринкової ситуації;
- залежність інноваційної політики від ресурсного потенціалу підприємства;
- системний підхід до формування інноваційної політики;
- безперервність інноваційної діяльності підприємства;
- комплексність (повнота охоплення всіх внутрішніх елементів підприємства пов'язаних з інноваційною діяльністю);
- нерозривність інноваційної політики з науково-технічними досягненнями.

Таким чином, при оптимальній взаємодії складових інноваційної політики, що підпорядковуються стратегічним цілям та тактичним завданням підприємства на різних стадіях життєвого циклу інновацій створюються умови для обґрунтованого прийняття та оперативної реалізації ефективних інноваційних рішень.

Богославець Г.М., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток ринкових відносин, процес індивідуалізації людських потреб і намагання підприємців якомога повніше задовольняти споживчий попит суттєво змінюють роль і значення асортиментної політики в отриманні високих і сталих результатів їхньої діяльності.

Проте реалії господарювання свідчать, що через недосконалість асортименту, прорахунки в управлінні ним виникають негативні наслідки, пов'язані з втратою обсягів збуту, товарообороту і появою незадоволеного попиту, накопиченням запасів зайвих товарів, загальним уповільненням темпів продажу товарів і зростанням у зв'язку з цим витрат та зменшення прибутку.

Це означає, що формування асортименту має відбуватися у тісній залежності від попиту споживачів з урахуванням сезонності, змін споживацьких намірів, цінового, інфляційного, валютного ризиків та ін.

В свою чергу викладене вимагає оперативного контролю, регулювання, обґрунтованих та гнучких дій у стислі проміжки часу. Через скорочений операційний цикл руху багатьох товарних ресурсів і існування високого динамізму діяльності підприємств торгівлі набуває особливого значення питання забезпечення стійкості асортименту для відшкодування витрат на виготовлення і реалізацію продукції при одночасному врахуванні зміни споживацьких потреб і рівня купівельної спроможності для ритмічного здійснення як виробничого, так і торговельного процесу.

В умовах, коли підприємства-виробники виготовляють декілька видів продукції, загальні положення економічної теорії витрат та цін не є дієвим. Тому підприємство має розробляти основи своєї продуктової політики, методи, інструменти її побудови та зміни виходячи із розгляду продукту як способу вирішення якої-небудь проблеми споживача.

Об'єктивна необхідність періодичної зміни складу продуктів, що пропонується ринку, пов'язана із змінами певних етапів їх життєвого циклу, як результату науково-технічного прогресу і зростання потреб споживачів.

Життєвий цикл для відповідного продукту характеризує очікувану зміну обсягів збуту (продажів), частки покриття витрат і, як наслідок, розмір доходів підприємця в період від виведення продукту на ринок та включення до товарного асортименту.

Розробка продукту, або зміна характеристик існуючого повинна враховувати цілу низку критеріїв. Серед них – функціональність виробу, ергономічність, зручність в експлуатації, ступінь готовності для споживання, безпека та якість, економічність, марка (фірмовий товарний знак), екологічність, естетичність і ін.

Таким чином, ефективність діяльності підприємства має передбачати, по-перше, оптимальне поєднання товарів – новинок з вже відомими ринку продуктами, по-друге, видалення продуктів, які або не мають перспектив на ринку, або вже знаходяться на етапі спаду попиту на них.

При побудові асортиментної політики потрібно постійно вирішувати питання широти асортименту. Остання визначається цілями підприємства. Щоб розширювати товарний асортимент підприємство може обрати наступні шляхи:

- нарощування асортименту, тобто вихід за межі того, що підприємство випускає зараз;
- додавання нових виробів у вже існуючий асортиментний ряд;
- модифікувати існуючий продукт.

Для вибору того чи іншого напрямку, як зазначено вище, підприємство має враховувати наступні цілі, а саме: можливість отримати додатковий прибуток, задіяти наявні виробничі потужності (торговельні площі), що недостатньо використовуються, витіснити конкурентів з ринку, або отримати суттєві переваги над ними і ін.

Звичайно, основні вимоги до товарного асортименту, які практика висуває сьогодні – це наявність методики формування асортименту, яка у найбільшій мірі наближала б до життєвих реалій і потреб підприємства.

Асортиментна політика, яка формує такий асортимент, повинна враховувати стан розвитку підприємства, рівень конкуренції і інфляції, стан попиту і пропозиції на товари і послуги, що надає підприємство. В свою чергу це вимагає оперативної інформації і повсякденного аналітичного спостереження і більш повного використання оперативного внутрішнього фірмового обліку і оперативного планування.

У складі задач, які мають вирішуватись в оперативному управлінні асортиментом слід вказати, насамперед, – доцільність надання додаткового замовлення на поставку, або вилученого із замовлення збиткової продукції, або тієї, на яку падає попит населення; – оцінка рентабельності асортименту продукції; – визначення коефіцієнта швидкості реалізації окремих асортиментних позицій відносно групи або тривалість періоду надходження окремих видів на підприємстві; – аналіз зміни середньоденного обсягу продажу асортиментних груп; – оцінка структурних зрушень асортименту; – оцінювання рівня відповідності товарів споживчим вимогам (за ціною, якістю, смаком і т. ін.).

Слід підкреслити, що в управлінні асортиментом щоденний облік і аналіз оперативних даних є дуже важливим резервом прийняття рішень, які сприяють зростанню товарообороту, забезпеченню конкурентоспроможності продукції і результативній діяльності підприємства в цілому.

**Boiko A.V., PhD, Professor at Economic Theory
and Competitive Policy Department,
Kyiv National Trade and Economics University**

SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES DEVELOPMENT AND DECENTRALIZATION

This study discusses the small and medium-sized enterprises (SMEs) development, regional features and vital issues, tasks and prospective in relation with decentralization reform in Ukraine. Above all, SMEs are defined in the Commercial Code of Ukraine by the number of employees and turnover. In 2012 Ukrainian legislation concerning the definition of SMEs had been harmonized with the EU law and now includes three categories (tabl. 1) [1].

Table 1

SMEs categories in Ukraine

Category	Employees	Turnover (EUR)
Micro enterprises	Up to 10	less than 2 mln
Small enterprises	Up to 50	less than 10 mln
Medium-sized enterprises	Up to 250	less than 50 mln

Source: Section 3 Article 55 Commercial Code of Ukraine

SMEs play a vital role in the development of Ukrainian economy, inasmuch as it determines the scale of middle class and economic activity in the country. Agents of economic activity include corporate entities and sole proprietor. In 2015 the total quantity of the agents of economic activity was 1974.3 mln units, which was less on 209.6 thousand units than in 2010. Nevertheless, in 2015 the share of small and medium-sized corporate entities constituted 17.3% of the total quantity of the agents of economic activity, 86.7% of them constituted micro businesses. Moreover, these indicators were not changing appreciably in 2010–2015 [2]. The volume of products produced by SMEs constituted approximately 58% of the total volume of products. Moreover, SMEs provided almost 68% of the total private sector employment in Ukraine [1].

SMEs development is basically the same in Ukrainian regions, since Ukraine has very centralized government and local governments do not influence business environment much, so the business environment is about the same in all regions. At the same time, there is some regional

difference: the share of SMEs in total volume of products produced consists of approximately 60% for Western and Central Ukraine, whereas this indicator for Eastern and Southern Ukraine is about 40-45%. The economy structure is the main reason of this. In Eastern regions big enterprises dominate, the point at issue is about coal mines, plants, factories. This causes higher monopolization. And also it influences the people's thinking, their entrepreneurship skills.

It is necessary to underscore that public governance and decentralization reforms, which are currently carrying out in Ukraine, slightly change mentioned situation. One of the most important elements of the New State Regional Policy implementation is the State Fund for Regional Development (TSFRD), established in 2012. The functioning of TSFRD in Ukraine is essential for regional and local social and economic development [3]. Through the TSFRD functioning, it has been begun funding regional development projects on a competitive basis and in accordance with regional development strategies and action plans for its implementation. It should be emphasized that nowadays it occurs a gradual withdrawal from the old practice of funding only the new facilities construction, especially in public sector. Such so-called «hard» projects were dominated in the lists for funding at the expense of the state subsidies. Currently the social and economic development of regions and certain territories is financed by way of so-called «soft» projects. Consequently the implementation of the New State Regional Policy creates the diverse opportunities for regional and local self-development.

The ability to regional and local self-development, among other things, means: 1) the local authorities, businesses and communities have the ability to mobilize and effective use of internal resources; 2) they also exhibit the ability to convert external opportunities into local development factors; 3) they demonstrate the ability to transform the local weaknesses into its strengths. It is necessary to underscore that regional and local self-development contributes to the significant strengthening of the resilience of the local economy to negative external influences. Besides that it considerably promotes the competitiveness of the local economy, competitive advantages formation and strengthening the competitive position.

One of the self-development sources is a financial resource which is formed in the region. Mainly this source includes profits of the local enterprises. The more a quantity of the profitable local enterprises and more profit they get, the better local economy is developing. That is to say, the regional and local self-development involves economic development which is based on self-sufficiency, self-financing and profitability. In accordance to European practice, the share of the profitable local enterprises should be above 80%. Another indicator is the share of small

businesses in gross regional product. In industrialized countries, this indicator is between 40 and 60%. Moreover, the small business plays a special role in the creation of intangible wealth, namely the provision of information, communication, education and other social services.

The main issues for SMEs are basically the same in Ukrainian regions. *Firstly*, there is a lack of entrepreneurship culture and skills caused with post-soviet mentality. *Secondly*, there is a limited access to financial resources caused with weak and unstable banking system, expensive loans, lack of investors, narrow stock market.

Thirdly, there is a business over-regulation. The Sustainable Development Strategy «Ukraine–2020» highlights the importance of improving the business environment by deregulation, but with particular emphasis on SMEs including micro enterprises. However, a number of legal provisions are of declarative character and despite all the efforts made in order to improve business environment, the regulatory burden on SMEs is growing steadily [1].

The next issues include considerable obstacles for conducting business in Ukraine transparently; widely rooted corruption; markets monopolization, open lobbying and government preferences for the big companies. *Additionally*, the overall vulnerability of business, unprofessional management and organizational weaknesses also slow down the development of SME sector in Ukraine.

Consequently, decentralization gives a lot of new opportunities for regional and local development and means high responsibilities in decision-making about priorities of the local development. In this case SMEs development remains a strategically important objective for authority, business and community. It greatly needs the formation of the entrepreneurial thinking and behavior, business knowledge and skills among locals considering professional, gender and age specifics.

References

1. Malolitneva V. Reduction of Regulatory Burden on Small and Medium Enterprises: European Experience. VoxUkraine, 2015. UPL : <http://archive.voxukraine.org/2015/11/23/reduction-of-regulatory-burden-on-small-and-medium-enterprises-european-experience/>
2. Pokaznyky strukturnoi statystyky po subiektakh hospodariuvannia z rozpodilom za yikh rozmiramy. State Statistics Service of Ukraine. 2017. UPL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Boiko A. Regional development planning in Ukraine. Herald of Kyiv National University of Trade and Economics. 2017. №1. P. 19–35.

Бондарь С.В., канд. экон. наук, доц.,
Казакевич Л.А., канд. физ.-мат. наук, доц.,
УО «Белорусский государственный аграрный
технический университет», г. Минск

ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПОДУКЦИИ АПК РЕГИОНА

Молочная отрасль является важной составляющей пищевой промышленности Республики Беларусь. Наша страна полностью обеспечивает потребности внутреннего рынка в молоке, производство которого в расчете на душу населения в 3 раза превышает его удельное потребление. Доля продукции молочной отрасли на протяжении последних лет занимает третье место в общем объеме экспорта. В 2015 г. Беларусь экспортировала 316,9 тыс. т молока и сливок несгущенных, 212 тыс. т молока и сливок сгущенных и сухих, 84,4 тыс. т сливочного масла, 205 тыс. т сыра и творога. Доля белорусского экспорта молочной продукции в Россию составляет 90%.

Сегодня в Республике Беларусь около 40 предприятий, занимающихся переработкой молока. В условиях конкурентной рыночной экономики выставочная деятельность предприятий представляет существенный резерв для повышения их эффективности и конкурентоспособности, способствуют развитию экспортного потенциала.

Проведем анализ выставочной деятельности ОАО «Глубокский молочно-консервный комбинат».

ОАО «Глубокский МКК» является одним из крупнейших производителей молочных продуктов как в Республике Беларусь, так и в странах СНГ. Основной вид деятельности предприятия – переработка молока, выработка и реализация молочных консервов, цельномолочной продукции, сухого обезжиренного и цельного молока, сыров, масла и т.п. продукции.

Широта ассортимента составляет 13 групп. Максимальная глубина отмечается по ассортиментным группам «молоко сгущенное с сахаром» – 18, «сыры полутвердые» – 13. Общий показатель насыщенности ассортимента составляет более 90. Эти показатели говорят о том, что на предприятии много внимания уделяется формированию ассортимента с учетом требований различных групп потребителей.

Удельный вес экспорта в объеме реализованных товаров ОАО «Глубокский МКК» составляет около 40%. За минувший год

экспортировано продукции на 34 млн. долл. Основным внешнеэкономическим партнером комбината является Россия. Идут отгрузки в страны СНГ (Армения, Азербайджан, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Туркменистан, Украина) и дальнего зарубежья (США, Израиль, Литва, ОАЭ).

Маркетинговая стратегия и исследования ОАО «Глубокский МКК» показали, что важное место в расширении экспортных возможностей предприятия отводится выставочной деятельности, позволяющей демонстрировать и представлять свои товары для большого количества потенциальных потребителей, продвинуть продукцию на зарубежные рынки и установить новые торговые и деловые контакты.

В 2016 г. предприятие приняло участие в специализированных выставочно-ярмарочных мероприятиях в Минске, Витебске, Москве, Санкт-Петербурге, Астане, в ходе которых с целью расширения партнерских отношений и наращивания объемов поставок продукции прошли переговоры с постоянными партнерами из Москвы, Кемерово, Калининграда, Актобе, Павлодара и др. городов.

Молочная продукция, производимая на ОАО «Глубокский МКК», стала лауреатом конкурса «Лучший продукт» в рамках международной выставки «Продэкспо-2016». В результате участия в выставке продукция комбината завоевала следующие награды:

- Золотая медаль за «Молоко питьевое стерилизованное 3,2% жирности» (упаковка Брик Асептик);
- Золотая медаль за «Молоко сгущенное с сахаром и цикорием 7,0% жирности» (в жестебанке);
- Золотая медаль за «Сливки сгущенные с сахаром 19% жирности» (упаковка туба).

В рамках выставки «Петерфуд – 2016» (г. Санкт-Петербург) ОАО «Глубокский МКК» удостоено золотой медали за молоко сгущенное стерилизованное со стевией м.д.ж. 6,8 % в ж/б, в номинации «Инновации в составе продукта».

ОАО «Глубокский МКК» развивает отношения и со странами Ближнего Востока. Участием предприятия на выставке «Gulfood 2016» (Международная ближневосточная выставка продуктов питания и гостеприимства, Дубай) содействовала компания «TrofinaFood», которая являлась участником «Gulfood 2016» и на своем стенде представляла в том числе продукцию комбината.

В результате участия в выставке представители комбината познакомились со многими ее участниками, которые занимаются продвижением известных брендов или имеют собственное производство.

Также провели ряд переговоров, целью которых было налаживание контактов и обмен опытом работы на рынке ОАЭ.

Одной из задач при посещении Объединенных Арабских Эмиратов было проведение переговоров с представителями компании «TrofinaFood» г. Шарджа. Главным вопросом, обсуждаемым на встрече, был вопрос отработки технологии производства крема по рецептурам компании-заказчика, так же определили решение спорных вопросов по окончательной рецептуре использования ароматизатора и стабилизатора.

В ходе переговоров руководители компании «TrofinaFood» проявили интерес к поставкам концентрированного молока в жестебанке. Компанией выдвинуты предложения по расфасовке данного молока в банку 410 грамм с частично вскрываемой крышкой (partlyopen). При соблюдении всех условий и требований заказчиков, предполагаемые объемы отгрузки концентрированного молока могут достигнуть 30 контейнеров в месяц.

Большой интерес проявили арабские компании к крему с растительными добавками. В случае доработки технологии и доведения рецептуры крема с растительными жирами до уровня требований заказчика, данная мера позволит увеличить предполагаемый объем экспорта в ОАЭ до 2 контейнеров в месяц.

Таким образом, основным инструментом для продвижения продукции ОАО «Глубокский МКК» на зарубежные рынки является участие предприятия в выставках. В связи с этим следует:

- уделить особое внимание ежегодному участию в международной выставке «Продэкспо» в г. Москве. Эта выставка является самым авторитетным ежегодным событием в сфере продовольствия и напитков. «Продэкспо» способствует продвижению и реализации продукции наиболее эффективно и является самой результативной из международных выставок;
- продолжать дальнейшее сотрудничество со странами Ближнего Востока, ориентируясь на вкусы и предпочтения местного населения;
- изучить спрос на молочную продукцию с целью определения потребности на ближайшую перспективу, что даст возможность разработки новых видов продукции, востребованных на рынке.

ІНТЕГРАЦІЙНА ЕКОДИПЛОМАТІЯ В РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПАРТНЕРСТВА

Глобальні реалії міжнародних економічних відносин ознаменовані атрибутами не лише прогресивності, але й екологічної регресивності. Масштабність природо-перетворювальної діяльності людства, виявляє нову складність його балансування між конкуренцією і співробітництвом задля підтримання еволюційних зрушень. Оскільки проекція імпульсів конкуренції на життєдіяльність має як позитивні, так і негативні наслідки. У зв'язку з цим, прагнення країн до конструктивізму в розв'язанні політичних, економічних, соціальних і екологічних проблем орієнтовані на посилення дипломатії контактів.

Визначальною силою впливу на ці процеси є оновлення формату європейського партнерства внаслідок збільшення транснаціональних ризиків у забезпеченні еколого-економічного благополуччя. Наявні та потенційні загрози для суспільства корелюються між собою і мають різні точки дотику і біфуркацій у перетині сфер взаємодії: економічної, політичної, енергетичної, ресурсної, інформаційної, культурної та ін. У відповідь на глобальний меседж утворюється нова архітектоніка міжнародної конкуренції, інноваційного бізнесу, ділової культури й підприємництва на засадах інтеграційної дипломатії (рис.1).

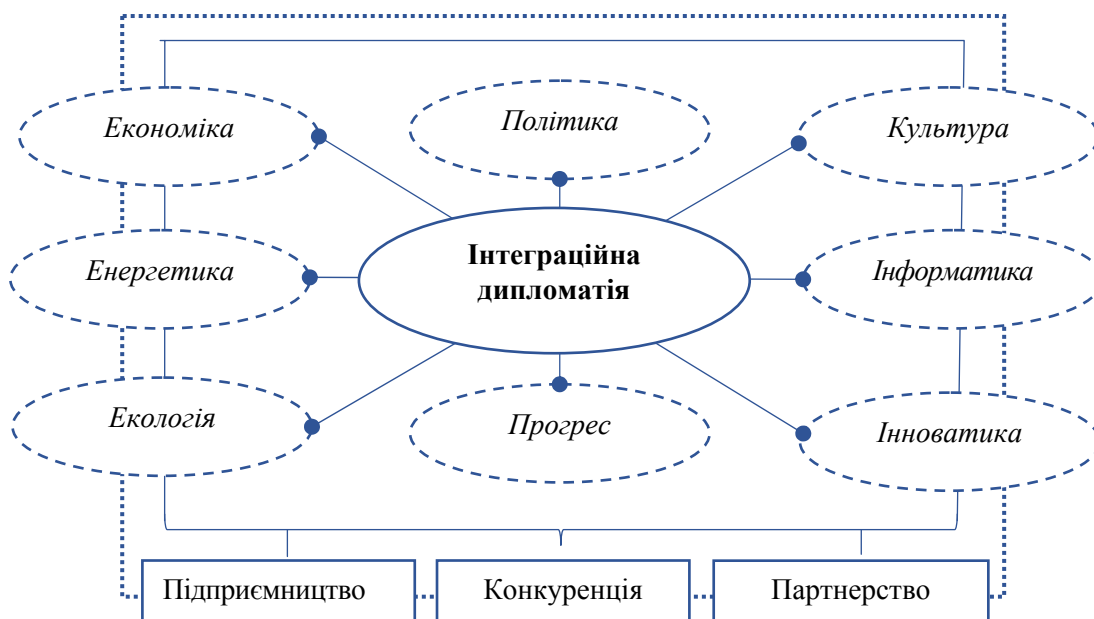


Рис. 1. Визначальні сфери застосування інтеграційної дипломатії

Саме тому європейське партнерство орієнтоване на консолідацію зусиль щодо зміцнення миру й безпеки в регіоні, посилення екологічного контролю і моніторингу в просторі взаємодії країн із використанням інформаційного та інноваційного забезпечення [1]. Наприклад, за сприяння Міністерства оборони Нідерландів у 2017 р. відбулась міжнародна конференція «Future Force Conference» (м. Гаага, Нідерланди) – інноваційна платформа високого рівня порозуміння, функціонування якої базується на принципі: «Від партнерства до екосистеми : об'єднання зусиль задля безпечнішого світу». В рамках проведеної міжнародної акції взяли участь ряд інноваційних компаній та дослідних установ, таких як «Нідерландська організація прикладних наук та досліджень» (TNO), «Делфтський технічний університет», «WakaWaka», «Fairphone», «Thales Nederland BV». Представники Посольства України в Королівстві Нідерланди, Міністерства оборони України та Кризового медіа центру долучились до обговорення питань гібридної війни та її наслідків, у т. ч. екологічних [2].

Розвиток інноваційної культури підприємництва з елементами екологічної дипломатії також присутній у форматі міжнародного діалогу на Всесвітньому економічному форумі в Давосі. Презентація нових інвестиційних можливостей України є стратегічним завданням для покращення її іміджу в світі, залучення венчурного капіталу та розширення напрямів еколого-економічного співробітництва. Зокрема, одним з активних учасників і послом на цьому форумі в 2017 р. була Українська асоціація венчурного капіталу і прямих інвестицій (UVCA).

Популяризація бізнес-ідей з використанням контенту міжнародної еко-дипломатії спрямована на: кооперацію господарюючих суб'єктів в екологічній сфері діяльності на засадах ринкових інновацій; покращення рівня компетентності країн в ідентифікації причин виникнення національних і транскордонних екологічних проблем; політику медіації і превентивних заходів у недопущенні екологічних конфліктів; збільшення підприємницьких ініціатив у реалізації соціально-екологічних проектів. Європейське партнерство в контексті завдань еко-дипломатії засвідчує зміну «підприємницького образу» і зовнішньополітичних орієнтирів у формуванні країнами інтеграційного потенціалу економічного розвитку та екологічної безпеки.

Список використаних джерел

1. Економічна безпека України в умовах глобалізаційних викликів: монографія за заг. ред. А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 718 с.
2. Інтернет-ресурс.URL: <http://netherlands.mfa.gov.ua> /13.02.2017

Бутова Т.Ю., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Умови сьогодення вимагаються захищеності фінансових інтересів суб'єктів господарювання, забезпеченості їх стабільного розвитку, а також ефективного функціонування в довгостроковій перспективі.

Здатність підприємства торгівлі стабільно розвиватися визначається міцністю його фінансового стану, ефективністю фінансової діяльності, а також стійкістю до впливу будь-яких негативних факторів, що в цілому характеризують рівень його фінансової захищеності. Таким чином, першочерговим завданням організації ефективної роботи підприємства у сфері торгівлі є формування та забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки.

Дослідженням проблеми фінансової безпеки підприємства, виділенням факторів, які визначають її рівень, а також розробкою підходів до управління нею займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: І.О. Бланк, О.І. Барановський, Л.А. Загорільська, К.В. Горячева, Н.А. Гринюк, Р.С. Папехін та багато інших.

У той же час, питання формування та забезпечення фінансової безпеки підприємства торгівлі потребує свого подальшого поглиблення. З'ясування напрямів забезпечення фінансової безпеки передбачає, розгляд сутності цього поняття.

Так, Р.С. Папехін вбачає під фінансовою безпекою, здатність підприємства самостійно розглядати і проводити фінансову стратегію відповідно до мети загальної корпоративної стратегії в умовах невизначеності й конкурентного середовища [1, с. 4].

К.С. Горячева відзначає, що фінансова безпека підприємства – такий його фінансовий стан, який характеризується збалансованістю і якістю фінансових інструментів, технологій і послуг, стійкістю до загроз, здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію власних фінансових інтересів, місій і завдань достатніми обсягами фінансових ресурсів, а також забезпечувати ефективний і сталий розвиток цієї фінансової системи [2, с. 96].

І.О. Бланк говорить, що фінансова безпека підприємства являє собою кількісно і якісно детермінований рівень його фінансового стану, який забезпечує стабільну захищеність його пріоритетних збалансованих фінансових інтересів від ідентифікованих реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, параметри яких визначаються на

основі його фінансової філософії і створюють необхідні передумови фінансової підтримки його сталого розвитку в поточному й перспективному періоді. Крім того, науковець визначає умови забезпечення фінансової безпеки підприємства, а саме: високий рівень гармонізації, узгодження фінансових інтересів підприємства з інтересами навколишнього середовища; наявність на підприємстві стійкої до загроз фінансової системи, яка спроможна забезпечувати реалізацію фінансових інтересів, місії та завдань; збалансованість і комплексність фінансових інструментів, що використовуються на підприємстві; постійний розвиток фінансової системи суб'єкта господарювання [3].

Серед різноманітних визначень до поняття «фінансова безпека підприємства» спостерігається наявність спільних рис та підходів до його трактування: забезпечення достатнім обсягом та ефективне використання фінансових ресурсів, протистояння загрозам зовнішнього та внутрішнього середовища, захищеність фінансових інтересів підприємства та підтримка рівня стійкості в оптимальних значеннях.

Основою для формування та забезпечення фінансової безпеки підприємства торгівлі має стати низка заходів направлених на:

- максимізацію рівня прибутку;
- підвищення рівня фінансової стійкості, рентабельності активів та власного капіталу;
- наявність достатнього рівня фінансових ресурсів;
- зниження рівня загроз та небезпек, що впливають на діяльність підприємства як ззовні, так і зсередини

Таким чином, процес забезпечення фінансової безпеки підприємства торгівлі має включати такі напрями: збалансованість фінансових ресурсів, що використовуються на підприємстві; підтримка високого рівня платоспроможності та ліквідності; протистояння факторам зовнішнього і внутрішнього фінансового середовища; здійснення оцінки стратегічних фінансових можливостей розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Папехин Р.С. Индикаторы финансовой безопасности предприятий : автореф. дисс. канд. экон. наук / Р.С. Папехин. – Волгоград : Волгоградское научное изд-во, 2007 – 16 с.
2. Горячева К.С. Формування механізму забезпечення фінансової безпеки підприємства / Горячева К.С. // Менеджер. – 2004. – №2 (28). – С. 96-103.
3. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И.А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.

**Быкова Е.Ю., м.э.н., старш. препод.,
УО «Белорусский государственный аграрный технический
университет», г. Минск**

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПТИЦЕВОДЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОЭФФИЦИЕНТА ИННОВАТИВНОСТИ ТАТ

В настоящее время перед птицеводческими организациями Республики Беларусь стоит задача инновационного преобразования аграрной экономики. Государство на различных уровнях сегодня заявляет о своей готовности инвестировать в инновационные проекты и программы в рамках развития сельскохозяйственного производства.

В соответствии с Государственной программой инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы развитие сельского хозяйства будет обеспечено за счет освоения новых инновационных технологий, технологической модернизации и автоматизации сельскохозяйственного производства, совершенствования системы контроля безопасности сельскохозяйственной продукции [1].

Технологическая модернизация, постоянный процесс совершенствования и обновления продукции, повышение квалификации и рост уровня знаний работников птицеводческой отрасли – одни из приоритетных направлений инновационного развития.

Инновационный потенциал организации – мера готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т.е. мера готовности к реализации проекта или программы инновационных стратегических изменений:

- совокупность инноваций, находящихся в различных стадиях научно-воспроизводственного цикла;
- неиспользуемые резервы техники, технологий, кадров и организации в аппарате управления;
- неработающие запасы новых технико-технологических средств;
- творческий потенциал коллектива [2, с. 70].

Проблематика высококонкурентного и быстроразвивающегося рынка птицеводческой отрасли влечет за собой необходимость оценки и анализа инновационной активности и восприимчивости. Данные аспекты отражены в показателе инновативности ТАТ, который характеризует время с момента осознания потребности или спроса на новый продукт до момента его внедрения на рынок в больших количествах.

Иновативность ТАТ включает следующие элементы:

- обновляемость продукции – коэффициент, который характеризует соотношение новой и старой продукции в годовом плане производства;
- обновляемость технологии и технологического оборудования характеризует интенсивность обновления технического оборудования и исчисляется как отношение стоимости вновь поступившего оборудования за отчетный период к его стоимости на конец этого же периода;
- обновляемость знаний персонала представляется как оценка квалификационного и профессионального роста сотрудников организаций птицеводческой отрасли;
- обновляемость организационных структур является наиболее сложной категорией, которая несет качественную характеристику степени изменений в организационных и корпоративных структурах организаций [3].

Из полученных данных итогового показателя иновативности ТАТ птицеводческих организаций Минской области можно проследить тенденцию роста иновационного восприятия и развития, особенно в 2015–2016 гг. в сравнении с 2014 г. Высокие показатели присутствуют у таких организаций как ОАО «Агрокомбинат «Держинский», ОАО «Смолевичи Бройлер», СПК «Агрокомбинат «Снов», РУСПП «Слуцкий ППЗ», ОАО «Солигорская птицефабрика». Наличие стабильного значения показателя влечет за собой возможность своевременного реагирования организаций и необходимость иновационного развития отрасли.

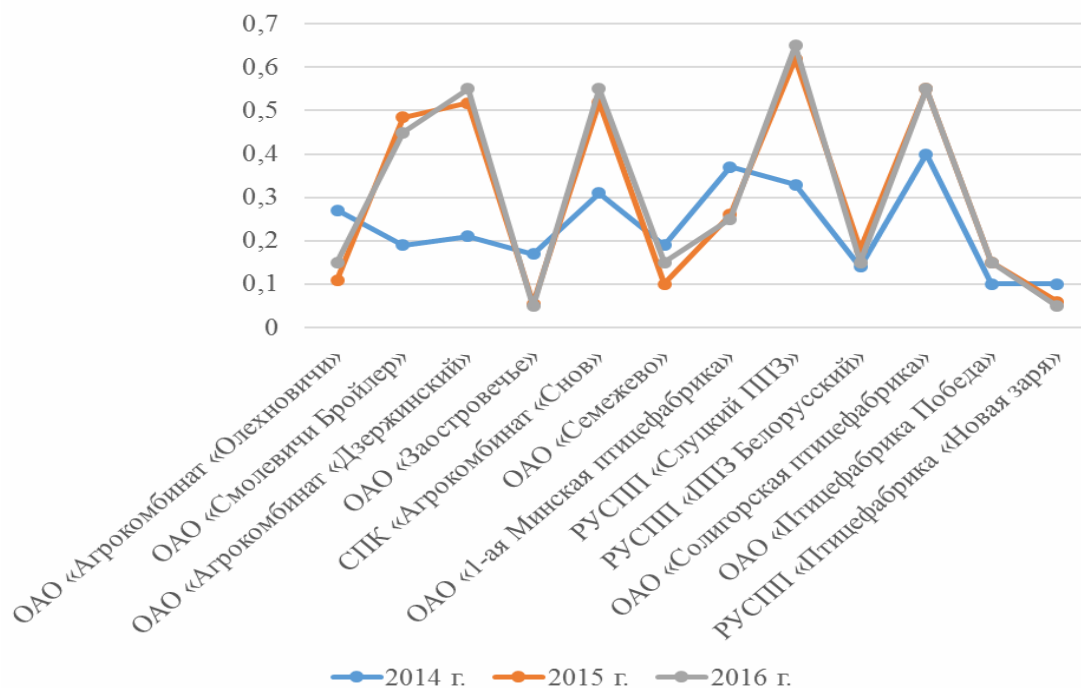


Рис. 1. Показатели иновативности ТАТ птицеводческих организаций Минской области

Полноценный и постоянный учет показателя инновативности ТАТ на текущий момент – основа оценки инновационного потенциала как возможности и необходимости развития организации.

Следовательно, рост показателя инновационного потенциала птицеводческой организации возможен за счет:

1. Активного внедрения и повсеместного информирования сотрудников организации об инновациях, инновационных проектах как в рамках самой организации, так и за ее пределами.

2. Проведения постоянного учета технического оснащения организации: высвобождение незадействованных основных средств и своевременная их замена на новое оборудование.

3. Повышения уровня самоактуализации и поддержание творческого потенциала сотрудников предприятия, его восприимчивости к инновационным изменениям в организации.

4. Создания инновационных организационных структур, гибких к тенденциям изменения рынка птицеводческой отрасли.

Список использованных источников

1. Государственная программа инновационного развития на 2016–2020 гг. [Электронный ресурс]. – Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. – Минск, 2017. – Режим доступа: <http://www.gknt.gov.by/opencms/opencms/ru/innovation/inn2>. – Дата доступа: 25.04.2017.
2. Сорокин, А. П. Управление современным производством: учебное пособие / А.П. Сорокин. – Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2014. – 226 с.
3. Быкова, Е.Ю. Методика оценки инновативности как фактора модели стратегического развития организаций птицеводческой отрасли / М.М. Радько, Е.Ю. Быкова // Агропанорама, 2015. – № 6. – С. 41–45.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТОВАРНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Перехід економіки України до ринкових відносин та пов'язані з цим процеси докорінно змінили економічне, інформаційне та правове середовище функціонування підприємств роздрібною торгівлі. За цих умов успішне функціонування кожного конкретного підприємства торгівлі залежить від рівня організації його діяльності, від оптимального використання наявних товарних ресурсів. Раціонально організований процес управління товарними ресурсами дає можливість сформувати необхідний торговий асортимент товарів для забезпечення населення в роздрібній торговельній мережі, забезпечувати збалансованість між попитом населення і товарною пропозицією, підтримувати необхідну повноту і глибину асортименту, регулювати рівень та структуру товарних запасів, завдяки чому забезпечується виконання планів товарообороту та інших показників господарської діяльності підприємств роздрібною торгівлі.

Функціонування економічного механізму будь-якого суспільства, в якому продукти виробництва виступають товаром, неможливе без взаємного обміну продуктами виробництва за законом вартості. Саме товарне виробництво зумовлює необхідність товарно-грошового обміну і доведення товару зі сфери виробництва до сфери споживання. З одного боку, торгівля опосередковує обмін у товарно-грошовій формі й створює умови для розвитку відтворювального процесу. З іншого боку, вона забезпечує реалізацію форм вартості товару, тобто задоволення особистих та суспільних потреб у товарах та послугах [1, с. 32].

Специфіка діяльності підприємств торгівлі полягає у доведенні товарів до кінцевого споживача, що є завершальним етапом їх просування зі сфери виробництва до сфери споживання. Одночасно, доводячи товар до споживача торгівля реалізує інтереси всіх учасників товарного обміну. За визначенням Дж. Ходжсона обмін представляє собою двосторонній трансфер благ, послуг або грошей між агентами, що передбачає передачу права власності [2, с. 221]. Важливість товарних ресурсів викликана специфікою діяльності торгівлі, як галузі в цілому так і функціями, які вона виконує. Насамперед це пов'язано з тим, що сам розвиток і функціонування торгівлі в усіх видах економіки обумовлені існуванням товарного

виробництва та процесом відособлення торгівлі від виробництва. За твердженням С.М. Мовшович [3, с.53-54] внутрішня торгівля дозволяє звільнити сферу товарного виробництва від необхідності самостійно реалізовувати вироблені товари, останнє призвело б до розпилення і неефективного використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Тобто торгівля виконує дві загальні функції: як форма товарного обігу здійснює зміну форми вартості; як галузь економіки – доводить товари від виробника до споживача. Торгівля з одного боку здійснює стимулюючий вплив на виробництво споживчих товарів, сприяючи вдосконаленню асортименту і підвищенню якості товарів, а з іншого боку впливає на товарну пропозицію на споживчому ринку відповідно до його вимог, шляхом формування товарного асортименту, розширення обсягів реалізації. На думку В.С Марцина, крім основної функції забезпечення руху товарів від виробника до споживача, торгівля виконує регулятивно-контрольну і стимулюючу функцію [4, с.37-41].

З огляду на перелік основних функцій торгівлі особливе значення у складі матеріального елементу ресурсів відводиться товарним ресурсам. Функціонування підприємств торгівлі базується на наявності у них товарних ресурсів. Як справедливо зазначає Г.Г.Іванов, недостатня кількість або відсутність на підприємствах роздрібно торгівлі товарних ресурсів може призвести до збоїв у реалізації товарів [5, с. 352].

Товарні ресурси підприємства роздрібно торгівлі – це специфічний елемент ресурсного потенціалу та складова матеріальних ресурсів, яка представляє собою сукупність споживчих товарів, що відповідають встановленим параметрам та призначені для подальшої реалізації індивідуальним та колективним споживачам для забезпечення безперебійної реалізації та досягнення підприємством роздрібно торгівлі встановлених цілей розвитку торговельної діяльності.

Джерелами формування товарних ресурсів для підприємств торгівлі є продукція промисловості, продукція сільського господарства та переробної промисловості, підсобних господарств, імпорту, товарообмінні операції, перехідні товарні запаси.

За твердженням професора Мазаракі А.А. в умовах всезагальних і всебічних домовленостей та поступок ринок є інститутом вільного обміну, а торгівля бере безпосередню участь в ринковому способі організації людської діяльності [6, с. 299]. Підприємства торгівлі повинні забезпечувати ритмічний продаж товарів, які відповідають споживчому попиту за асортиментом, кількістю та якістю.

Необхідною умовою забезпечення процесу реалізації товарів підприємством торгівлі є наявність у нього товарних ресурсів, які є матеріальною основою для розвитку товарообороту. Недостатня кількість або відсутність товарних ресурсів може призвести до зниження обсягів реалізації та недоотримання прибутку.

Особливістю діяльності підприємств роздрібної торгівлі, на відміну від підприємств оптової торгівлі, є реалізація товарів переважно для кінцевого споживання. Відповідно процес формування товарних ресурсів повинен бути спрямований на задоволення попиту кінцевого споживача, що передбачає розробку збалансованого асортименту товарів, який в раціональних співвідношеннях поєднує товари різних товарних груп залежно від потреб ринку; підтримання господарських відносин з великої кількістю постачальників товарів; здійснення постійного моніторингу пропозиції на ринку споживчих товарів та відбір найбільш доцільних джерел забезпечення підприємства товарними ресурсами; здійснення постійного моніторингу можливих цін закупівлі та реалізації товарів, порівняння їх з цінами підприємств-конкурентів. Для забезпечення ефективної господарської діяльності підприємствам роздрібної торгівлі потрібно не тільки забезпечити надходження товарів, які є конкурентоспроможними за якістю, ціною і структурою пропозиції, а ще й забезпечити конкурентоспроможні умови постачання товарів.

Список використаних джерел

1. Комерційна діяльність : підручник / за ред. проф. В.В.Апопія. – Вид. 2-ге, переорбл. і допов. – К.: Знання, 2008. – 558 с.
2. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты : Манифест современной институциональной экономической теории / Дж. Ходжсон: пер. с. англ. – М.: Дело, 2003. – 464 с.
3. Мовшович С.М. Процедуры двусторонней торговли / С.М. Мовшович // Экономика и матем. методы. – 2006. – № 3. – с.53-54.
4. Марцин В.С. Трансформація функцій торгівлі в діяльності ринкових структур / В.С. Марцин // Фінанси України. – 2003. – № 11. – с.37-41.
5. Экономика организации (торговля) : учебник / Г. Г. Иванов. – М.: ИД ФОРУМ; ИНФРА-М, 2012. – 352 с.
6. Мазараки А.А. Торговля: история, цивилизация, мораль / А.А. Мазараки. – К.: Книга, 2010. – 624 с.

РОЛЬ ИННОВАЦИЙ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ

Современное развитие экономики характеризуется непрерывным увеличением роли инноваций как ключевого фактора успеха в конкурентной борьбе. Перед отечественным производственным комплексом остро стоит проблема низкой инновационной активности предприятий. Добиться стратегического доминирования на глобальном рынке можно посредством реализации инноваций, поэтому важной особенностью экономического роста является переход к непрерывному инновационному процессу.

Одна из наиболее актуальных проблем белорусской экономики – повышение конкурентоспособности промышленности за счет ее технологического переоснащения и подъема наукоемких отраслей производства, создающих высокую добавленную стоимость. Поэтому возникает острая необходимость в получении предприятиями доступа к передовым технологиям.

В Беларуси вплоть до последнего времени инновационная деятельность осуществлялась исключительно в крупных государственных учреждениях, управляемых посредством волевых решений бюджетного финансирования и планирования, но без учета особенностей и закономерностей самого инновационного процесса.

Существует множество форм управления инновациями на самых разных уровнях: от подразделений корпораций до государства, в целом призванного в современных условиях осуществлять специальную экономическую политику. Как и практически всякая иная политика, она неодинакова в разных странах, хотя и подчинена одной и той же цели: стимулированию инновационной активности и развитию научно-технического потенциала.

Место и роль инновационной политики в структуре государственного регулирования экономики определяются особенностями инновационного процесса как объекта управления. Он в большей степени, чем другие элементы НТП, связан с товарно-денежными отношениями, последующими все стадии его реализации. Это обстоятельство вполне убедительно проявляется в условиях регулируемой рыночной экономики. Основная масса инновационных процессов реализуется здесь частными компаниями разного уровня и масштаба, и такие процессы выступают, понятно, не как самостоятельная цель, а как средство лучшего решения производственных и коммерческих

задач компании, добивающейся высокой прибыльности. В этих обстоятельствах инновация изначально нацелена на практический коммерческий результат.

В мировой экономической литературе «инновация» интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях. Проблематика нововведений в нашей стране на протяжении многих лет разрабатывалась в рамках экономических исследований НТП.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам. Инновация может быть рассмотрена как в динамическом, так и в статическом аспекте. В последнем случае инновация представляется как конечный результат научно-производственного цикла (НПЦ).

Разработка, внедрение в производство новой продукции имеют для фирм важное значение как средство повышения конкурентоспособности и устранения зависимости фирмы от несовпадения жизненных циклов производимой продукции. В современных условиях обновление продукции идет довольно быстрыми темпами.

Инновационная деятельность – это сфера разработки и практического освоения технических, технологических и организационно-экономических нововведений, которая включает не только инновационные процессы, но и маркетинговые исследования рынков сбыта товаров, их потребительских свойств, а также новый подход к организации информационных, консалтинговых, социальных и других видов услуг. [1, с. 23]:

Можно сказать, что инновационная деятельность – это деятельность по созданию, доведению научно-технических идей, изобретений, разработок до результата, пригодного для практического использования и распространения. Она включает все виды научной деятельности, а также проектно-конструкторские, технологические, опытные работы, деятельность по освоению инноваций и их реализацию.

Инновационная деятельность базируется на системном подходе, который раскрывается через реализацию следующих принципов [1, с. 45]:

– системный подход к управлению инновационной деятельностью предполагает рассмотрение перемещения результатов научного труда в рамках полного цикла «наука – производство», т.е. от возникновения научных идей до их применения на практике;

– при проведении научных исследований должна обеспечиваться взаимосвязь всей совокупности работ и мероприятий во всем единстве экономических, информационных, социально-психологических и организационных связей;

– процесс достижения цели инновационной деятельности следует рассматривать как упорядоченную совокупность характеристик промежуточных состояний исследования и прогнозирования путей его дальнейшего развития;

– все составляющие инновационной деятельности должны быть строго ориентированы на достижение единой цели, формируемой на основе анализа внешней потребности;

– на всех уровнях управления инновационной деятельности должно обеспечиваться единство управления, взаимосвязь всех его функций, включая прогнозирование (прогнозирование потребностей, путей достижения целей, требуемых ресурсов, последствий принимаемых решений), планирование и оперативное управление;

– обеспечение инновационной деятельности должно носить;

– комплексный характер, включая кадры, финансы, материально-техническое обеспечение, информацию, т.е. цели должны быть увязаны с ресурсами.

Список использованных источников

1. Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент / Под ред. Л.Н. Оголевой. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 238 с

Волобуєв М.І., канд. мед. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ФУНКЦІЙ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ

Практика менеджменту свідчить про те, що менеджер ефективний лише за умови його здатності ефективно керувати в першу чергу самим собою – своїм власним часом, своїми здібностями, емоціями тощо. Виходячи з цього, на сьогодні важливішою проблемою виступає не визначення можливостей покращення роботи

підприємством, а визначення шляхів удосконалення процесу управління менеджером власними ресурсами – часом, особистісними характеристиками, емоціями, вчинками тощо.

Діяльність менеджера реалізується через певні види діяльності, через які він впливає на підлеглих та процеси – через функції менеджменту. Відповідно, управління самим собою – самоменеджмент, теж повинен реалізовуватися через певні функції самоменеджменту.

Лотар Зайверт наголошує, що робота менеджера з управління самим собою полягає у виконанні певного «Кола правил», які по суті представляють собою функції самоменеджменту – постановка мети, планування, прийняття рішень, реалізація і організація, контроль, інформація і комунікації [2].

В.Т. Шатун за результатами власних досліджень підтверджує думку Л. Зайверта, що в самоменеджменті слід визначати такі функції, як: визначення мети, планування, рішення, організація і реалізація, контроль [4].

Професор Семенов А.К. зазначає, що самоменеджмент керівника містить в собі необхідність виконання таких функцій, як: 1) постановка мети, 2) планування особистого часу менеджера, 3) визначення пріоритетів, 4) складання розпорядку дня та організація трудового процесу, 5) самоконтроль та коригування цілей [3].

А Алексєєв навіть пропонує використовувати для визначення функцій менеджменту та самоменеджменту так званий цикл Шухарда, або цикл Деминга. В цьому циклі відбувається постійне циклічне повторювання виконання функцій планування – виконання – контролю – управляючої дії [1].

На нашу думку, питання визначення певного необхідного переліку функцій в самоменеджменті достатньо складне та неоднозначне. Але власний досвід та передовий досвід сучасних дослідників свідчить про можливість перегляду поглядів на цю проблему. Слід винести «прийняття рішення» за межі переліку функцій, оскільки процес прийняття рішення є обов'язковою складовою всіх функцій як в менеджменті, так і в самоменеджменті. Менеджер приймає рішення під час постановки мети, планування, під час самоконтролю тощо.

Вважаємо, що функції управління менеджером власними ресурсами слід розширити та викласти у такій редакції (рис. 1).

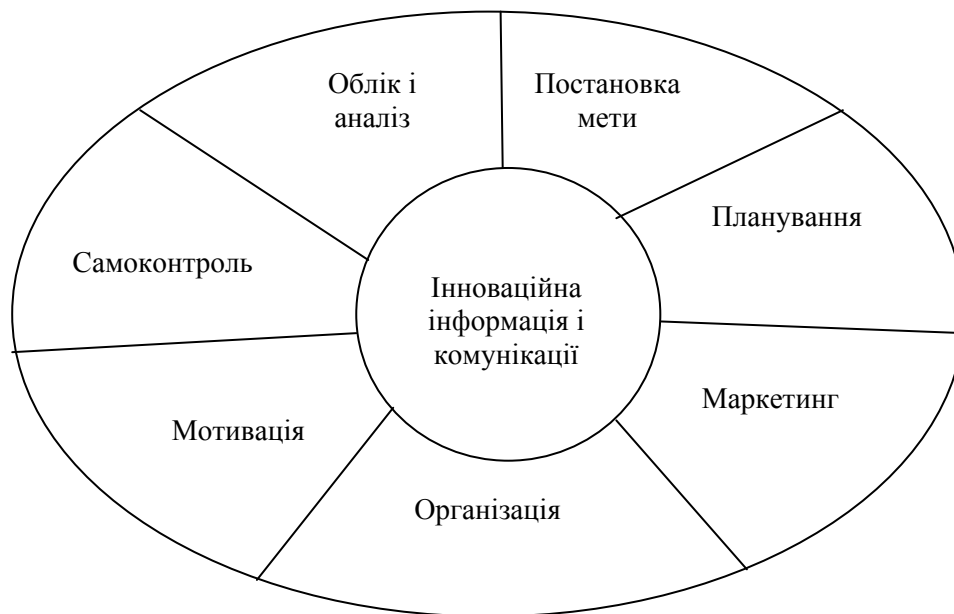


Рис. 1. Функції самоменеджменту (розробка автора)

Так, пропонується додати функцію «маркетинг». Реалізація функції «маркетинг» допоможе менеджеру дослідити власні ресурси та визначитися з тими, що сприятимуть особистій ефективній діяльності – особисті переваги, сильні сторони. Крім того, через реалізацію функції «маркетинг» менеджер визначається з тим, що йому буде заважати в його діяльності – слабкі сторони. Функція «маркетинг» дозволяє ще до початку реалізації запланованих заходів з досягнення поставленої мети визначитися менеджеру – чи є у нього ресурси для цього.

Пропонується ввести ще одну нову функцію – «мотивація». Правильно обрана мотивація не залишається поза увагою підлеглих і тому стає основою для їх мотивування та базовим елементом програми стимулювання менеджером свого персоналу.

Звична вже функція контролю в самоменеджменті трансформується в функцію «самоконтроль». Достатньо складна для повноцінної реалізації функція, оскільки вимагає від менеджера правильно побудованої мотивації для досягнення поставленої мети.

За звичною вже функцією контролю пропонується додати ще функцію «облік і аналіз». Через реалізацію цієї функції менеджер має можливість підвести підсумки виконаної роботи, облікувати його параметри. При цьому може бути зроблений висновок не лише про те, чи досягнута поставлена мета. Облік та аналіз отриманого результату дає можливість дати правильну оцінку всім попередньо реалізованим функціям.

Додаткова функція «інформація і комунікація» потребує невеличкого уточнення. Можливо, слід додати до назви функції слово «інноваційні». Менеджер не лише під час організації роботи свого підрозділу або організації, але й під час побудови процесу самоменеджменту повинен користуватися переважно сучасною інформацією та будувати комунікації з використанням сучасних доступних інновацій.

Висновки. При тому, що питання функцій самоменеджменту знаходиться в області пильної уваги науковців вже достатньо тривалий час, відсутня узгоджена точка зору про кількість та склад цих функцій самоменеджменту.

Більшість науковців сходяться у думці, що до функцій самоменеджменту слід відносити постановку мети, планування, прийняття рішення, реалізація і організація, контроль як основні функції та як додаткова – інформація і комунікація.

Аналіз сучасної літератури та власний практичний досвід дозволяє зробити припущення, що перелік функцій самоменеджменту потребує деякого перегляду. Пропонується розглядати функції самоменеджменту у такій редакції: постановка мети, планування, маркетинг, організація, мотивація, самоконтроль, інноваційна інформація і комунікація, облік і аудит. Зрозуміло, що висунута пропозиція потребує подальшого розвитку та глибокого вивчення.

Список використаних джерел

1. Алексеев А. Цикл менеджмента. Режим доступу: <http://manager.mpfmargtu.edusite.ru/p35aa1.html>
2. Зайверт Л. Ваше время – в Ваших руках: (Советы руководителям, как эффективно использовать рабочее время): Пер. с нем. / Л. Зайверт. – Москва : Интерэксперт : Инфра-М, 1995. – 267с.
3. Семенов А.К. Самоменеджмент руководителя <http://www.elitarium.ru/vremja-planirovanie-postanovka-celej-zadachi-rezultat-menedzher-rukovoditel-samomenedzhment/>
4. Шатун В.Т. Основи менеджменту: Навчальний посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – 376с.

**Ганечко І.Г., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет,
Зелінський Д.Е., асп.,
ПВНЗ «Європейський університет»**

УМОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОСИСТЕМИ

Інновації в сучасних умовах виступають драйвером продуктивності, конкурентних переваг, зростання вартості окремих підприємств та економічного зростання країн. Проте інноваційна діяльність не здійснюється суб'єктами відокремлено, вона передбачає взаємопов'язану діяльність окремих підприємців, корпоративних менеджерів, інвесторів, дослідників, науковців, венчурних капіталістів, представників державних служб тощо.

У цьому зв'язку все частіше зустрічається термін «інноваційна екосистема» в офіційних документах країн, в науковій літературі та в професійному підприємницькому мовленні.

Інноваційна екосистема – це сукупність організаційних, структурних і функціональних компонентів (інституцій) та їх взаємовідносин, задіяних у процесі створення та застосування наукових знань та технологій, що визначають правові, економічні, організаційні та соціальні умови інноваційного процесу та забезпечують розвиток інноваційної діяльності як на рівні підприємства, так і на рівні регіону та країни в цілому за принципами самоорганізації [1].

Самі учасники інноваційного процесу створюють інноваційну екосистему на основі інтеграції, проте економіка знань вимагає творчої взаємодії між основними гравцями : громадяни – підприємства – державні адміністрації – наукові школи.

Типовою інноваційною екосистемою є Кремнієва Долина в США, це приклад поєднання державної підтримки та приватних ініціатив. Достатньо розвиненою також є інноваційна екосистема Ізраїлю, формування науково-дослідницького середовища даної країни відбувалося, в тому числі, з активним використанням досвіду країн Європи та США. Ще в 1950-х рр. державою було створено закон про залучення інвестицій на територію країни, в якому сформульовано пільги для нових підприємств. В 1970-х рр. однією з перших бінаціональних програм BIRD (Israel-US Binational Industrial Research and Development Fund) була створена для спільних дослідницьких проектів між Ізраїлем та американськими компаніями. Крім того, держава надає гранти крупним, в т.ч. іноземним компаніям, які працюють в Ізраїлі, на проведення довгострокових досліджень – річний R&D бюджет повинен

складати не менше 20 млн долл., грант може покривати до 50% від бюджету дослідження [2].

Оскільки інноваційна діяльність суттєво залежить від умов середовища для ініціювання інновацій, першою такою умовою, як правило, розглядають державну фінансову підтримку. Проте відсутність державної фінансової підтримки інновацій в Україні – це не єдина проблема розвитку інноваційної екосистеми. В цілому роль державної політики у формуванні інноваційної екосистеми полягає як в сприянні результативності творчого процесу відкриттів через надання фінансової підтримки, так і через розвиток освіти й науки, інфраструктури або через вплив на попит (наприклад, здійснення державних закупівель).

Як показує світовий досвід, сьогодні темпи інноваційного розвитку значною мірою визначаються рівнем підготовки та кваліфікованістю працівників усіх рівнів. Українська система освіти недостатньо орієнтована на сучасні потреби бізнес-середовища, отримання необхідних технічних навичків.

Важливим для розвитку інноваційної екосистеми є показник ефективності регулювання, який передбачає: свободу бізнесу, свободу праці, валютну свободу (враховує інфляцію та контроль цін). Економічна свобода визначається такими чинниками як відкритість ринків, який враховує рівень фінансової свободи (характеризується ступенем незалежності центрального банку, рівнем впливу уряду на банківський сектор), інвестиційна свобода (рівень захисту прав інвесторів), торгова свобода (враховує наявність тарифних і нетарифних бар'єрів у торгівлі). Очевидним є факт обмеженості економічної свободи в Україні, що перешкоджає розвитку інноваційної екосистеми. Так, у щорічному рейтингу дослідницької організації Heritage Foundation серед країн за рівнем економічної свободи в минулому році Україна займала 162-е місце, а в рейтингу, опублікованому в 2017 році, 166-у позицію серед 180 країн і територій, залишаючись країною з «депресивною економікою» [3].

На ефективність функціонування інноваційної екосистеми впливає також культура взаємовідносин усіх учасників екосистеми. Функціонуючим в Україні суб'єктам ще потрібно звикнути до нової парадигми та концепції сучасності, яка вимагає прозорості та взаємної довіри в ділових стосунках усіх учасників інноваційної екосистеми.

Інноваційний цикл в екосистемі має відбуватися безперервно, тому необхідний комплексний підхід до розвитку інновацій в країні, що дозволить підвищити рівень привабливості для проведення

розробок як для транснаціональних компаній, стартапів та проектів на стадії зростання, так і для вчених. Елементи інноваційної екосистеми не можуть використовуватися відокремлено, різні інструменти повинні використовуватися паралельно й комплексно, що сприятиме переходу управління до мережевого співробітництва й відкритих інноваційних систем, створенню можливостей для ведення результативної інноваційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Федулова Л.І., Марченко О.С. Інноваційні екосистеми : сутність та методологічні засади формування / Л.І. Федулова, О.С. Марченко // Економічна теорія та право. – 2015. – № 2 (21). – С. 21-33.
2. Развитие инноваций в Израиле. Краткий обзор рынка, институты развития, законодательство, программы поддержки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://rosinfocominvest.ru/upload/iblock/419/419e406d2b01ce002862d7df0dbd121e.pdf>.
3. Country Rankings: World & Global Economy Rankings. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.heritage.org/index/ranking>.

Ганечко І.Г., канд. екон. наук, доц.,

Яковенко В.М., магістр,

Київський національний торговельно-економічний університет

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО У СФЕРІ БУДІВНИЦТВА АВТОДОРІГ В УКРАЇНІ

В Україні однією з найбільш нагальних проблем, яка має суспільне значення є якість автодоріг. Проблема заміни дорожнього покриття загострюється з кожним роком, а її вирішення потребує колосальних інвестицій для досягнення належного експлуатаційного рівня. За попередніми оцінками фахівців, для цих цілей необхідно виділяти близько 50 млрд грн на рік протягом як мінімум 10 років, щоб показати позитивний результат.

Питання фінансового забезпечення та окупності дорогих проектів в дорожній галузі, а також необхідність підвищення мотивації праці дорожньо-експлуатаційних організацій, які традиційно фінансуються з бюджету і повністю залежать від його стану, в країнах з ринковою економікою вирішуються через введення концесійних доріг.

Україна розташована у центрі Європи і її територією проходить сім міжнародних транспортних коридорів. Важливу роль в економіці держави відіграє транзит, а наявність якісних автомобільних доріг, що відповідають європейським стандартам, є основною умовою збільшення транзитного руху [1].

Не дивлячись на ряд переваг використання концесійного механізму будівництва об'єктів дорожньої інфраструктури, практика платних доріг знає чимало випадків, коли через неточні прогнози або інші зовнішні причини концесійні товариства виявлялися збитковими й уряди змушені були викуповувати концесійні автомагістралі. В цьому зв'язку концесія не повинна розглядатися державними структурами як панацея в питаннях пошуків джерел фінансування, оскільки суть концесійних відносин полягає в тому, що вони повинні вибудовуватися за принципом партнерського розподілу ризиків. Крім того, чим менше держава вносить коштів на етапі будівництва, тим більші ризики й витрати вона на себе покладає.

За своїм змістом концесія – унікальна форма партнерства між окремими суб'єктами господарювання, урядом та суспільством. Унікальність полягає в тому, що таке партнерство передбачає контрактні відносини між двома договірними сторонами, при цьому перевагами для населення країни, де впроваджується такий проект, мають стати очевидними. При будівництві автобану інвестор отримує постійний прибуток з плати, встановленої за користування дорогою від користувачів, громадяни отримують комфортні та зручні дороги, держава – імідж, репутацію та відповідні внески за договором концесії від концесіонера. Концесія як форма господарювання притаманна насамперед ключовим галузям національних економік, які не можуть бути приватизовані, але потребують значних вкладень для реалізації промислового потенціалу [2].

За сучасних умов існують декілька факторів, які наразі унеможливають використання досліджуваного механізму в сфері будівництва автодоріг в Україні.

По-перше, існує недостатній внутрішній попит на українські дороги. Для того щоб окупити магістраль потрібен трафік у розмірі 18000 автомобілів на добу. Середній показник по Європі становить 600 автомобілів на 1000 чоловік. Середнє значення по Україні – 202 авто [3]. Для збільшення кількості транспорту на дорогах, автомобілі повинні стати більш доступними, що неможливо без перегляду податкового законодавства, а саме ставок акцизного податку (який також впливає на вартість пального), що є не скільки економічним, скільки політичним питанням.

По-друге, на сьогодні до України в цілому існує повна недовіра з боку іноземних інвесторів. Нестабільна економіко-політична ситуація, відсутність реальних державних гарантій, валютні ризики корупція – все це лише відлякує потенційних вкладників капіталу.

По-третє, слабкий розвиток економіки, не дозволятиме дорогам швидко окупитися. Для забезпечення рентабельності таких проектів потрібно враховувати не тільки транзитні перевезення, а й внутрішні переміщення. Середня вартість таких послуг у світі – 0,25\$/км, що не відповідає можливостям простого населення України. Варто зазначити, що європейський досвід не передбачає платного статусу тільки для однієї траси, всі траси міжнародного значення зазвичай платні.

Першим кроком для вирішення питання має стати прийняття відповідного законодавства. Наразі діючі нормативно-правові акти дають лише теоретичне уявлення про механізм державно-приватного партнерства та лише закріплюють можливість його використання.

Існує потреба розвивати всю транспортну інфраструктуру України паралельно, адже ще однією проблемою є занадто велика частка пасажиро- та вантажоперевезень залізничним транспортом, який через цінову конкуренцію витісняє автомобільні перевезення.

Враховуючи вищезазначені фактори, можна дійти висновку, що створення концесійних доріг у великих масштабах наразі неможливе. На нашу думку, для України більше підходить «точковий» механізм створення платних доріг, який повинен базуватися попередніх ґрунтовних дослідженнях.

Список використаних джерел

1. Бабич Т.С., Прокопенко В.Г. Досвід реалізації проектів будівництва та експлуатації автомобільних доріг на умовах концесії / Т.С. Бабич, В.Г. Прокопенко // Дорожня галузь України. – 2012. – №2. – с. 23-26.
2. Міронова В. Без концесії [Електронний ресурс] / В. Міронова // Економічна правда. – 2015. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/publications/2015/11/5/566025/>.
3. Інформаційно-аналітична група «Auto consulting». В Украине вырос уровень автомобилизации [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.autoconsulting.com.ua>.

ВПЛИВ КРИЗИ НА КОНКУРЕНЦІЮ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Аналіз структурних передумов розвитку конкуренції на внутрішньому ринку України показав, що починаючи з 2008 року частка конкурентних ринків в економіці України набула стійкої тенденції до скорочення, втративши більше 10 %. Насамперед, це пов'язано із кризовими явищами в економіці України, коли дрібні підприємства банкрутують або переходять в тінь за відсутності належних обсягів фінансових резервів, які могли б забезпечити їм стійкість в умовах кризи. У великих підприємств, насамперед монопольних утворень, такі резерви закономірно є більшими, дозволяючи їм утриматися на ринку, а за скорочення частки конкурентного оточення – підвищити питому вагу власних продажів в структурі ринку.

На підтвердження такої точки зору свідчать і коливальні тенденції на відповідному проміжку кривої. З економічним поживленням у 2009 році частка конкурентних ринків незначно зросла, втім вже наступного року відновила свій спад, який поглибився у 2012 році разом з першими від'ємними значеннями приросту ВВП (III і IV кв. 2012 року).

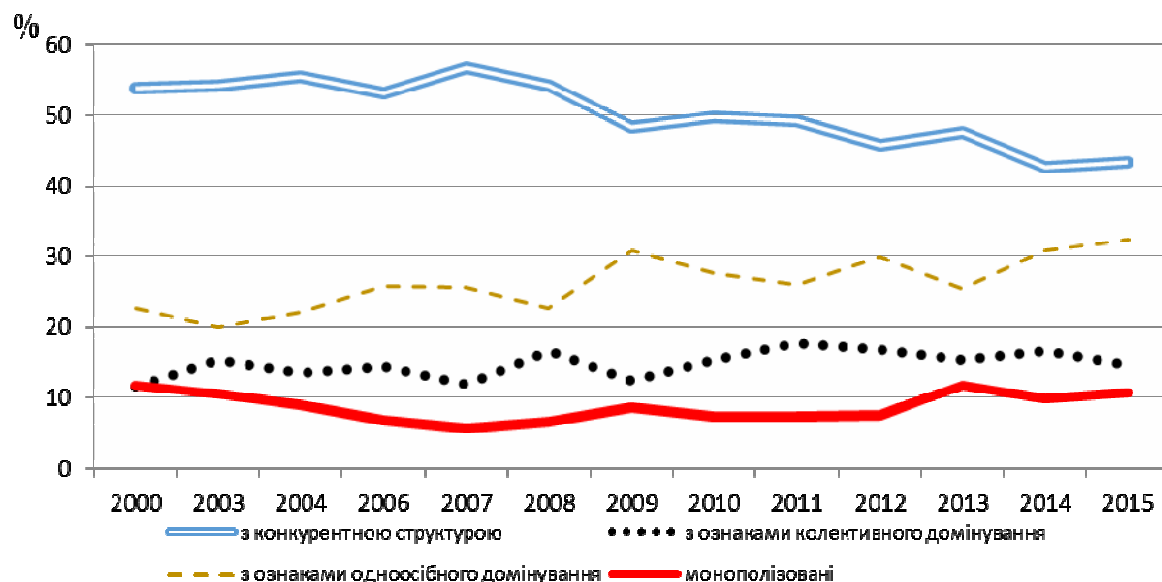


Рис. 1 Динаміка структурних передумов конкуренції в економіці України у 2000–2015 рр.

Джерело: складено за даними звітів Антимонопольного комітету України за 2009-2016 рр.[1].

Протилежну за напрямком зміни, але аналогічну за змістом залежність ілюструє динаміка частки монопольних ринків в економіці України. На етапі економічного зростання першої половини 2000-х років така частка монотонно скорочувалась. В період кризи 2008-2009 років – зростала. З першими ознаками поживлення економіки у 2010 році вона знову проілюструвала спад, а після того, як стало зрозумілим, що покращення економічних індикаторів у 2010-2011 роках було швидше інерційним, аніж зумовленим подоланням диспропорцій розвитку національної економіки – знову почала зростати.

Щодо двох інших індикаторів то їх зміна є дзеркальною, не стільки ілюструючи якісь принципові трансформації в структурі вітчизняних ринків і національної економіки в цілому, скільки ілюструючи динамічність конкурентної боротьби у відповідному сегменті національної економіки, яка приводить до постійних змін співвідношення сил в межах цих ринків. Хоча перманентне переважання частки ринків з ознаками одноосібного домінування над часткою ринків з ознаками колективного домінування в цьому контексті є невтішною тенденцією, особливо зважаючи на зростання різниці між ними. За період з 2000 року остання зросла майже на дві третини, посилюючи рівень монополізації ринку.

Тобто, динаміка зміни структурних передумов конкуренції в економіці України є проциклічним показником, показуючи необхідність посилення антимонопольного контролю в періоди економічних криз, зважаючи на об'єктивне погіршення структурних передумов розвитку конкуренції у ці періоди.

Аналогічну загальну динаміку показують і результати опитування підприємців, проведеного Центром комплексних досліджень з питань антимонопольної політики (рис. 2). Йдеться про послаблення конкуренції на внутрішньому ринку порівняно з початком 2008 роком, про що зокрема свідчить скорочення частки підприємців, які заявили про високий рівень конкуренції галузі. Водночас, слід відзначити й те, що кількість таких, що вказали на відсутність чи слабкість конкуренції теж скоротилася, як реакція на зростання рівня невизначеності в економіці України – не тільки макроекономічної, але й конкурентної. І якщо у першому випадку (зростання макроекономічної невизначеності) є негативним чинником економічного розвитку, то друге (зростання конкурентної невизначеності) – позитивним, перетворюючи структурну конкуренцію у поведінкову, надаючи їй тих принципових рис, про які зазначав Ф. Хайек.

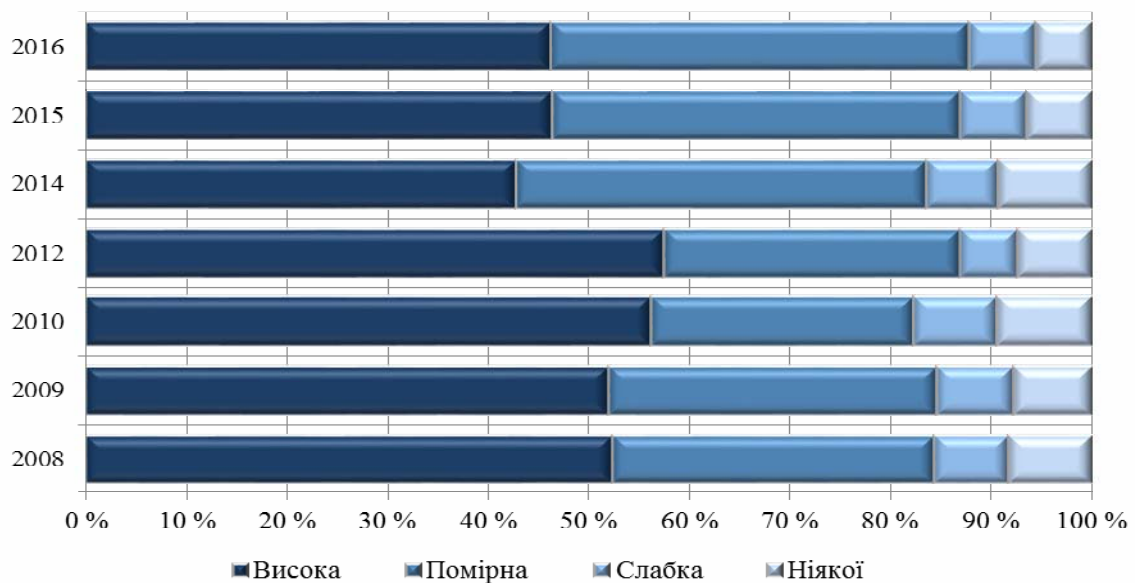


Рис. 2. Динаміка підприємницьких оцінок рівня конкуренції між підприємствами резидентами України, 2008–2016 рр.

Джерело: [2, с. 108].

Підсумовуючи, слід зазначити, що поточна скрутна суспільно-політична та соціально-економічна ситуація в країні, як і невирішеність системних проблем розвитку національної економіки (наприклад, дисбаланс між виробництвом і споживанням, заощадженнями та інвестиціями, і т.д.), поглиблюючи падіння національної економіки, чинять переважно негативний вплив на структурні передумови та практику розвитку економічної конкуренції в країні, хоча мають місце й окремі проконкурентні ефекти, вимагаючи перегляду діючої конкурентної політики, розробки системи автоматичних стабілізаторів, здатних підтримувати оптимальний рівень конкуренції у підприємницькому середовищі незалежно від фази економічного циклу.

Список використаних джерел

1. Офіційний веб-сайт Антимонопольного комітету України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/category/130467>
2. Бугаєнко Н.М. Тенденції змін стану конкурентного середовища в економіці України у 2015 році : звіт про науково-дослідну роботу / Н.М.Бугаєнко, О.О.Бакалінська, В.В. Венгер; Антимонопольний комітет України, Центр комплексних досліджень з питань антимонопольної політики. – К., 2016. – 221 с. – Деп. в УкрІНТЕІ, № держреєстрації 0116U003217.

РОЗРОБКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КЛАСТЕРОМ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

При динамічному розвитку української економіки, що відбувається на фоні загальносвітових інтеграційних процесів, де вітчизняні підприємства змушені вести конкурентну боротьбу на ринку не тільки між собою, але і з закордонними виробниками, неминучою складовою діяльності економічних суб'єктів є ведення активної інноваційної діяльності.

Першочерговим значенням для українських виробників в сьогоденних економічних умовах є підвищення конкурентоспроможності продукції, зокрема якості та дизайну, надання нових функціональних властивостей та ін. Розвиток легкої промисловості відіграє важливу роль у формуванні і наповненні українського ринку саме продукцією вітчизняного виробництва в тих обсягах, які будуть забезпечувати економічну незалежність даної галузі.

Для інноваційного розвитку легкої промисловості необхідна інфраструктура, яка забезпечує підтримку генерації малого наукомісткого бізнесу, сприяння комерціалізації результатів наукової діяльності, підвищення ефективності діючих високотехнологічних компаній, і як наслідок, забезпечує інноваційний розвиток економіки регіонів.

В таких економічних умовах функціонування існуючим виробникам продукції легкої промисловості важливо об'єднатися заради важливої мети – зростання присутності на внутрішньому ринку, відновлення виробництва тканин вітчизняного виробництва, підвищення якості продукції та захист від закордонних конкурентів.

Передумовами до створення будь-якого кластеру є сукупність певних характеристик, які сприяють його організації на певній території. До них відносять: близькість до ринків; наявність спеціалізованої робочої сили; наявність постачальників капіталу й устаткування; наявність підприємств, орієнтованих на підвищення ефективності за рахунок збільшення масштабів виробництва; наявність якісної інфраструктури, існуюча підприємницька інфраструктура; спільна науководослідна, частково управлінська основа [1].

Для ефективної діяльності кластеру необхідно запровадження ефективної системи управління на основі механізмів взаємодії його суб'єктів, включаючи формування бізнес-стратегії (резидентна стратегія, стратегія надання бізнес-послуг, інвестиційна стратегія, стратегія управління фінансами і витратами).

Для реалізації так званої резидентної стратегії необхідно створення керуючої компанії, яка здійснюватиме контроль за виконанням бізнес-плану, і насамперед надання бізнес-послуг інноваційним компаніям, укладання договорів з ключовими резидентами та інвестиційними компаніями. Резидентна стратегія забезпечує розвиток взаємодії між резидентами і дозволяє отримати синергетичний ефект від їх об'єднання.

На нашу думку, основними напрямками резидентної стратегії мають стати:

- відновлення вітчизняного виробництва тканин;
- технічне переобладнання і модернізація діючих виробничих потужностей;
- розвиток інноваційної діяльності.

Загалом можливості до створення кластеру існують у більшості регіонів України, оскільки підприємства легкої промисловості присутні у кожному з них. Особливою у цьому аспекті є Чернівецька область, де нещодавно владою було ініційовано обговорення створення так званого «весільного кластеру», оскільки область відома в Україні та далеко за її межами своїм весільним вбранням [2]. Пошиття весільного вбрання є ключовою складовою даною весільного кластеру, відповідно дані виробники можуть стати співторцями інноваційного кластеру підприємств легкої промисловості у регіоні.

Можна зазначити і проблеми започаткування кластеру у Чернівецькій області (як і в легкій промисловості так і «весільного»). В цілому вони пов'язані із нерозумінням сутності поняття «кластер», а також з труднощами внутрішнього психологічного перелаштування відносин представників бізнесу, що повинні ґрунтуватись на умовах співпраці з одночасною конкуренцією (незалежні представники аналогічного бізнесу конкурують між собою за долю ринку, однак об'єднують власні зусилля для реалізації конкретних проектів, передбачених політикою кластеру). Адже однією з перших перешкод, що виникають на етапі створення кластеру, є недовіра між партнерами стосовно управління та розпорядження фінансовими ресурсами. Ця проблема може мати різний рівень вагомості залежно від того, хто є ініціатором створення кластеру: якщо ініціатива йде «знизу», тобто за усвідомлення створення кластеру безпосередньо представниками бізнесу, то значимість цієї перешкоди буде меншою; у випадку походження ініціативи «згори», тобто від представників влади, бізнес «раптово» ознайомлюється з ідеєю формування кластеру, а тому й вагомість цієї перешкоди буде вищою.

Але поряд з цим є одна суттєва перевага об'єднання в кластер для виробників продукції легкої промисловості – можливість придбання матеріалів для виробництва зі суттєвими знижками, оскільки кластер як юридична особа може об'єднувати замовлення декількох учасників і таким чином отримувати більшу загальну знижку (за рахунок великих обсягів замовлення), ніж кожен окремий представник бізнесу. Таким чином собівартість виробленої продукції значно зменшиться, що посилить конкурентні переваги учасників об'єднання.

Таким чином, актуальність реалізації інноваційного кластеру підприємств легкої промисловості продиктована необхідністю об'єднання інтересів держави, споживачів, підприємців, а також інвесторів та наукових закладів.

Список використаних джерел

1. Борисоглебская Л.Н. Разработка системы управления технопарком легкой промышленности на основе механизмов взаимодействия его субъектов / Л.Н. Борисоглебская, В.И. Миронова // СПб.: Научно-практический журнал «Инновации», 2012. – №6 (164). – С. 122-128.
2. Ткачук І.Я. Весільний кластер в місті Чернівці: наявні передумови та необхідність створення / І.Я. Ткачук // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України : зб. наук. пр. / Львів: Нац. акад. наук України, Ін-т регіон. дослідж., 2016. – №4 (120). – С. 39-45.

Головко Т.В., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПІДХОДИ ДО ПЛАНУВАННЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Планування грошових потоків є невід'ємною складовою загального фінансового планування діяльності підприємства.

Серед сучасних підходів до здійснення планування та бюджетування грошових потоків можна виділити driver-based budgeting або DBB-метод та beyond budgeting – метод «позабюджетного планування».

Концепція планування та бюджетування на основі функціонального підходу була запропонована Р. Барретом в роботі під назвою «Планування і бюджетування для компаній, здатних адаптуватися до

змін середовища: DBB-інструментарій» [1], автором акцентується увага на встановленні причинно-наслідкового зв'язку між драйверами і кінцевими об'єктами планування, а також формуванні послідовної і діяльної співпраці між різними функціями на підприємствах.

Принципами планування на основі драйверів можна вважати:

- концентрація на основних 10-15 драйверах;
- аналіз і управління драйверами;
- виявлення їх взаємозалежностей;
- пояснення відхилень через драйвери;
- оновлення моделі драйверів на регулярній основі.

В процесі планування грошових потоків такими драйверами можуть виступати:

- кредиторська заборгованість;
- дебіторська заборгованість;
- рівень зростання доходів;
- валовий дохід;
- комерційні, загальногосподарські та адміністративні витрати;
- інвестиції;
- запаси.

Дж. Хоуп та Р. Фрейзер [2] представили підхід beyond budgeting на протигагу традиційному плануванню та бюджетуванню.

Відкинувши традиційний процес складання бюджету у ньому переслідується дві мети:

- більш адаптивний набір процесів управління;
- високо децентралізована організація.

Даний підхід уникаючи традиційних елементів бюджетування може поєднувати наприклад Balanced Scorecard з ковзаючими прогнозами.

Також важливими засадами даного підходу є:

- постановка задач;
- винагородження працівників;
- планування дій;
- управління ресурсами;
- координація дій;
- вимірювання і контроль продуктивності.

Позабюджетна форма планування має ряд особливостей, які за певних умов можна розглядати як недоліки, а саме:

- ускладненість пов'язання окремих планових фінансових показників поточного і оперативного рівнів;
- впровадження позабюджетної форми планування потребує високої якості наявних комунікацій, координованості роботи

різних підрозділів, оперативності формування та надання інформації;

- необхідність наявності висококваліфікованих спеціалістів з фінансового планування.

Позитивним наслідком використання при плануванні грошових потоків такого підходу перш за все буде наявність високої гнучкості здійснення процесу планування. Оскільки як зовнішнє, так внутрішнє середовище діяльності підприємства досить мінливе і характеризується наявністю великої кількості різноманітних ризиків, то питання своєчасного реагування на зміни та внесення необхідних корективів в планування грошових потоків постає досить гостро, в свою чергу підхід позабюджетної форми планування покликаний спростити процес прийняття управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Richard Barrett. (2007), Planning and Budgeting for the Agile Enterprise: A driver-based budgeting toolkit, Butterworth-Heinemann.
2. Hope, J. Fraser, R. (2003), Beyond budgeting: how managers can break free from annual performance trap, The Harvard Business School Publishing Corp, Harvard Way, Boston, Massachusetts, United States of America.

Головня Ю.І., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРАКТИКА ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В КРАЇНАХ ЄС

Лідруючі позиції у структурі економіки більшості країн ЄС займає мале та середнє підприємництво (МСП), оскільки має низку суттєвих переваг, а саме: високий ступінь гнучкості, швидка адаптація до кон'юнктурних змін ринку, можливість розвитку конкуренції в галузях, оперативна реакція на потреби та смаки споживача, можливість створення нових робочих місць.

Більшість країн Європейського союзу визнають важливість розробки спеціальної політики щодо підтримки МСП з метою економічного зростання даних суб'єктів, розвитку їх міжнародної конкурентоспроможності, залучення іноземних інвестицій тощо. Малий бізнес в ЄС становить лівову частину соціально-економічного розвитку Європи, а саме більш ніж 20 млн підприємств на які

припадає 57 % загального обороту, 53 % доданої вартості та близько 70% зайнятих [1].

Прикладом успішної підприємницької діяльності є позиції країн у Світовому рейтингу Doing Business [3], який проводить Світовий Банк. Так, у 2016 році очолила рейтинг Нова Зеландія, до трійки лідерів також увійшли Сінгапур і Данія. Україна за рік покращила свій результат на 1 позицію і посіла відповідно 80-е місце. Більша частина країн ЄС знаходяться у другій та третій десятках (Велика Британія – 7 місце, Естонія – 12, Німеччина – 17, Франція – 29), що свідчить про ефективну державну підтримку МСП, яка здійснюється в цих країнах.

В останні роки в рамках ЄС здійснюється системна політика підтримки малого і середнього підприємництва, орієнтована на триаду функціонування підприємницької діяльності «людина – фірма – суспільство» з метою збалансування інтересів держави і бізнесу.

Головними цілями регулювання і підтримки малого та середнього бізнесу в ЄС є: зміцнення єдиного внутрішнього ринку; інтернаціоналізація підприємницької діяльності на рівні підприємств; усунення адміністративних бар'єрів; створення єдиного економічного простору в ЄС шляхом уніфікації законодавчої бази, посилення взаємодії країн-членів ЄС щодо створення економічного і валютного союзів в рамках ЄС.

Європейська політика у сфері стимулювання малого та середнього підприємництва здійснюється на двох рівнях: через діяльність країн і через програми, що реалізуються під егідою ЄС. Заходи підтримки фінансуються з Структурних фондів ЄС (наприклад, Соціального фонду, Фонду регіонального розвитку тощо).

Для поліпшення регулювання і розвитку малих і середніх підприємств в ЄС була створена система наднаціональних і національних органів влади та організацій з дієвим механізмом їх взаємодії. Вона враховує інтереси ЄС, окремих країн-членів, думки різних підприємницьких організацій, національних галузевих і регіональних структур і асоціацій малого бізнесу, торгово-промислових палат.

Діяльність підприємств МСП у Німеччині регулюється і підтримується Комітетом з економіки і технологій, Федеральним міністерством економіки і технологій, а також Генеральним Директором-ІІ, які розробляють та реалізують політику підтримки підприємства на різних рівнях господарювання. Основними напрямками цієї політики є: видача кредитів на розширення, реконструкцію, а також придбання та створення підприємств; фінансування участі у

капіталі великих підприємств; довгострокове інвестування створення або збереження робочих місць; гарантування перед кредитними товариствами; інвестиційна допомога у проведенні енергозберігаючих заходів, стимулювання впровадження передових технологій; підвищення кваліфікації кадрів, охорона довкілля; субсидування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт; регулювання доходів підприємств, капітальних вкладень за рахунок реалізації спеціальних програм кредитування, а також прибутку за допомогою встановлення диференційованих податкових ставок.

Державна підтримка малих і середніх підприємств у Франції, здійснюється через Міністерство економіки промисловості та зайнятості, яке взаємодіє з Радою соціально-економічного розвитку та Банком розвитку малих і середніх підприємств. До складу Міністерства входить Директорат з питань конкуренції та розвитку малих і середніх підприємств, що має розгалужену мережу відділень по всій країні.

Діяльність Міністерства спрямована на реалізацію державної політики щодо збільшення зайнятості населення країни та оздоровлення економіки, створення сприятливих умов для розвитку МСП, підвищенню їх конкурентоспроможності та експортного потенціалу. Національні, регіональні та галузеві програми підтримки МСП охоплюють питання фінансової та інноваційної діяльності, модернізацію виробництва, вдосконалення управління та розвитку експорту.

Відтак, зарубіжний досвід більшості країн ЄС свідчить, що функціонування малого та середнього підприємництва базується сьогодні на двох формах державної підтримки, а саме [2]:

- розробка довгострокових програм для МСП як основи законодавчої бази;
- залучення МСП до вирішення актуальних проблем, таких як поліпшення адміністративної і нормативної бази, фінансових і податкових умов, надання інформаційних послуг і розширення співпраці, підвищення конкурентоспроможності та доступу до досліджень, інновацій, навчання.

Основою регулювання і сприяння розвитку малого та середнього підприємництва стало створення для нього режиму найбільшого сприяння, а змістом – створення державними структурами економічних і правових умов та стимулів його успішного розвитку, а також вкладення в нього матеріальних і фінансових ресурсів на пільгових умовах.

Список використаних джерел

1. Головня Ю.І. Детермінанти розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні /Ю. І. Головня // Економічний простір. – 2014. – № 90. – С. 88-96.
2. Рібун Л.В. Зарубіжний досвід розвитку малого бізнесу / Л.В. Рібун, Г.А. Лех, І.М. Васькович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2016. – Вип. 26.2. – С. 230-235.
3. <http://www.vsemirnyjbank.org/> – офіційний сайт Світового банку.

Грабчак В.І., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ВПЛИВ РЕПУТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО КАПІТАЛІЗАЦІЮ

В умовах ринкового перетворення та соціалізації економіки, проблема репутації підприємства є актуальною з теоретичної та практичної точок зору. Пропонуємо дослідити вплив репутації підприємства торгівлі на формування його капіталізації.

Використовуємо поняття «капіталізації», яке велика кількість науковців визначає як ринкову вартість підприємства [8]. Також, більшість науковців вдаються до класифікації капіталізації підприємств залежно від механізмів нарощування та пропонують розрізняти реальну капіталізацію, суб'єктивну (або маркетингову) та фіктивну (ринкову), що має економічний сенс [4; 5].

Реальна капіталізація виражається у збільшенні реальної вартості майна компанії. Суб'єктивна капіталізація відбувається за рахунок зростання вартості нематеріальних активів, їх переоцінювання [1]. Ринкова або фіктивна капіталізація виявляється на розвинутих стадіях ринкової економіки, де збільшення ринкової вартості акцій і акціонерного підприємства чи компанії в цілому відображається в цьому випадку в активі балансу у вигляді переоцінювання фінансових вкладень і балансується в пасиві додатковим капіталом [6, с.84].

До головних джерел ринкової капіталізації належать [7, с.23]:

- грошові кошти (національна та іноземна валюта);
- будинки, споруди, устаткування, земля;
- об'єкти інтелектуальної власності, інформація, наукові розроблення, патенти та ін;
- цінні папери (проте не емітовані акціонерним товариством, а як об'єкт інвестиційної діяльності);

- робоча сила;
- позики на фінансових ринках;
- резервний капітал акціонерних товариств;
- репутація підприємства;
- прибуток акціонерних товариств від господарської, фінансової та інвестиційної діяльності.

Отже, бачимо, що репутація є складовою ринкової капіталізації.

Автором доведено, що репутація підприємства – це найцінніший специфічний вид нематеріального активу підприємства, який формується за допомогою його комунікаційної політики на основі оцінки даного підприємства стейкхолдерами (інвестори, акціонери, партнери, ЗМІ, державні органи і т.д.), має високий коефіцієнт гнучкості (формується тривалий час, а втрачається в один момент), є об'єктом правового захисту в суді, оцінюється кількісно-якісними показниками, має довготривалий строк окупності, виявляє можливості та загрози щодо діяльності підприємства, а також впливає на рівень конкурентоспроможності, продуктивності праці, плинності кадрів, попиту та пропозиції тощо [2, с. 317].

До внутрішніх факторів формування репутації підприємства належать [3, с. 49]:

- Персонал
- Корпоративний мікроклімат
- Якість продукції
- Поведінка керівників підприємства
- PR-менеджмент
- Фінансова стабільність підприємства
- Професійність менеджменту
- Взаємини з інвесторами
- Взаємини з акціонерами.

Вони в свою чергу включають в себе безліч складових, до яких належать і перераховані джерела формування капіталізації. Так, наприклад, будинки та споруди, прибуток, резервний капітал, позики та грошові кошти впливають на фінансову стабільність підприємства. На взаємини з інвесторами та акціонерами впливають цінні папери та об'єкти інтелектуальної власності, інформація тощо. Робоча сила впливає та формує такі фактори як персонал та корпоративний мікроклімат.

Висновки. Таким чином, більшість головних джерел, які виділяють науковці формують репутацію підприємства торгівлі, а отже, проведене дослідження доводить, що репутація підприємства має найбільший вплив на його капіталізацію.

Список використаних джерел

1. Алексеев Д.А. Механизмы капитализации компаний / Д.А. Алексеев. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2011. – 150 с.
2. Грабчак В.І. Сутність поняття «репутація підприємства» та її складових // Глобальні та національні проблеми економіки: Зб.: Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – Вип.10 – Миколаїв. – 2016. – С.313-318. – с. 317
3. Деєва Н. Е. Управління репутацією підприємства: основні фактори впливу на формування та підвищення / Н.Е. Деєва, В.І. Грабчак // Науковий журнал «Молодий вчений». – 2016. – №5(32). – С.48-52
4. Калиниченко М.П. Маркетингова капіталізація промислових підприємств / Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – 2011. – С. 134–144;
5. Капитализация предприятий: теория и практика : монография / под ред. д.э.н., проф. И.П. Булеева, д.э.н., проф. Н.Е. Брюховецкой ; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти ; ДонУЭП. – Донецк, 2011. – 328 с.
6. Корінев В.Л. Особливості капіталізації вітчизняних підприємств // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 6 (75). – с. 82-85. – С.84
7. Шевчук Н.В. Ринкова капіталізація акціонерних товариств: сутність, функції та проблеми управління // Економіка та держава. – №9. – 2011. – с. 22-24. – С.23

Гривківська О.В., д-р екон. наук, проф.,
ПВНЗ «Європейський університет»,
Сахно А.А., канд. екон. наук, доц.,
Вінницький фінансово-економічний університет

МОТИВАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ЙОГО РОЗВИТКУ ТА РУЙНУВАННЯ

Нині відчутним є брак розробок щодо мотивації економічної діяльності підприємств через оцінку сутності їх існування з врахуванням гіперконкурентної боротьби, де виокремлюються потреби розвитку та руйнування як напрями стратегії випередження у процесі конкурентної боротьби.

Оцінювання мотивації економічної діяльності підприємств ґрунтується, виходячи з можливостей досягнення фінансового результату та використання особливостей виду діяльності згідно КВЕД. Враховуючи, що K – витрати на капітал (вартість основних засобів підприємства), L – витрати на оплату праці найманих працівників, Y – чистий дохід від реалізації продукції, то використовуючи метод Фаррелла, можна сформулювати середовище функціонування для великої сукупності підприємств незалежно від їх фінансового становища.

Відношення величин K та L до вихідного параметру (Y) характеризують, з одного боку, вмотивованість самого підприємства до скорочення витрат та зростання чистого доходу від реалізації продукції, з іншого, – мотивацію до технічної ефективності та значення основного виду економічної діяльності у системі розвитку галузей національної економіки чи регіону.

Мотивація економічної діяльності підприємств характеризується, з одного боку, потребами розвитку, з іншого – руйнування, причому головним чинником оцінки ефективності є досягнення фінансового результату.

Мотивація економічної діяльності підприємств через їх розвиток є потребою у підприємстві як суб'єкті, що відображає сутність підприємництва та необхідність видів економічної діяльності для національної економіки. У такому випадку підприємство можна оцінювати, виходячи з вкладених інвестицій, рівня інноваційної продукції та досягнутої ефективності.

Сучасне підприємство в умовах посилення конкурентної боротьби, що класифікується як гіперконкуренція, має відповідати стратегії середовища, у якому здійснюється економічна діяльність. Таким чином, підприємство необхідно розглядати не тільки з точки зору конкурентоспроможності, а й мотивації економічної діяльності у середовищі функціонування.

Гіперконкуренція, як інноваційна конкуренція, проявляється у розвитку підприємства через мотивацію випередження, що дозволяє визначати мотиваційний потенціал. У цьому контексті сучасне підприємство – це підприємство, економічна діяльність якого побудована на мінімізації капіталомісткості через збільшення вартості основних засобів. Як наслідок, головним аспектом його розвитку виступає мотивація працівників через інтелектуалізацію праці у вигляді значення праці окремої людини. Це сприяє віртуалізації, мобільності підприємств, їх здатності проявлятися через інноваційний виклик середовища та здатність відповідати вимогам мотивації видів економічної діяльності.

Аналізуючи таку мотивацію, необхідно звернути увагу на те, що мова повинна йти не тільки про підприємства, мотивовані безперервним інноваційним розвитком внаслідок гіперконкуренції, а й про підприємства, що були побудовані у період індустріалізації (середина XX-го століття). Ці проблеми актуальні не тільки для України, а й для багатьох провідних держав світу.

В Україні радянським спадком є значна кількість підприємств-гігантів, що здійснюють економічну діяльність з важкого машинобудування, металургії, енергетики, транспортної інфраструктури тощо. Більшість з них є інвестиційно привабливими внаслідок наявних ознак природного монополізму, однак деякі були зруйновані через неадаптованість до умов ринкової економіки.

Мотивація руйнування економічної діяльності підприємств в умовах гіперконкуренції може бути двох типів. По-перше, як потреба реалізації стратегії, коли підприємство виконало місію та може зникнути через повну ліквідацію. По-друге, як потреба реагування на умови гіперконкуренції – неможливість повноцінно відповідати умовам швидкого розвитку ринків.

Руйнування підприємств, як мотивація економічної діяльності, може визначатися, як потреба у контексті чотирьох чинників (рис. 1):

- пошук нового власника;
- перетворення у ресурс;
- зміни основного виду економічної діяльності;
- використання інструментів коригування фінансових результатів.

Пошук нового власника – це один із шляхів формування мотивації економічної діяльності підприємства через потреби та можливості окремої особи. Під руйнуванням у цьому випадку слід розуміти вичерпність не стільки мотиваційного потенціалу виду економічної діяльності, скільки можливостей середовища функціонування, у якому функціонує підприємство.

Перетворення у ресурс – це формування мотивації фізичного знищення підприємства. Ресурсом у такому випадку може бути земля, на якій знаходилось підприємство, а тепер на цьому місці можуть будуватися інші підприємства, житлові комплекси або торговельні центри.

Зміна основного виду економічної діяльності – це мотивація виживання підприємства через уникнення ризику перетворення на ресурс. У цьому випадку головним чинником є гнучкість цього підприємства, його здатність мотивуватися виробництвом іншої продукції.

Мотивація зміни основного виду економічної діяльності також може бути потребою заміни виробничої діяльності на невиробничу. Наприклад, коли підприємство, що здійснювало виробництво

промислової продукції, переходить на основний вид економічної діяльності з надання власних приміщень у оренду або здійснення торгівлі. Таким чином, можна вважати, що мотивація зміни виробничої діяльності на невиробничу є наближенням до мотивації руйнування у вигляді знищення підприємства.

Використання інструментів коригування фінансових результатів – це формування мотивації руйнування, що обумовлена прибутком або збитком підприємства. У цьому контексті можна вважати, що у випадку отримання прибутку, підприємство долає мотивацію руйнування, а збитку – навпаки, мотивація руйнування посилюється.

Однак, такі твердження не є повністю обґрунтованими, оскільки процес руйнування та поступового ресурсоутворення може також бути прибутковим, як економічна діяльність, а тому результат буде позитивним. Якщо підприємство відмовилося від виробничої діяльності та здійснює діяльність з надання в оренду власного майна, то досягнення прибутку у даному випадку може бути забезпечене, проте мотивація виробничої діяльності буде втрачена, відповідно мотиваційний потенціал галузі, навіть середовища функціонування, у якому працює підприємство, буде значно знижений.

Протилежний вищенаведеному випадку є приклад, де нове підприємство утворюється замість старого та продовжує здійснювати виробничу діяльність. У такому випадку, підприємство отримує нові можливості розвитку завдяки інвестиціям в оновлення раніше побудованих виробничих потужностей, а тому мотивація полягає у потребах використання капіталу (основних засобів), більшість якого залишилася від старого підприємства.

Таким чином, мотивація економічної діяльності дозволяє долати ефекти асиметричної інформації, виходячи з можливостей порівняння рівня реалізації потенціалу підприємства у середовищі функціонування з іншими суб'єктами господарювання. Мотивація розвитку тісно пов'язана з мотивацією підприємства та мотивацією його економічної діяльності.

Мотивація руйнування економічної діяльності підприємств пов'язана із різними потребами щодо їх функціонування. Вид економічної діяльності є визначним чинником, потреба у якому формує сутність руйнування. Якщо присутня важливість цього виду для держави, то мотивація руйнування завершується реалізацією потреб через приватизацію та пошук нового власника, у інших випадках – спостерігається мотивація заміни виду діяльності або перетворення підприємства у ресурс.

СТРУКТУРНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СФЕРИ ТОРГІВЛІ

Основне призначення торгівлі полягає у доведенні товарів до кінцевого споживача, що є завершальним етапом їх товароруку зі сфери виробництва до сфери споживання. Причому в цьому процесі торгівля як учасник товарного обігу здійснює зміну форми вартості, доводячи товари від виробника до споживача. Дослідження основних тенденцій розвитку галузі торгівлі дозволяє формувати практично значущі рекомендації щодо вдосконалення теоретичних контентів та інструментів управління в сфері торговельного підприємництва як такого. У 2015 році (рис. 1) найбільшу питому вагу у загальній кількості підприємств займали підприємства оптової торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами – 74%. Частка підприємств роздрібно торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами становила 18% (рис. 1).



Рис. 1. Структура підприємств за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» у 2015 р.

Джерело: дані статистичного збірника «Діяльність суб'єктів господарювання» [2]

Відповідно до Господарського кодексу України [1]: підприємство – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних

результатів та одержання прибутку. Торговельне підприємництво в Україні реалізоване через сформовані підприємства відповідного виду економічної діяльності, які структурно і кількісно представлені наступним чином: оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами і мотоциклами; оптова торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами; роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами. За форматом даного виду економічної діяльності розподілена наступним чином (табл. 1).

Таблиця 1

Кількість підприємств за їх розмірами за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів» за 2010-2015 рр.

Група підприємств	Кількість підприємств											
	Одиниць	У % до підсумку	Одиниць	У % до підсумку	Одиниць	У % до підсумку	Одиниць	У % до підсумку	Одиниць	У % до підсумку	Одиниць	У % до підсумку
	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
Усього	110154	100	111638	100	103798	100	110414	100	93972	100	93643	100
Великі	154	0,2	161	0,2	173	0,2	164	0,2	126	0,1	106	0,1
Середні	4102	3,7	4161	3,7	3950	3,8	3675	3,3	3004	3,2	2714	2,9
Малі	105898	96,1	107316	96,1	99675	96	106575	96,5	90842	96,7	90823	97

Таблиця складена за даними статистичного збірника «Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва» [3]

Як видно найбільшу питому вагу займають малі підприємства – їх питома вага становить 96-97%. На другому місці знаходяться середні підприємства, частка яких коливається в діапазоні 3,2-3,7%. Найменшу частку займають великі підприємства – 0,1-0,2% від загальної кількості підприємств. Така ситуація є характерною для вітчизняної торгівлі і є свідченням низького рівня організаційно-правового розвитку. Крім того, це заважає нарощуванню масштабу сучасних ефективних інструментів управління, удосконалення бізнес-процесів.

**Чистий прибуток підприємств за видом економічної діяльності
«Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів
та мотоциклів» за 2010–2015 рр.**

Роки	Фінансовий результат (сальдо)	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
2010	7547,4	60,3	36072,4	39,7	28525,0
2011	12070,8	64,6	40357,5	35,4	28286,7
2012	210,6	64,0	35498,4	36,0	35287,8
2013	-13248,5	65,9	29721,2	34,1	42969,7
2014	-133219,4	65,6	27825,7	34,4	161045,1
2015	-88161,0	75,7	48155,0	24,3	136316,0

Таблиця складена за даними статистичного збірника «Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва» [3]

Позитивною тенденцією є зростання частки прибуткових підприємств за досліджуваний період – їх питома вага зросла з 60,3% до 75,7% (табл. 2). Проте від'ємне значення фінансового результату (сальдо), яке демонструють підприємства галузі впродовж 2013-2015 рр., є проявом кризових явищ, свідченням неспроможності підприємств торгівлі реагувати на негативний вплив зовнішніх факторів. Таким чином, незважаючи на зменшення кількості підприємств, майже четверта частина функціонуючих підприємств залишається збитковою.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>
2. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/09/Arch_dsg_bl.htm
3. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ9_u.htm

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ У ВІТЧИЗНЯНИХ СТРАХОВИХ КОМПАНІЯХ

Управління страховою компанією в сучасних умовах передбачає комплексний підхід до вирішення проблем її ефективного функціонування та можливостей розвитку в довгостроковій перспективі. Це обумовлює необхідність розробки системи, впровадження якої дозволить страховій компанії реально оцінити свої фінансові можливості, підвищити фінансову стійкість та платоспроможність.

Системою, що дозволяє забезпечити ефективність діяльності страхової компанії, передбачити всі можливі несприятливі економічні ситуації та уникнути їх є фінансовий контролінг. Фінансовий контролінг – система управління, спрямована на визначення майбутнього фінансового достатку страхової компанії і шляхів досягнення його. Завданнями фінансового контролінгу є організація управління фінансовими процесами на такому рівні, щоб унеможливити помилки, відхилення і поразки як в поточній діяльності, так і на перспективу.

Управління бізнес-процесами вимагає компетентного вирішення багатьох проблем, обумовлених впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. Однією з таких проблем є відсутність або недостатність інформації про «слабкі місця» страхової компанії. У системі фінансового контролінгу формують точну інформацію, здійснюють розрахунки і прогнози, обґрунтовують відповідні рекомендації. Тобто фінансовий контролінг дає змогу страховій компанії визначити найкращі шляхи досягнення максимального ефекту від своєї діяльності.

Крім інформаційної підтримки контролінг виконує функцію підтримки процесу управління як такого. Основними напрямками діяльності контролера є формування та удосконалення системи планування і контролю, розроблення методів реалізації планово-контрольних розрахунків, визначення необхідної для процесу управління інформації, її джерел та шляхів надходження.

Фінансовий контролінг зорієнтований на спостереження реалізації фінансових завдань, встановлених системою планових фінансових показників і нормативів; вимірювання рівня відхилення фактичних результатів фінансової діяльності від передбачених; розроблення оперативних управлінських рішень щодо нормалізації фінансової діяльності страхової компанії відповідно до передбачених завдань і

показників; коригування, за потреби, певних завдань фінансового розвитку у зв'язку із зміною зовнішнього фінансового середовища, кон'юнктури страхового ринку і внутрішніх умов здійснення страхових операцій, фінансово-господарської та інвестиційної діяльності страхової компанії.

В загальному вигляді здійснення процесу контролінгу проходить три етапи: перший – визначення критеріїв, стандартів, показників тощо; другий – процес порівняння досягнутих результатів і встановлених стандартів; третій – прийняття управлінських рішень.

Таким чином, цільовою задачею контролінгу є побудова у страховій компанії ефективної системи прийняття, реалізації, контролю та аналізу виконання управлінських рішень.

Як показує практика, запровадження контролінгу у страхових компаніях супроводжується численними проблемами. До основних груп чинників, які перешкоджають успішній організації контролінгу у страхових компаніях, можна віднести:

- історичні, зумовлені сформованими роками поглядами на ведення бізнесу, непрозорістю ведення бізнесу, не завжди достатніми економічними завданнями менеджерів;
- психологічні, пов'язані зі скептичними поглядами керівництва на запровадження фінансового контролінгу, результати якого помітні не одразу, а запровадження досить тривале;
- організаційні, зумовлені відсутністю досвіду формулювання бажаних результатів від впровадження фінансового контролінгу, складністю залучення кваліфікаційних працівників до цього процесу;
- методичні, які виникають внаслідок ігнорування потрібної реструктуризації бізнесу, невдалого виділення у страховій компанії центрів відповідальності, насадження деструктивних мотиваційних моделей, ігнорування потреби створення пакету корпоративних стандартів контролінгу.

Отже, проблема організації фінансового контролінгу у страхових компаніях є актуальною, оскільки досконало і ефективно функціонувати без нього не може жодне підприємство. Сучасний стан економіки в Україні та в світі засвідчує, що вивчення проблеми запровадження системи фінансового контролінгу є практичною потребою.

**Давидов О.І., канд. екон. наук, проф.,
Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна**

УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОГО ТА СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

Функціонування сучасних підприємств здійснюється в умовах зростання динамічності зовнішнього середовища, загострення конкуренції, посилення кризових явищ в економіці, ускладнення механізму прийняття управлінських рішень суб'єктами господарювання. В такій ситуації забезпечення ефективного та стійкого розвитку підприємств потребує реформування системи управління на мікроекономічному рівні, впровадження нових підходів до управління підприємствами. У зв'язку з цим значний науковий та практичний інтерес визиває концепція управління вартістю підприємств (Value-Based Management, VBM).

VBM є сучасною концепцією менеджменту, впровадження якої спрямовано на досягнення головної мети – зростання вартості підприємств. Мета у вигляді максимізації вартості підприємств виступає єдиним критерієм оцінки ступеню успішності управлінських дій з реалізації стратегії розвитку суб'єктів господарювання, обумовлює якісні перетворення в діяльності підприємств і формування нових векторів їх розвитку.

«Вартісні» технології управління в даний час трансформувалися в інтегровану концепцію управління компанією за вартістю, що ґрунтується на фундаментальних результатах теорії корпоративних фінансів і методах стратегічного менеджменту [1, с. 39].

Вартість підприємства є комплексною грошовою характеристикою його цінності як структурно організованої цілісної системи з здійснення господарської діяльності. У вартості підприємства відображається системний результат його функціонування, сумарний ефект різних напрямків бізнесу та діяльності окремих підрозділів підприємства, консолідований підсумок зусиль всіх працівників суб'єкта господарювання.

Цілепокладання забезпечує реалізацію системного підходу до вартісного управління підприємствами. Однак рішення проблеми цілепокладання в системі вартісного управління значно ускладнюється у зв'язку з видовою різноманітністю вартості підприємств (ринкова, фундаментальна, інвестиційна, страхова, ліквідаційна та ін.). В таких умовах актуалізується питання встановлення виду

вартості, яка максимізується в процесі вартісного управління. Ця вартість в системі управління підприємствами на основі вартісного підходу буде цільовою, тобто її максимізацію слід розглядати як конкретний цільовий орієнтир в просторі можливих векторів розвитку підприємств за загальним критерієм – зростанням їх вартості.

Вартісна парадигма в її традиційному розумінні виходить з того, що управління підприємствами повинно бути націлено на максимізацію їх ринкової вартості, яка часто розглядається у вигляді ринкової капіталізації підприємств. Однак в сучасних економічних умовах ринкова вартість підприємства як цільова вартість в системі вартісного управління характеризується низькою об'єктивністю відображення вартісно-утворюючих процесів; суттєвим відокремленням від реальної цінності підприємств, яка формується в ході їх цілеспрямованої фінансово-господарської діяльності. Ринкова вартість – це поточний (короткостроковий) індикатор цінності підприємств, який слабо корелює з стратегічними векторами їх розвитку та не враховує інтереси багатьох зацікавлених осіб – стейкхолдерів (крім власників підприємств). Суттєвими недоліками використання ринкової вартості для цілей управління є також її висока волатильність, низький рівень керованості і можливість застосування лише по відношенню до обмеженого кола підприємств.

У зв'язку з цим безпосереднє застосування в управлінні цільового критерію максимізації ринкової вартості підприємств є недоцільним. Мова може йти лише про опосередковане управління зростанням цієї вартості через збільшення обґрунтованої ринкової вартості підприємств, формування якої пов'язано виключно з реалізацією зусиль менеджерів і ефективністю діяльності підприємств. Таким чином, управлінський критерій максимізації ринкової вартості трансформується в критерій максимізації обґрунтованої ринкової вартості підприємств.

При визначенні виду керованої вартості важливим є розуміння того, що підприємство може мати вартість навіть в тому випадку, якщо воно прямо не залучено в процес обміну і не виступає об'єктом купівлі-продажу на ринку. Тому збільшення ринкової вартості підприємств може бути досягнуто шляхом забезпечення спрямованості вартісного управління на зростання фундаментальної стейкхолдерської вартості, яку слід розглядати в концепції VBM як безпосередню мету управління і новий вид керованої вартості.

Фундаментальна стейкхолдерська вартість підприємства – це сукупна вартість, що об'єднує фундаментальну і стейкхолдерську вартості і виражає інтегральну оцінку результатів (ефектів) фінансово-

господарської діяльності підприємства і очікуваних вигод всіх його стейкхолдерів у просторі реалізації можливостей довгострокового розвитку суб'єкта господарювання. Доцільність використання менеджерами фундаментальної стейкхолдерської вартості як цільової вартості в процесі управління на мікрорівні сучасної економіки обумовлена такими її ознаками як реальність, об'єктивність, фундаментальність, довгостроковість, керованість, урахування інтересів всіх стейкхолдерів підприємства, низька волатильність, достовірність, широка сфера застосування [2, с. 186 – 187].

Впровадження системи управління вартістю підприємств ґрунтується на адекватній її оцінці, яка являє собою цілеспрямований впорядкований процес визначення цієї вартості з використанням відповідного інструментарію.

Однак в існуючих умовах оціночна методологія вартості підприємства не пояснює природи вартості як самостійної економічної категорії [3, с. 10].

Оцінка вартості підприємства – це не самоціль; її необхідно розглядати як ефективний інструмент «внутрішнього» управління самим цим суб'єктом господарювання за критерієм максимізації його вартості. В умовах багатомірності вартості підприємств об'єктом оцінки повинна виступати фундаментальна стейкхолдерська вартість як новий вид керованої вартості в системі управління підприємствами на основі вартісного підходу.

Список використаних джерел

1. Педченко Н.С. Вартість підприємства як критерій оцінювання ефективності в системі фінансового контролінгу / Н.С. Педченко // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2015. – № 3. – С. 38 – 44.
2. Давидов О.І. Концептуальний підхід до визначення мети управління вартістю підприємств / О.І. Давидов // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 11. – С.181-190.
3. Корягін М.В. Бухгалтерський облік у системі управління вартістю підприємства: теоретико-методологічні концепції: монографія / М.В. Корягін. – Львів: ЛКА, 2012. – 389 с.

ВІТЧИЗНЯНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: ЯВИЩЕ ЗІ СПОТВОРЕНИМИ ФУНКЦІЯМИ

Пройдений Україною шлях в чверть століття достатній для того щоб зробити політико-економіко-правові підсумки щодо реального прориву країни у ринкову економіку провідником якої є підприємство. Історичний досвід розвитку ринково орієнтованих країн засвідчив, що підприємство представляє єдину систему великого, середнього і малого бізнесу (конвергентний рівень). Але економічні інтереси підприємців в залежності від масштабів бізнесу набувають діаметральних протилежностей (дивергентний рівень). Великий бізнес тяжіє до монополізації, яка порушує ринково демократичні засади організації суспільного виробництва. Середній та, переважно, малий бізнес – залишаються потужними суспільними осередками через які і реалізуються ринково демократичні принципи упорядкування суспільства в економічній, політичній і соціальній сферах.

Зв'язок між станом великого і малого бізнесу абсолютно лінійний. Чим міцніші позиції для зростання для малого бізнесу, тим міцніша і стійкіша держава, оскільки саме від ефективності її економічних, політичних і правових інститутів і залежать прогнозовані і очікувані результати розвитку цього підприємницького сегменту. Це надає реального змісту і антимонопольній політиці яку впроваджують держави, і яка за змістом є однією з функцій впровадження принципів організації суспільства на ринкових засадах. За таких умов обмеження великий бізнес, виходячи з власних задач розвитку, примушений шукати контрактних союзів з малим бізнесом, переводячи диференційовані частки виробничого процесу в сферу діяльності суб'єктів малого підприємництва.

Таким чином великий бізнес модернізуючи структуру реального сектору економіки «втягує» в цей процес величезні прошарки малого бізнесу. Тому в економіках розвинутих країн світу половина і більше малих підприємств зосереджена у реальному секторі економіки і є певним віддзеркаленням стану і тенденцій його модернізації. Перефразовуючи відому думку Маркса можна впевнено сказати, що не стільки важливо що виготовляє малий бізнес, важливо якими знаряддями праці він цього досягає. В залежності від відповіді на це питання отримуємо і оцінку стану конкурентоздатності і інноваційності як малого бізнесу, так і всієї національної системи підприємництва.

Малий бізнес у провідних країнах світу досягає значних ефектів завдяки організованій і підтримуваній державою системі реалізації функціональних характеристик (особливостей) малого підприємництва. Сучасна наукова думка (західноєвропейська, американська, і вітчизняна) постулює що специфічні особливості малого бізнесу зосереджені у площині його макрорівневих і інструментальних економічних та соціально-політичних функцій.

До економічних макрорівневих функцій входять: утримання ринково-конкурентного стану в економіці; скорочення безробіття; збільшення обсягів ВВП; прискорення впровадження інноваційних технологій. Інструментальними функціями економічного порядку при цьому є: заповнення малоефективних сфер господарської діяльності; створення робочих місць; обмеження тенденції монополізації економіки.

Соціально-політичним функціями малого бізнесу на макрорівні є: ствердження демократичних принципів упорядкування суспільства в економічній сфері; ствердження і розповсюдження ідеології підприємництва; стабілізація соціально-політичної рівноваги суспільних відносин. Інструментальні соціально-політичні функції включають розповсюдження принципу економічної свободи та охоплення граничних полюсів трудових ресурсів: молоді і людей похилого віку.

В сучасному світі все вище згадане – це абетка економічної науки і практики. Знання абетки є банальною істиною якщо ми бажаємо навчитися читати і писати. Так і в розбудові підприємництва – ствердження його як системного явища ринкової економіки можливо лише шляхом створення умов реалізації його функціональних особливостей, якими постулює сучасна економічна наука. При цьому, утримання саме ринково орієнтованого формату розвитку, забезпечується в процесі реалізації функцій притаманних малому бізнесу.

Погляд на економіку України крізь призму економічних функцій малого підприємництва не дозволяє знайти переконливі факти щодо дієвого впливу вітчизняних суб'єктів малого бізнесу на утримання ринково-конкурентного стану в економіці. Нажаль немає підтверджуючих фактів щодо скорочення безробіття та зростання ВВП за рахунок активізації сектору малого бізнесу. Вкрай скромні досягнення малого бізнесу щодо прискорення впровадження інноваційних технологій. Інертною залишається мала сфера економіки до вирішення завдань щодо створення робочих місць та обмеження тенденції монополізації економіки.

Абсолютно індиферентна позиція малого бізнесу в питаннях реалізації власних соціально-політичних функцій. Найпотужніший мікроскоп не гарантує підтвердження того, що мале підприємство

набуло такого авторитету, який забезпечує ствердження демократичних принципів упорядкування суспільства в економічній та політичній сфері, сприяє розповсюдженню ідеології підприємництва та принципу економічної свободи і, головне, гарантує сталий рівень стабілізації соціально-політичної рівноваги суспільних відносин.

Всі економічні і соціально-політичні функції малого бізнесу в українському варіанті негативно спрямовані. Точніше, не мають шансів бути реалізованими, що означає неможливість, у суворонауковому розумінні, класифікувати явище господарської діяльності вітчизняних суб'єктів, як діяльність малого підприємництва зокрема і підприємництва як системи в цілому, спрямовану на розвиток ринкових відносин в економіці і демократичних принципів в політиці.

Песимізм щодо перспектив розвитку ринку і демократії, що за визначенням досягається завдяки підприємству, посилюється суттєвими змінами у настроях населення щодо підприємства в Україні. За останні чотири роки позитивне відношення до підприємства зменшилося в Україні на 11% (з 76% у 2013 р. до 65% у 2016 р., у світі 77% у 2016 році), а готовність відкрити свій бізнес зменшилося на 12% (з 39% у 2013 р. до 27% у 2016 р., у світі 50% у 2016 році). Все це є доказами, що діюча політико-економічна система не справедлива, тому і не ефективна. Звідси і невіра населення у майбутнє власної держави.

Єфремова О.С., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

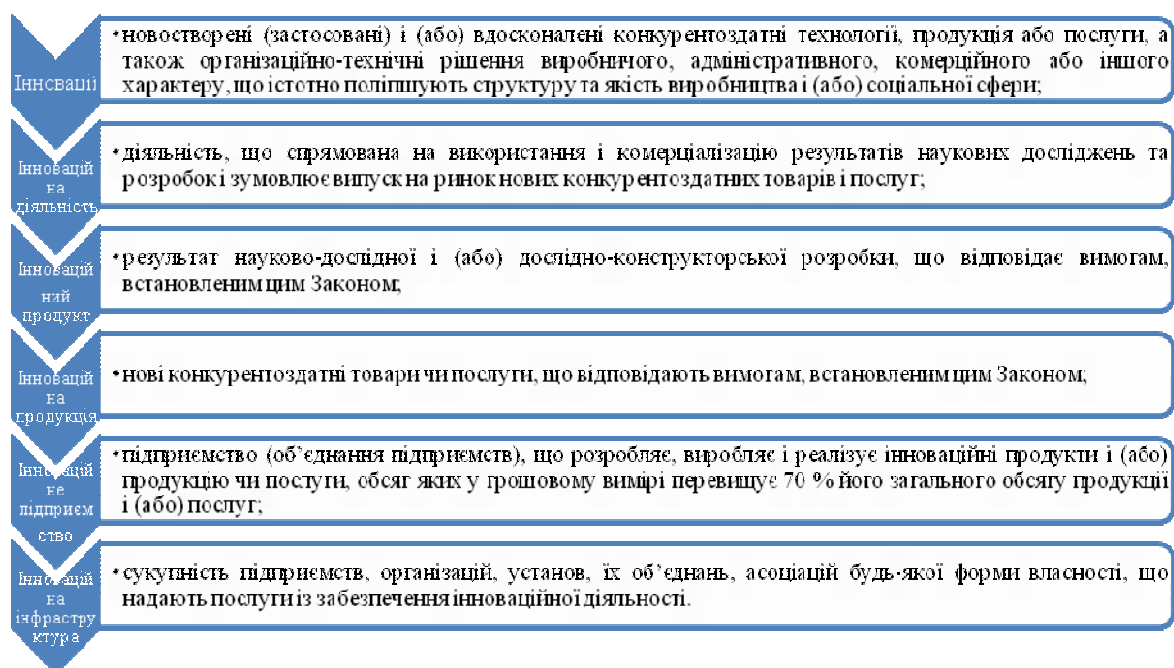
ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Інноваційна діяльність займає досить вагоме місце у функціонуванні сучасних підприємств сфери готельно-ресторанних послуг. Впровадження інноваційних технологій сприяє розвитку підприємств, а також забезпечує їх конкурентоспроможність на ринку сфери послуг. Основною формою власності для готельно-ресторанного виду діяльності є саме мале підприємство.

Ефективний розвиток ресторанної індустрії об'єктивно вимагає принципових змін в застосовуванні технологій, принципів побудови організаційних структур, управлінні усіма процесами, що проходять на туристичних та готельно-ресторанних підприємствах. За таких

умов розробка і впровадження інновацій є найважливішою умовою поступального розвитку окремого підприємства і всієї економіки загалом. Інноваційні процеси на сучасному етапі набувають все більшої значущості, а їх головним завданням є досягнення підприємствами конкурентних переваг і більш повне задоволення попиту споживачів у високоякісних товарах і послугах [2].

Основні поняття готельно-ресторанної діяльності юридично закріплені в Законі України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. Зокрема, у ст. 1 цього Закону визначено [1]:



На практиці існує безліч класифікацій інновацій. З причин виникнення їх можна розділити на «реактивні» – відповідна реакція на нові перетворення конкурента (такі інновації необхідні для ведення боротьби на ринку і виживання підприємства) і стратегічні, які визначають перспективні переваги над конкурентами [2].

В управлінні підприємством особливе місце займають процесорні (творчі) інновації. Їх сутність полягає в застосуванні нових технологій в структурі управління та організації виробництва. Для підприємств сфери послуг важливо саме стратегічне управління інноваціями, яке вдосконалює як підприємницьке, так і професійне господарське управління [2].

Технологічні, продуктові і управлінські інновації є найважливішою складовою загальної політики підприємства, вони багато в чому визначають динаміку розвитку і успішність підприємств сфери послуг. Керуючі і організаційні нововведення повинні бути введені в повсякденну практику управління підприємством на всіх рівнях, в

тому числі і процеси реструктуризації структур і процесів управління МП, що безпосередньо пов'язана з рівнем розвитку інноваційної діяльності на підприємстві [3].

Ключовою позицією маркетингової стратегії інноваційного розвитку підприємства сфери послуг є орієнтація на споживача, в результаті чого зростає значимість аналізу маркетингових відносин (партнерських) з споживачами і клієнтами, оцінка їх важливості на різних етапах і обміну інформацією при формуванні нового ринку послуг [2].

Інноваційна політика туристичних, готельно-ресторанних підприємств, його сприйнятливість до інновацій залежать від кваліфікації і професіоналізму персоналу, системи управління і самого керівника, що приймає рішення про розвиток підприємства на основі активізації інноваційної діяльності. Лисюк

Інноваційний процес як об'єкт управління має ряд об'єктивних закономірностей розвитку, основними з яких є: ймовірнісний характер освоєння нововведень за термінами, витратами і результатами, труднощі планування інноваційних процесів в сфері послуг, орієнтація на задоволення конкретних потреб. У той же час інноваційна діяльність в сфері послуг має соціальну спрямованість, тому що соціальні потреби, котрі сприяють підвищенню життєвого рівня населення, стимулюють розвиток відповідних видів діяльності, забезпечуючи зростання економічної і соціальної сфер виробництва [3].

Наприклад, автоматизація ресторану і кафе чи практика «відкритих кухонь» (коли страви готуються прямо на очах у клієнтів) – це шлях до успіху. Започаткувавши подібні нововведення, власники практично відразу відзначають позитивну динаміку в роботі закладу. Персоналу стає легше працювати, а зловживання співробітників стосовно сировини припиняються. Готельно-ресторанний бізнес є галуззю з високим рівнем насичення інформації і його успіх безпосередньо залежить від швидкості передачі й обміну інформацією, від її актуальності, своєчасності отримання [4].

Управління інноваціями, а також застосування нових методів управління та організації діяльності туристичних і готельно-ресторанних підприємств здатне принести відчутний внесок в ефективний і стійкий розвиток усього підприємства. Адже положення підприємства, його конкурентоспроможність на ринку в майбутньому безпосередньо залежать від того, наскільки плідно проводиться робота по впровадженню інновацій в усі сфери діяльності підприємства [2].

Отже, в умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню

результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного господарства. Міжнародний досвід успішної діяльності підприємств малої форми власності свідчить, що безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних, соціально-економічних та організаційно-правових досягнень, а також готовності підприємств до інновацій та нововведень [4].

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, N 36, ст.266){ Із змінами, внесеними згідно із Законами N 380-IV (380-15) від 26.12.2002, ВВР, 2003, N 10-11, ст.86 N 1344-IV (1344-15) від 27.11.2003, ВВР, 2004, N 17-18, ст.250 N 2285-IV (2285-15) від 23.12.2004, ВВР, 2005, N 7-8, ст.162 N 2505-IV (2505-15) від 25.03.2005, ВВР, 2005, N 17, N 18-19, ст.267 N 2314-VI (2314-17) від 03.06.2010, ВВР, 2010, N 34, ст.484 }.
2. Лисюк Т. В. Інноваційні технології у ресторанному господарстві та туризмі / Т.В. Лисюк. // Карпатський край. – 2016. – №1. – С. 141–149.
3. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–202 роки в умовах глобалізаційних викликів : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.gov.ua>.
4. Черномазюк А.Г. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу / А.Г. Черномазюк. // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – №1. – С. 269–272.

Жуковська В.М., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

СОЦІАЛЬНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ E-COMMERCE

Соціально-поведінковий контекст професійної компетентності персоналу у комерційній діяльності стає невід'ємною конкурентною перевагою у боротьбі за лояльність споживачів. Із стрімким розвитком комунікаційних технологій в e-commerce виникають проблемні питання соціально-поведінкової компетентності торговельного персоналу, його поведінкової результативності. Адже у формуванні соціальної привабливості підприємства торгівлі, репутаційної активності її бренду вагомому роль відіграє безпосередній досвід взаємодії

працівників сфери продаж з різними клієнтами через електронні засоби комунікації, сайти соціальних мереж, форуми тощо.

Необхідність інтерпретації актуальних потреб споживачів працівникам e-commerce важливо уміти моніторити мережеву поведінку цільової аудиторії. Типи споживачів, які здійснюють покупки та надають коментарі в мережі Інтернет умовно поділяють на п'ять груп, зокрема: 1) споживачі, які задоволені покупкою і рівнем обслуговування; 2) споживачі, які задоволені продуктом, але не задоволені сервісом (доставка, своєчасне повідомлення про наявність/відсутність на складі); 3) споживачі, які задоволені сервісом, але негативно відгукнулись про товар (часто на форумах клієнти відмічають перебільшення магазином властивостей продукту, невідповідність зовнішнього вигляду тощо); 4) дезінформовані споживачі, яким неправильно або взагалі не надана інформація про товари/ послуги підприємства торгівлі; 5) споживачі-тролі поширюючи брехливу інформацію та чутки про компанії, бренди, товари/послуги в інтернет-просторі, можуть удаватись до неетичного висловлювання, образ, «чорних» коментарів [1, с.102]. Із кожною такою групою споживачів торговельному персоналу необхідно вибудовувати діалог, через різні комунікаційні канали формувати стратегічну позицію в Інтернет просторі, моніторити засоби представлення інформації зацікавленими групами впливу.

У зв'язку із вищезазначеним, центр уваги керівників e-commerce має бути сфокусований на своєчасному та адаптаційному навчанні персоналу стандартам клієнтоорієнтованої поведінки у системі взаємодій «керівник-працівник-клієнт» (рис.1). Згідно запропонованої соціально-поведінкової моделі управління керівникам підрозділів важливо (на етапах відбору, адаптації, навчання, стажування, оцінювання) виявляти соціальні та мотиваційні маркери поведінки працівника: наскільки значимо для нього результати діяльності, рівень амбітності досягненні цілей, адекватність самооцінки професійних можливостей і здатностей працівника вирішувати проблему клієнта, високий внутрішній локус контролю при взаємодії з клієнтом (тобто ступінь готовності працівника брати на себе відповідальність у складних завданнях, ініціювати альтернативні способи задовольнити потребу клієнта/споживача). Якщо працівник уникає труднощів у вирішенні проблеми клієнта, шукає причини пояснення в обставинах або інших людях, то це свідчить про зовнішній локус контролю або низький рівень відповідальності за свої дії. Важливо, щоб поведінка керівників спрямовувалась на те, щоб працівники відчували свою значимість в організації, усвідомлювали поставлені цілі, в досягненні яких вони особисто зацікавлені.

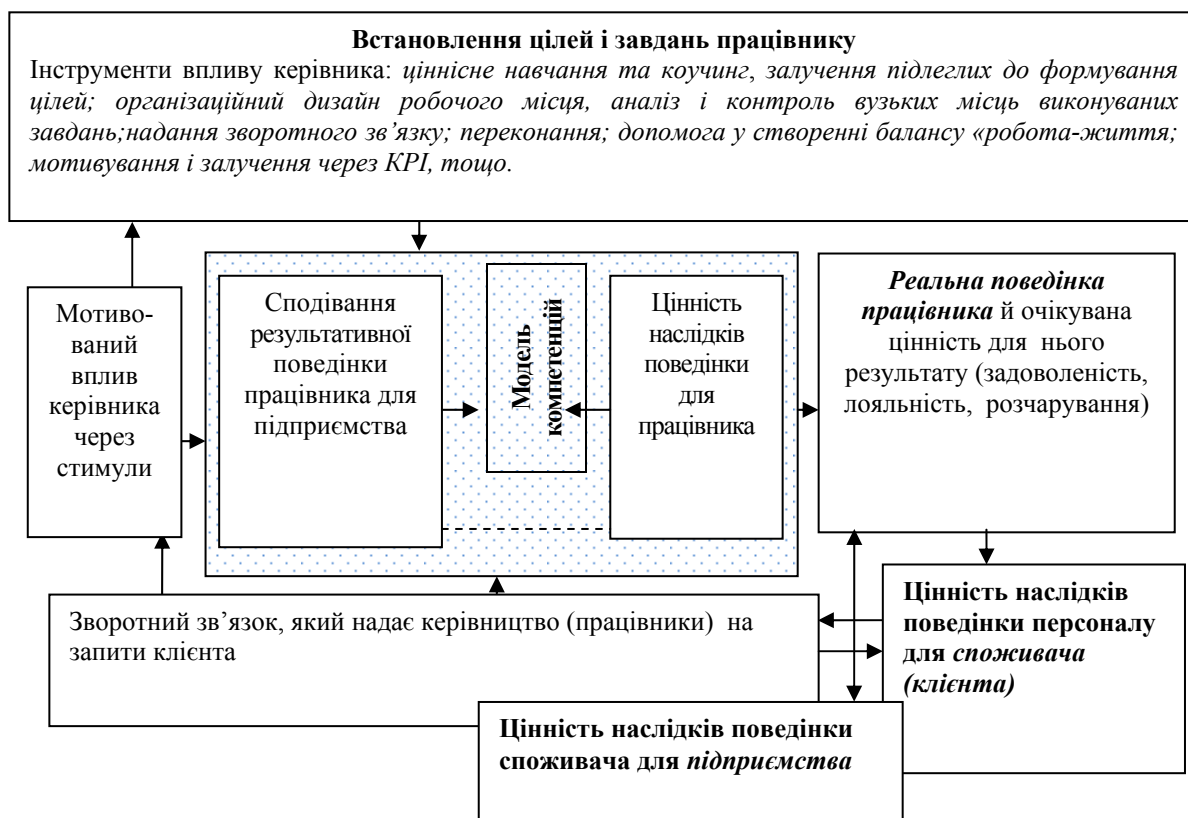


Рис. 1. Соціально-поведінкова модель управління у системі взаємодії «керівник-працівник-клієнт» (авторська розробка, [1, с.104])

Проведене компанією Deloitte дослідження глобальних HR-трендів [2] у 2017 році показало, що в умовах більш складного, кроскультурного робочого середовища, здатність організацій вирішувати проблеми ефективної взаємодії та залученості персоналу знизилось на 14%. Провідні компанії запроваджують інтегровані програми залучення, що сфокусовані на вдосконаленні і синергії процесів як-то: управління продуктивністю, дизайн робочого місця, використання карт досвіду (journey maps) працівників та винагородження, соціокультурне різноманіття та лідерство.

Перелік компетенцій за своїм змістовим наповненням, функціоналом та структурою можуть бути різними у підприємствах електронної комерції. Зокрема, серед основних компетенцій категорійного менеджера, менеджера з продажу у практиці підприємств торгівлі зазначаються: *комунікабельність* (встановлення формального і неформального контактів, вміння висловлювати думки, ідеї в ситуаціях мережевого спілкування з різною кількістю людей, переконувати), *орієнтація на розвиток* (швидкість та ефективність засвоєння нових знань та навичок, застосування нового досвіду різного виду складності), *самоорганізація* (з метою досягнення конкретної цілі уміння діагностувати поведінку людини; планувати роботу і розподіляти

навантаження); *якість і відповідальність за результат* (досягнення результатів необхідної якості у встановлений строк, відповідальна поведінка за результат перед колегами по роботі, дотримання прийнятих на себе зобов'язань).

Спираючись на кращий досвід підприємств торгівлі, підкреслимо, що система професійної компетентності торговельного персоналу не має бути статичною, а трансформуватись і вдосконалюватись відповідно до стратегічно-тактичних змін у бізнес процесах, в т. ч. електронної торгівлі. Соціально-поведінкові аспекти компетентності торговельного персоналу мають бути гармонізовані з індивідуальним планом розвитку, який у свою чергу має бути пов'язаний із цінностями й стратегічними цілями підприємства, сприяти функціональній включеності/залученості працівника у «світ споживчих настроїв».

Список використаних джерел

1. Жуковська В.М. Оцінювання соціально-поведінкових компетенцій торговельного персоналу / В.М Жуковська // Вісник Одеського національного університету. Економіка, 2016. – Том 21 Вип. 8. – С. 101– 107
2. The employee experience: Culture, engagement, and beyond. 2017 Global Human Capital Trend. – [Електроний ресурс] – Режим доступу. – URL: <https://dupress.deloitte.com/dup-us-en/focus/human-capital-trends/2017/improving-the-employee-experience-culture-engagement.html>

**Завідна Л.Д., канд. с-г. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Економіка України вступила в таку фазу, коли наявність ефективної стратегії розвитку є необхідною умовою виживання підприємства в довгостроковій перспективі. Вироблення стратегії – це, в першу чергу, отримання певного уявлення про майбутній розвиток підприємства; по-друге, активне використання підприємством сучасних методів управління, що забезпечують збалансованість і майбутні напрямки розвитку підприємства [1, с. 87].

Стратегія підприємства є основою для вироблення тактичних і оперативних заходів в складних ринкових умовах, тобто забезпечує основу для вибору пріоритетних ринків, розподілу ресурсів, тощо. Крім того, наявність стратегії дозволяє підприємству раціонально поєднувати свої корпоративні інтереси і економічні інтереси держави.

Аналіз різних інформаційних джерел показує, що порядок прийняття і реалізації стратегічних рішень, який склався, не систематизований належним чином, а менеджери слабо озброєні методологією і технологією стратегічного управління.

Для більшості підприємств готельного бізнесу створення стратегії є поєднанням планування і випадковості. Планування стратегії відбувається головним чином зверху вниз. Випадковість розглядається як результат безлічі рішень на всіх рівнях підприємства, головним чином на рівні середньої ланки управління, і може вважатися висхідним процесом (знизу-вгору) [2].

Багато керівників регіонів недооцінюють важливість потенціалу готельного бізнесу та туризму, їх прибутковість, що впливає на рівень розвитку економіки регіону в умовах децентралізації. Часто в самих регіонах відсутні стратегія, єдиний і професійно розроблений план, техніко-економічне обґрунтування, які дозволяють інвесторам оцінювати не тільки привабливість, але і ризики інвестицій в територію.

Творчість і вміння абстрагуватися від поточних справ, передбачення майбутнього підприємства і його моделювання – це ті якості менеджера-стратега, які роблять можливим або неможливим стратегічне управління. Важливо зрозуміти саму концепцію підходу до розробки стратегії – це бачення майбутніх напрямків для досягнення поставленої мети, можливість отримання в достатньому обсязі ресурсів для досягнення стратегічних цілей, тобто мова йде про концентрацію уваги на майбутніх ресурсах [3].

Отже, при формуванні стратегії в умовах високо-динамічної економіки, нечіткої, неповної інформації, що швидко застаріває повинні бути здійснені наступні види дій:

- моделювання майбутнього, формування цілей, їх ідентифікація, вибір цільових пріоритетів;
- аналіз конкурентного середовища: виявлення тенденцій розвитку ринку і його прогноз, галузевий аналіз ринків, технологій, продуктів (послуг), ресурсів, інновацій, аналіз суміжних галузей;
- оцінка сильних сторін підприємства з позицій макроекономічних індикаторів, оцінка загроз з боку зміни зовнішнього середовища і поведінки конкурентів, динаміка параметрів внутрішнього середовища підприємства;

- формулювання корпоративної стратегії, (вибір стратегії на базі наявних критеріїв), формування ділових стратегій, в тому числі для наявних і нових продуктів (послуг) [4, с. 192];
- ідентифікація і оцінка вузлових проблем і ризиків;
- реалізація стратегії: стратегічний проект, адаптація підприємства до стратегії, впровадження стратегії, контроль і моніторинг процесу.

Реалізація масштабних і довгострокових дій, в тому числі досягнення конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі, потребує стратегічного бюджету, який, в свою чергу, залежить від можливостей фінансування, сформульованих в однойменній стратегії.

Важлива роль фінансової стратегії обумовлена концептуальною природою основної економічної категорії ринкової економіки – грошей: їх участю у відтворювальному процесі, виконанням ними розподільчої, регулюючої і контрольної функцій для будь-якого бізнесу.

Теоретичний розгляд фінансової стратегії включає процес її формування, тобто формування сукупності цілеспрямованих управлінських рішень, що забезпечують підготовку, оцінку і реалізацію системи заходів стратегічного фінансового розвитку підприємства [1].

Початковий етап процесу розробки фінансової стратегії – визначення тривалості періоду формування даної стратегії. Так як фінансова стратегія носить по відношенню до корпоративної стратегії підлеглий характер, то тривалість періоду формування фінансової стратегії має відповідати тривалості періоду формування (терміну дії, терміну тривалості) корпоративної стратегії. Крім цього, умовами визначення періоду тривалості фінансової стратегії є також розмір підприємства, різноманітність послуг, що надаються, стадія життєвого циклу та ін.

Наступний етап – комплексний аналіз чинників зовнішнього середовища. Також на цьому етапі розробки фінансової стратегії аналізуються тенденції розвитку фінансових ринків, розробляються прогнози кон'юнктури в розрізі окремих сегментів цих ринків, досліджується фінансовий стан конкурентів.

Безпосередньо з аналізом зовнішнього середовища пов'язаний аналіз сильних і слабких сторін фінансового положення підприємства. У процесі такого аналізу досліджуються можливості підприємства, щоб скористатися інвестиційними можливостями, що відкриваються, а також виявляються внутрішні слабкі сторони фінансової діяльності.

Аналіз зовнішнього та внутрішнього фінансового середовища дозволяє визначити основні параметри, що характеризують можливості і обмеження розвитку фінансової діяльності підприємства;

визначити стратегічну фінансову позицію; з'ясувати, якою мірою фінансова стратегія орієнтована на досягнення генеральної мети, на вирішення стратегічних завдань.

На заключному етапі формування фінансової стратегії визначаються джерела фінансування діяльності підприємства; фінансове планування в різних часових розрізах; оцінюються фінансові ризики в процесі здійснення майбутньої діяльності; розробляється система поточного фінансування (бюджетування) підприємства; розробляється механізм контролю реалізації фінансової стратегії.

Таким чином, стратегія розвитку – складний і потенційно потужний механізм, за допомогою якого сучасне підприємство може протистояти мінливому зовнішньому середовищу, опинившись в умовах нестабільності. Але це непростий механізм, і його впровадження і використання вимагає значних фінансових витрат.

Список використаних джерел

1. Аминова З.Ф. Финансовая стратегия предприятия: формирование, развитие, обеспечение устойчивости / З.Ф. Аминова. – М.: Компания Спутник⁺, 2002. – 199 с.
2. Сучасні тенденції розвитку ринку готельних послуг України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/simpoz2/141.pdf>
3. Акулов В.Б. Финансовый менеджмент [Текст]: учеб. пособ. [Электронный ресурс] – Режим доступу: http://media.karelia.ru/~resource/econ/teor_fin/
4. Скобкин С.С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма [Текст]: учеб. пос. / С.С. Скобкин – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. – 432 с.

Зіміна А.І., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПЕРЕДУМОВИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Сучасний етап розвитку економіки потребує визначення пріоритетів у формуванні логістичного підходу до управління підприємствами, які стимулюють трансформацію організаційних об'єднань промислових суб'єктів, підприємств складської, транспортної та

торговельної інфраструктури ринку в інтегровані логістичні ланцюги поставок споживчої цінності. Саме вони мають надійно, своєчасно та з мінімальними витратами задовольняти споживчий попит та при цьому забезпечувати максимальний рівень прибутку всіх учасників бізнес-процесів.

Рівень логістичної ефективності та якості виконання комплексу операцій з переміщення товарів у просторі та часі прямопропорційно пов'язаний з економічним розвитком країни в цілому. Індекс ефективності логістики як інтегральний показник, який використовується для міжнародного порівняння світовим банком складається з таких елементів як ефективність роботи митних органів, якість інфраструктури, простота організації міжнародних постачань товарів, компетентність та якість логістичних послуг, можливість відстеження вантажів, дотримання термінів постачань (інтервалу) тощо.

Передумовами процесу впровадження інтегрованого логістичного підходу до активізації поточкових процесів та скорочення витрат товароруку на думку фахівців є: розуміння механізмів ринку та логістичної складової в реалізації конкурентних переваг підприємств; реальні перспективи та сучасні тенденції інтеграції учасників бізнес-процесів, а також розвитку нових організаційних форм – логістичних мереж; технологічні можливості в галузі новітніх інформаційних технологій, які відкривають принципово нові можливості для взаємодії та знищення зайвих операцій і витрат.

Перспективним напрямком розвитку вважається логістична концепція управління процесом створення доданої вартості від початкових стадій видобутку сировини та матеріалів для виробництва до розподілу, використання, споживання та утилізації продукції. В практиці будь-якого підприємства має місце низка бізнес-процесів, структура яких впливає з прийнятих підприємством стандартів обертання матеріалів, інформації, порядку прийняття управлінських рішень та організації руху матеріалів у технологічних процесах. Деякі витрати певних бізнес-процесів можуть мати «прихований» характер в інших статтях витрат. Контроль за витратами, які виникають при русі матеріалів в період, коли не створюються споживчі властивості та непродуктивні видатки матеріального потоку дозволяють оцінити поле діяльності з раціоналізації логістичних процесів для скорочення витрат на створення продукту. Структуризація та ідентифікація витрат дозволяє встановити зв'язок із причинами їх виникнення.

На українському ринку функціонують такі основні логістичні провайдери як DHL, DB Schenker, ASSTRA, FM Logistic, GEFCO, Kuehne&Nagel, Logistsc Expert, Panalpina, Raben, Rhenus Revival,

Комора-С, УВК, УДЦТС, Ліски, ПАКОБО, які надають послуги першого, другого та третього рівня глибини здійснення логістичних операцій – PL[8]. До переліку виконуваних операцій входять: перевезення власними транспортними засобами, складування та зберігання (тривале), проміжне зберігання (cross-docking), контроль проходження митниці, виконання аутсорсингу послуг, перевантаження, консолідація відправлень, фінансове супроводження (організація розрахунків за послуги), стеження за дислокацією вантажів та інші види інформаційного забезпечення (telematics, tracking), консалтингові послуги, підготовка експортної, імпортної та фрахтової документації, ведення обліку та управління залишками вантажів на складі, додаткові послуги з додаванням вартості (фасування, розподіл, повернення тари), передпродажна та післяпродажна підготовка, координація та оптимізація руху вантажів, підготовка рішень, що пов'язані з управлінням логістичним ланцюгом, стратегічне планування ланцюга постачань, спрямоване на підвищення конкурентоспроможності замовника.

Забезпечення поступового, пропорційного розвитку логістичної діяльності в країні передбачає ефективне функціонування перш за все митної сфери діяльності на підставі збільшення об'ємів переміщуваних через кордон товарів як наслідок зростання зовнішньоторговельного обороту в умовах глобалізації світової економіки. Світовий досвід свідчить про необхідність встановлення основних критеріїв якості здійснення митних формальностей країнами, які прагнуть стати рівноправними учасниками економічних взаємовідносин. До них належать: спрощення митних процедур; прискорення митного оформлення; прозорість та передбачуваність дій митних органів для учасників зовнішньоекономічної діяльності; партнерський підхід у відносинах митних органів з учасниками зовнішньоекономічної діяльності, в тому числі створення ефективних процедур вирішення спорів. Митна система України впроваджує європейські стандарти управління ризиками, що передбачає цілий комплекс заходів, які включають розширене застосування електронного декларування, запровадження ІТ-рішень, автоматизацію ідентифікації партій товарів, спрощену процедуру визначення митної вартості, ведуться переговори щодо створення «єдиного вікна» перетину митного кордону.

Роль логістики в організації міжнародних каналів розподілу полягає у регулюванні і спрощенні технологічних процедур на всіх етапах товароруху через уніфікацію стандартів, правил, тарифів, технологій. Сприяння визнанню державами пріоритетів міжнародних

угод завдяки яким реалізуються принципи логістики та розвитку транспортної й складської інфраструктури з впровадженням надання необхідного рівня логістичних послуг. Суттєвою складовою системи оцінки активності логістичної діяльності є якість торгової та транспортної інфраструктури. Основними елементами територіальної структури є транспортні шляхи – магістралі, транспортні пункти – залізничні й автостанції, річкові й морські порти, аеропорти, вузли та термінали. Важливе значення для зовнішніх перевезень мають транспортні коридори.

Світовий ринок логістичних послуг сьогодні характеризується впровадженням аутсорсингу – цілеспрямованого відокремлення та передачі всіх або декількох функцій бізнес-процесу на виконання спеціалізованим організаціям – логістичним провайдерам. Застосування аутсорсингу в логістиці дозволяє підприємствам окрім зосередження уваги на основному виді діяльності та зменшенні капіталовкладень ще й отримати ресурси та технології, які недоступні всередині підприємства. Окрім того, отримати високоякісні сервісні послуги, гнучко реагувати на зміну ситуації на ринку, та як наслідок реалізувати конкурентні переваги.

Таким чином, процес розвитку логістичної діяльності країни супроводжується низкою передумов й факторів впливу та потребує вирішення питань із встановлення пріоритетів у сфері здійснення митних формальностей, формування ефективної транспортної інфраструктури, сприяння міжнародним операціям, можливості відстеження руху вантажів, створення умов для розвитку мережі логістичних провайдерів, а також належної нормативно-правової бази регулювання бізнес-процесів. Активний розвиток світового логістичного ринку поширюється й на Україну, яка знаходиться на етапі формування та консолідації галузі.

Зубко Т.Л., канд. екон. наук, доц.,
Матусова О.М., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет

МЕТОДИ ОЦІНКИ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Наразі більшість підприємств працюють в умовах невизначеності та непередбачуваності. Нестабільна політична і соціально-економічна ситуація в країні посилюють ступінь ризику прийняття рішень і функціонування підприємств загалом.

В сучасних умовах економічна безпека країни набуває першочергового значення, оскільки вона дає орієнтири для прийняття основних соціально-економічних рішень. Окрім того, економічна безпека держави має значний вплив на діяльність вітчизняних підприємств, які постійно знаходяться під впливом великої кількості загроз, дія яких призводить до значних втрат й збитків. В таких умовах все більшу увагу приділяють дослідженням основних факторів впливу та шляхів забезпечення економічної безпеки підприємства.

Ефективність діяльності підприємства напряму залежить від ефективності фінансової діяльності, що і зумовлює посилення уваги до проблеми фінансової безпеки підприємства. Стратегія забезпечення фінансової безпеки підприємства є складовою його фінансового механізму. Головною метою стратегії забезпечення фінансової безпеки є забезпечення достатньої фінансової спроможності сталого поточного та стратегічного розвитку суб'єкта підприємництва, зростання його вартості, збільшення прибутків і доходів.

Так, І.О. Бланк [1, 5] в своїй роботі наводить загальні характеристики фінансової безпеки підприємства, які полягають в тому, що фінансова безпека:

1) виступає основним та найважливішим структурним елементом економічної безпеки підприємства;

2) являє собою систему кількісних та якісних індикаторів фінансового стану підприємства, що відображає реальний рівень захищеності його фінансових інтересів;

3) створює фінансові передумови сталого розвитку підприємства сьогодні та в майбутньому.

У практичній діяльності підприємств застосовують такі *підходи до оцінки фінансової безпеки підприємства*:

1) індикаторний – передбачає порівняння фактичних значень показників фінансової безпеки з пороговими значеннями індикаторів її рівня. Під пороговими значеннями індикаторів фінансової безпеки розуміють їх граничні величини, недотримання яких призводить до формування негативних тенденцій (виникнення загроз) у сфері фінансової безпеки. За такого підходу найвищий рівень фінансової безпеки підприємства досягається за умови, що вся сукупність індикаторів знаходиться в межах порогових значень, а порогове значення кожного з індикаторів досягається не на шкоду іншим. Недоліком у використанні цього підходу є те, що оцінка фінансової безпеки залежить від визначення порогових значень, котрі, у свою чергу, є плінними залежно від стану зовнішнього середовища, до якого підприємство має пристосовуватися і на який майже не може впливати. [2, 3, 4, 5]

Слід зазначити, що не існує єдиного підходу щодо вибору індикаторів оцінки фінансової складової економічної безпеки. Науковці виділяють різні показники щодо таких аспектів діяльності підприємства: фінанси, ділова активність, виробництво, управління, економіка.

2) метод балів (рейтинговий) – використовується в експрес-оцінці. Цей підхід досить суб'єктивний.

3) ресурсно-функціональний – передбачає оцінку стану фінансової безпеки на основі оцінки рівня використання фінансових ресурсів, а також оцінку рівня виконання функцій забезпечення фінансової ефективності діяльності підприємства, його фінансової усталеності і незалежності. Такий підхід є найбільш вживаним, адже фінансова безпека оцінюється на базі сукупного критерію, що визначається з урахуванням усієї діяльності підприємства. [5, 6]

У практичній діяльності оцінку фінансової безпеки підприємства проводять за кожною функціональною складовою фінансової безпеки, а потім експертним шляхом визначають інтегральний показник.

Порядок визначення показників фінансової безпеки підприємства за її окремими функціональними підсистемами (складовими) такий:

- а) рівень безпеки за бюджетною складовою ($I_{б.ж.}$),
- б) рівень безпеки за грошово-кредитною складовою ($I_{г.к.}$),
- в) рівень безпеки за валютною підсистемою ($I_{в.}$),
- г) рівень безпеки за банківською складовою ($I_{б.н.}$),
- д) рівень безпеки за інвестиційною складовою ($I_{і.}$),
- ж) рівень безпеки за фондовою підсистемою ($I_{ф.}$),
- з) рівень безпеки за страховою складовою ($I_{с.}$).

Інтегральний показник фінансової безпеки підприємства можна розрахувати за такою формулою [3, 6, 7]:

$$I_{фбп} = I_{б.ж.} * b_{б.ж.} + I_{г.к.} * b_{г.к.} + I_{і.} * b_{і.} + I_{в.} * b_{в.} + I_{б.н.} * b_{б.н.} + I_{ф.} * b_{ф.} + I_{с.} * b_{с.}$$

де $b_{б.ж.}$, $b_{г.к.}$, $b_{в.}$, $b_{б.н.}$, $b_{і.}$, $b_{ф.}$, $b_{с.}$ – вагові коефіцієнти відповідно бюджетної, грошово-кредитної, валютної, банківської, інвестиційної, фондової і страхової складових фінансової безпеки підприємства. Їх сума має дорівнювати 1.

На сьогодні не існує єдиної комплексної моделі оцінки рівня фінансової безпеки підприємства. Але часто застосовується метод, який базується на групуванні показників за відповідними групами: управління, економіка, фінанси, виробництво, ділова активність. При цьому, складається діагностична матриця за ключовими показниками

і порівнюються отримані значення відповідних показників з показниками матриці. Але цей підхід зумовлює аналіз тільки за динамікою. Так, збільшення показників відносять до позитивної оцінки, «застій» – до негативної.

Методи оцінки фінансової безпеки підприємства обираються індивідуально. Для підприємств виробничо-торгової сфери найкраще підходить метод з побудови інтегрального зведеного показника.

Список використаних джерел

1. Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2004. – 784 с.
2. Іващенко О.В. Система фінансово-економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Іващенко, П.М. Четверіков. – Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer28/51.pdf>. – Назва з екрану.
3. Кравчук Н.Я., Колісник О.Я., Мелих О.Ю. Фінансова безпека: навчально-методичний посібник. – Тернопіль: Вектор, 2010. – 277 с.
4. Рета М. В. Методичні підходи до оцінки рівня фінансової безпеки підприємства/М.В. Рета, А.О. Іванова // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 21 (994) – С. 29-37.
5. Фінансова безпека підприємства: навч. пос. / Т.Б. Кузенко, Л.С. Мартюшева, О.В. Грачов, О.Ю. Литовченко. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. – 304 с.
6. Штрангрет А.М. Фінансова безпека підприємства: методичні засади управління / А.М. Штрангрет, Я.В. Котляревський, О.В. Мельников. // Фінанси України. – 2013. – № 11. – С. 56 – 65.

Зябченкова Г.В., ст. викл.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У ринкових умовах господарювання та інтеграції до міжнародних стандартів ведення обліку, важливим питанням постає формування ефективної та раціональної системи організації бухгалтерського обліку на підприємстві.

Організація бухгалтерського обліку є надзвичайно важливою складовою облікового процесу на підприємстві, оскільки визначає умови ведення обліку та надання фінансової інформації, має істотний вплив на достовірність показників звітності, податкових розрахунків та аналізу критеріїв результативності діяльності підприємств. Тому керівництво підприємства повинно вести цілеспрямовану діяльність зі створення, постійного упорядкування й удосконалювання системи бухгалтерського обліку з метою забезпечення інформацією внутрішніх і зовнішніх користувачів.

Вивченням теоретичних і практичних аспектів організації бухгалтерського обліку займалися зокрема такі вчені, як П.С. Безруких, М.Т. Білуха, Ф.Ф. Бутинець, О.П. Войналович, Й.Я. Даньків, В.П. Завгородній, В.Б. Івашкевич, М.В. Кужельний, В.С. Лень, Л.Г. Ловінська, О.В. Олійник, М.Я. Остап'юк, В.М. Пархоменко, М.С. Пушкар, Я.В. Соколов, В.В. Сопко та ін. Але є проблеми, які потребують постійного дослідження: формування облікової політики підприємства, вибір форми ведення бухгалтерського обліку, організація документування господарських операцій і документообороту, формування системи звітності та ін.

Одним з важливих питань організації бухгалтерського обліку на підприємстві є формування його облікової політики. Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1].

Облікову політику підприємство визначає самостійно на основі «Положення про облікову політику», відповідно до якого розробляє систему та форми управлінського обліку, внутрішньої звітності та контролю операцій, визначає права працівників на підписання документів, затверджує правила документообігу та технологію обробки облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку та ін.

Документальне оформлення облікової політики підприємства здійснюється у вигляді Наказу про облікову політику підприємства, який після його затвердження набуває статусу юридичного документу. Цей документ повинен включати: загальні положення, організацію роботи бухгалтерської служби, методика фінансового обліку, організацію управлінського обліку, організацію податкового обліку та організаційні положення. На сьогодні законодавством не затверджена типова форма розпорядчого документу про облікову політику та відсутні вимоги до його оформлення, змісту та структури

на підприємстві. Тому виникають проблеми при його скла данні. Необхідно розробити та затвердити документ із врахуванням положень міжнародних стандартів.

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності містять мінімальний перелік вимог до організації обліку. Вони регламентують загальні принципи ведення обліку, склад і зміст фінансової звітності, а також загальні правила ведення обліку окремих об'єктів. Це призводить до необхідності формування теоретичних засад організації системи обліку згідно з МСБО, що включає визначення предмета, суб'єктів та об'єктів організації обліку, її мети, задач і принципів.

За міжнародними стандартами предметом організації системи обліку є система методів, способів, заходів, які забезпечують оптимальне здійснення облікового, аналітичного, контрольного і трудового процесів, спрямованих на ефективне функціонування системи обліку за МСБО.

Суб'єктами організації системи обліку за МСБО виступають посадові особи, які приймають безпосередню участь у прийнятті рішень з організації системи обліку. Об'єктами організації обліку можуть бути: технологія облікового, контрольного чи аналітичного процесу; праця виконавців; розвиток і вдосконалення обліку, контролю й аналізу; організаційне, технічне, інформаційне та інше забезпечення обліку, контролю й аналізу. Таким чином, об'єктом організації системи обліку згідно з МСБО слід вважати систему збору, обробки, зберігання та передачі інформації про стан та зміни ресурсів підприємства, характер і результати його господарської діяльності для складання фінансової звітності згідно з МСБО та використання цієї інформації для здійснення управління виробничо-фінансовою діяльністю суб'єкта господарювання. Виходячи з цього, мета організації системи обліку полягає у забезпеченні оптимального здійснення облікового, аналітичного і контрольного процесів їх суб'єктами для ефективного функціонування системи обліку згідно з МСБО. Зазначена мета дозволяє визначити основні завдання організації системи обліку за МСБО, які пов'язані з процесом веденням обліку та передбачають: вибір методики ведення бухгалтерського обліку з метою забезпечення збереження майна власника і надання інформації для управління; забезпечення технології і техніки бухгалтерського обліку; підбір облікового персоналу і організація його роботи.

Важливою складовою формування теоретичних засад організації системи обліку згідно з МСБО є побудова системи принципів, на яких

має здійснюватись організація системи обліку. На відміну від принципів обліку, які визначають вимоги до ведення бухгалтерського обліку і стосуються, у першу чергу, його методичних аспектів, принципи організації бухгалтерського обліку мають визначати вимоги до побудови облікового процесу та організації роботи облікового апарату. Якщо основні принципи ведення обліку та складання звітності визначені на законодавчому рівні, то принципи організації обліку законодавством не регламентуються і відносяться більш до сфери прийняття управлінських рішень з побудови організаційних структур та розподілу повноважень [2].

На основі проведеного аналізу літературних джерел пропонується виділити наступні принципи організації системи обліку згідно з МСБО: безперервності, адаптивності, цілісності, системоутворюючих відносин, динамічності, паралелізму та правової відповідності. Визначені предмет, суб'єкти, об'єкти, мета, задачі і принципи організації обліку згідно з МСБО дозволять сформулювати теоретичні засади організації бухгалтерського обліку за міжнародними стандартами в умовах діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання [3].

Отже, узагальнюючи вище наведене, можна зробити висновок, що на сучасному етапі розвитку бухгалтерського обліку, раціональна організація бухгалтерського обліку залишається актуальною темою для дослідження, а процес її формування вимагає ретельного підходу зі сторони керівництва вітчизняних підприємств, орієнтуючись на максимальне зближення з положеннями міжнародних стандартів та фінансової звітності.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16 лип. 1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Зелікман В.Д., Єрьоміна О.Л. та ін Теоретичні засади організації системи обліку згідно МСБО/ Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Дніпро, 30 березня 2017 р.): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nmetau.edu.ua/file/conf.nmetau>
3. Міжнародні стандарти фінансової звітності (версія перекладу українською мовою – 2011 рік) від 12.03.2013 № 929_010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_010.

Іванов С.В., д-р екон. наук, проф.,
Ляшенко В.І., д-р екон. наук,
Міжнародний центр дослідження проблем модернізації
та розвитку кооперації, м. Дніпро

МАЛИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Пріоритетними проблемами розвитку малого і середнього підприємництва є: 1) існування правових, економічних, адміністративних перешкод в реалізації прав на підприємницьку діяльність (Україна займала 96 місце серед 189 країн світу у міжнародному рейтингу легкості ведення бізнесу Doing Business-2015); 2) нестабільність фінансової системи, девальвація гривні; 3) зниження рівня інвестиційної привабливості Донецької області і України в цілому у зв'язку з проведенням антитерористичної операції; 4) підвищення тарифів на енергоресурси, скорочення внутрішнього споживчого попиту; 5) недосконалість нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності, складність адміністративних процедур; 6) висока вартість кредитних ресурсів для суб'єктів малого і середнього підприємництва, низький рівень фінансово-кредитної підтримки суб'єктів підприємницької діяльності для реалізації інноваційних проектів; 7) неналежне фінансування місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва; 8) обмеженість фінансових ресурсів для забезпечення належної роботи центрів надання адміністративних послуг та дозвільних центрів, як їх складової частини, незавершеність реформування системи надання адміністративних послуг; 9) недостатня ефективність роботи існуючих об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва, нерозвиненість інноваційної інфраструктури; 10) недостатні можливості для пошуку нових ділових партнерів та формування ділових зв'язків, подолання бар'єрів входження на нові ринки, стимулювання збуту та забезпечення конкурентоспроможності продукції; 11) недостатній кваліфікаційний рівень кадрів, що займаються підприємницькою діяльністю або бажають розпочати свою справу; 12) низька активність суб'єктів підприємництва щодо впровадження інновацій.

Економічне зростання має бути одночасно забезпечено заходами щодо стимулювання господарської діяльності, створення вигідних умов для розвитку середнього та малого підприємництва, кількість робочих місць, в яких вже переважають кількість зайнятих на великих підприємствах, розробки адаптованих до сучасних економічних умов програм кредитування суб'єктів господарювання. Загалом сектор

малого та середнього підприємництва має бути головним джерелом створення сучасних, в тому числі і високотехнологічних робочих місць. Це може бути досягнуто лише за умови внесення відповідних змін і доповнень до чинного законодавства України, що визначає засади розвитку підприємництва та економічного стимулювання суб'єктів господарювання

1. З метою удосконалення механізмів підтримки малого і середнього бізнесу ще в 2003 році Європейська комісія запропонувала нову дефініцію сектора МСП, згідно з якою, при його відособленні застосовуються три самостійні критерії: кількість персоналу, річний обіг і загальний річний баланс (вартість активів). Важливо відмітити, що обов'язковим критерієм для віднесення цього підприємства до групи МСП являється кількість персоналу, а одну з двох інших умов (річний обіг або вартість активів) підприємство може обрати самостійно. Особливістю підходу законодавців ЄС є те, що у разі вибору в якості другого критерію вартості активів, знімається обмеження на річний обсяг продукції, що випускається, що дає можливість мікро-, малому і середньому підприємству максимально розширювати свою ринкову нішу на вітчизняному та іноземних ринках і підвищувати власну конкурентоспроможність. В зв'язку із цим для імплементації європейських критеріїв визначення розмірів підприємств пропонується внести зміни, що відповідають європейським критеріям в частині вартості активів, до ст. 55 Господарського кодексу України. Також відповідний підхід можна застосувати відносно рекомендацій щодо імплементації положень Закону ЄС про малий бізнес «Спочатку думай про мале».

2. В частині зниження впливу високої вартості кредитних ресурсів для суб'єктів малого і середнього підприємництва та низького рівня фінансово-кредитної підтримки суб'єктів підприємницької діяльності для реалізації інноваційних проектів пропонується активізувати запуск системи гарантування кредитів малим та мікропідприємствам через мережу місцевих фондів підтримки підприємництва або спеціалізованих гарантійних установ для чого внести відповідні зміни до Бюджетного кодексу (зокрема ст. 17 в частині залучення коштів обласних бюджетів).

3. Також пропонується видати відповідну інструкцію НБУ або ж внести в Закон про підтримку розвитку малого підприємництва норму про запровадження акредитивної форми розрахунків між малими та великими підприємствами з метою попередження невиконання або відтермінування на 6-9 місяців виконання останніми своїх договірних зобов'язань.

4. З метою усунення неналежного фінансування місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва пропонується зафіксувати в Податковому кодексі норму про спрямування 1-2% надходжень коштів від податків малого підприємництва цільовим призначенням на фінансування саме цих програм.

5. Стимулювати створення в межах регіональної інноваційної системи під координацією регіональних наукових центрів НАН та МОН України мережі наукових та індустріальних парків на базі промислових майданчиків тих підприємств, відновлення діяльності яких в сучасних умовах є недоцільним, для чого прийняти відповідний закон про експериментальні стимулюючі регуляторні режими в них. У якості зразка тут може бути використаний досвід Ірландії. Також доцільно при цих центрах створити науково-аналітичні підрозділи з координації розроблених регіональних стратегій та програм.

6. В межах реалізації політики децентралізації з метою усунення зайвого податкового навантаження та збільшення надходжень до місцевих бюджетів розглянути нові принципи шкали спрощеної системи оподаткування малого підприємництва.

7. На виконання Стратегії розвитку АПК України до 2020 року, з урахуванням європейського досвіду та залучення в інвестиційні процеси відновлення переробної промисловості коштів населення опрацювати нову редакцію Закону України «Про кооперацію», в якому передбачити режими стимулювання розвитку цієї форми власності шляхом створення спеціальних режимів функціонування внутрішньо-регіональних, міжрегіональних та міждержавних кластерних утворень, як потенційних конкурентів агрохолдінговим структурам.

8. З метою максимального використання можливостей та потенціалу недержавних механізмів регулювання підприємницької діяльності слід терміново внести нову редакцію проекту закону «Про саморегульвні організації» з максимальним урахуванням положень модельного закону СНД «Про саморегульвні організації».

9. Занепад виробничого потенціалу Донбасу та Придніпров'я дає шанс для кардинальних змін у структурі та спеціалізації економіки цих регіонів. Для цього доцільно розробити Державну Стратегію структурної перебудови економік Донецько-Придніпровського економічного району і набір відповідних інструментів з її реалізації. Вона повинна бути сфокусована на пошуку кластерів та окремих ніш посилення конкурентоспроможності підприємств регіону, подальшому інтегруванні його в єдиний економічний простір країни, Європи та світу, вирішенні гострих соціально-економічних проблем областей та окремих депресивних територій, інноваційному партнерстві державних і регіональних органів влади, місцевого самоврядування, приватного бізнесу та громадськості.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Серед пріоритетів у забезпеченні сталого розвитку та поліпшення позицій підприємств у ринковому середовищі однозначно визначено провідним системна активізація інвестиційних процесів. Інвестиційна привабливість підприємства при цьому відіграє роль ключового елемента, оскільки характеризує мотиваційну складову намірів потенційних інвесторів. Зважаючи на це, все більшої актуальності набувають питання, пов'язані з отриманням об'єктивної та адекватної оцінки цих можливостей підприємства відповідати вимогам зацікавлених учасників інвестиційних процесів.

Для підприємств одним із пріоритетних завдань активізації інвестиційної діяльності є пошук потенційних інвесторів та сформованої їм інформації щодо доцільності вкладень. Оцінка та аналіз інвестиційної привабливості підприємства, з одного боку, є аналітичним базисом його інвестиційної політики, в тому числі, і в частині вдосконалення системи управління, визначати заходи щодо ліквідації недоліків та стимулювати залучення інвестиційних ресурсів. Це формує інформаційний простір, в межах якого інвестори спроможні визначитися у своєму рішенні про інвестування конкретного підприємства. Перманентний характер оцінювання інвестиційної привабливості підприємства є вирішальним фактором при прийнятті рішення інвесторами про напрямок розвитку господарської діяльності, який формує очікування щодо економічного ефекту від ведення бізнесу. Тобто, за змістом інвестиційна привабливість, як інтегральна характеристика відіграє найважливішу роль у вищезазначених процесах, оскільки вона виступає каталізатором розширення можливостей підприємства.

Структурна інвестиційна діяльність в Україні на 01.07.2016 р. представлена наступним чином: доля підприємств промисловості – 29,6%, сфери фінансової та страхової діяльності – 29,4%, торгівлі – 9,1%, ресторанного господарства – 0,001%. За обсягами залучених капітальних інвестицій промисловість має частку у 33,4%, будівництво – 13,7%, сільське, лісове та рибне господарство – 14,5%,

сфера інформації та телекомунікацій – 4,8%, оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів – 10%, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність – 6,8%, по установах державного управління й оборони, обов'язкового соціального страхування – 2,3%. Ознакою поточного періоду є спрямування інновацій у вже розвинуті сфери промисловості і послуг, до яких не віднесена діяльність ресторанів. Усього на тимчасове розміщування та організацію харчування припадає близько 0,2 % від загальної суми інвестиційних вкладень згідно даних за останні роки, хоча рівень конкуренції на ринку послуг загострюється з кожним роком через розширення мережі підприємств ресторанного бізнесу.

В умовах реального стану економіки України загострилась проблема низької інвестиційної привабливості, яка нажалі, дедалі більше актуалізується, в тому числі щодо діяльності ресторанів, про що свідчить широке коло публікацій як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, присвячене вказаній тематиці. Серед них можна виділити праці таких авторів як: О.А. Андраш, І.О. Бланк, В.В. Бочаров, А.П. Гайдучий, С.С. Донцов. В загальному плані теоретичні та практичні аспекти інвестування підприємства знайшли своє відображення в наукових роботах таких вітчизняних та зарубіжних економістів як: О. Амош, Г. Бірман, Ю. Брігхем, В. Геєць, Н. Гуляєва, О. Коюда, Г. Марковиц, О. Носова, А. Пересада, У. Шарп та ін.

В той же час, незважаючи на таке суттєве наукове надбання з цього питання, поняття інвестиційної привабливості є занадто багатограним, що потребує подальших досліджень сутності даного поняття, його уточнення, а також виявлення факторів, які безпосередньо впливають на рівень інвестиційної привабливості залежно від галузевої профілізації підприємства.

Незважаючи на очевидність здобутків вітчизняних і зарубіжних науковців щодо розуміння та оцінювання ефективності процесів інвестування реального сектору економіки для підприємств сфери ресторанного господарств ці питання необхідності розроблення методичних до організації оцінювання інвестиційної привабливості підприємств, управління їх формуванням.

Дослідження даного питання полягає в уточненні сутності інвестиційної привабливості підприємств, розгляді її теоретичних та практичних аспектів, її оцінюванні, формуванні систематичного інструментарію прогнозування та механізму впровадження у загальну систему управління підприємством ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Буднікова Ю.В. Інвестиційна привабливість підприємства та фактори впливу на неї/ Ю.В. Буднікова // Інноваційна економіка. – С. 194-197.
2. Дука А.П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: Навч. посібник. – 2-е вид./ А.П. Дука– К.: Каравела, 2008. – 432 с.
3. Інвестиційний клімат в Україні – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.google.com.ua/url>
4. Калишенко В.О. Аналіз методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості підприємств. / В.О. Калишенко, В.В. Швадченко. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NPN_2010/Economics/65704.doc.htm
5. Козаченко Г.В. Управління інвестиціями на підприємстві / Г.В. Козаченко, О.М. Антіпов, О.М. Ляшенко та ін. – К.: Лібра, 2004. – С. 368.
6. Кунцевич В.О. Підходи до діагностики фінансового потенціалу Підприємства /В.О. Кунцевич // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №1. – С. 68-75.

Кондратюк О.І., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ІНТЕГРАЦІЇ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ

Основними особливостями сучасного світового ринку є те, що споживачі різних країн мають однакові смаки та потреби, а тому й вимагають більш високої якості товарів за нижчою ціною; технологічна еволюція сприяє проникненню на ринки нових товарів і гравців, що призводить до поступового зникнення бар'єрів для діяльності підприємств та створює умови для агресивної конкуренції. Глобалізація економічних процесів впливає на функціонування і перспективи розвитку підприємств. Сучасні тенденції доводять необхідність переосмислення проблем розвитку підприємств, виходячи з глибокої взаємозалежності складових світового господарства, з його єдності, суперечливості та цілісності, що посилюється в умовах широкого розгортання інтернаціоналізації виробництва, інтенсифікації інтеграційних процесів.

Серед основних чинників глобалізації Швед Т.В. та Біла І.С. [1, С.82] називають такі: зростання кількості та обсягів злиття компаній; поширення впливу окремих національних валют; поширення тенденції до більшої відкритості підприємств; «розмивання» національної приналежності продукції; концентрація і централізація капіталу, зрощення великих компаній і фінансових груп, які в своїй діяльності виходять за межі національних ринків; прозорість державних кордонів, яка дає можливості для свободи пересування; науково-технічний прогрес, поява інформаційних технологій, які кардинально змінюють систему соціально-економічних відносин, створюють якісно новий технічний рівень організаційно-економічних відносин тощо.

Отже, можемо зазначити, що зростаюча глобалізація та інтеграція проявляються у прискоренні і збільшенні торгових потоків між країнами, що впливає на економічний розвиток, як країн так і підприємств. Особливістю глобалізації є непередбачуваність процесів, що відбуваються у світовій економіці, тому для здійснення прогресивного економічного розвитку підприємствам необхідно діяти гнучко, динамічно, і диверсифіковано, відповідаючи вимогам конкурентного, глобального ринку.

Характеризуючи сучасні вплив глобалізації та інтеграції на розвиток підприємства, необхідно визначити позитивні та негативні сторони його прояву.

До позитивних сторін глобалізації можна віднести збільшення швидкості пересування капіталів, послуг і людей, що сприяє встановленню контактів і надає широкі можливості для прискорення економічного зростання. Крім того, глобалізація та інтеграція сприяють:

- збільшенню зовнішньоторговельного обороту, і частки експорту в обороті;
- збільшенню зайнятості населення;
- збільшенню іноземних інвестицій і поліпшення інвестиційного клімату;
- технічному прогресу і впровадженню інновацій;
- вдосконаленню технічної інфраструктури;
- використанню стандартизованих процедур управління якістю;
- зростанню конкурентоспроможності;
- сприянню міжнародному розподілу праці и як наслідок – поглибленню спеціалізації виробництва та зростанню продуктивність праці.

Однак, крім перерахованих переваг, які надає глобалізація, необхідно вказати на ризики які вона може викликати, а саме:

– виникнення загроз для економічної безпеки та посилення експансії економічно розвинених країн світу;

– підвищення нестабільності функціонування національної економіки із врахуванням залежності від світових криз, в тому числі можливість дестабілізації фінансової сфери певної країни через незалежні від неї причини;

– нерівномірний розподіл переваг від глобалізації між окремими країнами та галузями національної економіки;

– ймовірна втрата національної ідентичності окремих країн, яка формувалась віками тощо [1, с. 83].

Як бачимо, в результаті глобалізації зростає відкритість економік країн, а це сприяє:

– розширенню та диверсифікації світового ринку;

– динамічному зростанню конкурентоспроможності на світовому ринку.

Відкритість ринку у міжнародному і глобальному масштабі є фактором, який прискорюють розвиток підприємств. Ступінь відкритості економіки визначається експортом, імпортом країни і її зовнішньоторговельним оборотом (рис. 1). Зовнішньоторговельні операції Україна у 2015 р. здійснювала з партнерами із 217 країн світу. Експортували товари до 191 країн світу, імпортували – із 201 країни. Кількість підприємств, що здійснювали зовнішню торгівлю товарами становили в експорті 14,7 тис. одиниць, в імпорті – 22,3 тис.одиниць. Експорт товарів у 2015 р. становив 38,1 млрд.дол. США, та зменшився на 29,3% проти обсягу 2014 р. та на 38,8% проти обсягу 2013 р., імпорт товарів – 37,5 млрд.дол., та зменшився на 31,1% та 50,5% відповідно. Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі товарами становило 0,6 млрд.дол. (негативне у 2013 р. – 13,5 млрд.дол.) [2].

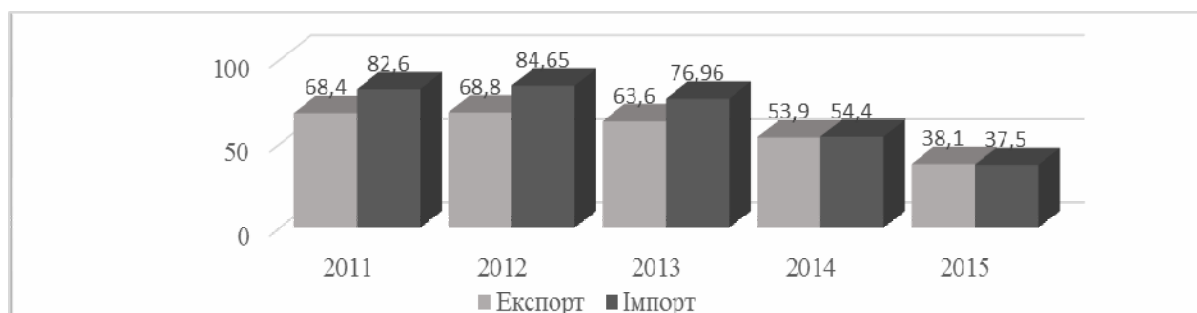


Рис. 1. Обсяги експорту та імпорту товарів України з 2011 по 2015 роки (в млрд. дол. США) [3]

Експорт товарів у 2015 р. становив 38,1 млрд.дол. США, та зменшився на 29,3% проти обсягу 2014 р. та на 38,8% проти обсягу 2013 р., імпорт товарів – 37,5 млрд.дол., та зменшився на 31,1% та 50,5% відповідно.

Розглядаючи дані про структуру валового внутрішнього продукту України за кінцевим використання ми бачимо, що разом із зростанням обсягів експортно-імпортних операцій, імпорт в Україну в останні роки хронічно випереджає експорт, а їх різницю досягає часом 8% ВВП.

Серед причин зниження темпів зростання експорту можна назвати падіння попиту на вітчизняну продукцію за кордоном через збільшення конкуренції. Що ж стосується вітчизняних позицій на міжнародній арені, то за загальним індексом конкурентоспроможності, Україна посідає майже останнє серед країн Європи місце – а саме 86-те, навряд чи спроможна взяти верх у такій конкурентній боротьбі [4, С. 29].

Але не дивлячись на негативні моменти вітчизняні підприємства мають достатній потенціал для здійснення своєї діяльності на міжнародному ринку. Під впливом процесів глобалізації підприємства намагаються підвищувати свою конкурентоспроможність, впроваджуючи інноваційні процеси, що є одним з дієвих способів.

Таким чином, глобалізація економічних процесів впливає на всі напрямки підприємства. Основним фактором, або критерієм успіху підприємств буде цінність виробленої продукції або наданої послуги. Саме від цього критерію буде залежати ставлення до продукції підприємства споживачів, наскільки вони будуть задоволені її якістю.

Список використаних джерел

1. Швед Т.В., Біла І.С. Вплив глобалізації на розвиток національних підприємств: теоретичні аспекти // Вісник соціально-економічних досліджень, 2013 рік, випуск 2 (49), ч. 1 2013 81-89.
2. Зовнішня торгівля України у 2015 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ukrstat.org/druk/publicat/kat_r/publ10_r.htm
3. Зовнішня торгівля України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Бердар М. Вплив глобалізації на інноваційно-інвестиційний розвиток підприємства //Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка Економіка № 132. – 2012. С 28 – 32.

МЕТОДИКА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІМПОРТОВАНОГО ОБЛАДНАННЯ

Імпорт промислового обладнання, комплектуючих, пов'язаних із його проектуванням, монтажем та обслуговуванням складає окремий вид імпорту промислового підприємства, який може бути визначеним як інвестиційний. За своєю товарною природою він має низку рис, які обумовлюють специфіку його використання та потребують формування відповідних підходів до аналізу ефективності пов'язаною із ним діяльністю промислового підприємства із інвестиційного імпорту.

У найбільш загальному вигляді, ці особливості полягають у наступному:

- даний вид імпорту є товарами проміжного використання;
- їх вартість є джерелом нагромадження капіталу, збільшуючи вартість основних засобів підприємства;
- відбувається процес переносу сплаченої вартості предметів інвестиційного імпорту на вартість виробленої продукції.

Виходячи з зазначеного, актуальності набувають конкретні методики визначення показників економічної ефективності імпорту техніки і нових або діючих технологій в умовах їх різноефективних сфер застосування.

Задля оцінки економічної ефективності імпорту інвестиційного обладнання запропоновано модифікацію методики, обґрунтовану Ю.І. Лернером [1]. Вона засновується на принципах теорії ймовірності, тобто на положенні, що будь-яка соціально-економічна система є ймовірнісною, ієрархічною, не повністю визначеною системою. Це означає, що показники результатів праці на промисловому підприємстві, що є такою соціально-економічною системою, мають ймовірнісний характер, тобто основні техніко-економічні показники роботи цього підприємства під впливом певних причин безперервно змінюються як у часі, так і в просторі. Ці зміни відбуваються за певним законом, встановивши який можна прогнозувати зміну того чи іншого техніко-економічного показника. У зв'язку з цим, значення будь-якого з показників можуть розраховуватися лише з деякою ймовірністю, тому проектування і планування не виключає того, що дійсні значення певних показників виявляться іншими, ніж це передбачається в результаті виробничого розрахунку. Звідси можна зробити висновок про те, що процес

відтворення на промисловому підприємстві протікає по імовірнісним, а не по детермінованим закономірностям.

У пропонованих методиках оцінюється вплив використання імпортованого обладнання, порівняно із використовуваним, на економічну ефективність виробництва та ціну виробів. Розроблені конкретні формули щодо визначення показників економічної ефективності.

Зокрема, щодо визначення річного ефекту від виробництва та використання імпортованих предметів праці (формула (1)):

$$\Theta = \left[Z_1 \cdot \frac{Y_1}{Y_2} + \frac{(I_1 - I_2) - E_H(K_2 - K_1)}{Y_2} - Z_2 \right] \cdot A_2, \quad (1)$$

де Z_1, Z_2 – приведені витрати одиниці базового та нового предмету праці;

Y_1, Y_2 – питомі витрати базового та нового предмету праці у розрахунку на одиницю продукції, нат. од.;

I_1, I_2 – витрати на одиницю продукції, що випускається споживачем за використання базового та нового предмету праці без врахування їх вартості, грн.;

K_1, K_2 – відповідні капітальні вкладення споживача за використання ним базового та нового предмета праці в розрахунку на одиницю продукції, що виробляється із використанням нового предмету праці;

A_2 – річний обсяг виробництва нового предмета праці у розрахунковому році, в нат. од.

Річний економічний ефект від використання нового обладнання та пов'язаних технологічних процесів, які забезпечують економію виробничих ресурсів, за умови випуску однієї і тієї ж продукції, може бути визначеним за формулою (2):

$$E = (C_1 - C_2) \cdot A - E\Delta K, \quad (2)$$

де C_1, C_2 – собівартість одиниці продукції за варіантами, грн.;

K_1, K_2 – питомі вкладення у виробничі фонди за варіантами, грн.;

A – річний обсяг виробництва продукції за допомогою нової техніки, в нат. одн.

Аналіз структури імпорту підприємств та структури собівартості їх продукції вказують на велику роль імпорту у досягненні високих показників рентабельності їх виробничої діяльності. На основі аналізу

було сформовано пропозиції щодо підсилення вказаних ефектів за рахунок більш раціонального використання продукції непрямого експорту, яка використовується у виробничому процесі. Але врахування продукції непрямого експорту є технічно та методологічно складним завданням.

Отже, ефективність техніки і технології повинна визначатися на підставі рекомендацій теорії ефективності та розширеного відтворення, виходячи з додаткового продукту, який формується інтенсивними капітальними вкладеннями. Тому ефективність будь-якого заходу це, перш за все, визначення терміну окупності капітальних вкладень (інвестицій) на основі врахування корисності речі. Розробка дослідниками самостійно будь-яких коефіцієнтів або іншого інструментарію для оцінки ефекту або ефективності неприпустима і не має економічного сенсу. Запровадження такої методології сприятиме підвищенню теоретичного рівня та поліпшенню визначення на практиці економічної ефективності – визначення верхньої та нижньої меж цін.

Список використаних джерел

1. Лернер Ю.И. Выбор оптимальных решений в условиях неопределённости и кризисных ситуаций : монография / Ю.И. Лернер, В.А. Мищенко, А.Н. Гаврись. – Х.: Издательство ООО «Типография Мадрид», 2013. – Т. I. – 880 с.

Короп І.І., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗАСАДАХ БЮДЖЕТУВАННЯ

Сучасні підприємства України знаходяться в умовах невизначеності та непостійності. Кризові явища в економіці, девальвація гривні, стагнація та високий рівень безробіття обмежують розвиток фінансово-господарської діяльності, виступають ключовими факторами для закриття та ліквідації вітчизняних суб'єктів господарювання. Враховуючи вищенаведені фактори сучасні управлінці знаходяться в постійному пошуку оптимальної системи управління, яка здатна оперативно реагувати на вимоги зовнішнього та зміни внутрішнього середовищ, при цьому бути направленою на виконання стратегічних завдань та цілей розвитку.

Однією з таких систем є управління на засадах бюджетування, яка являє собою: «систему планування, звітності та контролю на основі системи бюджетів. Бюджетування являється максимально точним вираженням всіх запланованих показників та ресурсів в фінансових термінах» [1, с. 180]; «систему регулярного економічного управління і контролю за фінансовими ресурсами для досягнення економічної ефективності і зміцнення фінансової усталеності підприємства, шляхом складання бюджетів витрат і доходів, з урахуванням тактичних цілей кожної структурної одиниці з позиції стратегічних цілей підприємства в цілому» [2, с. 149].

Бюджетування є гнучкою системою за рахунок поєднання стратегічної направленості підприємства із оперативними та тактичними завданнями, проте дана система не завжди є ефективною, оскільки багато управлінців та підприємців допускаються критичних помилок при її впровадженні, серед яких можливо виділити [3, с. 67-68; 4]: відсутність прив'язки до цільових параметрів та стратегічних завдань під час формування бюджетів; відсутність фінансових та організаційних структур; відсутність чіткої схеми процесу бюджетування; нереальність фінансових планів та непридатність їх до реалізації; відсутність автоматизованих систем для здійснення технології бюджетування; проблема адаптації іноземних програмних та технічних засобів до умов функціонування підприємств в умовах національної економіки; нарощення документообігу та ускладнення процедури їх обробки; недосконале формування організаційної, фінансової та бюджетної структур, незацікавленість управлінської ланки в їх регулюванні; відсутня система делегування повноважень; незацікавленість та нерозуміння рядових працівників у необхідності бюджетного управління; відсутня мотиваційна система для залучення працівників у процес бюджетування; необхідні значні затрати часу на підготовку та реалізацію елементів бюджетного управління; відсутність чіткої системи інформаційної мережі, яка значно гальмує процес використання бюджетного управління.

Перелік ключових проблем та помилок при становленні управління на основі бюджетування можливо доповнити й іншими складовими та факторами, проте, перш за все, вітчизняні підприємства повинні розуміти, що універсальної системи управління, яка б підходила для підприємств різних за розміром та господарської діяльності не існує. Будь-яку систему управління необхідно адаптувати до внутрішніх особливостей та ознак, і тоді вона зможе стати універсальним та ключовим інструментом при здійсненні фінансово-господарської діяльності. Так усунення вищезазначених помилок сприятиме повноцінному становленню бюджетування на підприємствах України.

Список використаних джерел

1. Асаул А.Н. Управление затаратами в строительстве / А.Н. Асаул. – Спб.: ИПЭВ, 2009. – 392с.
2. Челишева Т.В., Зерова О.М. Бюджетування – шлях стабілізації комунального господарства / Т.В. Челишева, О.М. Зерова // Вісник Донбаської національної академії будівництва і архітектури. – 2006. – № 3, Том 2. – С. 147-151.
3. Бюджетування як інструмент забезпечення життєдіяльності підприємства: монографія. – Запоріжжя: ЗНУ, 2011. – 222 с.
4. Кочнев А. Что важно знать о бюджетировании Генеральному Директору / А. Кочнев // Журнал «Генеральный директор». – 2006. – № 1.

Кочубей Д.В., канд. екон. наук, доц.,

Лиса С.С., канд. екон. наук,

Київський національний торговельно-економічний університет

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Визначення результатів логістичної діяльності підприємств є однією з ключових задач як для дослідження поточного стану логістичної системи, так і для формування логістичної стратегії підприємства. Підприємствам необхідно володіти такими методиками оцінки результативності логістичної діяльності, які б дали можливість об'єктивно та різнобічно оцінювати стан логістичної системи. Загальною проблемою у визначенні результативності логістичної діяльності підприємства є недостатньо розвинутий набір методів оцінки результатів логістичної діяльності, які можливо було б застосувати у сучасних умовах.

Пропонується визначити коефіцієнти результативності логістичного бізнес-процесу за ключовими факторами ефективності, застосовуючи положення діаграми збалансованих переваг. Для визначення рівня результативності управління логістичними бізнес-процесами запропоновано використовувати такі коефіцієнти:

- K_m – коефіцієнт, що характеризує якість (точність) виконання логістичних операцій;
- K_q – коефіцієнт, що характеризує часові параметри логістичного бізнес-процесу;
- K_g – коефіцієнт, що характеризує логістичні витрати.

Запропоновані коефіцієнти характеризують рівень фактичних результатів управління логістичною діяльністю відносно нормативного рівня, заданого у стратегічних та оперативних логістичних планах підприємства.

Коефіцієнт точності виконання логістичних операцій враховує кількість зафіксованих помилок у логістичних операціях або процесах, з яких складається логістичний бізнес-процес відносно нормативного рівня помилок у цьому бізнес-процесі за визначений проміжок часу.

Коефіцієнт часової тривалості логістичного процесу $K_{\text{ч}}$ враховує фактично використаний фонд робочого часу для виконання логістичних операцій або процесів з яких складається бізнес-процес відносно нормативного фонду робочого часу для виконання цих операцій.

Коефіцієнт виконання бюджету логістичних витрат повинен враховувати відповідність рівня запланованих логістичних витрат до фактичного.

Важливим питанням є вибір типу залежності інтегральної оцінки управління логістичним процесом від часткових факторів. Пропонується визначати загальну результативність системи як добуток рівнів досягнення часткових результатів (коефіцієнтів $K_{\text{т}}$, $K_{\text{ч}}$, $K_{\text{в}}$). Вибір форми інтегральної оцінки як добутку складових коефіцієнтів показнику результативності впливає з таких міркувань: по-перше, добуток як тип залежності функції від аргументу характеризує значний вплив кожного зі складових коефіцієнтів на показник результативності логістичного бізнес-процесу; по-друге, застосування добутку складових коефіцієнтів дає можливість визначити оптимальний рівень результативності логістичного бізнес-процесу як 1 при рівності усіх складових коефіцієнтів 1. Крім того, результативність логістичної діяльності з точки зору процесного та системного підходів пропонується розглядати аналогічно до розгляду рівня ймовірності безвідмовного функціонування системи.

Отже, інтегральний показник результативності управління логістичними процесами $IP_{\text{лп}}$ пропонується визначати як добуток коефіцієнтів, що характеризують: якість (точність) виконання логістичних операцій, часові параметри логістичного бізнес-процесу та логістичні витрати. Зростання значення $IP_{\text{лп}}$ від 1 та вище характеризує зростання результативності управління логістичною діяльністю відносно нормативного рівня. При $IP_{\text{лп}} = 1$ рівень результативності управління логістичною діяльністю відповідає нормативному. При $IP_{\text{лп}}$ меншому за 1, рівень результативності управління логістичною діяльністю є нижчим за нормативний.

Отже, наведений підхід полягає в удосконаленні методичної бази дослідження показників ефективності логістичних процесів підприємств за рахунок впровадження тривимірної оцінки логістичного процесу підприємства. На відміну від широко вживаних на даний час підходів, заснованих на аналізі набору окремих внутрішніх операційних показників логістичної діяльності, підприємства отримують можливість визначити комплексну оцінку логістичних послуг та логістичних витрат.

Практична цінність наведеного методичного підходу полягає у можливості підприємства на основі доступних підприємству даних провести аналіз рівня логістичного обслуговування, визначити переваги та недоліки, та визначити цілі та засоби управлінського впливу на логістичну систему.

Перспективою подальших досліджень формування системи показників ефективності логістичних процесів підприємства може бути розробка методичних рекомендацій щодо удосконалення комплексної оцінки логістичної діяльності підприємств, залежно від галузевої та ринкової специфіки.

Список використаних джерел

1. Christopher M. Logistics and Supply Chain Management / Christopher M. – Financial Times/Pearson Education; 5th Edition, 2016. – 310 pages
2. Мороз О.В. Системні фактори ефективності логістичної концепції постачання на підприємствах / О.В. Мороз, О.В. Музика – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2007. – 165с.
3. Фролова Л.В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством / Фролова Л.В. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 322с.
4. Омельченко В.Я. Логистика в системе трансформационной микро-экономики: Теоретико-методологические аспекты / Омельченко В.Я. – Донецк : Норд-пресс, 2004. – 309с.

Кудлай В.С., канд. екон. наук, доц.,

Яцишина К.В., канд. екон. наук,

Київський національний торговельно-економічний університет

ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИЙ КЛАСТЕР ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ СТРУКТУРНИЙ ЕЛЕМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Актуальним є вивчення можливих напрямків розвитку підприємств торгівлі виходячи зі сформованих на даному етапі умов функціонування національної економіки, в тому числі в різного роду інтегрованих формуваннях (фінансово-промислові групи, холдинги, корпорації) і об'єднаннях кластерного типу. Слід виділити А. Маршала («локалізована промисловість», де описується концентрація спеціалізованих галузей в окремих регіонах Англії), І. Толенадо і Д. Сольє («фольєри» або групи технологічних секторів Франції), Є. Дахмен («блоки розвитку» в Швеції), М. Портера. Останній вперше логічно описав і розкрив феномен кластерів в економіці і висунув теорію національної, державної та місцевої конкурентоспроможності, яка, за результатами його досліджень, базується на зв'язках підприємств і організацій, що формують кластер [1–4].

Таким чином, в даному контексті доречно дотримуватися висновків досліджень М. Портера, який виділив принципово новий структурний елемент в сукупності об'єктів конкуренції. За його визначенням економічний кластер являє собою співтовариство сконцентрованих за географічним, галузевим чи іншим принципом організацій, або тісно пов'язаних галузей, які взаємно сприяють зростанню їх конкурентоспроможності [4]. Разом з тим встановлено, що підприємства та організації, що входять до складу економічного кластера, в сукупності формують інтегровану систему виробництва доданої вартості одного кінцевого продукту або товарної категорії з високою споживчою вартістю. У зв'язку з цим доцільно називати такі об'єднання торгово-промисловими кластерами.

У результаті комплексного дослідження питань кластеризації було встановлено, що в основі процесу створення торгово-промислових кластерів стає можливим виділити чотири невід'ємних умови: конкуренція, кооперація, виробнича спеціалізація й експортна орієнтованість.

Стійке функціонування торгово-промислового об'єднання кластерного типу засноване на внутрішній конкуренції (за ресурси, за споживачів, за кращі кадри, за наукові досягнення і под.), а при виході на зовнішній ринок – на кооперації з використанням єдиних каналів постачання, реалізації та просування кінцевої продукції.

Разом з тим необхідно відзначити, що більшість учасників кластера не конкурують між собою безпосередньо, а концентрують ресурси на обслуговуванні різних ринкових ніш [2, с. 46] (тобто підприємства не ділять останні, а створюють, збільшують і розвивають власні сегменти за рахунок позиціонування своїх продуктів під потреби різних галузей і ринкових ніш) і спільну розробку нових, що користуються попитом товарів і послуг. Функціонування і розвиток торгово-промислового кластера вимагають істотних ресурсів. Основним фінансовим джерелом для їх формування в довгостроковій перспективі стає прибуток від експорту кінцевого продукту спеціалізації в межах країни, конкурентоспроможного на внутрішньому ринку і такого, що має високу споживчу вартість. Підвищення сукупної ефективності кластера досягається за рахунок виробничої спеціалізації, а підприємства об'єднання в довгостроковій перспективі зосереджуються на тих видах діяльності (виробництво, реклама, торгівля, логістика та ін.), які виконуються ними найбільш ефективно, що веде до делегування виробництва проміжних продуктів і надання послуг підприємствам регіону, що спеціалізуються на цих напрямках.

Таким чином, конкуренція створює сприятливі можливості для виділення і розвитку ринкових сегментів. Спеціалізація веде до підвищення сукупної ефективності системи, пошуку і впровадження інноваційних технологій і методів господарювання. Кооперація підвищує сукупну конкурентоспроможність підприємств в торговельній діяльності, доходи від якої стають основним джерелом розвитку кластера. Встановлено, що такий підхід особливо вигідний в регіонах, так як дає можливість для зростання конкурентоспроможності місцевого бізнесу, збільшення прибутковості регіону, а також вирішує проблеми зайнятості населення.

Виходячи з вищевикладеного встановлено, що формування кластерних структур дозволяє реалізувати ряд конкурентних переваг. По-перше, в їх складі швидко накопичуються цільові ресурси. По-друге, тут формується доступна і точна інформаційна база про потреби ринку, технологіях, наукових досягненнях. По-третє, при збігу інтересів управлінської ланки, власників і виробників можливі швидкі прориви в інноваційному розвитку виробництва.

Встановлено, що профільну структуру кластерної економіки, як правило, формують базові галузі і підприємства (так звані «точки зростання»), продукція яких має внутрішній і зовнішній збут і забезпечує надходження необхідного доходу. Разом з тим, як справедливо зазначає В.Г. Гусаков, «точок зростання» на початкових етапах не повинно бути багато [3, с. 40]. Пов'язано це, по-перше, з

обмеженістю матеріальних і фінансових ресурсів, а по-друге, з тим, що «прориви» в економічному становленні представляються можливими тільки за тими напрямками, де існує певний потенціал для підвищення обсягів збуту продукції, активно і безперешкодно затребуваної на внутрішньому і зовнішньому ринках. Отже, пропонуємо формувати торгово-промислові кластери в кілька етапів (рис. 1).

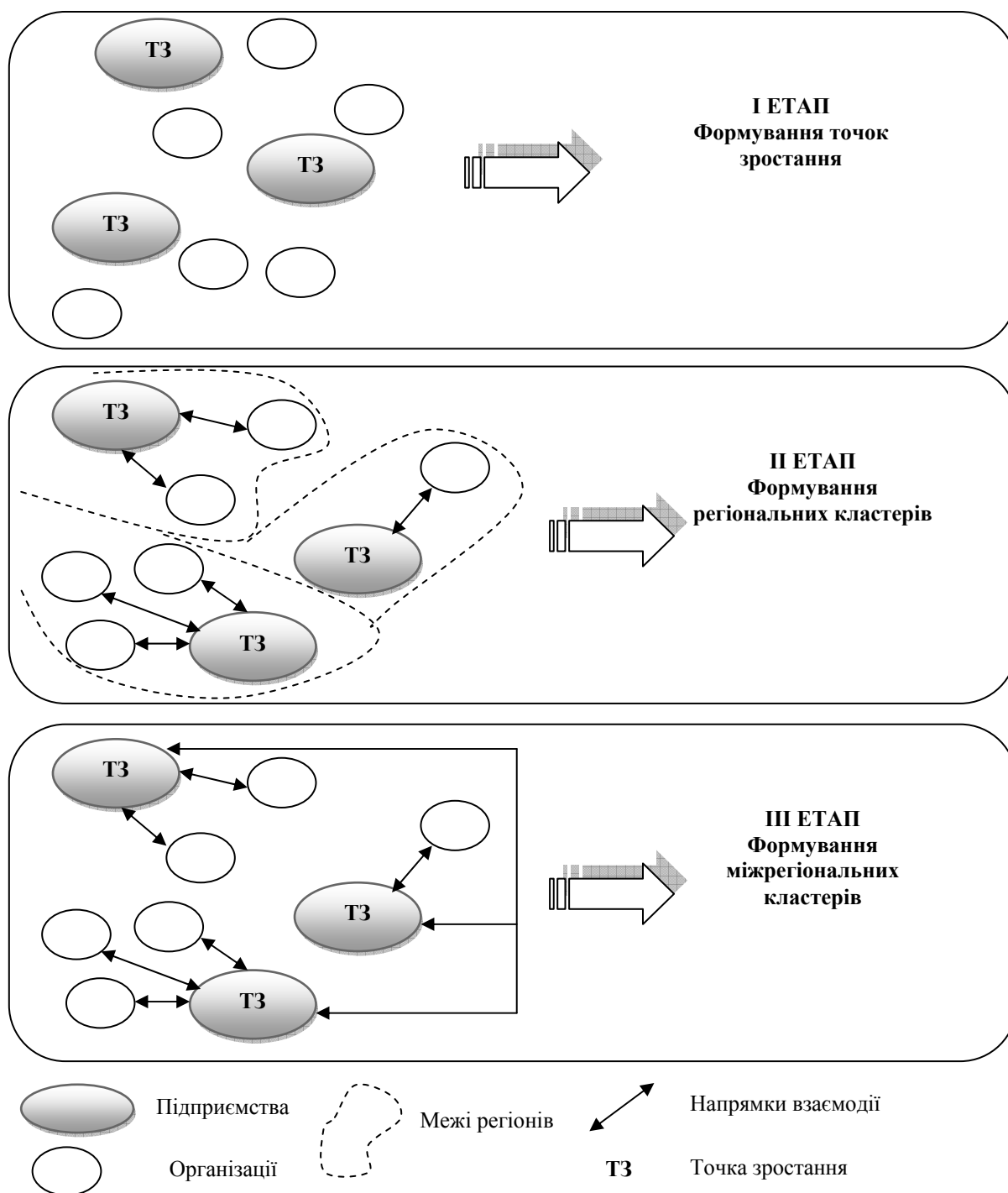


Рис. 1. Етапи формування торгово-промислових кластерів

Список використаних джерел

1. Soulie D. Filieres de Production et Integration Vertical / D. Soulie // Annales des Mines. – 1989. – Janvier – P. 21–28.
2. Воронкова І.Ю. Фактори і види взаємодії кластерних утворень / І.Ю. Воронкова // Вісник ОНУ ім. Мечникова. – 2014. – Т. 19, Вип. 2/2. – С. 44–48.
3. Гусаков В.Г. Экономика организаций и отраслей агропромышленного комплекса. В 2 кн. Кн. 1 / В.Г. Гусаков [и др.]; под общ. ред. акад. В. Г. Гусакова. – Минск: Белорус. наука, 2007. – 891 с.
4. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – 3 изд. – М. : Альпина, 2007.

Кучеренко А.В., асп., фінансовий аналітик
у ІТ-компанії «Люксофт»,
Київський національний торговельно-економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ ІННОВАЦІЙ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФОРМА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сьогодні підприємницьким одиницям реального сектору економіки, як ніколи бракує важелів та методів урегулювання питань стосовно оборотності капіталу, ліквідності активів, оптимізації бізнес-процесів. Фінансовий сектор, який більш євро інтегрований та глобалізований, не в змозі запропонувати ефективного рішення та фінансового продукту на взаємовигідних умовах. Відтак, набуває актуальності індивідуальне впровадження суб'єктами господарської діяльності фінансових технологій та інновацій у безперервні бізнес-процеси.

Під фінансовою інновацією розуміється поява нових фінансових продуктів, технологій або організаційних форм бізнесу, що дозволяють знизити витрати і (або) ризики економічних агентів. Завдяки стандартизації та гнучкості потоків капіталу відбулися глибокі зміни у фінансовому світі. Фінансові інструменти та гібридні моделі в дійсності мають вплив на стан справ компанії. Взаємодія корпоративних фінансів та фінансової інженерії в контексті бізнес оптимізації і заходів їх використання у протидії кризовим проявам на підприємстві має значні переваги.

Використання компаніями технологій фінансової інженерії, до арсеналу якої входять такі як: хеджування, інвестування, спекуляція, структурування активів, арбітраж, сек'юритизація, тощо – дозволить покращити показники прибутковості, й суттєво понизити ризик певних операцій та угод.

Варто зауважити, що національний фінансовий ринок не перенасичений фінансовими інструментами, проте основні представники все ж користуються попитом серед підприємств реального сектора. Перспективними фінансовими інструментами на українському фінансовому ринку можна назвати: деривативи, до яких відносяться ф'ючерси, опіони, свопи, варанти; цінні папери, до яких відносяться акції, облігації, векселі; синтезовані та структуровані активи. Застосування одного із вище перелічених інструментів, чи їх комбінування забезпечить підвищення ефективності фінансового та стратегічного менеджменту компанії.

Окрім очевидних переваг для менеджменту підприємств, інтеграція інноваційного інструментарію також сприятиме розширенню кола споживачів та партнерів. У контексті євроінтеграції суспільства та економіки, підприємства мають активніше залучати, та (або) впроваджувати у свій арсенал новітні технологічні та фінансові засоби впливу на ліквідність, оборотність, та бізнес-процеси. Міжнародні нормативно-правові акти та частково ратифіковані національні норми права на сьогодні дозволяють правочинно оптимізувати підприємницьку діяльність та окремі транзакції за використання інноваційних важелів бізнес інтерференції.

Отже, впровадження і застосування інноваційних інструментів фінансового менеджменту на підприємствах реального сектору економіки є тактичним проявом євроінтеграції та сприятиме економічно-соціальному розвитку країни в цілому.

Список використаних джерел

1. Glen Arnold – Handbook of Corporate Finance: A Business Companion to Financial Markets, Decisions & Techniques: Handbook – Glasgow, GB, 2-d edition, Bell & Bain Ltd, 2005 – 737p;
2. John C. Hull – Options, Futures, and Other Derivatives: Handbook – Upper Saddle River, New Jersey, Pearson Education Inc; 9th edition, 2014 – 896p;
3. Frank J. Fabozzi – The Handbook of Financial instruments: Handbook – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc, 2002 – 862p;

ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНОМУ РЕЙТИНГУ ЛЕГКОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Підприємницьке та інвестиційне середовища в Україні має суперечливий характер. Глобальний економічний спад позбавив підприємства вигод економічного зростання, таких як зростання споживчого попиту, доступність кредитних ресурсів тощо. В результаті втрати доступу до зовнішніх ринків, їх звуження відбулося стрімке зниження економічної стійкості вітчизняних підприємств і фінансових установ, значно скоротилась купівельна спроможність громадян на внутрішньому ринку. Це зумовило потребу в прямій підтримці ринку, зростанні міри впливу державного регулювання. Визнання цього безумовно спонукає до реалізації низки управлінських заходів спрямованих на просування політики реформ з розвитку підприємництва і бізнес клімату в Україні.

Нині міжнародними організаціями розраховуються декілька різноманітних рейтингів інвестиційної привабливості, які, ґрунтуючись на різних методиках і базах об'єктивних і суб'єктивних первинних даних, відображають якість інвестиційного клімату більшості країн світу.

Рейтинг Doing Business оцінює простоту здійснення підприємницької діяльності в 189 країнах світу на основі десяти індикаторів, таких як легкість відкриття бізнесу, отримання дозволів на будівництво, реєстрація власності, захист прав інвесторів, сплата податків тощо [2].

Позиція України в міжнародному рейтингу Doing Business 2017 Equal Opportunity for All покращилася. За результатами дослідження аналітиків Світового банку наша країна зайняла 80-е місце та поліпшила результат попереднього року.

Покращення частково відбулися завдяки методологічним змінам, зокрема введенню гендерного компоненту та розширенню показників в сфері оподаткування. Ретроспективне застосування методологічних змін змінює показники минулих років на 81 місце у звіті Doing Business 2016, тобто власно реформи змінили положення країни лише на один пункт.

У порівнянні із 2016 роком, Україна покращила свої позиції за показниками:

- реєстрація підприємства – з 34-го до 20-го місця;

- підключення до системи електропостачання – із 140-го до 130-го місця;

- захист інвесторів – із 101-го до 70-го місця;

- забезпечення виконання контрактів – із 93-го до 81-го місця.

Крім того, у представництві назвали сфери, в яких показники погіршилися або залишилися на тому самому рівні. Серед них:

- отримання дозволів на будівництво – із 137-го до 104-го місця;

- реєстрація власності – із 62-го до 63-го місця;

- доступ до отримання кредитів – із 19-го до 20-го місця;

- оподаткування – із 83-го до 84-го місця;

- міжнародна торгівля – із 110-го до 115-го місця;

- вирішення проблем із неплатоспроможністю – із 148-го до 150-го місця.

Перше місце у 2017 році за сумарним ступенем сприятливості умов для підприємницької діяльності зайняла Нова Зеландія, яка змістила на друге місце Сінгапур, на третьому місці – Данія. В першу десятку країн-лідерів також увійшли: Південна Корея, Гонконг, Норвегія, Великобританія, Сполучені Штати Америки, Швеція і Македонія. Найбільш несприятливими країнами для ведення бізнесу у 2017 році визнані Південний Судан, Венесуела, Лівія, Еритрея та Сомалі.

Найближчими сусідами по рейтингу для України стали: Туніс, зайнявши 77-ме місце, Китай – 78, Сан Марино – 79, а нижче по списку Боснія і Герцеговина – 81, В'єтнам – 82, Катар – 83. Примітно, що географічно сусідні з нами країни займають набагато більш високі позиції. Так Грузія розташувалася на 16-му місці, Казахстан – 35, Білорусь – 37, Вірменія – 38, Росія – 40, Молдова – 44, Румунія – 36. Тому Україні необхідно більш рішуче впроваджувати реформи з дерегуляції, оскільки наша країна значно поступається сусіднім країнам, у яких рейтинг майже в два рази вищий.

За підрахунками Світового банку підняття країни у рейтингу на одну позицію приносить державі щорічний приток прямих іноземних інвестицій у розмірі 250-500 млн. доларів.

Наразі місце України у цьому рейтингу визначається державними органами як індикатор якості проведення реформ і відповідно до Стратегії сталого розвитку «Україна-2020» стратегічним пріоритетом є загальне 30 місце у рейтингу Doing Business у 2020 році, що є достатньо амбітним завданням з огляду на сьогоднішні позиції [1].

Підвищення позиції у рейтингу для України означатиме створення сприятливих умов для ведення бізнесу, суттєве покращення

міжнародного іміджу України в очах інвесторів та залучення мільйонів доларів додаткових інвестицій.

Слід зазначити, що деяка оптимізація економічних процесів в Україні відбувається: відкривається інформація про майно завдяки електронному декларуванню доходів, державна судова адміністрація дозволила сплачувати судовий збір он-лайн, знижено єдиний соціальний внесок, введено «єдине вікно» на митниці. Але суттєвого докорінного прогресу економічних реформ не спостерігається.

Наразі, для просування України у міжнародному рейтингу Doing Business органам державної влади всіх рівнів потрібно приділяти значну увагу стимулюванню розвитку підприємництва через прийняття належних та необхідних законопроектів у цій сфері.

Так, вкрай необхідно:

- прийняти закони щодо дерегуляції та ефективного захисту прав інвесторів;

- прийняти законопроекти, спрямовані на лібералізацію механізмів захисту прав кредиторів;

- створити ефективні та прозорі системи дозволу банкрутства приватних і державних компаній;

- здійснити оптимізацію процесу реєстрації прав власності;

- розширити права кредитора на доступ до он-лайн-інформації про матеріальний стан боржника;

- здійснити комплекс заходів по забезпеченню виконання контрактів;

- надати он-лайн-доступ нотаріусів до державного земельного кадастру при відчуженні земельної власності тощо.

Такі зміни здатні докорінно вплинути на стан бізнес-клімату в Україні, реально позначитися на привабливості вкладення коштів і відкриття тут нових бізнесів. Важливо розуміти, що рейтинг Doing Business – це не просто цифри, це дзеркало, що відбиває ступінь довіри міжнародного бізнес-співтовариства до держави, зобов'язаної забезпечити правові і економічні умови розвитку внутрішнього ринку.

Список використаних джерел

1. Україна у світових рейтингах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/9160>.
2. Як Україні потрапити до ТОП-15 країн у рейтингу легкості ведення бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nv.ua/ukr/authors/a=354.html><http://nv.ua/ukr/publications/jak-ukrajini-potrapiti-do-top-15-krajini-u-rejtingu-doing-business-80526.html>.

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Інвестиційна стратегія підприємства сьогодні повинна включати виявлення перспективних джерел фінансування. Для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств потрібно, щоб інвестування носило інноваційний характер. Тільки в цьому випадку можлива швидка віддача на капітал, що інвестується і, отже, підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Залучення інвестицій в реальних сектор економіки розглядається багатьма вітчизняними та зарубіжними фахівцями як єдиний спосіб подолання кризової ситуації [1, 2].

Проблематика впровадження інновацій на підприємствах України носить в більшій мірі декларативний характер, в той час як стан державної політики в цій області залишає бажати кращого. Тим не менш, можливість вибору пріоритетних напрямів розвитку дозволяє підприємству як самостійного суб'єкту ринку управляти інноваційним процесів на мікрорівні. Світова практика пропонує широкий спектр інструментів інвестиційно-інноваційного розвитку. Хоча їх застосування в повному обсязі вимагає значних грошових вливань, недоступних для більшості українських підприємств, досить вибрати і використовувати обмежене число найбільш оптимальних, з точки зору вимог і можливостей конкретного підприємства, інструментів. У країнах з розвинутою ринковою економікою одним з найбільш універсальних важелів виступає венчурний механізм освоєння нововведень [3].

Загальний зміст венчурного інвестування полягає у вкладенні інвестиційних ресурсів в підприємства, які швидко розвиваються, діяльність яких має інноваційний характер, або підприємств, що володіють потенціалом такого зростання за умови фінансування їх діяльності на початкових етапах розвитку, шляхом здійснення внеску до статутного капіталу, тобто пропонується участь в управлінні підприємством – об'єктом інвестицій. Головна причина високої ефективності венчурних інвестицій полягає в поєднанні курсу на реалізацію принципово нових інноваційних проектів, добре відпрацьованих методів управління, що дозволяють гранично мінімізувати великі супутні фінансові ризики, і сильні матеріальні стимули для основних суб'єктів інноваційного процесу.

До факторів, що дає можливість для розвитку венчурного інвестування, можна віднести наступні:

1. Науково-технічний потенціал окремих українських підприємств. Серйозним підтвердженням високого науково-технічного рівня українських фахівців є активна діяльність на території України зарубіжних компаній, що спеціалізуються на трансфер технологій, свого роду «оренді мізків» для вирішення прикладних, галузевих завдань.

2. Незважаючи на менші фінансові можливості і невеликий досвід українських інвесторів у порівнянні з іноземними, перші володіють певною перевагою, що полягає в здатності краще оцінити перспективи розвитку проекту з урахуванням особливостей українського ринку, а також у доступі до більш глибокої інформації.

3. Українські банки в більшості своїй не кредитують довгострокові проекти розвитку підприємств в силу браку капіталу, підвищеного ризику і низької ліквідності. Діяльність іноземних банків обмежена короткостроковим експортним кредитуванням. В умовах дефіциту власних фінансових ресурсів венчурний капітал може істотно розширити свою нішу на ринку інвестицій.

Отже, в сучасній економіці підприємства створюють вартість і матеріальні багатства, спираючись на якусь форму змін в будь-якій області – технології, матеріалів, продукції, послуг, цін і т.д., формуючи новий попит, вдаючись до нових способів залучення капіталу або розвиваючись на нових ринках. Підприємства економічно розвинених країн розглядають інновації як засіб збільшення доходів і завоювання більшої частки ринку. Об'єктивно інноваційний розвиток компаній не тільки дозволяє оптимізувати основні фінансові показники діяльності, але і підвищити технічну, технологічну та товарну конкурентоспроможність підприємств в цілому. Ця обставина робить необхідним умову інноваційного характеру інвестиційної стратегії українських підприємств. Створення механізмів венчурного інвестування в Україні, може надати початковий імпульс підвищенню її конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Дворжак И. Венчурный капитал в странах Центральной и Восточной Европы / И. Дворжак, Я. Кочишова, П. Прохазка // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 6. – С. 59–66.

2. Захарченко В.И. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика : [монография] /В.И. Захарченко, Н.Н. Меркулов, Л.В. Ширяева. – Одесса: Фаворит, 2011. – 598 с.
3. Шарп У. Инвестиции : [пер. с англ.] / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 102 с.

Латушко М.И., канд. воен. наук, доц.,
Криштофик Е.С., магистрант,
УО «Белорусский государственный аграрный технический
университет», г. Минск

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВОЗМОЖНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ИМПОРТОЗАМЕЩАЮЩЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Направление замены импортных товаров отечественными и ориентацию их на экспорт Беларусь пытается реализовать уже не первый год, разрабатывая и реализуя ряд государственных программ, связанных с производством продукции, замещающей импорт [1].

Методика определения возможности и целесообразности производства импортозамещающей молочной продукции включает:

1. Анализ положения предприятия на рынке. Если после проведения анализа, выявлено, что предприятие способно к производству нового продукта и сможет конкурировать на рынке, то переходим к следующему этапу, если нет – то отказ от производства.

2. Выявление основных конкурентов по производству аналогичной импортозамещающей продукции. Объективный анализ и оценка конкурентной среды предприятия позволяет создать устойчивое конкурентное преимущество продукта, выбрать оптимальные каналы коммуникации и снизить операционные риски. Необходимо составить перечень всех конкурентов и выявить наиболее сильных из них. Следует провести анализ цен и долей рынка всех участников, преимуществ товара конкурентов.

3. Определение спроса на импортозамещающую продукцию. С этой целью предприятию необходимо провести маркетинговые исследования, в результате которых выявляется потребность в импортозамещающей продукции, определяется ее конкретный вид, необходимые объемы производства, а также лидеры в отрасли, на которых целесообразно ориентироваться.

4. Анализ и оценка возможностей организации производить импортозамещающую продукцию. Выполняется анализ технико-экономического состояния организации, в процессе которого оценивается технологическая оснащенность, технико-экономические показатели работы предприятия, а также оцениваются соответствие основной деятельности предполагаемому производству и финансовое состояние организации. Если возможности и резервы, позволяющие организовать производство, выявлены, то переходим к следующему этапу, если же не выявлены, то дальнейшая оценка бессмысленна и от производства следует отказаться [2, с. 368].

5. Определение технико-экономических и других характеристик планируемой к выпуску продукции, определяющих ее конкурентоспособность. На данном этапе следует оценить основные характеристики молочной продукции – цена, вкус, цвет, запах, упаковка и срок хранения.

6. С помощью известных методик оценки конкурентоспособности товаров проводится оценка конкурентоспособности предполагаемой к производству импортозамещающей продукции. При этом в качестве товара-эталона выбираются образцы наиболее конкурентоспособной продукции. Анализируются также ресурсы предприятия с целью выявления возможности провести усовершенствование предполагаемой к производству импортозамещающей продукции. Если параметры разработанной продукции соответствуют требованиям конкурентоспособности, то переходим к следующему этапу методики, если нет – отказ от производства.

7. Разработка инновационно-инвестиционного проекта. Данный этап является заключительным и позволяет принять окончательное решение о производстве или не производстве продукции, замещающей импортные аналоги. При этом осуществляется технико-экономическое обоснование проекта, оценка его экономической эффективности.

Оценка возможности и целесообразности производства конкурентоспособной импортозамещающей продукции проводилась на примере производства детского молочного питания, осуществляемого ОАО «Беллакт», которое является единственным специализированным производителем детского питания в Республике Беларусь.

По итогам исследований [3, с. 330] было выявлено, что в ОАО «Беллакт» в полной мере раскрываются все факторы и резервы, оказывающие влияние на производство импортозамещающей продукцию. Имеется собственная научно-техническая база, которая позволяет модернизировать существующую продукцию, а также разрабатывать новую. Немаловажное значение имеет соотношение «цена–качество» отечественной продукции. Цена детского питания

белорусского производства в среднем в 3–6 раз ниже цен детского питания зарубежных производителей.

В качестве новой импортозамещающей продукции предлагается йогурт для детского питания с использованием сахарозаменителя и компонента витамин D на основе кобыльего молока. Применение сахарозаменителя позволяет употреблять данный продукт диабетикам, а витамин D необходим для предотвращения такого заболевания как рахит. Дети, которые с рождения больны сахарным диабетом, также могут потреблять эту продукцию. По составу и питательным свойствам кобылье молоко максимально приближено к материнскому, а благодаря своему уникальному составу быстро переваривается и полностью усваивается организмом.

Таким образом, можно сделать вывод, что детское питание, производимое ОАО «Беллакт» в Республике Беларусь, является конкурентоспособным как на белорусском рынке, так и на рынках ближнего и дальнего зарубежья.

Представленная методика определения возможности и целесообразности производства импортозамещающей молочной продукции основана на конкурентоспособности импортозамещающей продукции по технико-экономическим показателям и качеству в сравнении с основными зарубежными аналогами. Она позволяет:

- определить целесообразность организации производства импортозамещающей продукции;
- оценить технико-экономические возможности предприятия, ставящего перед собой задачу производства конкурентоспособной импортозамещающей продукции.

Список использованных источников

1. Лукашенко А.Г.: Республика Беларусь должна войти с обновленной экономикой // Издательский дом «ПРОФ-ПРЕСС» [Электронный ресурс]. – Минск, – Режим доступа: <http://www.profpress.by/belarus/news/economy> – Дата доступа: 01.10.2016
2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., стер. – Минск: Новое знание, 2012. – 368 с.
3. Латушко М.И., Криштофик, Е.С. Организация производства импортозамещающей молочной продукции ОАО «Беллакт» / М.И. Латушко, Е.С. Криштофик // Формирование организационно-экономических условий эффективного функционирования АПК: сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции (Минск, 26–27 мая 2016 г.) / редкол. Г.И. Гануш [и др.]. – Минск, 2016. – С. 326–330

Ленская Т.И., канд. экон. наук,
РНУП «Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси»,
Назарова М.С., старш. препод.,
УО «Белорусский государственный аграрный технический
университет», г. Минск

ФАКТОРЫ, ОСЛОЖНЯЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ПРОЦЕССА ИНТЕГРАЦИИ В АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Аннотация: в статье обозначены факторы снижающие уровень эффективного функционирования участников интегрированных структур в АПК. Рассмотрены направления по совершенствованию механизма создания и функционирования интегрированных формирований, которые предполагают решение комплекса правовых и организационно-экономических вопросов.

Ключевые слова: интеграция, эффективность, кооперация, конкурентоспособность, структура

Оценивая практику функционирования сложившихся моделей интегрированных структур различных организационно-правовых форм, следует отметить, что несмотря на достигнутые положительные результаты их производственно-экономической деятельности, нельзя утверждать, что удалось создать все необходимые предпосылки для использования преимуществ интеграции в целях повышения их конкурентоспособности и активного продвижения продукции на внутренний и зарубежный рынки.

В настоящее время существует ряд объективных факторов, значительно осложняющих развитие интеграции в АПК Беларуси (рис. 1).

Совершенствование механизма создания и функционирования интегрированных формирований с участием государства предполагает в решение комплекса правовых и организационно-экономических вопросов, в частности:

1. Установить критерии, порядок и условия выбора либо создания управляющих компаний создаваемых холдингов с участием государства. Дочерние компании холдинга, управляющая компания холдинга не могут быть участниками отраслевых государственных объединений. Необходимость такого изменения объясняется тем, что государственное объединение и холдинг по своему организационному и экономическому смыслу являются взаимоисключающими формами организации управления участниками этих объединений;



Рис. 1. Факторы, снижающие уровень эффективного функционирования участников интегрированных структур в АПК

2. Установить порядок вовлечения крестьянских (фермерских) хозяйств в интегрированные холдинговые структуры;

3. Установить, что холдинг с участием государства вправе формировать централизованный фонд за счет отчислений от прибыли участников холдинга, остающейся в их распоряжении после уплаты налогов, сборов (пошлин), других обязательных платежей в республиканский и местные бюджеты, в том числе государственные целевые бюджетные фонды, а также государственные внебюджетные фонды, в размере не менее 5 процентов;

4. Определить статус участников интеграционного взаимодействия как группы консолидированного налогоплательщика. Закрепить в Налоговом кодексе возможность признания участников холдинга консолидированной группой налогоплательщиков по налогам и сборам или определенному виду налогов (например, прибыль от определенного вида хозяйственной деятельности участников «производство – переработка – сбыт» или обороты по НДС «безвозмездная передача продукции для производства определенного вида продукции без объекта обложения НДС) на

основании заявления управляющей компании в соответствующий налоговый орган и договора о налоговой консолидации между участниками;

5. Усовершенствовать механизм кредитования и ценообразования участников холдинга. Для решения вопросов привлечения финансовых ресурсов на приемлемых условиях в составе участников интеграционного взаимодействия необходимо вводить банковские структуры; регламентировать в уставных документах холдинга с участием государства прав управляющей компании на использование акций участников, внесенных в ее уставной фонд, в целях гарантий для привлечения инвестиций.

6. Установить критерии, условия и порядок распределения результатов экономической деятельности участников интеграции (прибыль, выручку) в технологической цепи «производство – переработка – сбыт».

Лесенко А.О., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

КАРТЕЛЬНІ ЗМОВИ НА ТОВАРНИХ РИНКАХ УКРАЇНИ

Проблема ринкової (монопольної) влади фірми займає одне з провідних місць у теорії організації ринків. Це обумовлено тим, що функціонування ринкових структур має певні обмеження – такі, як брак інформації, ефект масштабу, наявність або відсутність субститутів, обмеженість пропозиції, зовнішні ефекти та велика кількість інших факторів, які обмежують дію конкуренції. Усі ці фактори несуть у собі передумови для появи на галузевому ринку фірм, які володіють ринковою владою [3, с. 125].

Ринкова (монопольна) влада – це здатність суб'єкта економічних відносин або їх групи за рахунок власної економічної сили здійснювати контроль над факторами зовнішнього середовища з метою реалізації власних економічних інтересів, які виявляються у прагненні до збільшення прибутковості, розширеного відтворення, зниження господарських ризиків. Відомо, що олігополія являє собою одну із найефективніших ринкових структур. З одного боку, вона дозволяє сконцентрувати під контролем одного підприємства достатню для ефективного господарювання кількість ресурсів, з другого – зберігає конкуренцію між олігополістами. Більше того, конкуренція в умовах олігополії переростає із звичайної цінової

боротьби в ефективний інструмент стимулювання економічного розвитку. Проте не слід забувати, що олігопольні ринки апріорі є привабливими для реалізації змов та різного роду узгоджених дій, здатних негативно вплинути на конкуренцію [1, 2]. Інституціональною формою змов є картель – угода між фірмами на ринку олігополістичної конкуренції щодо планових обсягів реалізації продукції для кожного з них та/або встановлення єдиних ринкових цін.

В Україні термін картельна змова трактується як антиконкурентні узгоджені дії, які включають, як картельні змови, так і будь-які інші узгоджені дії, спрямовані проти конкуренції. [2, с. 2]

Відповідно до статистики опублікованої Антимонопольним комітетом України, за останні роки Національне відомство, виявило значну кількість випадків антиконкурентних узгоджених дій, про що свідчить статистика. Так, якщо взяти статистику за останні 5 років, можна побачити наступне. (див. табл.) [4, с. 4]; [5, с. 14]; [6, с. 25]; [7, с. 41].



Одним з останніх відомих прикладів картельної змови, була справа, розглянута Антимонопольним комітетом України з приводу домовленості між торговельними мережами в 2015 році.

Антимонопольним комітетом України було виявлено, що на ринку вже протягом тривалого часу діє ціновий картель, який дозволив торговельним мережам шляхом координації своєї цінової політики отримувати додаткові доходи шляхом необґрунтованого підвищення цін та нав'язування невігідних та нерівноцінних умов співпраці з постачальниками товарів. Такі дії торговельних мереж на потенційно конкурентному ринку стали можливими внаслідок налагодженого дослідницькою компанією ТОВ «АСНільсен Юкрейн» обміну інформацією між торговельними мережами, завдяки чому останні, не витрачаючи ресурсів, отримали доступ до інформації про поточну діяльність одна одної.

Обмін інформацією полягав у тому, що на постійній основі ТОВ «АСНільсен Юкрейн» отримувало та опрацьовувало інформацію про поточну діяльність торговельних мереж, а саме: на початку кожного тижня мережі надсилають ТОВ «АСНільсен Юкрейн» інформацію про свою діяльність за попередній тиждень. Така інформація містить дані щодо кожного 42 магазину, кожної товарної позиції стосовно обсягу та вартості продажів, кількості касових операцій. Наприкінці тижня надання інформації торговельній мережі отримували від ТОВ «АСНільсен Юкрейн» інформацію про склад учасників дослідження, порівняння основних найважливіших для торгівлі показників діяльності (середній чек, продажі на метр квадратний, кількість трансакцій, їх зміни) за кожним з основних каналів та регіонів продажів. Також ТОВ «АСНільсен Юкрейн» щомісячно забезпечувало мережі інформацією з деталізацією за категоріями товарів, та щорічною інформацією про прогнози та поради для учасників ринків роздрібної реалізації. Інформаційний обмін, центром якого стало ТОВ «АСНільсен Юкрейн», створив суттєву асиметрію в інформаційній забезпеченості учасників ринку (ртейлерів, постачальників, споживачів), унаслідок чого торговельні мережі, володіючи максимальним обсягом інформації про товар і ринок, отримали можливість встановлювати щодо постачальників (передусім вітчизняних малих та середніх) не вигідні умови співпраці, а щодо споживачів – необґрунтовано завищені ціни, знижуючи при цьому середні показники якості товарів, що потрапляють в обіг, та витісняючи високоякісні товари. Кожна з торговельних мереж проводить практику: значного відтермінування платежів за поставлену продукцію; надання торговельними мережами додаткових послуг (з викладення товару на стелажах; контролю за їх наявністю в достатній кількості в торговому залі; з перевірки термінів придатності до вживання товарів; контролю за естетичним виглядом товару; розклеювання стикерів, встановлення цінників тощо) без належного обґрунтування їх змісту та вартості; перекладання торговельних ризиків на виробників (повернення непроданого товару) тощо. Зазначене призводить до збільшення витрат постачальників, а отже, до зростання собівартості продукції, що постачається до торговельних мереж. У додаток до цієї завищеної ціни на товар торговельна мережа ще додає торговельну надбавку у відсотковому відношенні до вартості товару.

Враховуючи, що торговельні мережі є лідерами в ціноутворенні, а також існування практики заборони постачальникам з боку ряду

торговельних мереж здійснювати продаж товарів іншим особам за цінами нижчими, ніж ціни для торговельних мереж, відбувається системне завищення цін на продукти широкого вжитку у роздрібній сфері. У результаті відбулося необґрунтоване підвищення на 20 – 30 відсотків і більше цін на продовольчі товари, які сплачують кінцеві споживачі. Комітетом було прийнято рішення, яким визнано, що: торговельні мережі разом з ТОВ «АСНільсен Юкрейн» вчинили порушення, передбачене частиною першою статті 6 та пунктом першим статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді антиконкурентних узгоджених дій на ринку послуг з організації роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах переважно продовольчим асортиментом міста Києва; торговельні мережі вчинили порушення, передбачене частиною третьою статті 6 та пунктом першим статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції», у вигляді антиконкурентних узгоджених дій шляхом вчинення схожих дій на ринку послуг з організації роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах переважно продовольчим асортиментом міста Києва.

На порушників накладено штрафи в загальному розмірі 203,6 млн грн. Також зобов'язано ТОВ «АСНільсен Юкрейн» та торговельні мережі припинити порушення законодавства про захист економічної конкуренції протягом двох місяців з дня отримання рішення шляхом приведення своєї діяльності з отримання та поширення інформації до вимог законодавства про захист економічної конкуренції; зобов'язано торговельні мережі припинити порушення законодавства про захист економічної конкуренції протягом двох місяців з дня отримання рішення шляхом приведення своєї діяльності, у тому числі договірних відносин з постачальниками та/або виробниками товарів та 44 підходів до ціноутворення для своїх споживачів у відповідність до законодавства про захист економічної конкуренції. Комітетом було використано європейський та світовий досвід при оцінці аналогічних порушень та напрацювання шляхів їх припинення [8; 41-44].

Отже враховуючи вищевикладене, таку змову можна віднести до особливої форми економічної експансії, це злочин проти споживача, який полягав у необґрунтованому завищенні цін та витісненні високоякісних товарів із продажу, що могло негативно вплинути на конкуренцію.

Список використаних джерел

1. Герасименко А.Г. Застосування теорії фокальних точок Т. Шеллінга до моніторингу конкуренції на олігопольних ринках / А.Г. Герасименко / Збірник наукових праць молодих учених та аспірантів. Економіка та підприємництво, 2008, випуск 21 – С. 21-29;
2. Кантур К.С. Картелі на ринку нафтопродуктів України/ К.С. Кантур / Теорія та практика державного управління, 2011, випуск 3, – С. 249-255;
3. Филюк Г.М. Конкуренція і монополія в епоху глобалізації: Монографія. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 404 с., – С. 125;
4. Річний звіт 2011 р. Антимонопольний комітет України. – К., – 21 с., С. 4;
5. Річний звіт 2012 р. Антимонопольний комітет України. – К., – 135 с., С.14.
6. Річний звіт 2013 р. Антимонопольний комітет України. – К., – 110 с., С.25.
7. Річний звіт 2014 р. Антимонопольний комітет України. – К., – 140 с., С. 41.

Лиса С.С., канд. екон. наук,

Київський національний торговельно-економічний університет

ЛОГІСТИЧНИЙ АУТСОРСИНГ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Сучасний розвиток торговельних підприємств обумовлено економічним розвитком і посиленою конкуренцією, якому сприяє застосування нових інструментів управління в логістичній діяльності, одним із яких є аутсорсинг. Логістичний аутсорсинг є важливою сучасною стратегією управління окремими бізнес-процесами в діяльності сучасних підприємств. Метою дослідження є узагальнення існуючих проблем та переваг використання логістичного аутсорсингу. Перспективи розвитку даної послуги в Україні.

Передача логістичних функцій на аутсорсинг має свої переваги та недоліки. З однієї сторони, наявність товару на полиці магазину для торговельного підприємства, не можна назвати непрофільною функцією, з іншою неналежне виконання логістичних функцій самостійно призводить до необхідності передачі на аутсорсинг. До основних переваг використання послуг логістичних операторів можна віднести переведення логістичних витрат (їх частини) до категорії змінних і відповідно залежних від обсягу замовлених послуг замість постійних витрат на логістику, а також можливість зосередитися

безпосередньо на основному бізнесі. Логістичний аутсорсинг активно розвиваються в країнах Європи і призводять до все глибших форм інтеграції між виконавцем та замовником спеціалізованих логістичних послуг. Частковий досвід використання таких стратегій має і сучасний український бізнес. Незважаючи на економічну нестабільність в Україні стрімко розвивається інтернет-торгівля, а разом з нею логістичний аутсорсинг. Надання функцій логістичного аутсорсингу набуває нових тенденцій. Тому перспективним, для розвитку буде ринок логістичних послуг для дистанційної торгівлі – фулфілмент (fulfilment). За підсумками 2016 року український ринок електронної комерції склав 1,1 млрд доларів, що на 32% більше у гривневому еквіваленті, ніж у 2015 році [2, ст.44]. Тому, із зростанням обсягів торгівлі аутсорсинг логістичних функцій стає важливою умовою успішного функціонування. Враховуючи, що фулфілмент, як напрям аутсорсингу є новим напрямом на ринку логістичних послуг, на сучасному етапі теоретичних напрацювань у сфері логістики існує декілька його визначень. Найточнішим на нашу думку є «Фулфілмент – це забезпечення силами логістичної компанії всіх операцій, які відбуваються з моменту оформлення замовлення на сайті інтернет-магазину до передачі цього замовлення покупцеві». Формально аутсорсинг – це безпосередня передача другорядних бізнес-процесів підприємства сторонній організації. У більшості випадків бізнес-процеси, що передаються, є вузько спрямованою спеціалізацією аутсорсера. Тобто аутсорсинг вирішує відому проблему – купувати чи робити самому все, що потрібно в бізнесі. Слід розглянути деякі перспективи використання аутсорсингу: 1) дозволяє підвищити ефективність виконання певних функцій підприємств; 2) допомагає підприємству вирішити проблеми функціонування та розвитку в ринковій економіці шляхом скорочення витрат, прискорення адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища, поліпшення якості продукції та послуг, зменшення ризиків; 3) дає можливість підвищувати гнучкість унаслідок використання вивільненого потенціалу; 4) дає можливість економії коштів для подальшого розвитку підприємства та ін. Логістичний аутсорсинг може застосовуватись, як по кожній з функціональних галузей логістики, так і комплексний логістичний аутсорсинг.

В інтернет-торгівлі моделі аутсорсингу застосовуються частіше, ніж в традиційному рітейлі, що обумовлено специфікою галузі. Інтернет-торгівля, безсумнівно, тісно пов'язана з зберіганням та доставкою товарів, однак, як показує практична діяльність [3, с. 6-7], дані послуги виділяються в окрему категорію, яка й отримала назву

аутсорсингу та фулфілменту і представляє собою особливий комплекс рішень щодо забезпечення дистрибуції товарів для підприємств, що займаються інтернет-торгівлею. Аналізуючи дані підприємств, які надають послуги з аутсорсингу, його складовими є такі логістичні процеси, як: зберігання; прийом замовлень; обробка замовлень; упаковка товарів; організація доставки; трекінг замовлення; збір коштів від одержувачів замовлень; обробка повернень.

Затребуваність логістичного аутсорсингу в електронній комерції обумовлена матеріальними перевагами постачальників послуг, в першу чергу створення і розвиток власної логістичної (складської, транспортної інфраструктури) вимагає капітальних вкладень. На думку співвласника популярної роздрібно-інтернет-платформи, інвестиції в інтернет-магазин – це на 80-90% вкладення в логістику [4, С. 263]. Логістичні підприємства, які надають послуги аутсорсингу можуть володіти і іншими ресурсними перевагами: географічними (мережа розподільчих центрів, пунктів видачі замовлень в різних містах і країнах), професійними (унікальний досвід роботи, знання кон'юнктури ринку та ін.), інноваційними (унікальне обладнання і технології, упакування, маркування).

Надання комплексу логістичних послуг, так званих, повний логістичний аутсорсинг, на ринку України, здійснюється логістичними операторами різних рівнів інтегрованості. Провайдери логістичних послуг за ступенем інтегрованості з бізнесом замовника, кількості реалізуючих логістичних функцій, а також рівнем доступу до міжнародних і регіональних ринків збуту поділяються на чотири групи [1]: 1) 2PL-провайдери – вузькоспеціалізовані логістичні посередники, що пропонують аутсорсинг окремих задач. Такі фірми працюють на ринку логістичних послуг – це транспортні компанії, експедитори, склади загального використання, термінали, митні брокери, агенти, страхові компанії, фірми з надання інформаційно-консалтингових послуг у галузі логістики тощо. 2) 3PL-провайдери (Third Party Logistics Providers) пропонують комплексний логістичний сервіс, тобто, беруть під свій контроль декілька або всі логістичні функції. Вони забезпечують функціонування найважливіших складових всього ланцюга розподілу. 3) 4PL-провайдери (Fourth Party Logistics Providers) – це логістичні інтегратори повного циклу, тобто компанії, які використовують системний підхід до управління всіма логістичними бізнес-процесами замовника та координують дії компанії і її ключових контрагентів у ланцюгу поставок. Прикладом

пропозиції на українському ринку моделі повного аутсорсингу для інтернет-продавців є рішення компаній: «НП Логистик», «Denka», Logistics «Zammler», «МТІ», «ZRUCHNA» «Bineks», «MeestExpress», «Rozetka» (обслуговування власної інтернет-платформи) а також «Нова пошта». Модель повного аутсорсингу фулфілменту включає в себе сервіс замкнутого циклу для інтернет-магазинів, забезпечуючи управління інформаційними, матеріальними і фінансовими потоками.

Підводячи підсумки проведеного дослідження, слід зазначити що аутсорсинг має значну кількість переваг і стрімко розвивається на ринку.

Список використаних джерел

1. Агафонова А.Н. Особенности моделей аутсорсинга бизнес-процесов в электронной коммерции // Известия УрГЭУ. – 2014. – №4 (54). – С.58-63.
2. Барановский В. Логистика дистанционной торговли – новое направление аутсорсинга В. // Дистрибуция и логистика. – 2015. – №8 С.42-45.
3. Леонов В. В Украине появляется полноценный фулфилмент В.Леонов // Дистрибуция и логистика. – 2015. – № 5. – С.6-7.

**Лукашова Л.В., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ЛЕГАЛІЗАЦІЯ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Оподаткування заробітної плати є індикатором та вирішальним фактором легалізації виплат заробітної плати та зайнятості населення. Стаття 43 Конституції України гарантує кожному громадянину право заробляти собі на життя працею та отримувати за це винагороду у вигляді заробітної плати не нижчої від визначеної законом. Мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією, обов'язковою на всій території України для всіх суб'єктів господарювання. Проте, деяка частина роботодавців, ігноруючи зазначені конституційні норми, змушують робітників працювати без офіційного оформлення трудових відносин та видають працівникам

заробітну плату готівкою «в конвертах». У цьому випадку йдеться про «тіньові» заробітки, з яких не утримуються податки та не здійснюються відрахування до державних фондів, зокрема до Пенсійного фонду України. Працівник, що погоджується на таке працевлаштування, виявляється абсолютно беззахисним перед роботодавцем. Усна домовленість жодним чином не фіксується юридично. Працівник не має доказів на підтвердження дійсного розміру своєї заробітної плати та трудового стажу і таким чином штучно позбавляється соціального пакету.

Нарахування на заробітну плату – це податок, який сплачує роботодавець до Пенсійного фонду України (ПФУ). Цим податком обкладаються практично всі виплати найманим працівникам. В Україні цей податок має назву – Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) та включає в себе повний соціальний пакет, законодавчо передбачений державою. Цей пакет складається з пенсійного страхування (виплата пенсії), страхування на випадок тимчасової втрати працездатності (оплата лікарняних, догляд за дитиною тощо), страхування, пов'язане з виникненням нещасних випадків на виробництві (компенсація повної або часткової втрати працездатності). ЄСВ замінив собою чотири види нарахувань, що існували раніше, а саме: внески до ПФУ, внески до фондів соціального страхування на випадок безробіття, на випадок тимчасової втрати працездатності, на випадок професійних захворювань та нещасних випадків на виробництві.

Розмір нарахувань на заробітну плату безпосередньо впливає на рівень офіційної зайнятості населення, причому залежність між рівнем оподаткування фонду заробітної плати та чисельністю офіційно працевлаштованого населення можна охарактеризувати як зворотну. Чим вищий рівень податкових внесків, тим менший рівень працевлаштування. Розмір єдиного соціального внеску не є стабільним та визначається відсотком від фонду заробітної плати та розміром заробітної плати. Законодавчо визначається мінімальний та максимальний розмір ЄСВ. За результатами проведених досліджень переважна більшість суб'єктів господарювання сплачує мінімальний розмір ЄСВ, особливо це стосується суб'єктів малого підприємництва, в тому числі суб'єктів мікропідприємництва. Проведений аналіз мінімального розміру ЄСВ показав зростання розміру відрахувань майже вдвічі в абсолютному значенні, починаючи з 2011 року (табл.1).

Єдиний соціальний внесок в Україні в період з 2011 по 2017 рр.¹

Період	Мінімальний розмір ЄСВ, грн./місяць	Абсолютне відхилення, грн	Відносне відхилення, %
01.01.2011 - 31.03.2011	326,53	-	-
01.04.2011 – 30.09.2011	333,12	+6,59	+2%
01.10.2011 – 30.11.2011	341,80	+8,68	+2,6%
01.12.2011 – 31.12.2011	348,39	+6,59	+1,9%
01.01.2012 – 31.03.2012	372,33	+23,94	+6,9%
01.04.2012 – 30.06.2012	379,62	+7,29	+2%
01.07.2012 – 30.09.2012	382,39	+2,77	+0,7%
01.10.2012 – 30.11.2012	387,95	+5,56	+1,5%
01.12.2012 – 31.12.2012	393,50	+5,55	+1,4%
01.01.2013 – 30.11.2013	398,01	+4,51	+1,1%
01.12.2013 – 31.12.2013	422,65	+24,64	+6,2%
01.01.2014 – 31.12.2014	422,65	0	0%
01.01.2015 – 31.08.2015	422,65	0	0%
01.09.2015 – 31.12.2015	478,17	+55,52	+13,1%
01.01.2016 – 30.04.2016	303,16	-175,01	-36,6%
01.05.2016 – 30.11.2016	319,00	+15,84	+5,2%
01.12.2016 – 31.12.2016	352,00	+33,00	+10,3
3 01.01.2017	704,00	+352,00	+100%

¹ Для фізичних осіб-підприємців мінімальний ЄСВ до 2016 року становив 34,7% від розміру мінімальної заробітної плати. З 01.01.2016 р. ставку ЄСВ знижено до 22% для всіх категорій платників.

Значне зниження рівня оподаткування заробітної плати у 2016 р. (на 36,6% порівняно з показником 2015 року) мало на меті призвести до позитивної динаміки рівня зайнятості населення в Україні, проте всупереч очікуванням офіційна зайнятість залишилася на рівні попереднього періоду, що пояснюється недовірою суб'єктів господарювання до проведеної реформи, девальвацією національної грошової одиниці та зростанням мінімальної заробітної плати, що обумовило подальше зростання податкових платежів вже в другому кварталі 2016 року.

Одним з дієвих способів сприяння легалізації зайнятості в Україні є посилення відповідальності за порушення трудового законодавства. Законом України № 77-VIII від 28 грудня 2014 року² внесено зміни до Кодексу законів про працю України, Кодексу законів України про адміністративні правопорушення, Кримінального кодексу України, Законів України «Про оплату праці», «Про охорону праці» тощо.

Так, статтею 265 Кодексу законів про працю України передбачено відповідальність фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб, які використовують найману працю, у вигляді штрафів. Зазначені штрафи стягуються Державною інспекцією з питань праці без рішення суду у розмірі від 1 до 30 мінімальних заробітних плат: 1) у разі фактичного допуску працівника до роботи без оформлення трудового договору, оформлення працівника на неповний робочий час у разі фактичного виконання роботи повний робочий час, встановлений на підприємстві, та виплати заробітної плати без нарахування та сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування та податків – у тридцятикратному розмірі мінімальної заробітної плати, встановленої законом на момент виявлення порушення, за кожного працівника, щодо якого скоєно порушення; 2) порушення встановлених строків виплати заробітної плати працівникам, інших виплат, передбачених законодавством про працю, більш як за один місяць, виплата їх не в повному обсязі – у трикратному розмірі мінімальної заробітної плати, встановленої законом на момент виявлення порушення; 3) недотримання мінімальних державних гарантій в оплаті праці – у десятикратному розмірі мінімальної заробітної плати, встановленої законом на момент виявлення порушення, за кожного працівника, щодо якого скоєно

² Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо реформування загальнообов'язкового державного соціального страхування та легалізації фонду оплати праці».

порушення; 4) порушення інших вимог трудового законодавства, крім передбачених абзацами другим – четвертим частиною другою статті 265 – у розмірі мінімальної заробітної плати.

Враховуючи вищевикладене, слід зазначити, що найбільш дієвими способами сприяння легалізації зайнятості населення в Україні є зниження рівня оподаткування заробітної плати та посилення відповідальності за порушення норм трудового законодавства.

Мазуренко В.О., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ТРАКТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ»

Дебіторська заборгованість є важливою складовою частиною оборотного капіталу. Поточні активи цього типу мають значну частку в структурі балансу підприємства. За своєю економічною сутністю дебіторська заборгованість являє собою кошти, тимчасово вилучені з обороту підприємства, у вигляді зобов'язань, та виражені в будь якій формі. Обсяг дебіторської заборгованості залежить від багатьох чинників: вид продукції, що випускається, місткість ринку, ступінь насиченості ринку даною продукцією, прийнята на підприємстві система розрахунків і т. і.

Значний внесок у розвиток теоретичних та практичних аспектів дослідження дебіторської заборгованості зробили такі вітчизняні вчені, як І.О. Бланк, В.С. Белозерцев, Ф.Ф. Бутинець, Н.О. Власова, А.М. Герасимович, Г.Г. Кірейцев, Л.О. Лігоненко, В.Г. Лінник, Є.В. Мних, Н.М. Новікова, В.Г. Швець, а також зарубіжні вчені І. Бернар, К. Друрі, Ж.-К. Коллі, Д. Стоун, К. Хітчинг та ін.

З моменту виникнення поняття «дебіторська заборгованість» воно тісно пов'язувалось з товаром, грошима. Ще у VI ст. до н.е. в Давньому Римі дебітором вважалась особа, якій видано певну суму грошей чи грошову цінність, а дебіторською заборгованістю – видана сума грошей або грошовий еквівалент виданої матеріальної цінності.

В основу поняття ДЗ різні автори вкладали різні сутнісні характеристики, серед яких наступні:

– *грошові кошти до оплати – очікувані надходження грошових коштів.* Автори – розробники П(С)БО 10, а також такі науковці, як А.Ф. Вещунова і А.Ю. Редько до дебіторської заборгованості відносять лише грошові кошти до оплати [5, с. 112].

– *борг, заборгованість* – борги, що підлягають поверненню у визначений термін; сума заборгованості дебіторів на певну дату. Багато дослідників в розумінні суті поняття «дебіторська заборгованість» ключовим словом вважають «борг». Так, В.П. Завгородній визначає ДЗ як заборгованість підприємства, працівників і фізичних осіб даному підприємству. При цьому боржники підприємства називаються дебіторами [6, с. 409].

– *вимоги чи права* – вимоги щодо оплати або права на повернення боргу. Найбільш лаконічне визначення поняття «дебіторська заборгованість» надала Є.В. Дубровська, яке зводиться до розуміння ДЗ як права на отримання боргу: «неоплачені юридичними та фізичними особами товари (роботи, послуги) та/або вилучені кошти з кругообігу підприємства, що мають документальне підтвердження, яке надає право на отримання боргу у вигляді грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів». Інші автори уточнюють та доповнюють попередні дослідження, закладаючи в основу поняття ДЗ, насамперед, правовий аспект – вимоги щодо оплати або права на повернення боргу. Так, Л.О. Лігоненко вважає, що ДЗ – це включені до складу майна підприємства його майнові вимоги до інших осіб, що є його боржниками в правовідносинах, які виникають за різних обставин [8, с. 10].

– *оборотний актив* – вкладення в обігові кошти, частка оборотного капіталу. В.Г. Гетьман трактує дебіторську заборгованість як частину оборотних активів підприємства, що направлені на розрахунки з юридичними та фізичними особами [9, с. 114]. Керміт Д. Ларсон, Уайд Джон Дж., Чіапетта Барбара [7, с. 396], Дж. К. Ван Хорн, Дж. М. Вахович [3, с. 343] тлумачать ДЗ як частину оборотних активів підприємства, яка спрямовується на розрахунки з юридичними та фізичними особами. А також визначають ДЗ як суму, яка підлягає отриманню від клієнтів в результаті реалізації їм товарів в кредит.

– *кошти в розрахунках* – сума коштів на стадії розрахунків, на яку очікує підприємство. Боргові вимоги є еквівалентом боргу тієї особи, на яку покладається виконання обов'язку. Як і борги, боргові вимоги розглядаються науковцями з точки зору терміну їхнього виконання. Н.В. Дембінський, І.А. Єфремов, Ю.С. Ігумнов, Д. Стоун, К. Хітчинг, Зві Боді, Роберт К. Мертон [2], О.П. Кундря-Висоцька під дебіторською заборгованістю розуміють кошти в розрахунках, тобто суму коштів на стадії розрахунків, на яку очікує підприємство.

– *фінансовий актив* – контрактне право отримувати грошові кошти або цінні папери від іншого підприємства. МСБО 39 «Фінансові інструменти: визнання та оцінка» визначає ДЗ як фінансовий

актив, який є контрактним правом отримувати грошові кошти або цінні папери від іншого підприємства [4, с.500].

Таким чином, поняття дебіторської заборгованості розглянуто доволі широко з різних сторін. Вчені у своїх працях виокремлюють 6 сутнісних характеристик. Однак сучасними науковцями недостатньо уваги приділяється дослідженню довгострокової дебіторської заборгованості як окремої складової активів, її ролі в рамках стратегічного управління підприємством, а також впливу величини дебіторської заборгованості на ринкову вартість підприємства торгівлі. Крім того вплив дебіторської заборгованості, як поточної, так і довгострокової, значною мірою залежить від галузі, в якій діє конкретне підприємство.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: Наказ МФУ від 30.11.2000 р., № 304. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99>.
2. Боді Зві, Мертон Роберт. Фінанси – М.: Видавн. Дім «Вільямс», 2000. – 592 с.
3. Ван Хорн Джеймс К. Основы финансового менеджмента / Ван Хорн Джеймс К., Вахович мл. Джон М. ; [пер. с англ.] ; [11-е изд.]. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2001. – 992 с.
4. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами: приклади і коментарі: [практ. посібник] / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко. – К. : Лібра, 2001. – 840 с.
5. Демяненко А.В. Теоретичні підходи до трактування категорії дебіторської заборгованості науковцями // Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. – Вип. 22. – С. 110 – 116.
6. Завгородний В. П. Бухгалтерский учет в Украине (с использованием национальных стандартов) : [учебное пособие для студ. вузов] / В.П. Завгородний. – [5-е изд., доп. и перераб.] – К. : Изд-во А.С.К., 2003. – 847 с.
7. Керміт Д. Ларсон. Основні принципи бухгалтерського обліку / Керміт Д. Ларсон, Джон Дж. Уайд, Барбара Чіапетта. ; [пер. з англ. за наук. ред. Г. В. Григораш, Г. В. Герасимової]. – Дніпропетровськ. : Баланс Бізнес Букс, 2007. – Т. 1. – 1336 с.

8. Лігоненко Л. О. Управління дебіторською заборгованістю підприємства: [навч. посіб.] / Л. О. Лігоненко, Н. М. Новікова. – К.: КНТЕУ, 2005. – 275 с.
9. Финансовый учет : учебник / [под ред. проф. Гетьмана В.Г.] [2-е изд., перераб. и доп.] – М. : Финансы и статистика, 2004. – 784 с.

**Малиш Н.А., д-р наук з держ. упр., проф.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

У провідних країнах світу інновації є одним з основних чинників, що впливають на структурні перетворення в економіці, дозволяють сформувати нову якість економічної системи і забезпечити конкурентоспроможність економіки на світовому рівні. Проте, в Україні інноваційний розвиток не став одним з головних чинників зростання національної економіки.

Правовою основою формування та реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності є Конституція України, закони України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України», «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про інноваційну діяльність» та інші нормативно-правові акти, що регулюють відносини у цій сфері.

Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» визначає правові, економічні та організаційні засади формування цілісної системи пріоритетних напрямів інноваційної діяльності та їх реалізації в Україні.

Стратегічними пріоритетними напрямами на 2011–2021 роки у законі «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» [1] визначено: освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії; освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки; освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій; технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу; впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики;

широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища; розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки.

У грудні 2016 р. Уряд України опублікував Постанову «Деякі питання визначення середньострокових пріоритетних напрямів інноваційної діяльності загальнодержавного рівня на 2017–2021 роки», де підтверджується обраний перелік сфер за пріоритетними напрямами інноваційної діяльності загальнодержавного рівня.

Поглиблення негативних процесів як зовнішнього, так і внутрішнього характеру, насамперед, через окупацію частини території України та витратами значних фінансових ресурсів, відобразилося на показниках діяльності майже всіх сфер економіки. Найбільш об'єктивним індикатором незадовільного стану бізнес-клімату в країні стало суттєве зменшення обсягів прямих іноземних інвестицій. За часткою підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, Україна суттєво поступається розвиненим країнам.

Найбільше знизилася інноваційність виробництва таких галузей, як харчова, легка, деревообробна, целюлозно-паперова, хімічна й нафтохімічна, машинобудування, що призвело до падіння конкурентоспроможності продукції цих галузей та вплинуло в цілому на збалансований розвиток економіки України. Однак, значно зросли показники експортноорієнтованої та конкурентоспроможної аграрної галузі України на світовому ринку, які дещо компенсували та загальмували падіння української економіки.

Нинішній стан інноваційної діяльності в Україні характеризується збереженням низького рівня інноваційної активності промислових підприємств (рис. 1). Найбільший показник фінансування інноваційної діяльності в Україні за останні шістьнадцять років був у 2011 р. – більше 14 млн грн. Наступні три роки показник знижувався. Лише у 2015 р. фінансування інноваційної діяльності в Україні почало поступово зростати. Значну частину інноваційних витрат здійснюють одні й ті самі підприємства, які розраховують на власні ресурси. У 2015 р. частка власних джерел підприємств за джерелами фінансування інноваційної діяльності в Україні за даними Державної служби статистики [2] становила більше 97%. Фінансування держави та іноземних інвесторів інноваційної діяльності суттєво зменшилось.

Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, в останні шістьнадцять років поступово зростає. Найменший відсоток таких підприємств був у 2005 р. – 8,2%. Найбільший – у 2015 р., і вперше за ці роки показник перетнув позначку 15%.

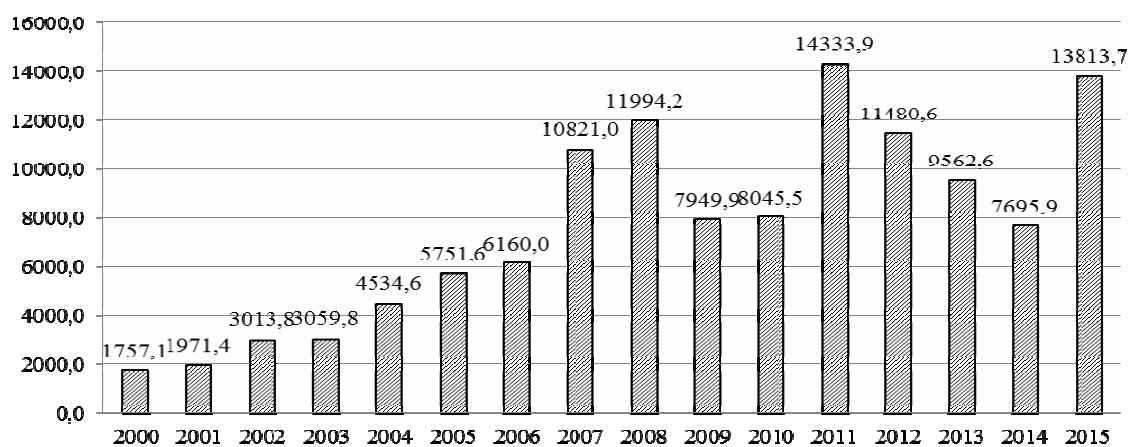


Рис. 1. Фінансування інноваційної діяльності в Україні, 2000–2015 рр., млн грн

Закон України «Про ратифікацію Угоди між Україною і Європейським Союзом про участь України у Рамковій програмі Європейського Союзу з наукових досліджень та інновацій «Горизонт-2020» був прийнятий у 2015 р., що підтвердило спрямованість України на сприяння досягненню єдиного європейського наукового простору та інноваційного союзу. Європейський Парламент і Рада прийняли Регламент про створення нової Програми ЄС з досліджень та інновацій «Горизонт 2020 – Рамкова програма з досліджень та інновацій» (2014–2020). Відповідно до цієї Угоди створено Комітет України та Європейського Союзу з досліджень та інновацій.

План заходів з реалізації «Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері на 2015–2019 рр. відповідно до Розпорядження Кабінету Міністрів України включає такі заходи [3]: реформування системи державного замовлення на виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, створення сприятливих умов для активізації інноваційної діяльності, впровадження інновацій, функціонування інноваційної інфраструктури, впровадження результатів наукових досліджень, винаходів та технологій, забезпечення реалізації прав на об'єкти інтелектуальної власності, формування інноваційної культури.

В Україні має бути створена чітка система розроблення, обговорення, фінансування та затвердження інноваційних програм органами державної влади. Потребує системності, узгодженості, спрямованості на створення сприятливого для розвитку інноваційного підприємництва середовища нормативно-правова база. Адже, світовий досвід переконує, що побудова інноваційного суспільства

можлива лише за умов активної державної підтримки, стимулювання розвитку фундаментальної науки та підготовці висококваліфікованих наукових кадрів.

Список використаних джерел

1. Матеріали сайту Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» зі змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 16 жовтня 2012 р., № 5460-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з реалізації Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері на 2015–2019 роки» від 4.06.2015 р., №575-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/575-2015-p>

**Маліновська І.А., студ. групи ФК-1215,
науковий керівник Колеснікова К.С., канд. екон. наук, доц.,
Одеський торговельно-економічний інститут КНТЕУ**

ШЛЯХИ ПОКРАЩАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Фінансовий стан – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика діяльності підприємства в певному періоді, що відображає ступінь забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, раціональності їх розміщення, забезпеченості власними оборотними коштами для своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності в майбутньому [6, с. 92–95].

Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Таким чином, пошук резервів, які можуть бути використані для покращення фінансового стану підприємства, може проводитися шляхом ґрунтовної оцінки всіх складових його діяльності.



Рис. 1. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства

Основним заходом покращення фінансового стану є збільшення виручки від реалізації. В свою чергу розмір виручки від реалізації залежить від:

- 1) обсягів реалізації продукції;
- 2) ціни одиниці продукції, що реалізується [4].

Щоб збільшити обсяги реалізації, необхідно максимально активізувати збутову діяльність підприємства.

Наступним шляхом поліпшення фінансового стану підприємства є можна визначити рефінансування дебіторської заборгованості, основними формами якої є: факторинг, облік векселів, які видані покупцям продукції, форфейтинг.

Факторинг становить фінансову операцію, при якій підприємство-продавець передає право отримання грошей по платіжним документам банку. За здійснення такої операції банк стягує з підприємства-продавця визначену суму комісійних, яка встановлюється у відсотках до суми платежу. Факторингова операція дозволяє підприємству-продавцю рефінансувати переважно частину дебіторської заборгованості щодо наданого покупцю кредиту в короткі строки. Облік векселів, що надаються покупцям, становлять фінансову операцію з продажу їх банку або іншому фінансовому інституту за визначеною ціною, яка встановлюється залежно від їх номіналу, строку погашень та облікової вексельної ставки. У результаті форфейтування заборгованість покупця по товарному кредиту трансформується в заборгованість фінансову (на користь банку).

Одним із основних напрямів пошуку резервів є зменшення вихідних грошових потоків через зниження собівартості продукції та витрат, джерелом покриття яких виступає прибуток. Основними джерелами зниження витрат виробництва і реалізації продукції є зниження витрат сировини та матеріалів (зниження норм їхнього використання, скорочення відходів і витрат у процесі виробництва і збереження, повторне використання матеріалів, упровадження безвідходних технологій), палива і енергії на одиницю продукції, зниження витрат заробітної плати на одиницю продукції, скорочення адміністративно-управлінських витрат, ліквідація непродуктивних витрат і втрат [2].

Також одним із напрямів поліпшення фінансового стану сучасних підприємств являється їх економічна інтеграція. Вона поділяється на вертикальну та горизонтальну.

Горизонтальна інтеграція є поєднанням в одній формі виробництва різнорідної продукції на єдиній сировинній чи технологічній основі і передбачає пошук можливостей здійснення закупівель разом з іншим покупцем.

Вертикальна інтеграція є поєднанням в одній формі різних галузей виробництва та сприяє об'єднанню з ключовими постачальниками сировини і матеріалів. У свою чергу, вона передбачає проведення моніторингу цін на сировину, виходу на ринок нових потенційних постачальників як альтернативу більш дорогим матеріалам [5].

Також напрямом покращення фінансового стану є його прогнозування і моніторинг, оскільки, щоб грамотно керувати виробництвом, активно впливати на формування показників господарської та фінансової діяльності, необхідно постійно використовувати дані про його стан, а також зміни, які в ньому відбуваються.

Система заходів для підтримання економічної стійкості підприємства повинна передбачати:

- постійний моніторинг внутрішнього та зовнішнього станів підприємства;
- розробку заходів із зниження зовнішньої вразливості підприємства;
- розробку підготовчих планів при виникненні проблемних ситуацій, здійсненні попередніх заходів для їх забезпечення;
- впровадження планів практичних заходів при виникненні кризової ситуації, прийняття ризикових і нестандартних рішень у випадку відхилення розвитку ситуації;
- координацію дій всіх учасників і контроль за виконанням заходів та їхніми результатами.

Саме за таких умов можна забезпечити систему моніторингу кожної зі складових економічної стійкості підприємств, яка змогла б надати можливість оптимізувати її відповідно до перспектив розвитку [3].

Вирішення поставлених у статті завдань дозволяє сформулювати напрями подальших досліджень, основними завданнями яких є вдосконалення існуючої методології оцінки та прогнозування фінансового стану підприємств в умовах ринкових відносин.

Також для покращення фінансового стану підприємства доцільним вбачається застосування ряду напрямів, які можуть бути використані з метою підвищення рівня економічної безпеки підприємства.

До основних з них слід віднести такі [1]:

1. Попередження банкрутства. Передбачає застосування комплексної системи прогнозування та визначення ймовірності банкрутства підприємства.

2. Запобігання банкрутству. Полягає в здійсненні комплексу заходів, які підвищують ефективність діяльності підприємства та його шанси на «виживання» в кризових умовах розвитку, а також сприяють недопущенню до критичного стану діяльності підприємства, і як наслідок – до банкрутства.

3. Подолання банкрутства. Передбачає активізацію всіх можливих способів та заходів недопущення ліквідації підприємства шляхом мобілізації всіх наявних сил та ресурсів. Цього можна досягти у результаті: проведення фінансової санації або фінансового оздоровлення підприємства шляхом послідовних взаємопов'язаних заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного, соціального характеру, спрямованих на виведення суб'єкта господарювання з кризи і відновлення або досягнення ним прибутковості;

Отже, до конкретних заходів покращення фінансового стану можна віднести збільшення виручки від продажу продукції, рефінансування дебіторської заборгованості, зниження собівартості продукції. Особливо важливою є горизонтальна інтеграція, яка передбачає поєднання в одному підприємстві виробництва різно-рідної продукції на єдиній сировинній чи технологічній основі та пошук можливостей здійснення закупівель разом із іншим покупцем, що дозволить отримувати знижки. Удосконалення фінансового стану підприємства можливе шляхом підвищення результативності розміщення та використання ресурсів підприємства

Список використаних джерел

1. Банкрутство підприємства та шляхи його подолання: Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2015>
2. Бойчик І. М. Економіка підприємства / І. М. Бойчик. – Львів, 2009. – 101 с.
3. Городинська Д.М. Економічна стійкість підприємства / Д.М. Городинська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 10(42). – С. 141–146.
4. Карпенко Г. В. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства. // Економіка держави. – К. 2010, №1, – 61-62 с.
5. Кузьменко В. П. Вертикальна інтеграція як фактор економічного зростання країн / В. П. Кузьменко. – К. : Знання, 2010. – 256 с.
6. Обушак Т. Сутність фінансового стану підприємства / Т. Обушак // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9. – С. 92–100.

Марущак В.І., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СФЕРІ

На даному етапі розвитку економічної безпеки юридичної особи, коли значно збільшується швидкість обробки і передачі інформації, різними суб'єктами господарювання формуються і використовують різноманітні механізми впливу на інших суб'єктів за допомогою інформації, підвищується актуальність наукових розвідок у напрямі економічної безпеки юридичної особи в інформаційній сфері.

Визначення моделі системи безпеки юридичної особи є актуальним як з практичної, так і з теоретичної точок зору. При розбудові системи забезпечення економічної безпеки юридичних осіб необхідно враховувати виклики і загрози, що виникають з приводу поширення неправдивої інформації, цілеспрямованих інформаційних впливів, інформаційних воєн тощо.

Серед зовнішніх загроз діяльності юридичних осіб на сьогодні виділяють протиправну діяльність кримінальних структур, конкурентів, юридичних та фізичних осіб, що здійснюють промислове шпигунство, рейдерство або шахрайство тощо. До внутрішніх загроз діяльності юридичних осіб відносять виток, втрату інформаційних ресурсів (в тому числі відомостей, що становлять комерційну

таємницю та/або конфіденційну інформацію), виникнення конфліктних ситуацій з контролюючими, правоохоронними та іншими органами у процесі здійснення державних функцій.

Відповідно система економічної безпеки юридичних осіб має «реагувати» на подібні загрози, формуючи надійний захист інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз.

Побудову економічної безпеки юридичної особи в інформаційній сфері у сучасних умовах варто формувати від об'єктів, що підлягають захисту. Структурно економічну безпеку юридичної особи в інформаційній сфері складають: безпека інформаційних ресурсів, безпека інформаційної інфраструктури та безпека «зовнішнього інформаційного оточення» підприємства.

Інформаційні ресурси юридичних осіб – це взаємозв'язана, упорядкована, систематизована і закріплена на матеріальних носіях інформація, яка належить суб'єкту господарювання. Відповідно безпека інформаційних ресурсів полягає у збереженні такої інформації від несанкціонованого розповсюдження, використання і порушення її конфіденційності (таємності).

Безпека інформаційної інфраструктури полягає у такому стані захищеності електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів), систем та комп'ютерних мереж та мереж електрозв'язку суб'єкта господарювання, яка забезпечує цілісність і доступність інформації, що в них обробляється (зберігається чи циркулює).

Держава встановлює особливості захисту окремих видів інформаційних ресурсів, зокрема і таких, які охоплюються поняттям безпека інформаційної інфраструктури. Так, Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» встановлює, що відповідальність за забезпечення захисту інформації в системі покладається на власника системи.

Власник системи, в якій обробляються державні інформаційні ресурси або інформація з обмеженим доступом, вимога щодо захисту якої встановлена законом, утворює службу захисту інформації або призначає осіб, на яких покладається забезпечення захисту інформації та контролю за ним.

Про спроби та/або факти несанкціонованих дій у системі щодо державних інформаційних ресурсів або інформації з обмеженим доступом, вимога щодо захисту якої встановлена законом, власник системи повідомляє відповідно спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади з питань організації спеціального зв'язку та захисту інформації або підпорядкований йому регіональний орган.

При цьому спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади з питань організації спеціального зв'язку та захисту інформації:

- визначає вимоги та порядок створення комплексної системи захисту державних інформаційних ресурсів або інформації з обмеженим доступом, вимога щодо захисту якої встановлена законом;
- організовує проведення державної експертизи комплексних систем захисту інформації, експертизи та підтвердження відповідності засобів технічного і криптографічного захисту інформації;
- здійснює контроль за забезпеченням захисту державних інформаційних ресурсів або інформації з обмеженим доступом, вимога щодо захисту якої встановлена законом.

Безпека «зовнішнього інформаційного оточення» юридичних осіб складається здебільшого з несистематизованих потоків інформації, що оприлюднюється різноманітними учасниками інформаційних відносин: телерадіоорганізаціями, друкованими ЗМІ, Інтернет-виданнями, конкурентами, органами державної влади, місцевого самоврядування тощо.

Список використаних джерел

1. Стрельбицька Л.М. Основи безпеки банківської системи України: Монографія / Л.М. Стрельбицька, М.П. Стрельбицький; За ред. Стрельбицького М.П. – К.: Кондор, 2004. – 600 с.
2. Закон України «Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах» // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – N 31. – Ст. 286.

**Маслова Н.О., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ РИЗИКОМ РЕПУТАЦІЇ БАНКУ

Ризик репутації банку найменш вивчений і часто недооцінюється багатьма банками. Разом з тим у всьому світі репутаційні ризики набувають все більшого значення і повинні враховуватися при виборі ефективної і безпечної стратегії банку. У зв'язку з цим підвищення ефективності управління репутаційними ризиками стає надзвичайно актуальною проблемою економіки підприємництва та

сучасного менеджменту. Аналізуючи дослідження науковців, ми прийшли до висновку, що в науковій літературі відсутнє загально-прийняте трактування репутаційних ризиків, не визначена їх специфіка і місце в загальній структурі ризиків банку, недостатньо досліджені механізми та інструменти відповідної антиризикової політики.

Значний внесок у дослідження ризику репутації в банках міститься в роботах таких вітчизняних учених-економістів, як Бондаренко А. Ф., Гребешкова О.М Шиманська О.В. Красицька Л.В. Нагребельний В.П., Васюренко О. В., Дячук О. А., Галянтич М., Бондарчук П.К. Дмитрова, К. Г. Гончарова, О. В., Єпіфанов, Т. А. Васильєва, С. М., Маслова Н.О. та зарубіжних спеціалістів, таких, як Гриффін Е., Малейна Н.М., Фомбрун Ч.Дж., Даулінг Г., але не можна сказати, що дана проблематика висвітлена достатнім чином.

Так, група вчених-економістів, до якої належать Дмитрова, К.Г. Гончарова, О. В. Меренкова, вважає, що ризик репутації – це міра (ступінь) невизначеності щодо можливості втрати банком довіри з боку клієнтів унаслідок невиконання ним своїх зобов'язань, поширення чуток про участь банку у різноманітних аферах тощо. Значення цього ризику не варто применшувати, адже, як свідчить практика, його наслідки можуть бути навіть важчими, ніж наслідки фінансових ризиків [1, с. 76].

Інші дослідники (Єпіфанов, Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко) притримуються думки, що репутаційний ризик – це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через несприятливе сприйняття іміджу фінансової установи в суспільстві, насамперед, клієнтами, контрагентами, акціонерами або органами нагляду. Його виникнення негативно впливає на спроможність банку встановлювати нові відносини з контрагентами, надавати нові послуги або підтримувати існуючі відносини, що призводить до фінансових втрат внаслідок зменшення клієнтської бази [2, с.153].

Г. Хоней вважає, що ризик репутації розуміється як стратегічний (не операційний), нематеріальний, поведінковий, значний, як загрозу безперервності бізнесу [3, с 22]. На нашу думку, таке трактування є дещо вузьким.

Звернімося також і до тлумачення цього терміну Національним банком України, а саме «це наявний або потенційний ризик для надходжень та капіталу, який виникає через несприятливе сприйняття іміджу фінансової установи клієнтами, контрагентами, акціонерами (учасниками) або органами нагляду. Це впливає на спроможність банку встановлювати нові відносини з контрагентами, надавати нові послуги або підтримувати відносини» [4].

На думку ж вітчизняного вченого Реверчука Н.Й., ризик репутації – це реальна або потенційна можливість заподіяння шкоди діловій репутації підприємств внаслідок впливу як зовнішніх, так і внутрішніх чинників, що спричиняє ймовірність зменшення репутаційного капіталу, збільшення фінансових втрат падіння довіри з боку прямих та непрямих стейхолдерів (наприклад, недобросовісна конкуренція, низький рівень корпоративної культури, регулярне порушення договірних зобов'язань тощо) [5, с.47].

Узагальнюючи думки авторів, вважаємо, що ризик репутації це наявний або потенційний ризик виникнення збитків, втрати банком ліквідності чи капіталу, що виникає від негативного сприйняття частиною клієнтів, контрагентів, акціонерів, інвесторів або регуляторів, які можуть несприятливо вплинути на здатність банку підтримувати існуючі або створювати нові, ділові відносини і продовження доступ до джерел фінансування.

В загальному вигляді процес управління ризиком репутації розглядається, як правило, в якості специфічного виду діяльності, що складається з певних послідовних етапів: ідентифікація і оцінка ризику на підставі певних індикаторів; прийняття рішення стосовно виявленого ризику (прийняття рішення про прийняття ризику, відмова від дій, пов'язаних з ризиком, зниження ступеня ризику на основі існуючої теорії та практики, вибір та застосування засобів зниження ступеня ризику, вживання заходів з відновлення ситуації); контроль рівня ризику; прогнозування рівня ризику.

На нашу думку, нагальною необхідністю в сучасних умовах функціонування вітчизняних банків є створення системи ідентифікації репутаційного ризику, а саме: виявлення внутрішніх та зовнішніх чинників репутаційного ризику, а також вивчення їх вплив на діяльність банку і його фінансовий стан; відстеження інформації про банк, його керівництво, афілійованих особах і акціонерів; аналіз звернень та скарг клієнтів та відповідних заходів реагування на них; моніторинг звітності, що відправляється в НБУ; відстеження кількості ключових співробітників, що були звільнені, які протягом терміну роботи отримували доступ до інформації про продукти, програмному забезпеченні і діяльності банку, що становить комерційну цінність для банку (формує конкурентні переваги), а також інформацію про безпеку банку (у тому числі й інформаційної); визначення причин припинення співпраці з банком фізичних осіб за будь-якого роду операціями (особливо важливо для роздрібних банків) на підставі анкетування клієнтів.

Узагальнюючи результати проведеного дослідження можна зробити висновок, що ризик репутації має важливе значення для діяльності банку, а управління ним є актуальною задачею для досягнення цілей його діяльності.

Список використаних джерел

1. Моделювання оцінки операційного ризику комерційного банку : монографія / [О.С. Дмитрова, К.Г. Гончарова, О.В. Меренкова та ін.]; за заг. ред. С.О. Дмитрова. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 264 с.
2. Управління ризиками банків [Текст] : монографія у 2 томах Т. 1: Управління ризиками базових банківських операцій / [А.О. Єпіфанов, Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко та ін.] / за ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова і д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2012. – 283 с.
3. Honey G.A Short Guide to Reputation Risk. Farnham: Gower Publishing. – 2009. – 119 p.
4. Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України № 361 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=45294
5. Реверчук Н.Й. Управління економічною безпекою підприємницьких структур [монографія] / Н.Й. Реверчук. – Львів : ЛБІ НБУ, 2012. – 195 с.

Масловская С.С., старш. препод.,
УО «Белорусский государственный аграрный технический
университет», г. Минск

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И ВЛИЯЮЩИХ НА НЕЕ ФАКТОРОВ

Производительность труда занимает весьма важное место в системе хозяйствования людей. Проблема производительности труда в научной литературе изучается достаточно глубоко как белорусскими, так и зарубежными учеными. Интерес науки и практики к этой проблеме не ослабевает, так как более производительный труд

определяет уровень и качество жизни населения страны и ее место в системе международного разделения труда.

Так что же такое производительность труда? Производительность труда является обобщающим показателем, в котором находят свое отражение все стороны ведения сельского хозяйства [1]. Она характеризует эффективность деятельности работников в сфере производства товаров и услуг. Производительность труда является основой роста национального дохода, реальных доходов населения и социального развития страны. Поэтому повышение производительности труда в сельскохозяйственном производстве является одним из важнейших направлений, от решения которого зависит выполнение социальной и экономической программ. От чего же зависит производительность труда?

Первое условие – материальная и моральная заинтересованность работников. Практически все люди желают получать высокую заработную плату. Однако, далеко не каждый имеет желание работать с повышенной отдачей, даже при условии наличия высокого уровня заработной платы. А вместе с тем то, что называется качеством и количеством труда, превращается, в конечном итоге, в его эффективность и производительность. Однако следует отметить, что наиболее эффективное воздействие на результативность деятельности в любой сфере оказывает материальное стимулирование. Под материальным стимулированием понимается заработная плата, компенсационные выплаты, премирование и т.д.

Вопросам заработной платы, ее уровню и организации уделяется большое внимание, как органами государственного управления, так и на предприятиях. Такое внимание к проблеме заработной платы обусловлено тем, что для большинства работников этот метод мотивации является основным источником дохода и обеспечивает жизненные потребности не только самого работника, но и членов его семьи. Зарплата также способствует повышению производительности труда и достижению поставленных целей.

Как показывают исследования, оплата труда работников в Беларуси составляет около 60% всех доходов, а покупка товаров жизненной необходимости и оплата услуг составляет около 80% всех денежных затрат. [2]

Второе условие – профессионализм, квалификация, образование, знания, опыт, умения. На производительность труда непосредственное влияние оказывает уровень квалификации рабочей силы. Чем выше профессионализм работников и больше стаж работы по специальности, тем меньше труда затрачивается на производство

единицы продукции. Проведенные исследования десятка сельскохозяйственных организаций Минской области показывают, что повышение квалификации увеличивает производительность труда на 25-30%, и что производительность труда квалифицированных работников, по сравнению с работниками, не имеющими квалификацию, выше на 10-15%. Поэтому обязательно постоянно вести улучшение системы подготовки и переподготовку кадров сельскохозяйственных организаций.

Таким образом, добиться роста производительности можно только повсеместно и планомерно меняя устаревшее оборудование, развивая необходимые для этого отрасли хозяйства, создавая новые источники энергии и внедряя новейшие способы сельхоз производства.

Список использованных источников

1. Беляцкий Н.П. Управление персоналом: учебник/Н.П. Беляцкий.- Минск: Современная школа, 2008г.
2. Экономический бюллетень 2015/Научно-исследовательский институт Министерства Экономики Республики Беларусь. – Минск, 2015 – 16 с.

**Мельник В.В., канд. екон. наук,
Київський національний торговельно-економічний університет,
Клименко К.В., канд. екон. наук, ст. наук. співроб. відділу
міжнародних фінансів та фінансової безпеки,
ДНУ «Академія фінансового управління»**

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНСТИТУТУ ОМБУДСМЕНА З ФІНАНСІВ В УКРАЇНІ

Проблема захисту прав споживачів фінансових послуг в Україні – не нова, але підхід до створення фінансового омбудсмена завжди був фрагментарним. Термін омбудсмен в перекладі зі шведської означає «представник чийхось інтересів» – це незалежна публічна посадова особа, яка розглядає скарги громадян на дії урядових органів. Таким чином, омбудсменом у фінансовому секторі називають незалежну особу, що вирішує в позасудовому порядку спори між організаціями, що надають фінансові послуги та їх клієнтами. Найчастіше фінансові омбудсмени вирішують спори, що виникли в банківській сфері, на

ринку цінних паперів, у сфері страхових послуг і між підприємницькими структурами.

Інститут фінансового омбудсмена діє в 40 країнах світу і вже довів свою ефективність. В Україні омбудсмена, який би опікувався вирішенням фінансових суперечок не має, існує лише інститут Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини, який на сьогоднішній день є тотожним інституту омбудсмена.

Практика зарубіжних країн показує, що рішення омбудсмена виносяться на користь банків і клієнтів в приблизній пропорції 50/50, тому в його об'єктивності важко сумніватися. Основне завдання створення інституту фінансового омбудсмена в Україні – це імплементація принципів, передбачених на самітах Великої 20 (G20), протягом 2009-2011 рр., коли були прийняті рішення щодо активного проведення реформ в розрізі інституційної трансформації у світову фінансову систему, що стане запорукою інтеграції до міжнародних мереж фінансового омбудсмена.

Основні положення діяльності органів розгляду спорів у сфері фінансових послуг у зарубіжних країнах охарактеризовані в табл. 1.

Таблиця 1

Основні положення діяльності фінансових омбудсменів у зарубіжних країнах

Країна	Назва	Підстави для звернення	Плата клієнтів	Термін розгляду скарг	Характер рішень	Фінансові установи, що входять до компетенції служби
Чехія	Чеський фінансовий арбітр	Визначені законом	Відсутня	63 дні	Обов'язкові для обох сторін	Банки, кредитні спілки, іпотечні, інвестиційні посередники
Данія	Датська Рада скарг з цінних паперів та брокерської діяльності	Приватна ініціатива	66 євро	9-10 місяців	Обов'язкові для фінансової установи	Інвестиційні посередники
	Датська Рада скарг з діяльності інвестиційних фондів	Приватна ініціатива	20 євро	9-10 місяців	Обов'язкові для фінансової установи	Інвестиційні фонди

Продовження табл. 1

Країна	Назва	Підстави для звернення	Плата клієнтів	Термін розгляду скарг	Характер рішень	Фінансові установи, що входять до компетенції служби
Німеччина	Омбудсмен з державних банків	Визначені законом у окремих випадках, приватна ініціатива	Відсутня	2-3 місяці	Рекомендації	Банки
	Омбудсмен з інвестиційних фондів	Визначені законом, приватна ініціатива	Відсутня	2-3 місяці	Рекомендації	Інвестиційні фонди
	Арбітражна рада Бундесбанку Німеччини	Визначені законом, публічна ініціатива	Відсутня	3 місяці	Рекомендації	Банки, кредитні спілки іпотечні та інвестиційні посередники
Ірландія	Бюро Омбудсмена з фінансових послуг	Визначені законом	Відсутня	Не визначено	Обов'язкові для обох сторін	Усі суб'єкти фінансового ринку
Греція	Омбудсмен з банківсько-інвестиційних послуг Греції	Приватна ініціатива	Відсутня	2 місяці	Рекомендації	Банки, постачальники інвестиційних та пенсійних послуг
Іспанія	Управління з надання допомоги інвесторам	Визначені законом, публічна ініціатива	Відсутня	4 місяці	Рекомендації	Банки, інвестиційні посередники
Франція	Посередник з управління фінансовими ринками	Визначені законом, публічна ініціатива	Відсутня	Не визначено	Рекомендації	Інвестиційні посередники, пенсійні фонди
	Посередник Французької Асоціації фінансових компаній	Добровільна приватна ініціатива	Відсутня	2 місяці	Рекомендації	Банки, кредитні спілки
Італія	Фінансово-кредитний Арбітр	Визначені законом, публічна ініціатива	20 євро	105 днів	Рекомендації	Банки, кредитні спілки, іпотечні посередники, платіжні установи

Закінчення табл. 1

Країна	Назва	Підстави для звернення	Плата клієнтів	Термін розгляду скарг	Характер рішень	Фінансові установи, що входять до компетенції служби
	Банківський омбудсмен	Добровільна приватна ініціатива	Відсутня	3-4 місяці	Обов'язкові для фінансових установ	Банки, інвестиційні посередники
Велика Британія	Служба фінансового омбудсмена	Визначені законом, публічна ініціатива	Відсутня	6 місяців	Обов'язкові для фінансових установ	Усі суб'єкти фінансового ринку
Польща	Арбітражний суд при Польській Фінансовій інспекції	Визначені законом, публічна ініціатива	60 євро	1-3 місяці	Обов'язкові для обох сторін	Усі суб'єкти фінансового ринку

Джерело: складено авторами на основі [6, с.25].

Ефективне функціонування в Україні омбудсмена з фінансів та інвестицій матиме позитивні наслідки для економічної безпеки установ усіх сегментів фінансового сектору. Так, підвищення схильності населення до використання фінансових послуг, зумовлене зростанням рівня довіри до фінансових посередників, дозволить останнім залучити нових клієнтів та збільшити обсяги залучених фінансових ресурсів.

Існування інституту омбудсмена з фінансів та інвестицій позитивно вплине на врегулювання можливих спірних моментів взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування та суб'єктів господарювання, які здійснюють інвестиційну діяльність в Україні. У масштабах держави позитивні наслідки створення вищевказаного інституту будуть полягати в: підвищенні рівня прозорості ринку; оперативному виявленні проблем регулювання інституційних інвесторів; зниженні навантаження на судову систему, забезпеченні оптимального рівня безпеки та розв'язання проблем у фінансовому секторі, підвищенні рівня захисту прав інвесторів та інших учасників фінансовому ринку тощо.

Таким чином, світовий досвід підтверджує, що створення в Україні омбудсмена з фінансів та інвестицій відіграє важливу роль у підвищенні довіри інвесторів, стане необхідним фактором збільшення частки їх участі в фінансовій та інвестиційній системах, а отже, й економіки України в цілому.

Список використаних джерел

1. Чи потрібен інститут фінансового омбудсмена? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reforms.in.ua/ua/news/chy-potriben-institut-finansovogo-ombudsmena>
2. Абакуменко О.В. Реалізація концепції інвестиційного омбудсмена у фінансовому секторі України / О.В. Абакуменко // Економіка та держава. – 2014. – № 5. – С. 25-29.

Мельникович О.М., д-р екон. наук, проф.,
Ортинська В.В., канд. екон. наук, проф.,
Київський національний торговельно-економічний університет

ДЕРЖАВНА РЕГУЛЯТОРНА ПОЛІТИКА У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

Звинувачення, які лунають з боку громадськості України, в переповненні міських ландшафтів різноманітними рекламними конструкціями, перенасиченні простору міст, особливо історичних центрів, зовнішньою рекламою, потребують ґрунтовного розгляду та пошуку шляхів їх вирішення.

На сьогодні врегулювання проблеми здійснюється на рівні держави та територіальних громад міст України. Зокрема, в Законі України «Про рекламу» у статті 16 зазначено, що «розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках національного або місцевого значення та в межах зон охорони цих пам'яток, історичних ареалів населених місць здійснюється відповідно до цього Закону на підставі дозволів, які оформляються за участю органів виконавчої влади, визначених Законом України «Про охорону культурної спадщини» [1]. Ухвалені Кабінетом міністрів України в 2003 році «Типові правила розміщення зовнішньої реклами» аналогічним чином регулюють це питання [2]. Проте органи обласної та місцевої виконавчої влади у сфері охорони культурної спадщини та об'єктів природно-заповідного фонду нерідко надають такі дозволи, що спричиняють естетичне спотворення пам'яток.

Посилаючись на досвід країн Західної Європи, де практично відсутня зовнішня реклама в центральних та історичних районах міст, наразі існує нагальна потреба у повній забороні розміщення зовнішньої реклами і в містах України.

Ще у 2016 році Асоціацією операторів зовнішньої реклами України була розроблена дорожня карта щодо поліпшення зовнішнього вигляду Києва, що передбачала скорочення рекламних конструкцій у столиці, їх модернізацію і систематизацію розміщення реклами. Формування єдиного підходу до рекламного оформлення міста і внесення змін у концепцію розвитку зовнішньої реклами у місті Києві відбуватиметься шляхом гармонізації рекламних носіїв з архітектурними, історико-культурними та функціонально-планувальними чинниками [3].

І, нарешті, у квітні 2017 року Київська міська рада затвердила нові правила розміщення зовнішньої реклами у столиці та заборонила її розміщення на центральних вулицях, площах та у парках.

Територію Києва розділено на п'ять зон, в яких дозволено розміщувати різну кількість зовнішньої реклами. Відповідно до нових правил, до нульової зони вільної від реклами, потрапили історичний центр, парки та транспортні розв'язки, зокрема: вулиці Банкова, Басейна, Липська, Поштова, Контрактова та Європейська площі, райони Києво-Печерської лаври, Софії Київської, Андріївського узвозу, вулиць Володимирській, Богдана Хмельницького, Грушевського, Верхнього і Нижнього валів, Великої Житомирської, Стрілецької, Лисенка, Ярославового Валу, а також Софійської та Михайлівської площ. [4, 5]

Очікується, що за кілька років кількість реклами у Києві зменшиться на 75% [4]. Таким чином нові правила сприятимуть поліпшенню зовнішнього вигляду архітектурних споруд та ідентичності громадського центру європейської столиці, збереженню історичних пам'яток Києва.

Значну допомогу у покращенні суспільного міського простору надають громадські організації. Асоціація операторів зовнішньої реклами України ініціювала та створила адресну базу легальних рекламних носіїв (<http://legal.outdoor.org.ua>), доступ до якої має будь-хто.

На нашу думку, ці дії з урахуванням зростання патріотизму та небайдужості прогресивних громадян дозволять значно скоротити кількість нелегальних зовнішніх рекламних конструкцій, зменшити візуальний «шум» і вдосконалити архітектурний та публічний простір історичних центрів міст України.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про рекламу», остання редакція від 26.04.2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу до Закону: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80/page>

2. Постанова Кабінету Міністрів України «Типові правила розміщення зовнішньої реклами, остання редакція від 05.04.2017 [Електронний ресурс] – Режим доступу до постанови: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2067-2003-%D0%BF>
3. Оператори зовнішньої реклами презентували дорожню карту для поліпшення вигляду Києва [Електронний ресурс] – Режим доступу до списку: http://ukr.lb.ua/news/2016/03/02/329342_operatori_zovnishnoi_reklami.html– Назва з екрану.
4. Офіційний сайт КМДА [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <http://kievcity.gov.ua>
5. Київ отримав нові правила розміщення реклами [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <https://kiev.pravda.com.ua/news/58f8a50868b73>

**Микитенко Л.А., канд. юрид. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИХ ПАЛАТ В УКРАЇНІ

Реформа місцевого самоврядування через децентралізацію влади потребує перегляду значної кількості законів. Вибудовується нова система та нові правила функціонування влади. Процес децентралізації потребує багатьох перетворень і це стосується не тільки державної влади та органів місцевого самоврядування, але й тих організацій та установ, яким державою було делеговано монопольні функції або представницькі повноваження. До таких організацій належить Торгово-промислова палата України (ТПП).

Правові засади створення торгово-промислових палат в Україні, їх організаційно-правові форми, напрями діяльності врегульовано Законом України «Про торгово-промислові палати в Україні»[1], який прийнятий майже 20 років тому.

Завданнями торгово-промислових палат є:

✓ сприяння розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, експорту українських товарів і послуг, подання практичної допомоги підприємцям у проведенні торговельно-економічних операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках, освоєнні нових форм співробітництва;

✓ представлення інтересів членів палати з питань господарської діяльності як в Україні, так і за її межами;

✓ організація взаємодії між суб'єктами підприємницької діяльності, координація їх взаємовідносин з державою в особі її органів;

✓ сприяння в організації інфраструктури інформаційного обслуговування підприємництва;

✓ надання послуг для здійснення комерційної діяльності іноземним фірмам та організаціям;

✓ виконання інших завдань, передбачених її статутом.

Торгово-промислові палати створюються на території Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя (регіональні торгово-промислові палати). У межах кожної з цих адміністративно-територіальних одиниць може бути створена лише одна торгово-промислова палата.

На сьогодні, в загальному контексті реформ, ця норма є стримуючим фактором для реалізації ініціатив з самоорганізації малого та середнього бізнесу у рамках ТПП України, та стримує розвиток самої організації. Мова йде про можливість створення міських та міжрайонних ТПП. Такий підхід дає додатковий імпульс для розвитку як системи ТПП, так і малого і середнього бізнесу на місцях, наближає ресурси та можливості ТПП безпосередньо до підприємців.

Враховуючи європейській вектор інтеграції України, необхідно звернути увагу на досвід провідних країн Європи – Франції, Німеччини, Італії та інших, де протягом багатьох століть, практично у кожному місті, успішно функціонують торгові палати забезпечуючи сталий розвиток бізнесу [2].

З огляду на це, вбачається за доцільне внести зміни (доповнення) до Закону України «Про торгово-промислові палати в Україні» з метою надання можливості створення міських та міжрайонних торгово-промислових палат.

Внесення таких змін (доповнень), сприятиме розвитку інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу, створення сприятливих умов для розвитку системи ТПП, малого і середнього бізнесу на місцях, економічного зростання як місцевих громад, так і економіки країни загалом.

З огляду на це, пропонуємо внести такі зміни до Закону України «Про торгово-промислові палати в Україні»

1) абзац перший частини другої статті 5 викласти у наступній редакції:

«2. Торгово-промислові палати створюються на території Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя

(регіональні торгово-промислові палати). У містах обласного підпорядкування з населенням більше, ніж 100 тисяч осіб, можуть бути створені міські або міжрайонні торгово-промислові палати, які за своїм статусом та правами прирівнюються до регіональних торгово-промислових палат»;

2) частину першу статті 6 викласти у наступній редакції:

«1. Торгово-промислова палата створюється за ініціативою не менш як 50 засновників, які знаходяться на відповідній території. Міські або міжрайонні торгово-промислові палати створюються за ініціативою не менш як 30 засновників, які знаходяться на відповідній території».

Вважаємо, що прийняття запропонованих змін (доповнень) сприятиме розвитку інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу, наближенню влади і уповноважених державою організацій та установ безпосередньо до підприємців.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про торгово-промислові палати в Україні» від 02.12.1997 № 671/97-ВР [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/671/97-%D0%B2%D1%80>
2. Коммерческий кодекс Франции [Електронний ресурс] // Режим доступу: <https://books.google.com.ua/books?id=aMPbqjF677MC&pg=PA529&lpg>

Міщенко І.Д., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Проведення підготовчого етапу процесу впровадження управління структурою капіталу дає істотний економічний ефект для підприємства, що виражається в зниженні витрат на підприємстві за рядом напрямків. Не слід плутати ефект від проведення підготовчого етапу процесу впровадження управління структурою капіталу з ефектом від самого впровадження управління структурою капіталу.

Ефект від проведення підготовчого етапу процесу впровадження управління структурою капіталу покликаний показати економічне

обґрунтування проведення підготовчого етапу. Його величина може бути оцінена лише експериментально. Даний економічний ефект за змістом є величиною тих втрат, що підприємство може допустити через неправильне впровадження управління структурою капіталу. Тому закономірно, що етап оцінювання можливих ризиків є найважливішим при побудові максимально ефективної системи управління структурою капіталу.

При розрахунку ефективності та результативності впровадження управління структурою капіталу нами пропонується застосування цільового підходу і, на його основі, використання методики рейтингової оцінки за результатами всебічного аналізу.

На рис. 1. представлено фундаментальні елементи управління капіталом підприємства як системи. У спрощеній формі її можна розглядати наступним чином: підприємство одержує капітальні ресурси (вхід) з більш великої системи (зовнішнього середовища), здійснює обробку цих ресурсів і повертає їх у зміненій формі (товарна продукція і послуги).

Нагадаємо, що два головних висновки теорії систем полягають в тому, що критерії ефективності повинні відображати:

- 1) повний цикл «вхід – процес – вихід», а не лише результат,
- 2) взаємозв'язки між підприємством і середовищем, у якому воно функціонує [1, с. 99].

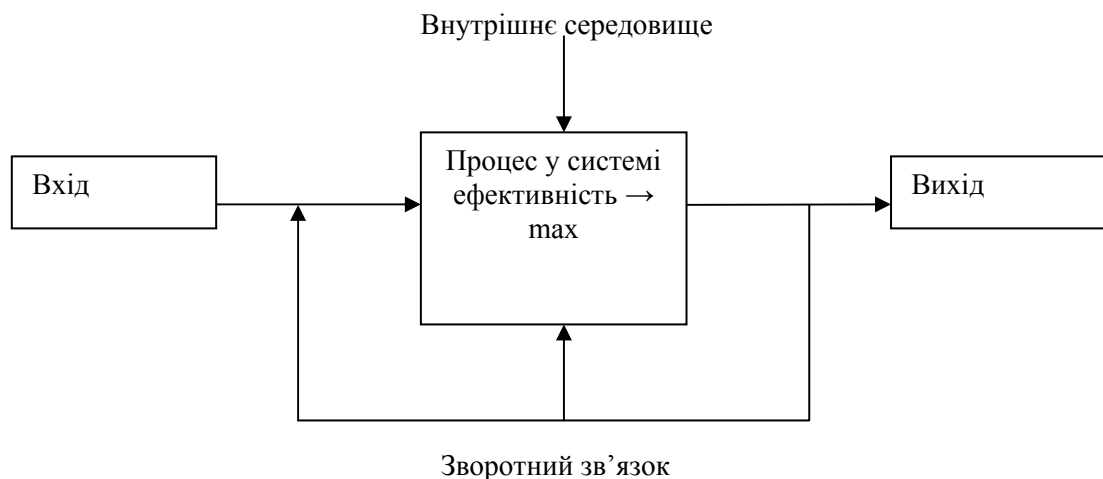


Рис. 1. Елементи управління капіталом підприємства як системи

Використання при розрахунку економічного ефекту системного підходу полягає в тому, що ефект розраховується на виході системи.

Прийняття управлінських рішень за допомогою розробленої системи управління структурою капіталу впливає на:

- зміну показників економічної діяльності підприємства;
- скорочення термінів виробничого циклу підприємства;
- зменшення витрат часу та ресурсів;
- підвищення інтенсивності використання ресурсів, до яких належить і власний / позиковий капітал.

Це дозволяє виявити значні резерви підвищення ефективності використання капіталу шляхом зміни його структури та обсягів.

Крім того, слід розуміти, що кожне підприємство працює у своєму економічному, політичному, соціальному середовищі, знаходиться на визначеному власному етапі життєвого циклу. У зв'язку з цим для більшої обґрунтованості пропонується саме порівняння результатів роботи кожного конкретного підприємства до і після впровадження системи управління структурою капіталу, як на теоретичному рівні (при виборі оптимальної структури капіталу), так і на практичному (перевірка правильності теоретичних оцінок). Оскільки ухвалення управлінського рішення впливає на всю діяльність підприємства, вплив впровадження управління структурою капіталу на підприємстві пропонується проводити за методикою порівняльної рейтингової оцінки [2, с. 309].

Список використаних джерел

1. Шандова Н. В. Створення ефективної системи управління витратами підприємства // *Фінанси України*. – 2003. – №7. – С. 97-101.
2. Welsh Glenn. *Budgeting: Profit Planning and Control*. – USA: Prentice Hall, 2008. – 498 p.

Молодоженя М.С., канд. екон. наук, доц.,

Андрієць В.С., канд. екон. наук,

Київський національний торговельно-економічний університет

КОРПОРАТИВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЯК ІННОВАЦІЙНА МОДЕЛЬ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Українські підприємства як соціально-економічний феномен розвивалися у складних умовах перехідної економіки, стикаючись з недосконалістю законодавства та слабким розвитком ринкової інфраструктури. Ознакою успішного функціонування економіки є діяльність великих і малих підприємств, серед яких існує активна і різноманітна співпраця. Підприємства співпрацюють між собою, але і все більшою

мірою з університетами та іншими науково-дослідницькими інституціями, що продукують знання і різноманітних формальних і неформальних організаційних формах. Державна підтримка підприємництва, зокрема інноваційного, є невід'ємною частиною інноваційної політики держав-членів ЄС та досягається шляхом налагодження механізмів співробітництва між державним науково-освітнім та приватним підприємницьким сектором.

Ініціювання створення корпоративних університетів обумовлено зростанням інтересу до підприємницької діяльності країн ЄС та залученням їх провідного досвіду для активізації підприємництва в Україні. Підтвердженням є прийняття Закону України «Про ратифікацію Угоди між Урядом України і Європейським Союзом про участь України в програмі ЄС «Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу (COSME) (2014 -2020)»» № 1904-VIII від 22 лютого 2017 року та стратегія Європа–2020.

Модель корпоративного університету представляє собою інноваційний проект університетської діяльності, що поєднує освітню та консультативну діяльність – у відповідності до реальних потреб бізнесу. Даний проект сприяє процесу інтеграції України до Євросоюзу за допомогою налагодження системи взаємодії між навчальними закладами та бізнес-структурами.

Моделювання корпоративного університету передбачає створення персоналізованої системи розвитку професійних компетентностей працівників усіх рівнів, що здатна забезпечувати запити підприємців щодо навчання, створення у компанії механізмів безперервного удосконалення, розвитку, підвищення ефективності діяльності і підтримки корпоративної культури.

Корпоративний університет – це освітній центр усередині компанії, що діє на постійній основі. Перший такий навчальний центр був відкритий McDonald's в 60-х роках. З тих пір у США з'явилося більше 2500 таких університетів, їхнє число росте й у Європі, де вже майже кожна велика корпорація має подібний навчальний заклад.

Університетами ці центри називають з двох причин. По-перше, більшість із них створено разом з відомим навчальним закладом, як правило – університетом. Так, British Telecom співпрацює з Ланкастерським і Ноттінгемським університетами, Lloyds TSB – університетом Уорвік. По-друге, від звичайного тренінг-центру ці центри відрізняються змістом, тривалістю й масштабом програм. Все це веде до того, що, за прогнозами Financial Times, через певний час у корпоративних університетах буде вчитися більше людей, ніж у

звичайних. Крім того, ці університети будуть доступні не тільки для співробітників компанії, як це є зараз, але й для всіх бажаючих.

Корпоративний університет у порівнянні з класичними навчальними закладами характеризується наступними ознаками:

- представляє собою інноваційну форму освітнього процесу, що передбачає співпрацю бізнес-структури з навчальним закладом, як правило – університетом;

- від звичайного тренінг-центру відрізняється змістом, тривалістю й масштабом програм, оскільки створюється виходячи з потреб конкретної бізнес-одиниці;

- не заміняє класичні навчальні заклади, формується під потреби бізнес-структури, щоб розвивати професіоналізм співробітників, навчати їх навичкам, необхідним для успішної роботи в компанії, і в остаточному підсумку – просувати бізнес вперед;

- працює не над типовими, а над конкретними актуальними проблемами підприємства;

- підходить до проблем зсередини і займається ними постійно, завдяки чому виникає якісно інший – по суті, генетичний – підхід, що дозволяє розглядати бізнес-процеси, зовнішнє середовище, менеджмент у реальній динаміці, у розвитку;

- є об'єктом і способом інвестування в розвиток інтелектуальної бази конкретного підприємства і його персоналу;

- є важливим елементом корпоративної культури. Тільки те навчання, яке дійсно допомагає розвинути професійні вміння, необхідні для конкретної компанії; навчання, що відповідає стратегії і життєвій стадії розвитку компанії;

- усуває межі між навчанням і роботою. Ефективними можуть бути визнані лише ті методи навчання співробітників, які тісно пов'язані з реальною виробничою ситуацією.

Очікувана ефективність проекту полягає в тому, що на відміну від самостійного підвищення кваліфікації працівником, система корпоративного навчання дає саме ті знання і навички, які є важливими для розвитку конкретного працівника з точки зору роботодавця; в умовах корпоративного навчання контроль за якістю засвоєння знань є надзвичайно високим; ефективність використання часу на навчання є високою, а витрати часу меншими, так як навчальний процес здійснюється в адаптованих умовах і, в окремих випадках, прямо на робочому місці; корпоративне навчання тісно пов'язане з умовами і особливостями конкретного підприємства, а тому одержані знання мають більшу практичну цінність; вагомою складовою корпоративного навчання, незалежно від тематики, є

передача знань про цінності, традиції, філософію діяльності підприємства; пізнання глибинних основ корпоративної культури прискорює адаптацію нового персоналу, мотивує підвищує лояльність найманих працівників.

Розглянута модель корпоративного університету є науковою основою та організаційно-методичним механізмом запровадження в бізнес-середовищі структурної одиниці, що здатна забезпечувати запити підприємців щодо навчання, створення у компанії механізмів безперервного удосконалення, підвищення продуктивності, розвитку і підтримки корпоративності та вирішення складних практичних завдань.

Назарова М.С. старш. препод.,

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет», г. Минск

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ПО ВЫРАБОТКЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ НА СРЕДНЕСРОЧНУЮ ПЕРСПЕКТИВУ

Для отечественных мясоперерабатывающих предприятий представляется важным изучение уровня востребованности того или иного продукта, так как в процессе разработки ассортиментной политики определяются различные показатели: разнообразие видов и разновидностей товаров (с учетом типологии потребителей); уровень и частота обновления ассортимента; цены на товары данного вида и др. Обычно прогнозируется лишь тенденция развития ассортимента (а более точно – ассортиментная структура спроса и товарного предложения).

С целью определения структуры спроса на мясные продукты и лояльности к бренду, торговой марке и т.д., нами разработан и предлагается для практического использования один из маркетинговых инструментов, основанный на проведении анализа рынка, который предполагает проведение соответствующих маркетинговых исследований, включающих систематический сбор, обработку и анализ данных по тем аспектам функционирования предприятия, в рамках которых следует принять определенные управленческие решения.

Анализ потребителей дает возможность определить все аспекты их поведения и предпочтений. Исследования проводились методом случайной маршрутной выборки респондентов и «туннельной»

постановке 18 вопросов (от потребительских предпочтений по видам продукции и ценовым категориям до частоты покупок и взаимосвязи параметров выбора продукции), позволяющих повысить достоверность ответов респондентов.

Объект исследования – индивидуальные потребители, семьи, домашние хозяйства; предмет исследования – мотивации потребительского поведения и определяющие их факторы. Цель исследования – изучение и выделение групп покупателей со схожими потребностями и покупательским поведением, анализ предпочтений целевой аудитории в отношении конкретного продукта или группы продуктов, торговой марки и бренда.

Форма разработанной анкеты для опроса потребителей содержит 18 вопросов, отражающих частоту покупки и потребления мясных продуктов, предпочтения и критерии выбора тех или иных мясных продуктов, знание производителей и брендов, структуру расходов на питание, а также характеристики потребителей (возраст, пол, род занятий и пр.). Объем выборочной совокупности составил 133 респондента.

Вся информация, полученная от выборочной совокупности опрошенных респондентов была подвергнута статистической обработке и положена в основу прогнозной модели. В результате моделирования были получены 5 однородных групп потребителей мясной продукции. Наибольший вклад в разделение типовых групп потребителей внесли частота покупки и потребления мясных продуктов, расходы на приобретение продуктов, отношение к новинкам, удовлетворенность частотой потребления мяса, возраст и род занятий, состав семьи и бюджет на 1 члена семьи.

Среди критериев выбора основными в 5 группах являются цена и качество продукции. В то же время фактор качества наиболее важен для 3 группы (свыше 90% опрошенных покупателей), ценовой фактор – для 2 группы (70%). Основным источником получения информации для всех групп (за исключением группы №2) является телевизионная реклама – 46-73%. Представители 2 группы предпочитают получать информацию либо на выставках, либо в процессе дегустаций (соответственно, 54 и 23% ответов). В целом, выставочные мероприятия являются вторым по популярности источником получения сведений о новых видах продукции. Такие мероприятия должны быть ориентированы, прежде всего, на домохозяйек и молодые семьи. Работающая и учащаяся молодежь определенное внимание уделяет также наружной рекламе, что отмечают 12-18% респондентов.

Представители 4 и 5 групп выбирают основным местом приобретения продукции супермаркет (68-79% ответов), домохозяйки, равно как и представители 1 группы, не имеют четко выраженных предпочтений по месту приобретения продуктов, что обусловлено, по видимому, выбором более качественного товара, а не удобного места покупки. У представителей 2 группы основным местом покупки мясной продукции является либо магазин шаговой доступности, либо фирменная торговля на рынке.

Если рассматривать предлагаемые сегодня на рынке виды продукции, то среди опрошенных потребителей наиболее популярными оказались вареные изделия, сосиски, готовые продукты из свинины и курицы, сырокопченые колбасы – 30-40% ответов респондентов. Так, группа 2 «Пенсионеры» обращает большее внимание на готовые продукты из курицы (60%), как более дешевый и не требующий усилий при приготовлении товар. Половина представителей второй группы («Домохозяйки») предпочитают более широкий спектр наименований, включая полукопченые и варенокопченые изделия, что обусловлено поиском и выбором качественной продукции. Предпочтения представителей пятой группы, в принципе, нельзя назвать выраженными, что, скорее всего, обусловлено как нестабильностью дохода, так и неопределенностью в потреблении мясной продукции.

Оценка различия групп по предпочтениям в видах употребляемого мяса нами выполнена на основе частотного анализа с использованием таблиц сопряженности или таблиц кросс-табуляции, которые содержат абсолютные частоты и доли (%) для каждого из сочетаний рассматриваемого и группирующего признаков (рассматриваемые признаки – виды потребляемого мяса, группирующий признак – номер типовой группы).

Проведенные парные сравнения групп по потреблению свинины подтверждают, что статистически значимые различия по распределению частоты предпочтений наблюдаются для респондентов 3 группы, а также между опрошенными представителями 1 группы и 5 группы.

Следовательно, можно считать, что по предпочтениям в потреблении мяса курицы и мяса говядины группы 1-5 относятся к одной генеральной совокупности, а по потреблению мяса свинины статистически достоверно отличаются представители третьей группы («Домохозяйки»).

Таким образом, в ходе проведенных исследований нами разработаны методические подходы по совершенствованию товарной

политики мясоперерабатывающих предприятий на основе изучения покупательского поведения, суть которой состоит в определении стратегии развития участников интегрированного формирования с учетом реальных предпочтений потребителей, отражающих частоту покупки и потребления мясных продуктов, предпочтения и критерии выбора мясных продуктов, знание производителей и брендов, структуру расходов на питание, а также характеристики потребителей (возраст, пол, род занятий и пр.). Практическая реализация подхода позволяет на уровне субъектов хозяйствования принимать обоснованные управленческие решения по выработке товарной политики на среднесрочную перспективу.

Нетребчук Л.О., ст. викл.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ БАНКАМИ КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Вітчизняні підприємства відчують гостру потребу у фінансовій підтримці і важливе значення у задоволенні цієї потреби відіграє банківське кредитування. Однак посилені вимоги до оцінювання банками кредитоспроможності підприємств певним чином стають перепоною для отримання ними кредитних коштів.

Кардинальні зміни щодо порядку оцінювання підприємств відбулись ще в 2012 р., коли вперше від банків вимагалось застосовувати не єдиний підхід, а враховувати розмір підприємства – мале чи середнє або велике та галузь економіки [1]. Подібні зміни експерти схвалили, оскільки єдиний підхід не дозволяв враховувати особливості діяльності підприємства (наприклад, сезонність виробництва). Однак залишились питання щодо методики визначення показників, оскільки вони певним чином були скопійовані з зарубіжного досвіду, який не враховує українські реалії (ґрунтується на даних звітності, яка часто не відображає реальний стан справ).

В середині 2016 р. НБУ скасував попереднє положення, ввівши нове [2], яким внесено суттєві корективи до методики оцінювання підприємств-позичальників, що на думку експертів унеможливить кредитування банками фінансово неспроможних підприємств.

Отже, банки зобов'язані визначати розмір кредитного ризику за кредитами підприємствам за такою формулою:

$$CR = PD \times LGD \times EAD, \quad (1)$$

де CR – розмір кредитного ризику за кредитом;

PD – коефіцієнт імовірності дефолту боржника;

LGD = 1 – RR (де RR – рівень повернення боргу за рахунок реалізації забезпечення та інших надходжень, який визначається з урахуванням вартості забезпечення, скоригованого на коефіцієнт його ліквідності, та інших надходжень (наприклад, страхового відшкодування)).

EAD – експозиція під ризиком за активом на дату оцінки.

Для визначення коефіцієнта імовірності дефолту боржника банк здійснює оцінку його фінансового стану, а отриманий «клас боржника» впливає на діапазони значень показника PD – від 0,005 до 1.

Банк здійснює оцінку фінансового стану підприємства шляхом розрахунку інтегрального показника, виходячи з його належності до великого, середнього або малого та виду економічної діяльності із застосуванням логістичної моделі за такою формулою:

$$Z = \beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_i x_i, \quad (2)$$

де Z – інтегральний показник;

x_i – показники, що визначаються на підставі фінансових коефіцієнтів, з урахуванням установлених НБУ діапазонів;

β_i – коефіцієнти логістичної моделі, що визначаються з урахуванням вагомості показників;

β_0 – вільний член логістичної моделі.

Величини x_i , β_0 , β_i щороку актуалізуються НБУ на підставі даних фінансової звітності боржників – юридичних осіб.

Формула розрахунку інтегрального коефіцієнта враховує вид економічної діяльності підприємства згідно з *Класифікацією видів економічної діяльності ДК 009:2010*, виділено наступні групи:

- ✓ сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство: секція А;
- ✓ добувна промисловість і розроблення кар'єрів, переробна промисловість, будівництво: секції В, С, F;
- ✓ оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів: секція G;
- ✓ інші: секції D, E, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U.

Для кожної з груп з урахуванням розміру підприємства буде власна модель інтегрального коефіцієнта. Наприклад, для секції А формула матиме вигляд:

$$Z=2,767+0,309X_{11}+0,821X_{15}+0,577X_1+0,504X_{10}+0,291X_{16},$$

Тобто змінюється не тільки кількість показників, а й їх вага у загальному значенні. Крім того, положенням передбачено перелік фінансових показників і порядок їх розрахунку (К – для великих та середніх підприємств, МК – для малих підприємств). Самі ж фінансові показники визначаються на підставі даних фінансової звітності за останній звітний період та звітний рік. Отже, банкам необхідно розраховувати до 16 показників, а саме:

К₁, МК₁ – показники покриття боргу;

К₂, МК₂ – показники рентабельності активів;

К₃, МК₃ – показник покриття фінансових витрат за результатами операційної діяльності;

К₄ – показники капіталу (частка капіталу в валюті балансу);

К₅, МК₅ – показники маневреності робочого капіталу;

К₆, МК₆ – показники покриття капіталом боргу;

К₇, МК₇ – показники швидкої ліквідності;

К₈, МК₈ – показники оборотності активів;

К₉, МК₉ – показники оборотності поточних активів;

К₁₀ – показник загальної ліквідності (або МК₁₀ – показник оборотності робочого капіталу);

К₁₁ – показник здатності обслуговування боргу (або МК₁₁ – показник покриття боргу операційним прибутком);

К₁₂ – показник достатності робочого капіталу (або МК₁₂ – показник оборотності основних засобів);

К₁₃ – показник оборотності дебіторської заборгованості (або МК₁₃ – показник чистого прибутку до оподаткування);

К₁₄ – показник оборотності кредиторської заборгованості;

К₁₅ – показник частки неопераційних елементів балансу;

К₁₆ – показник операційного прибутку до відрахування амортизації.

Розраховане значення кожного з фінансових показників має діапазон значень (max-min) і враховується в моделі по-різному, може мати як від'ємне значення, так і додатне. Після розрахунку інтегрального показника підприємству встановлюється клас боржника, який визначається залежно від значення інтегрального показника з урахуванням величини підприємства.

Крім того, положенням удосконалені вимоги до переліку забезпечення та умов його прийнятності. Зокрема, майнові права (окрім майнових прав на депозити) виключено із переліку застави, яка може враховуватися банками при визначенні кредитного ризику. Прийнятне забезпечення поділено на окремі групи – забезпечення та заставу, в яких виділені окремі види та коефіцієнти ліквідності (значення від 0,35 до 1). Тому, навіть маючи у власності, наприклад, земельну ділянку, підприємство може не розраховувати на його прийнятність банком у якості застави, а навіть у разі взяття матимете коефіцієнт лише 0,35, що суттєво обмежить забезпеченість кредиту.

Список використаних джерел

1. Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями: Затв. постановою Правління НБУ № 23 від 25.01.2012 р. (на сьогодні втратила чинність).
2. Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями, затв. Постановою Правління НБУ від 30.06.2016 №351 (зі змінами).

**Новікова Н.М., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ЕКСПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Експортний потенціал України тісно пов'язаний з конкурентоспроможністю продукції та представляє собою обсяг товарів та послуг, що можуть бути вироблені в країні та можуть бути реалізовані з максимальною ефективністю для країни [1, с.252].

Український експорт представлений товарами з низькою доданою вартістю. У товарній структурі переважає експорт проміжних товарів та імпорт споживчих товарів. Протягом 2012-2016 років в Україні майже вдвічі скоротився експорт товарів та послуг (з 82, 4млрд.дол.США до 44, 9 млрд. дол. США). На експорт товарів припадає 81% загального експорту України, і значну частку серед цих товарів становлять сільськогосподарські товари, металургія, мінеральні продукти та продукція машинобудування (рис.1).

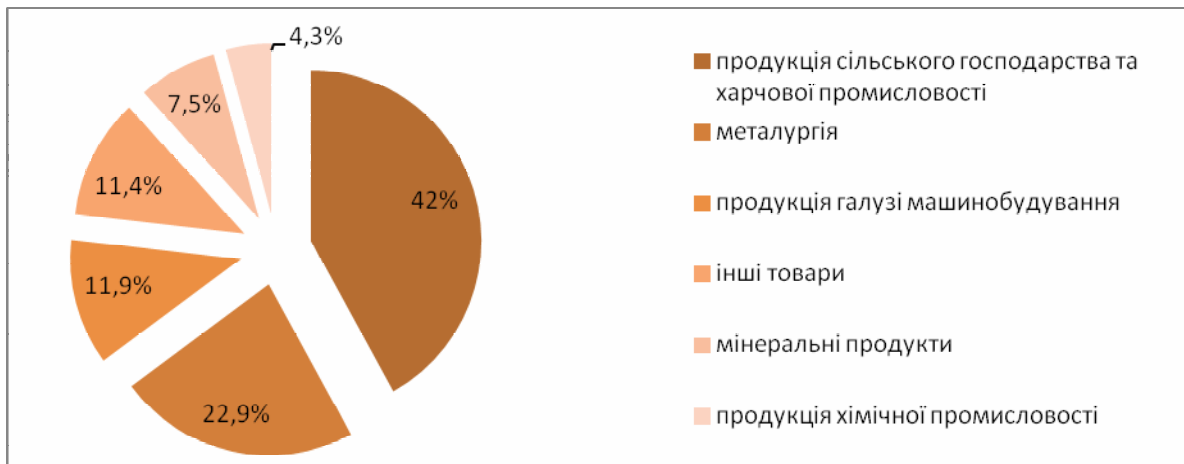


Рис. 1. Товарна структура експорту України в 2016 році [2,3]

Частка продукції сільського господарства та харчової промисловості склала 42% загального експорту товарів. В той час, як частка продукції металургії зменшилася до 22,9%, внаслідок розірвання економічних відносин з Російською Федерацією, яка була найбільшим імпортером цієї продукції.

Протягом останніх років відбувається диверсифікація українського експорту через зменшення орієнтованості України на ринок Російської Федерації та переорієнтація на інші ринки, зокрема, ринок ЄС, який був в 2016 році головним ринком експорту українських товарів та послуг, а також вихід на ринки Індії, Єгипту, Китаю (рис.2).

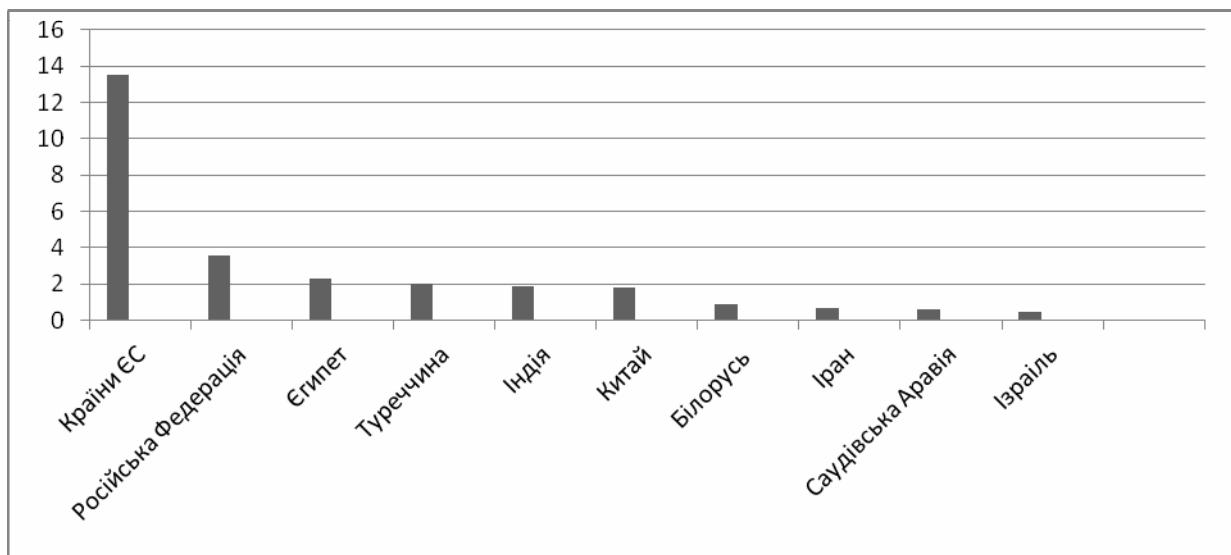


Рис. 2. Країни, до яких здійснювався експорт з України у 2016 році, млрд.дол.США [2]

Перспективними країнами для розвитку українського експорту є: країни ЄС, Китай, Туреччина, Японія, Грузія, Молдова, Ізраїль, Індія, Індонезія, Білорусь, Канада, Таїланд, Єгипет, ОАЕ.

Частка експорту послуг у 2016 році склала 19%, серед яких значною мірою представлені транспортні послуги, зокрема транспортування природного газу та нафти (54,7%). Збільшується обсяг експорту телекомунікаційних, інформаційних та креативних послуг, частка яких склала 34%. Експорт ІТ-послуг збільшився у 2016 році, порівняно з 2015 роком, на 10,8% та склав 108,2 млн.дол.США.

Важливим елементом формування експортної політики України є ефективне використання механізмів членства України в СОТ, адже це дозволяє Україні брати участь у формуванні міжнародних правил доступу до ринків та користуватися преференційними митними ставками. З моменту набуття незалежності Україна уклала 17 угод про вільну торгівлю, що охоплюють 45 країн. Останнім часом Україна веде переговори про підписання угод з Ізраїлем, Туреччиною та Сербією.

Але слід зазначити, що конкурентоспроможність України та її товарів і послуг залежить від ряду чинників, серед яких рівень експортної пропозиції товарів та послуг, якість підприємницького середовища, умови виходу на ринок, державна підтримка підприємництва.

З метою розвитку експортного потенціалу суб'єктів підприємницької діяльності України необхідно впроваджувати наступні заходи:

1) створення умов для стимулювання сфер торгівлі та інновацій з метою диверсифікації ринків збуту українських товарів: покращення системи захисту прав інтелектуальної власності; стимулювання розвитку сфери інновацій шляхом обміну знаннями та технологіями з країнами-партнерами; обізнаність українських підприємств щодо проектів підтримки діяльності у сфері інновацій в т.ч. міжнародне співробітництво;

2) покращення нормативно-правових умов ведення міжнародної торгівлі: розвиток електронної комерції з метою полегшення експорту товарів через мережу Інтернет; представлення інтересів України в роботі органів СОТ; проведення інформаційної кампанії серед підприємств щодо можливостей співробітництва з країнами-учасниками Пан-Євро-Мед; впровадження механізму «єдиного електронного вікна» для всіх процедур митного оформлення товарів та послуг; спрощення процедур митного оформлення, реалізація пріоритетних проектів розвитку транспортної та логістичної інфраструктури;

3) розвиток послуг з підтримки експорту: покращення рівня обізнаності підприємств та підприємців про доступні послуги з підтримки експорту; участь українських підприємств в міжнародних виставках та ярмарках, утворення торговельних представництв за кордоном, інформування про міжнародну договірно-правову базу та технічні вимоги ведення зовнішньоекономічної діяльності, а також аналізу цільових ринків збуту товарів.

Список використаних джерел

1. Чалапко Л.Д. Експортний потенціал України: проблеми і перспективи реалізації [Електронний ресурс] / Л.Д.Чалапко, Л.А.Перетятко, С.І.Козак // Науковий Вісник НЛТУ України. – 2016р.- Вип.26.2.- с. 247-253.- Режим доступу: <http://nv.nltu.edu.ua/index.php/journal/article/view/101/108>
2. Міністерство економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
3. Визначення країн у фокусі для розвитку українського експорту [Інтернет джерело].- Режим доступу: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GRMbDYgkaBOYRwU4I6tg8zUB5Eiiw8y8zks49berrK0/edit#gid=669280196>

**Ожелевська Т.С., канд. екон. наук, доц.,
Виноградська І.І., студ. 2 курсу ФМТП,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ЕКОЛОГО-ІННОВАЦІЙНИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Аграрний сектор є пріоритетною галуззю розвитку національної економіки України. Жорстка конкурентна боротьба вітчизняних сільгоспвиробників, що в умовах євроінтеграційних процесів посилилася як на зовнішньому, так і на внутрішньому продовольчих ринках, вимагає від них інтенсифікації інноваційної складової виробництва.

У цьому контексті євроінтеграція сприяє динамічному розвитку науково-технологічної сфери за рахунок співробітництва і кооперації в рамках союзу та за його межами. Це зумовлює: зниження ризиків, пов'язаних із особливостями розробки новинок; ефективне спільне

вирішення найважливіших завдань економічного розвитку із значною економією витрат і часу; уникнення дублювання при здійсненні фундаментальних досліджень; раціональне використання національного інноваційного потенціалу [1, с. 88].

Але існує низка факторів, які стримують інноваційну діяльність підприємств аграрного сектору. Невідповідність української продукції європейським стандартам є суттєвою загрозою розвитку вітчизняного аграрного сектору, оскільки стримує постачання продукції на ринки країн ЄС на період запровадження всіх необхідних технічних регламентів і отримання сертифікатів відповідності, призводить до зниження дохідності вітчизняних малих і середніх сільгосп підприємств, а також до послаблення конкурентних позицій на внутрішньому ринку окремих видів української продукції порівняно з європейською, яка вже відповідним чином сертифікована [2, с.39]. В сучасних умовах гальмує розвиток інноваційної діяльності в аграрному секторі й низький попит на сільгосппродукцію через падіння рівня реальних доходів населення в Україні та економічну кризу на світовому ринку, що знижує рівень фінансового забезпечення інноваційних процесів у виробництві.

Абсолютизація переваг ринкової моделі економіки в західних економічних теоріях ХХ ст., яка «будується на людській схильності наживатися більше і більше» [3], призвела до того, що інноваційна діяльність аграріїв, метою якої була лише «жага отримання максимальних прибутків» [3] без врахування екологічної складової, обернулася розвиненим країнам світу майже повною втратою екологічно чистих земель для вирощування органічної продукції, попит на яку в цих країнах постійно зростає. Оцінивши хибний шлях інноваційної діяльності підприємництва, в аграрному секторі зокрема, західна наука та світові громадські організації стали просувати ідеї екологізації виробництва та соціальної відповідальності бізнесу.

На відміну від розвинених країн, Україна ще має екологічно чисті землі, що не потрапили під контроль агрохолдингів, які впроваджують інноваційну діяльність тільки з метою максимізації власних прибутків, не переймаючись негативними екстерналіями від своєї діяльності як у сфері природозбереження, так і охорони здоров'я людини.

Дослідження вчених з Університету Макгілла (Канада) довели, що врожаї, отримані в результаті органічного землекористування загалом на 25 % нижче отриманих звичайними способами [4, с. 172], тому агрохолдинги не може зацікавити такий метод господарювання. При цьому західна наука довела, що саме мале підприємництво

«краще пристосоване для збереження земельних багатств» [3]. Тому українському середньому та малому підприємництву, зважаючи на сучасний світовий тренд в країнах ЄС «споживання здорової та безпечної їжі», слід зайняти свою нішу на світовому ринку органічної сільгосппродукції, що з причини низького рівня її пропозиції має досить високі ціни, які не схильні до волатильності, як наприклад, світові ціни на зерно.

Україна володіє найпліднішими чорноземами в світі, які здатні нагодувати не тільки населення своєї країни. Проте деякі українські вчені [4, с. 172] намагаються спрямувати вітчизняний аграрний сектор на шлях максимізації аграрної продукції через вирощування геномодифікованих сортів на українському чорноземі, -шлях, який вже пройшли розвинені країни світу і довели його хибність.

Наразі державне сприяння розвитку інноваційної діяльності в Україні не враховує її екологічну складову. Так, Законом України «Про інноваційну діяльність» визначено, що інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг. Відповідно до цього визначення до інноваційної діяльності належать впровадження у виробництво будь-яких результатів наукових досліджень та розробок, які підвищують конкурентоспроможність продукції, навіть, якщо її виробництво чи споживання має негативні екологічні наслідки чи взагалі несуть загрозу навколишньому середовищу та знищують природний потенціал країни.

Не сприяють також формуванню еколого-інноваційного вектору розвитку підприємництва в аграрному секторі підходи в українському чинному законодавстві до визначення органічної продукції та вимог її застосування: за українським законодавством до складу такої продукції має входити 90% органічних інгредієнтів, а за європейським – 95%; вітчизняні вимоги до продукції згідно стандартів (ДСТУ або СОУ), на відміну від законодавства Європейського союзу, є добровільними у застосуванні.

Отже, формування еколого-інноваційного вектору розвитку підприємництва, особливо малого та середнього, в аграрному секторі економіки України є важливою передумовою створення висококонкурентного сільгоспвиробництва як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, зі статусом соціальної відповідальності бізнесу. Це слугуватиме досягненню стратегічної триєдиної економіко-еколого-соціальної мети українського суспільства, що відповідає концепції сталого розвитку країни.

Список використаних джерел

1. Жуков С. Інноваційна політика на шляху євроінтеграції: завдання і виклики для України / С. Жуков, О. Дюгованець // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – Вип. 3. – С. 86-99.
2. Русан В.М. Оцінка перспектив та можливостей для агропромислового комплексу України внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом / Віталій Русан. // Економічний дискурс. – 2016. – Випуск 1. – С. 31–42.
3. Babu G. The global food crisis: a fresh call for sustainable agriculture [Електронний ресурс] / George Babu. // University of Southern Mississippi, MS, USA. – Режим доступу: https://www.google.com.ua/webhp?source=search_app&gfe_rd=cr&ei=ynT_WJvTO9jANKfGm6gE&gws_rd=ssl#q=The+global+food+crisis:+a+fresh+call+for+sustainable+agriculture
4. Шашула Л.О. Роль органічного землекористування в економічному забезпеченні раціонального природокористування [Електронний ресурс] / Л.О. Шашула // Збалансоване природокористування. – 2014. – № 1 – С. 171-177. – Режим доступу: http://natureus.org.ua/repec/archive/1_2014/30.pdf

Олесенко І.С., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНИЙ ДИСКУРС

У сучасних економічних умовах підприємствам стає все важче підтримувати стабільне функціонування і розвиток, вчасно і якісно виконувати взяті на себе економічні та фінансові зобов'язання, що у більшості випадків приводить до банкрутства. Саме тому практичного значення в ході діяльності підприємства набуває його платоспроможність, як здатність своєчасно та у повному обсязі розраховуватися за своїми зобов'язаннями перед постачальниками, працівниками, державою, керівниками і суспільством в цілому

Дослідження поняття «платоспроможність» знайшли своє відображення у роботах таких вітчизняних і закордонних вчених: Гудзь О.Є., Ковальового В.В., Колчиної Н.В., Крейніної М.М., Лахтіонової Л.А., Тарасенко Н.В., Шеремета А.Д. та інших.

Безпосередньо в торгівлі дослідженням цього питання присвячені праці українських вчених: Мазаракі А.А., Бланка І.О., Лігоненко Л.О., Мниха Є.В., Ситник Г.В., Смірної П.В., Ушакової Н.М.

Переважно вчені визначають платоспроможність підприємства як здатність погашати свої короткострокові фінансові зобов'язання. Так, Н.В. Колчина стверджує, що платоспроможність означає наявність у підприємства грошових ресурсів та їх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю, яка потребує негайного погашення [3].

М.М. Крейніна розширює визначення: «Платоспроможність – це наявність у підприємства коштів, достатніх для сплати боргів за всіма короткостроковими зобов'язаннями й одночасно безперервного здійснення процесу виробництва та реалізації продукції» [4]. Підтримує цей підхід і В.В. Ковальов: «Платоспроможність означає наявність у підприємства грошових ресурсів та їхніх еквівалентів, достатніх для розрахунків за кредиторською заборгованістю, яка потребує негайного погашення» [2]. Виходячи із визначення Є. В. Мниха, платоспроможність – це здатність підприємства до швидкого погашення своїх короткотермінових зобов'язань [7].

На думку Н.В. Тарасенко, під платоспроможністю розуміють наявність у підприємства коштів для погашення ним у встановлений термін і в повному обсязі своїх боргових зобов'язань, які впливають із кредитних та інших операцій грошового характеру [9]. Л.А. Лахтіонова трактує поняття платоспроможності так: «можливість підприємства наявними грошовими ресурсами своєчасно погасити свої строкові зобов'язання» [5]. Р. В. Федорович та В. М. Серединська визначають платоспроможність як готовність підприємства своєчасно виконувати свої платіжні зобов'язання. Тобто підприємство вважається платоспроможним, коли у нього достатньо грошових активів для розрахунку за поточними зобов'язаннями, які вимагають негайного погашення [8].

На думку О. Є. Гудзь, платоспроможність підприємства у широкому розумінні включає кредитоспроможність, податкоспроможність та ліквідність підприємства [1]. Проте, слід зауважити: ліквідність підприємства значною мірою визначає його платоспроможність за умови наявності у складі поточних активів високоліквідних елементів. Підприємство, маючи високий рівень товарних запасів, що не відповідають вимогам ринку, і дебіторську заборгованість неплатоспроможних клієнтів, може характеризуватися

високими показниками ліквідності, але при цьому бути практично неплатоспроможним. Аналогічно, наявність у підприємства коштів, достатніх для здійснення поточних платежів сьогодні, не гарантує його платоспроможність у перспективі, тобто його ліквідність.

Дещо ширше трактують поняття платоспроможності підприємства Н.Н. Ушакова, А.А. Мазаракі, Л.А. Лігоненко [6]. Платоспроможність визначається відповідністю доходів і витрат підприємства, яка у свою чергу забезпечує (або не забезпечує) можливості постійного або періодичного фінансування діяльності та виконання взятих зовнішніх зобов'язань.

А.Д. Шеремет стверджує, що «платоспроможність підприємства визначається як здатність покриття всіх зобов'язань підприємства (короткострокових та довгострокових) усіма активами» [10].

Проведене дослідження дає змогу зрозуміти, що поняття «платоспроможність», за своєю сутністю є досить широким, про що свідчить велика кількість варіантів його визначення. Підсумовуючи усе вищевикладене, можна сказати, що підприємство є платоспроможним за умови, коли загальна вартість його активів більша ніж сума довгострокових та короткострокових зобов'язань.

Провівши узагальнення та уточнення підходів до трактування поняття «платоспроможність підприємства» вважаємо доцільним запропонувати своє визначення даного поняття: це стан підприємства, за якого воно виконує у повному обсязі, у встановлений термін свої короткострокові та довгострокові зобов'язання, використовуючи наявні грошові кошти або їх еквіваленти, одночасно продовжуючи фінансування своєї операційної діяльності.

Також на основі розглянутих підходів до трактування сутності платоспроможності виділимо наступні основні її сутнісні ознаки: 1) важлива характеристика фінансового стану підприємства; 2) визначається здатністю виконувати свої зобов'язання; 3) визначається наявними ліквідними активами; 4) характеризується відсутністю простроченої кредитної заборгованості; 5) обумовлюється станом грошових потоків; 6) безпосередньо обумовлює можливість банкрутства підприємства; 7) пов'язана із спроможністю не порушувати динаміку операційної діяльності; 8) є важливою детермінантою фінансової рівноваги підприємства; 9) є важливим чинником ділового іміджу підприємства; 10) обумовлюється фінансовим потенціалом підприємства; 11) потенційно впливає на ефективність операційної діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Гудзь О.Є. Діагностика та управління платоспроможністю в аграрних підприємствах / О.Є. Гудзь. // Сталий розвиток економіки. – 2011. – №7 (10). – С. 323–326.
2. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В.Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 768 с.
3. Колчина Н.В. Финансы организаций (предприятий) / Н.В.Колчина. – М.: Юнити-Дана, 2007. – 383 с.
4. Крейнина М.Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле / М. Н. Крейнина. – М.: ДИС, 1994. – 256 с.
5. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: монографія / Л.А. Лахтіонова. – К.: КНЕУ, 2009. – 378 с.
6. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: підручник для вузів / А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакова, Л.О. Лігоненко; під ред. проф. Ушакової Н.М. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.
7. Мних Є.В. Економічний аналіз: підручник / Є.В. Мних. – К.: Знання, 2011. – 630 с.
8. Федорович Р.В. Економічний аналіз: навчальний посібник / Р. В. Федорович, В.М. Серединська, О.М. Загородна. – Тернопіль: Астон, 2010. – 624 с.
9. Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства / Н.В. Тарасенко. – Львів: ЛБІ НБУ, 2000. – 485 с.
10. Шеремет А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет, Р. С. Сафулин, Е. В. Негашев. – М.: Инфра-М, 2008.

П'ятницька Г.Т., д-р екон. наук, проф.,
Башкірова А.В., студ. 8а гр. 1 курсу магістратури ФЕМП,
Київський національний торговельно-економічний університет

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ТОРГІВЛІ

Корпоративна (організаційна) культура відіграє дуже важливу роль у розвитку репутації будь-якої організації. А втрата позитивної репутації у різних сферах економічної діяльності (у т.ч. і торгівлі) міжнародною спільнотою [1] визначена як одна з ключових зон ризику, що мають найбільший вплив на розвиток підприємництва та результати стратегічного управління будь-якою компанією.

Переконаливим підтвердженням наявності прямого взаємозв'язку між результатами підприємницької діяльності та управління корпоративною культурою свідчать дані як наших власних досліджень [2], так й інших науковців [3; 4 та ін.]. Так, наприклад, І. Пітерс та Р. Уотермен встановили, що серед досліджених ними 80 високоприбуткових компаній 88 % мали спеціалізовані підрозділи, що безпосередньо відповідали за впровадження моральних цінностей; 58 % компаній використовували спеціальні програми культурного обслуговування; 65 % – мали програми, в яких поєднувалися моральні цінності з конкретними діями для підвищення рентабельності.

Незважаючи на наведені вище факти, в Україні навіть сьогодні багато підприємців недооцінюють вплив корпоративної культури на розвиток підприємництва та результати підприємницької діяльності. Так, згідно з дослідженнями Ю. Мирошниченко та інших науковців [4], 25 % сучасних українських менеджерів та підприємців у цілому вважають корпоративну культуру не вартої уваги, а 35 %, визнаючи необхідність управління нею, – не мають для цього часу та ресурсів.

Водночас проведені нами дослідження на більше, ніж 150 об'єктах торгівлі України показали, що понад 81 % опитаних менеджерів та підприємців у сфері торгівлі вважають достатньо суттєвим вплив корпоративної культури не тільки на поточні результати діяльності своїх підприємств та компаній, а й на їх конкурентну позицію як у середньо-, так і довгостроковій перспективі.

Важливість розвитку корпоративної культури у невиробничих сферах економічної діяльності (у т.ч. і торгівлі) пов'язана не тільки з необхідністю перманентного удосконалення культури взаємовідносин між співробітниками підприємства та їх зовнішніми партнерами, але і з підвищенням якості культури обслуговування споживачів та розвитком вміння персоналу злагоджено взаємодіяти у процесі надання послуг, що передбачає безпосередній прямий контакт з клієнтами (відвідувачами магазинів). Таким чином вважаємо, що у торгівлі корпоративна культура являє собою сукупність формальних і неформальних взаємовідносин, що склалися (або складаються) між співробітниками, партнерами (постачальниками і т.п.) та клієнтами (споживачами послуг) внаслідок дотримання або недотримання ними правил / стандартів дій та комунікаційних зв'язків у ході торговельної діяльності, що прямо або опосередковано впливають на результати торговельного бізнесу та розвиток підприємницької активності на ринку.

Варто наголосити, що корпоративна культура з плином часу та змінами у зовнішньому середовищі може та навіть має певним чином трансформуватися. У зв'язку з цим, беручи до уваги сучасні реалії

ведення підприємницької діяльності у торгівлі, підтримуємо думку західних фахівців [5] щодо необхідності зміни профілю корпоративної культури торговельних організацій (рис. 1).

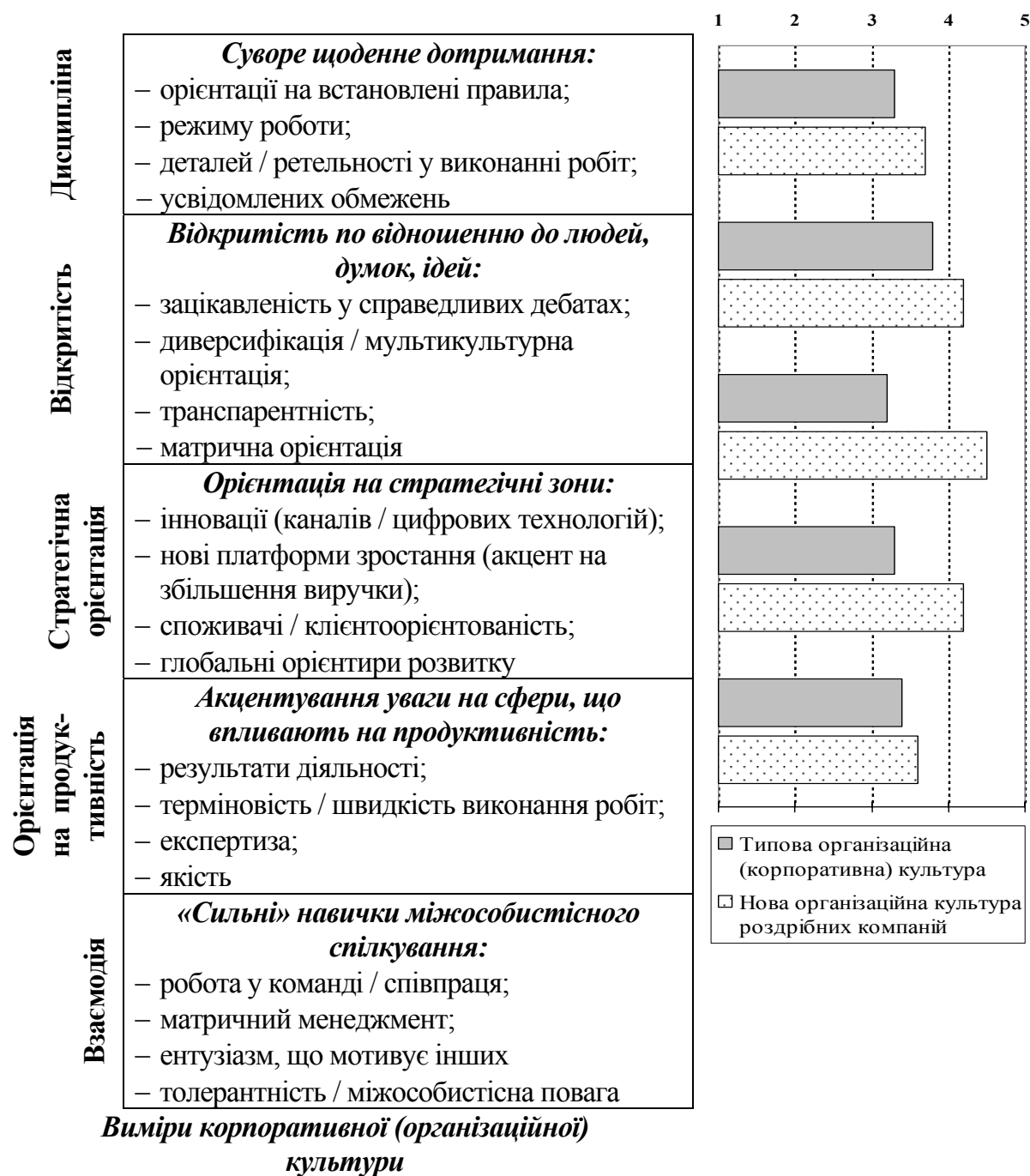


Рис. 1. Доцільна для сучасних умов господарювання зміна профілю корпоративної культури компаній у сфері роздрібно торгівлі, у балах *

Примітка. Побудовано за даними досліджень Р. Рейнолдза.

Підводячи підсумок проведеного дослідження констатуємо, що розуміння сутності та усвідомлення необхідності управління

формуванням та розвитком корпоративної культури, на наше глибоке переконання, сприятиме покращанню результатів підприємницької діяльності як у сфері торгівлі, так і в інших сферах національного господарства.

Список використаних джерел

1. Exploring Strategic Risk: Report. – Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2013. – 21 p.
2. П'ятницька Г.Т. Управління розвитком організаційної культури торговельного підприємства / Г.Т. П'ятницька, Ю.В. Гайдай, А.М. Предеїн // Вісник КНТЕУ. – 2013. – № 3. – С. 17–31.
3. Питерс И. В поисках эффективности управления / И. Питерс, Р. Уотерман. – М.: Прогресс, 1986. – 326 с.
4. Мирошниченко Ю.В. Формирование корпоративной культуры на отечественных торговых предприятиях / Ю.В. Мирошниченко, А.В. Золотоверхая // Бізнес-Інформ. – 2010. – № 6. – С. 118–122.
5. A Perfect Storm: CEO Succession Challenges in Retail: The 2011 Russell Reynolds Associates U.S. Retail CEO Study. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.russellreynolds.com/insights/thought-leadership/a-perfect-storm-ceo-succession-challenges-in-retail>.

Пенюк В.О., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ДІАГНОСТИКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОРГІВЛІ

Ефективне управління діяльністю та розвитком підприємства у будь-якій сфері економічної діяльності суттєво залежить від наявного на підприємстві кадрового потенціалу. При цьому у сферах, де частина працівників підприємства безпосередньо контактує зі споживачами в процесі виконання своїх функцій (як, наприклад, у торгівлі), значущість якості кадрового забезпечення особливо висока, оскільки будь-які кадрові прорахунки можуть призвести не тільки до економічних, але й іміджевих втрат. Саме тому правильна організація та проведення діагностики кадрового потенціалу є на сьогоднішній день одним з важливих практичних завдань з точки зору задоволення потреби підприємства торгівлі у формуванні та розвитку ефективної кадрової політики.

На великих та середніх за розміром підприємствах торгівлі України, як правило, проводиться оцінювання кадрів на етапі відбору (тобто для прийняття рішення щодо найму) та періодично у процесі роботи (наприклад, для прийняття рішення щодо кар'єрного росту, підготовки резерву, виявлення причин незадовільних результатів роботи тощо). Проте, якщо у великих мережевих торговельних організаціях діагностика кадрового потенціалу проводиться за чітко визначеними критеріями, часовими термінами та виписаними процедурами з зрозумілим визначенням імовірних варіантів кінцевого результату діагностики та наслідків, що цей результат обумовлює, то на всіх інших (особливо тих, що розміщуються не в столиці або регіональних центрах) – вона часто має ознаки дещо хаотичного процесу. В останньому випадку якість організації та проведення діагностики кадрового потенціалу залежить від професіоналізму та вмотивованості працівників кадрової служби підприємства торгівлі.

Іншими причинами, що стають на заваді налагодженню процесу діагностики кадрового потенціалу на підприємствах торгівлі та певним чином, з нашої точки зору, взагалі нівелює доцільність її проведення, може бути ймовірність суб'єктивізму при оцінюванні кадрів за умови організації діагностики власними силами без набуття тими, хто її буде проводити, необхідних для цього знань та вмінь або недостатнє врахування галузевої специфіки та/або нестача ресурсів (передусім, фінансових) за умови прийняття рішення щодо проведення діагностики сторонніми організаціями тощо. Обидві названі причини можуть, зокрема, призвести до прояву дисфункціональної поведінки у трудовому колективі особливо, якщо стане відомо, що недоліки діагностики не помічаються керівництвом підприємства і при цьому результати діагностики негативно позначаються на рішеннях щодо кар'єрного росту, стимулювання тощо.

Крім того багато менеджерів не можуть чітко визначитися як часто і з якою періодичністю потрібно проводити діагностику кадрового потенціалу та чи потрібно змінювати систему показників для діагностики кадрового потенціалу різних категорій працівників; різних за розміром підприємств; на різних етапах життєвого циклу (ЖЦ) підприємства; на різних етапах управління персоналом; у межах вибору та реалізації нової для підприємства стратегії конкуренції тощо.

Беручи до уваги все вищезазначене констатуємо, що для належного проведення діагностики кадрового потенціалу підприємства торгівлі, яка дозволить реалізувати ефективну кадрову

політику, необхідно, передусім, чітко усвідомлювати, які саме кадри та з якими саме компетенціями потрібні цьому підприємству для якісного виконання своєї операційної діяльності та досягнення оперативних, тактичних та стратегічних цілей у процесі розвитку на конкурентному ринку. Зауважимо, що складовими елементами кадрового потенціалу підприємства торгівлі є особистісні, професійні, інструментальні, міжособистісні та системні компетентності його кадрів [1]. А отже саме їх і потрібно оцінювати у процесі діагностики кадрового потенціалу, якщо інше не обумовлено певними об'єктивними (наприклад, неможливість отримати інформацію) та / або суб'єктивними (наприклад, небажання того, хто проводить діагностику, збирати дані й оцінювати компетенції кадрів) обставинами.

Список використаних джерел

1. Пенюк В.О. Кадровий потенціал підприємства торгівлі: визначення та складові елементи // В.О. Пенюк / Бізнес-Інформ. – 2015. – № 6. С. 240–248.

Пила В.І., д-р екон. наук, проф.,
Хмельницький університет управління та права

ІНТЕНСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ СТАГНАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Рівень економічного розвитку та якість життя в Україні впродовж останніх років характеризується різким спадом. Настав період необхідності втручання держави у відтворювальні процеси з метою орієнтації галузей економіки і безпосередньо суб'єктів господарювання на досягнення реальних цілей і пріоритетів:

- прискорення структурної перебудови;
- розвитку конкуренції;
- збільшення обсягів випуску продукції, що користується попитом, експортоорієнтованої або імпортозамінної;
- модернізацію і технічне переозброєння підприємств, виробничих потужностей, яких не вистачає для створення замкнених циклів із виробництва особливо важливих товарів виробничо-технічного призначення та суспільного споживання.

На сучасному етапі особливу увагу в державній політці слід зосередити на факторах, що сприяють посиленню інноваційної

діяльності. Адже відомо, що частка амортизаційних відрахувань у структурі видатків на фінансування технічного розвитку надто мала і не забезпечує покриття необхідних витрат на реновацію основних засобів.

Реальними джерелами фінансування технічного переозброєння підприємств повинні бути і залишаться у подальшому: внутрішні – прибуток і амортизаційні відрахування, зовнішні – емсія цінних паперів та кредити. У цілому посилення державної політики у сфері інновацій повинно проходити наступним шляхом:

- підтримка та захист національної промисловості та підвищення її конкурентоспроможності;
- стимулювання наукових досліджень і розробок, в першу чергу – високих технологій;
- удосконалення та фінансова підтримка системи стимулювання інноваційної діяльності.

Успішний розвиток продуктивних сил країни і підвищення рівня життя населення на сучасному етапі та у перспективі забезпечать зменшення економічної залежності від зовнішніх чинників, підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку. Це потребує детального вивчення стану й перспектив зовнішньоекономічної діяльності, можливостей посилення співпраці з основними партнерами України, перспектив отримання іноземних кредитів та інвестицій, міжнародної технічної допомоги.

Активізація зовнішньоекономічної діяльності у визначеному напрямі сприятиме структурній переорієнтації економіки, створенню передумов для ефективної роботи промисловості, сільського господарства, інфраструктурних галузей.

Реальні результати політики структурних перетворень дозволять досягти поставлених цілей, зокрема:

- розв'язання проблем енергетичного забезпечення; стимулювання розвитку електроенергетики;
- розвитку сільськогосподарського машинобудування, легкої та харчової промисловості;
- створення виробничо-територіальних комплексів із замкненим циклом безвідходного виробництва;
- оптимального розміщення галузей виробництва та сфер обслуговування з урахуванням наявних природних і трудових ресурсів;
- оптимізації територіально-виробничих і транспортних зв'язків між районами;
- технологічного оновлення підприємств.

Структурна переорієнтація в Україні не лише необхідна, але, що головне, – реальна, оскільки обумовлена національними інтересами держави.

**Пурденко О.А., канд. екон. наук,
Київський національний торговельно-економічний університет**

КРЕАТИВНА ЕКОНОМІКА В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Основою сучасної парадигми глобального розвитку стає – людський та інтелектуальний капітал. Імплементация концепції креативної економіки у сучасні стратегії як розвинених країн, так і в країн, що розвиваються, надає нові можливості їхнього економічного зростання, структурного оновлення та модернізації. Креативні індустрії, які являють собою основу креативної економіки, починаючи від 1990-х років становлять окремий напрям економічних досліджень та новітню сферу практичної бізнес-діяльності.

Обґрунтування поняття «креативна економіка» є не тільки актуальними, а й дискусійними у форматі новітніх наукових досліджень та економічних реалій. У процесі стрімкого розширення меж глобалізації формуються нові методологічні підходи економічного розвитку. Виокремлення у структурі постіндустріальної економіки знань креативної економіки [1, 2] як новітньої концепції кінця ХХ – початку ХХІ ст. відображає різнопланові дискусійні погляди. Так, загальними сутнісними ознаками є базування на людському капіталі, комерціалізації інтелектуальної власності та авторському праві, орієнтації на виробництво й торгівлю матеріальними і нематеріальними продуктами із творчою складовою та ринковою цінністю.

Досить вагомим теоретико-методологічним внеском у розвиток креативної економіки, було здійснено Джоном Хокінсом, зокрема у визначенні підходів класифікації креативних індустрій[3].

Варто зазначити, що питання розвитку креативної економіки на національному рівні становить неабиякий інтерес не лише науковий, а й стає предметом офіційних аналітичних звітів, зокрема стосовно країн ЄС. Характерним для розвитку креативної економіки є рухливість меж. Так, згідно з сучасною методологією UNCTAD основою розвитку креативних індустрій вважають суміжні індустрії, які не тільки забезпечують їх обслуговування, а й унаслідок своїх

соціально-економічних характеристик являють собою специфічний сектор глобальної економіки. Аналітична оцінка статистичних даних UNCTAD показує, що креативний та суміжний сектори мають, з одного боку, значний потенціал до зростання, а з другого – меншу вразливість до фінансово-економічних криз порівняно із традиційним сектором глобальної економіки.

Показово, що з 2015 р. розраховується Глобальний індекс креативності з покраїновим рахуванням за критеріями технологій, талантів, толерантності [6]. Так, найкреативнішими визнано Австралію, США і Нову Зеландію. До десятки найбільш креативних країн світу також увійшли: Канада, Данія, Фінляндія, Швеція, Ісландія, Сінгапур та Нідерланди. Україна в цьому переліку посіла 45-е місце зі 139. Наступні за Україною Польща, Чорногорія і Болгарія.

Враховуючи вищенаведене, саме креативність дає змогу забезпечити прибуткове зростання економіки, тому показники креативності необхідно розцінювати як потужний бізнес-інструмент успішного економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Кук П. Креатив приносит деньги / Питер Кук; перевел. с английского С.С.Гуринович. – Минск: Гревцов Паблишер, 2007. – 384 с.
2. Лук'яненко Д.Г. Імплементация парадигмы экономики знаний у стратегии национального экономического развития / Д.Г. Лук'яненко, О.Д. Лук'яненко, О.С. Дорошенко // Міжнародна економічна політика. – 2013. – №19. – С. 5-26.
3. Hawkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas / J. Hawkins. – London: Penguin Books, 2001. – 288 p.
4. Iny A. 2014. «How Does Creativity Really Work?» [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www. bcgperspectives.com/content/interviews/innovation_alan_iny_how_creativity_really_work](https://www.bcgperspectives.com/content/interviews/innovation_alan_iny_how_creativity_really_work)
5. The Creative industries mapping document//DCMS,2001. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
6. The Global Creativity Index 2015. – 68 p. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://martinprosperity.org/ media/Global-Creativity-Index-2015.pdf](http://martinprosperity.org/media/Global-Creativity-Index-2015.pdf)

НАПРЯМИ ПОШУКУ БАЛАНСУ ІНТЕРЕСІВ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН

Сучасні системи управління підприємствами все частіше ґрунтуються на збалансуванні інтересів суб'єктів взаємовідносин. Традиційне розуміння змісту «управління економічним розвитком підприємства» наразі має замінюватись новими підходами, що розглядають підприємство не як сукупність окремих ресурсів, які необхідно контролювати, а як комбінацію різних факторів, що забезпечує їх об'єднання і створює синергетичний вплив. Ці фактори зумовлюють взаємозв'язки, формують ефекти, створюють ризики, продукують конфлікти. І найчастіше, суб'єкти взаємовідносин обирають конфігурацію факторів і варіантів поведінки, яка найбільше відповідає їх інтересам.

Протягом останніх років академічні дослідження зарубіжних та вітчизняних учених все більше уваги приділяють теорії зацікавлених сторін. Одним з перших зазначену теорію сформулював відомий економіст Едвард Фрімен, який доводив, що стратегічне управління підприємствами може бути значно ефективнішим та результативнішим, якщо менеджери почнуть враховувати інтереси різних зацікавлених сторін. На думку Фрімена, тільки у злагодженій багатовекторній політиці управління можна знайти відповідь на загрози сучасного ринкового середовища, що прямує до глобалізації і невизначеності [1].

Зацікавленими сторонами може бути будь-яка особа, яка сама може впливати на досягнення цілей компанії та одночасно з цим, на неї впливають досягнення даних цілей. Система показників відповідальності (ASC) вперше була описана Фредом Ніколсом і призначена для пошуку своєрідного «балансу інтересів» між підприємством і різними зацікавленими сторонами. Застосування даної системи передбачає наступні етапи:

1. Ідентифікація ключових зацікавлених сторін. Кількість таких сторін може коливатись від трьох чотирьох до шести-восьми. Не варто занадто ускладнювати модель, оскільки орієнтація на велику кількість призводить до «розмивання» стратегічних цілей та пріоритетів підприємства. Ключові зацікавлені сторони практично для будь-якого підприємства – це споживачі (покупці, клієнти), власники (акціонери), постачальники, менеджери, персонал, державні органи. До цього переліку можуть бути зараховані кредитори,

громадські організації тощо, але за умови, що їх вплив є значним і важливим для підприємства.

2. Визначення для кожної групи зацікавлених сторін внесків, що підприємство від них отримує та стимулів (вигод), які отримують від підприємства зацікавлені сторони. Вигоди і стимули ранжуються за пріоритетами за ступенем важливості.

3. Обґрунтування головних показників для внесків і стимулів.

4. Практичне застосування обраних показників для підготовки та прийняття управлінських рішень.

Далі, у табл.1 розглянемо взаємозв'язок між підприємством і групами зацікавлених сторін.

Таблиця 1

Модель узгодження інтересів зацікавлених сторін

Сторони	Внески	Показники внесків	Стимули	Показники стимулів
Акціонери	Капітал	Сума акціонерного капіталу	Приріст вартості підприємства; Дивіденди	Ринкова вартість акцій, прибуток на одну акцію Обсяг дивідендних виплат
Персонал	Робоча сила	Продуктивність праці, кількість відпрацьованого часу	Оплата праці Умови праці	Сума заробітної плати, матеріальне і нематеріальне стимулювання Кар'єрне зростання Інтегральна оцінка факторів забезпечення умов праці
Покупці (клієнти)	Прихильність до підприємства	Обсяг доходу від реалізації продукції, частка постійних покупців	Ціна та якість продукції, рівень обслуговування	Ціни (порівняно з конкурентами), кількість браку, швидкість виконання замовлень
Постачальники	Необхідні ресурси	Оборотність запасів, забезпеченість основними засобами	Повна та своєчасна оплата	Обсяг кредиторської заборгованості, середній період погашення заборгованості

Для кожного підприємства постає нагальна потреба у визначенні персоніфікованої моделі узгодження та гармонізації інтересів для оптимізації зусиль кожного суб'єкта у досягненні цілей діяльності підприємства.

Реалізація балансу інтересів зацікавлених сторін дозволить забезпечити:

- зниження ризиків виникнення конфліктів;
- гармонізацію інтересів підприємства та зацікавлених сторін;
- відповідність між внесками та вигодами;
- прозорість взаємовідносин;
- зіставленість ефекту від компромісів окремих суб'єктів;
- розвиток способів впливу на поведінку сторін;
- підвищення ефективності та результативності діяльності підприємства.

Отже, при раціональному збалансуванні інтересів сторін ефект синергії дій матиме кращий результат. Значно глибших досліджень потребують аспекти застосування стимулів для окремих учасників взаємовідносин, адже необхідно кожний раз брати до уваги вплив людського фактору.

Список використаних джерел

1. Freeman E., Moutchnik A.(2013): Stakeholder management and CSR: questions and answer;
2. Репенко И.С. Стейкхолдерская теория фирмы: содержание, области исследования и пути применения/ И.С. Репенко\\Бизнес-образование как інструмент устойчивого развития экономики. - 2012. – №3. – С.179-182
3. Нікішина О.В. Баланс інтересів: критерій раціональності економічних відносин / О.В. Нікішина// Економіка харчової промисловості. – 2010. – №4. – С.59-64

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

Активний розвиток глобалізаційних процесів, що все активніше проникають у практично всі сфери людського життя спричинили суттєву деформацію загальновідомої класифікації економічних систем на доіндустріальну, індустріальну та постіндустріальну та створили новий тип економіки – інформаційна або інформаційно-мережева економіка.

Одним із перших хто у своїй праці «Виробництво і розподіл знань у Сполучених Штатах» (1962 р.) дав визначення сутності поняття «інформаційна економіка» був Фріц Махлуп. На його думку, основним фактором ефективного функціонування економічної системи є саме інформаційна діяльність, а основним завданням розвитку знання є удосконалення інформаційних технологій. Характерними ознаками економіки, що ґрунтується на знаннях, є:

1. Значний вплив теоретичного знання та науки на суспільне виробництво (складова знань наявна в кожному продукті та послугі);
2. Домінуюча частка в структурі ВВП високотехнологічних галузей та інтелектуальних послуг;
3. Інформатизація та інтелектуалізації діяльності людини, підвищення ролі інтелектуального капіталу;
4. Зміна сутності власності, оскільки знання не відчужується ні від творців, ні від тих, хто ним користується, навіть якщо воно є об'єктом купівлі-продажу, тобто фактично відбувається не зміна власника як у випадку обміну традиційними ресурсами, а об'єднання нового та старого власників довкола об'єкта купівлі-продажу;
5. Розвиток і масштабне використання інформаційно-комунікаційних технологій [1, с. 150-165].

Процес становлення інформаційної економіки залежить від великої кількості факторів серед яких не останнє місце займають інституційні, соціально-економічні, регіональні та, навіть, ментальні особливості.

Таким чином, оскільки процес формування інформаційної економіки у різних країнах проходить з різною інтенсивністю, загальноприйнято виділяти дві основні моделі зазначеного становлення: західну та азійську. Західна модель узагальнює приклади наступних економічно-розвинутих країн: США, Канада, Великобританія,

Німеччина, Франція тощо. Однією з основних особливостей становлення західної моделі інформаційної економіки є лібералізація ринку інформаційних супермасштабних магістралей та їх універсальне обслуговування за цільовими пріоритетами. Специфікою азійської моделі, сформованої на прикладі Японії, Китаю, Південної Кореї, Тайваню, Сінгапуру тощо є те, що більше уваги приділяється перманентному вдосконаленню співробітництва держави з інформаційним ринком, а також спостерігається прагнення встановити щільніший взаємозв'язок між традиційними культурними цінностями та невідворотними соціально-економічними змінами.

Хоча для вказаних груп країн і є характерними деякі загальні риси встановлення інформаційної економіки. Проте у світі ще відсутні певні конкретні підходи, що були б ефективними для всіх видів державних утворень.

Досвід як розвинутих країн, так і тих, які зробили за останні десятиліття прорив у загальноекономічному зростанні, переконує, що найбільшого успіху досягали ті, які при створенні власних стратегій економічного регулювання керувалися: реальним баченням цілей; стратегічним партнерством всіх заінтересованих сторін та політичною волею до реалізації стратегії переходу до економіки інформаційного типу.

Вперше, орієнтацію України на становлення інформаційної економіки було визнано на загальнодержавному рівні в 1998 році в Стратегії інтеграції України до Європейського Союзу. Як приклад, становлення інформаційної економіки в США розпочалось майже за 40 років до цього. Враховуючи українське соціалістичне минуле та соціально-економічні реалії, що склались на сучасному етапі розвитку нашої країни, становлення інформаційної економіки – це кропіткий та довготривалий процес, що досі триває.

Основними умовами переходу України до інформаційної економіки є:

1. Формування ефективної та всеохоплюючої загальнодержавної програми переходу України до економіки інформаційного типу;
2. Визнання пріоритетного розвитку існуючих і доцільності створення нових спеціалізованих мережевих структур і технологій, які б відповідали вимогам часу та міжнародним стандартам у контексті розбудови нових галузей соціальної практики (інформаційної індустрії, ринку знань і проривних технологій, інформаційного менеджменту);

3. Розбудова дійового механізму забезпечення загальнодержавної інформаційної підтримки процесу трансформації національного господарства за переходу до інформаційного типу [2, с. 51-60].

Отже, інформаційна економіка – новий вид економічної системи основними ознаками якої є: зростаючий вплив теоретичного знання, інформатизація та інтелектуалізація діяльності людини тощо. На сьогодні наша країна знаходиться лише на початку до шляху створення ефективної інформаційної економіки. Зазначене відставання, в великій мірі пов'язане з соціалістичним минулим та сучасною не стабільною соціально-економічною ситуацією в країні. Проте, Україна має значний потенціал, що за умови створення ефективної загальнодержавної програми становлення інформаційної економіки та розроблення детального механізму її виконання спроможний вивести України на новий рівень економічного розвитку, дозволить посилити міжнародні позиції України та її конкурентоспроможність на світових ринках, зміцнити внутрішні аспекти соціально-економічного розвитку, підвищити рівень добробуту населення.

Список використаних джерел

1. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – 462 с. (Fritz Machlup. The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton: Princeton University Press. 1962).
2. Шкарлет С.М. Інформаційна економіка як основа соціально-економічної регенерації України/ Шкарлет С.М./ «Економіка України». – 2014. – 11 (636) – С. 51-60.

Севрук Є.М., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ЗДІЙСНЕННІ НИМ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Формувати капітал в достатньому об'ємі для забезпечення безперебійної діяльності підприємства, забезпечення високого рівня стабільності та незалежності від зовнішніх чинників, допомагає система управління фінансуванням оборотних активів підприємства. Важливим елементом вищезазначеної системи є формування достатнього обсягу фінансових ресурсів для фінансування оборотних активів.

Найбільш розповсюдженими джерелами формування оборотних активів є [1, с. 378]: власний капітал підприємства; довгостроковий фінансовий кредит; короткостроковий фінансовий кредит; товарний (комерційний) кредит; внутрішня кредиторська заборгованість підприємства та інші джерела фінансування. Як правило, поточні потреби підприємства в оборотних активах покриваються в першу чергу власним капіталом, потім кредиторською заборгованістю та короткостроковим кредитом.

Відповідно до даних Державної служби статистики України [2], значна кількість підприємств, зокрема підприємства торгівлі, не мають змогу використовувати власний капітал для фінансування оборотних активів, тому змушені використовувати позиковий капітал. Важливу роль у фінансуванні відіграють короткострокові кредити банків, кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги та інші поточні зобов'язання. Незважаючи на те, що вищезазначені джерела найбільш широко використовуються, підприємства повинні розглядати також й інші можливі джерела фінансування. Зокрема, підприємства, що ведуть зовнішньоекономічну діяльність, можуть скористатися послугою міжнародного факторингу.

Для великих підприємств-експортерів, що мають значні відстрочки платежів і недостатньо готівки досить вигідним є міжнародний факторинг. При обслуговуванні таких поставок використовується двофакторна схема, при якій відбувається розподіл обов'язків між двома факторинговими компаніями: факторингова компанія в країні продавця бере на себе фінансування експортера, а факторингова компанія в країні покупця бере на себе кредитні ризики і здійснює інкасацію дебіторської заборгованості. Використання факторингу в міжнародній торгівлі може бути досить вигідним у випадках, коли торгівля здійснюється між країнами з істотними економічними, правовими та, особливо, мовними відмінностями [3]. Використання факторингу надає постачальнику наступні переваги: прискорити одержання грошових коштів за відвантажені товари; зменшити ризик появи сумнівних боргів; поліпшити процес інкасування боргів; оперативно одержати від фактора кредит; зменшити витрати, пов'язані з обліком та інкасацією боргів. Недоліком факторингу для постачальника є вища вартість цієї операції порівняно зі звичайним кредитом [4, с. 370 – 373].

У сучасних умовах деякі банківські установи пропонують своїм клієнтам можливість профінансувати поставки товарів та послуг із зарубіжних країн за рахунок кредитних ресурсів іноземних банків-партнерів. Зазначене фінансування надається іноземними кредиторами

у формі експортних кредитів під страхове покриття експортно-кредитної агенції країни-експортера [5, с. 184]. Залучення фінансування для експорту через експортно-кредитну агенцію є вигідним і для великих корпорацій, і для компаній сектору малого та середнього бізнесу. Основними перевагами такого фінансування є [6]: низькі відсоткові ставки (як правило, кредитні ставки агенції значно нижчі ставок комерційних банків); імпортерам експортно-кредитні агентства допомагають обійти обмеження, які існують на національних ринках приватного кредитування і фінансування; експортери, своєю чергою, отримують гроші за товар без затримок, що позитивно відбивається на їхньому оборотному капіталі; агенції фінансують будь-який вид експорту, навіть той, на який складно отримати фінансування від приватних фінансових інституцій; знижуються репутаційні ризики.

В умовах ринку зростає роль розрахунків акредитивами. Акредитив служить інструментом розрахунків при здійсненні імпортних і експортних операцій. Підприємство-суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності може здійснювати міжнародні розрахунки за допомогою документарного акредитива. Як інструмент забезпечення платежу документарний акредитив вигідний для продавця тим, що після відвантаження товару і надання всіх документів відповідно до умов акредитива він отримає кошти незалежно від покупця, оскільки в цьому випадку оплату за акредитивом здійснює банк. При цьому покупець, використовуючи документарний акредитив, може знизити до мінімуму ризик невиконання постачальником своїх зобов'язань щодо відвантаження товару [7].

Отже, підприємство при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності звичайно зазнає більше ризиків, проте для нього виникають додаткові можливі джерела фінансування: міжнародний факторинг, кредит під страхування експортно-кредитної агенції, використання акредитиву тощо. Таким чином, використання альтернативних джерел фінансування дозволяє сформувавши необхідний обсяг фінансових ресурсів.

Список використаних джерел

1. Бланк І. О. Основи фінансового менеджменту / І. О. Бланк. – Т.1. – К.: Ніка-Центр, 2001. – 592 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Arma Factoring [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://factor.org.ua/eksportnij-factoring-fci.html>
4. А. М. Мороз Банківські операції: Підручник. – 2-ге вид., випр. і доп. / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Мороза. – К.: КНЕУ, 2002. – 476 с.
5. Булат Г.В. Інновації у залученні джерел фінансування оборотних активів підприємства / Булат Г.В. // Вісник Хмельницького національного університету 2009, № 6, Т. 3. с. 182 – 185.
6. Ломійчук В. Експортно-кредитні агентства. Чому вони важливі для України. [Електронний ресурс]: <http://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/04/21/7033079/>
7. Офіційний веб-сайт АТ «Укрексімбанк» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.eximb.com>

**Силкіна Ю.О., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ

Досвід розвинених держав свідчить, що існує достатньо тісна залежність між конкурентоспроможністю підприємств сектору малого і середнього підприємництва (далі – МСП) та рівнем соціально-економічного розвитку країни, якістю життя населення.

Загально визнаною є економічна роль сектору МСП (значна частка у ВВП, інноваційній активності реального сектору економіки, зайнятості населення, формуванні конкурентного середовища тощо). Водночас сектор МСП утворює ядро середнього прошарку населення, який відіграє економічно стабілізуючу роль. В цьому контексті одне з ключових завдань економічної політики органів державного управління повинно проявлятися у створенні належних умов для ефективної діяльності суб'єктів сектору МСП та сприянні його розвитку не лише у кількісному вираженні, але й забезпеченні високого рівня конкурентоспроможності [1].

В умовах фінансово-економічної кризи в Україні значно погіршилося підприємницьке середовище. Відзначалися тенденції зниження багатьох показників розвитку бізнесу та подальшої його концентрації в провідних регіонах країни.

Відповідно до сучасного стану розвитку сектору малого та середнього підприємництва основними проблемами та причинами гальмування його розвитку в Україні лишаються такі:

- суперечливість та неузгодженість нормативно-правових актів, що регулюють підприємницьку діяльність;
- складність та забюрократизованість регуляторно-дозвільної системи підприємницької діяльності, наявність високих адміністративних бар'єрів для здійснення підприємницької діяльності;
- нестабільний характер системи податкового адміністрування, що створює значні перешкоди для розвитку легального підприємництва;
- нестабільність та непрозорість бізнес-клімату, зокрема, у частині державних закупівель та укладання державних контрактів;
- недостатній рівень професійних знань і досвіду ведення бізнесу підприємцями та інші.

Варто відзначити й позитивні зрушення у цій проблематиці. Зокрема, нові можливості для розвитку малого та середнього підприємництва в Україні відкрив Всеукраїнський електронний Агрегатор, в якому вже сьогодні розміщені тисячі українських підприємств і структур, сотні тисяч товарів і послуг. Основним призначенням Всеукраїнського електронного Агрегатора є сприяння розвитку вітчизняного малого та середнього підприємництва шляхом ефективного збільшення продажів споживчих товарів і послуг, як всередині країни, так і за її межами.

Всеукраїнський електронний Агрегатор як портативний пристрій з універсальним ІТ рішенням об'єднує на своєму електронному майданчику виробників товарів і послуг, дистриб'юторські та роздрібні мережі, структури ритейлових продажів, операторів електронної торгівлі, а також споживачів товарів і послуг, тим самим створюючи соціальну мережу продажів з максимальною комфортною системою комунікацій. Інтегруючись у закордонні електронні торговельні майданчики, Всеукраїнський електронний Агрегатор є ефективною товаропровідною системою, локомотивом у розвитку малого та середнього підприємництва, значно збільшуючи експортну складову, забезпечуючи унікальні переваги для бізнесу, посилюючи економіку та конкурентоспроможність країни в цілому [3].

Наведені проблеми розвитку малого та середнього підприємництва в Україні та особливості розвитку підприємництва в економічно розвинутих країнах засвідчили, що нашій країні необхідно активно втручатися у вищезазначені процеси та розробити ряд

заходів, які б вирішили існуючі проблеми. До основних можна віднести такі:

- сформуванати сприятливе конкурентне середовище для малого та середнього підприємництва, узгоджене з найкращим світовим, зокрема, європейським досвідом;

- забезпечити комплексний характер та усунути розбіжності і суперечності між нормативно-правовими актами, що регулюють розвиток малого та середнього підприємництва;

- послабити адміністративний тиск на підприємництво, зменшити кількість процедур започаткування, регулювання та закриття бізнесу;

- посилити роль малого та середнього підприємництва у розвитку державно-приватного партнерства на національному і регіональному рівнях;

- сприяти діяльності бізнес-асоціацій, спроможних здійснювати навчання та підвищення кваліфікації керівників малих та середніх підприємств;

- здійснити реалізацію та фінансування урядових програм щодо сприяння розвитку малого та середнього бізнесу.

Яскравим прикладом для України у цьому контексті може виступити Японія. Дослідження засвідчили різнобічність, комплексність, системність та дієвість базових програм підтримки функціонування малих і середніх підприємств в Японії.

Наприклад, фінансові програми допомоги розвитку бізнесу в Японії охоплюють кредитні програми, програми гарантування повернення кредитів та інвестиційні програми (фінансування акціонерного капіталу). Крім вищезазначених, важливу роль відіграють управлінські та організаційні програми підтримки діяльності малих і середніх підприємств. Основними програмами допомоги в управлінській підтримці приватного бізнесу в Японії є програми розвитку культури підприємництва, вдосконалення менеджменту в організаціях, проведення тренінгів і семінарів, інформаційні послуги та заходи з підтримки і впровадження інновацій, прогнозування банкрутства підприємства та фінансова підтримка в разі його настання [2, с. 144].

Реалізація запропонованих вище та інших заходів значною мірою сприятиме підтримці конкурентоспроможності малого та середнього підприємництва на внутрішньому та зовнішньому ринках, його зміцненню, що в кінцевому підсумку позитивно позначиться на рівні соціально-економічного розвитку країни та якості життя населення України.

Список використаних джерел

1. Варналій З.С. Конкуренція і підприємництво: монографія / З.С. Варналій. – Київ: Знання України, 2015. – 463 с.
2. Кашуба Я.М. Японський феномен розвитку приватного бізнесу / Монографія. – Львів: Астролябія, 2009. – 272 с.
3. Самсоненко В.В., Луцюк С.В. Всеукраїнський електронний агрегатом – нові можливості для розвитку вітчизняного малого та середнього бізнесу // Зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конференції «Мале та середнє підприємництво: проблеми і перспективи розвитку в Україні», 17-18 листопада 2016 р. / КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2016. – С.37-43.

Ситник Г.В., д-р. екон. наук, проф.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Відповідно до Стратегії національної безпеки України ключовою умовою нової якості економічного зростання є зміцнення економічної безпеки. З огляду на те, що основою економічного розвитку є підприємницька діяльність, формування її економічної безпеки є важливим державним завданням. Його вирішення потребує формування адекватних механізмів державного регулювання підприємництва з одного боку, та методів формування системи управління економічною безпекою окремого підприємства – з іншого. Комплекс таких заходів має забезпечувати інвестиційну привабливість економіки України та підвищити стійкість національної економіки до негативних зовнішніх впливів, диверсифікувати зовнішні ринки, торговельні та фінансові потоки, що є одним з пріоритетних напрямів Стратегії національної безпеки.

Сучасний етап у дослідженні економічної безпеки характеризується плюралістичністю підходів, серед яких виокремлюють: захисний, стійкісний, еволюційний, процесний, діяльнісний, ресурсно-функціональний, конкурентний, гармонізаційний, інформаційний, фінансовий, економіко-правовий, системний, ситуаційний. Кожен з них може бути використаний для дослідження економічної безпеки підприємництва. Узагальнення наявних напрацювань дозволяє зробити висновок про те, що подальші дослідження доцільно здійснювати на ґрунті конвергенції зазначених підходів, а формування

системи економічної безпеки підприємництва варто розглядати за рівнями: підприємства, підприємництва регіону, підприємництва галузі, підприємництва країни.

Зважаючи на складність поняття «система економічної безпеки підприємництва», її багаторівневий характер, можна констатувати, що вона визначається складною системою чинників та вимірюється комплексом різноманітних індикаторів, які спроможні віддзеркалювати стан різних рівнів цієї безпеки.

На наш погляд, узагальнюючу характеристику стану економічної безпеки підприємництва держави можна представити на основі наступних індикаторів:

1. Динаміка загальної кількості підприємств та у розрахунку на 10 тисяч населення. Така динаміка здатна характеризувати активність у започаткуванні власного бізнесу і обумовлюється сприятливістю умов ведення підприємницької діяльності.

Таблиця 1

Кількість підприємств на 10 тис. населення (одиниць)

Країна	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Україна	83	82	80	86	79	80
Чехія	926	944	940	921	972	-
Німеччина	361	372	373	369	349	-
Франція	469	472	479	499	517	-
Польща	514	521	522	529	532	-

Джерело: <http://ec.europa.eu/eurostat>, www.ukrstat.gov.ua

2. Індекс інноваційності економіки. В умовах економіки знань, де основним рушійним фактором економічного розвитку є знання та технології, постає необхідність розбудови нової інноваційної моделі функціонування економіки. Нажаль, Україна належить до числа країн з низьким рівнем технологічного розвитку і на сьогодні не включена до списку країн, що оцінюються за допомогою європейського інноваційного табло на регулярній основі. Автори національної доповіді «Інноваційна Україна 2020» визначили зведений індекс інноваційного розвитку на рівні 0,206, що відповідає статусу «Інноватор, що формується». Загалом же значення зведеного індексу інновацій для України є вдвічі меншим за середнє по країнах ЄС (0,544). Водночас, Україна посідає традиційно високе значення у міжнародних рейтингах за оцінками можливостей інноваційного розвитку за показником «Людські ресурси» (0,551). Це відповідає статусу «Активний інноватор» і свідчить про високий людський

потенціал інноваційного розвитку країни. У свою чергу низькі значення двох інших показників – «Дослідницькі системи» (0,013) та «Фінанси та підтримка» (0,101) – відображають несприятливий стан середовища, в якому функціонують людські ресурси в Україні. За даними показників другого блоку Україна має загалом задовільний результат. Так, значення індикаторів «Інвестиції фірм» (0,311) та «Інтелектуальні активи» (0,300) перебувають у межах групи країн «Помірний інноватор». За показником «Зв'язки і підприємництво» (0,128) Україна перебуває у групі країн «Інноватор, що формується», випереджаючи Польщу (0,126), Болгарію (0,121) та Румунію (0,117) [3].

3. Індекс глобальної конкурентоспроможності, який складається з понад 100 змінних, що згруповані у 12 контрольних показників, які відображають стан інститутів, інфраструктури, макроекономічного середовища, охорони здоров'я та освіти, ефективності ринків (товарів, праці, фінансового), технологічної готовності, характеризують розмір ринку, інноваційний потенціал та відповідність бізнесу сучасним вимогам. За цим рейтингом Україна посіла 85 місце у 2016 році, що є найгіршим показником, починаючи з 2012 року, поступившись у рейтингу багатьом країнам, у тому числі Грузії, Польщі, Росії.

4. Міжнародний індекс легкості ведення бізнесу, який відображає складність реєстрації підприємства та власності, кредитування, стан захисту інвесторів, оподаткування, забезпечення контрактів, складність ліквідації підприємства. За цим рейтингом Україна у 2016 році посіла 80 місце порівняно з 81 і 87 місцями у 2015 і 2014 роках відповідно.

5. Міжнародний індекс захисту прав власності, який відображає рівень захисту інтелектуальних та майнових прав, що є основою розвитку підприємницької діяльності. Індекс об'єднує 10 показників за трьома категоріями: правове та політичне середовище, захист майнових прав, захист інтелектуальної власності. Нажаль, наразі Україна належить до числа країн-аутсайдерів і посідає 115 місце у рейтингу.

Таким чином, можна констатувати низький рівень економічної безпеки підприємництва в Україні та необхідність запровадження комплексних заходів з боку держави щодо покращення ситуації.

Список використаних джерел

1. Портал державної служби статистики України. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

2. Портал статистичної служби Європейського союзу. – Режим доступу: ec.europa.eu/eurostat
3. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін.; НАН. України. – К., 2015. – 336 с. – Режим доступу: ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/07/Інноваційна-Україна-2020++
4. The Global Competitiveness Index 2016–2017 Rankings. Режим доступу: reports.weforum.org/global...report...2016/report-highlights
5. Рейтинг Doing Business 2017: чи є привід для гордості ? – Режим доступу: hvylya.net/.../reyting-doing-business-2017-chi-ye-privid-dly..

Соколовська І.П., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сучасне успішне постіндустріальне суспільство характеризується формуванням у суб'єктів підприємницької діяльності конкурентних переваг, що базуються на розробці та реалізації інноваційних продуктів. Передумовами виникнення даних тенденцій є підвищення вимог до інтелектуального рівня продукції, можливість збільшення її доданої вартості та розширення виробниками спектру задоволення потреб споживачів.

Формування інноваційного підприємництва посилює не лише конкурентні переваги на мікроекономічному рівні, а й визначає рівень конкурентоспроможності країни в цілому. Адже місце країни на світових ринках визначається у тому числі інтенсивністю практичного застосування науково-технічних досягнень, ефективністю інтеграції інформаційних та інтелектуальних факторів виробництва. Це підтверджується тим фактом, що на сьогодні країни-лідери за індексом конкурентоспроможності одночасно є лідерами у технологічній сфері. Так, за даними Світового економічного форуму, частка інновацій у загальному індексі конкурентоспроможності країн становить від 30 до 50 %.

Розвиток інноваційного потенціалу суб'єктів підприємництва значною мірою визначається стадією розвитку конкурентних відносин в країні. До таких стадій, згідно до класифікації М. Портера, відносяться ресурсна, інвестиційна, інноваційна та розвиток конкуренції на основі багатства. Тобто, якщо країна базує свої конкурентні переваги здебільшого на експлуатації дешевої робочої сили чи

існуючих природних ресурсів, то це суттєво гальмує реалізацію інноваційного потенціалу підприємництва та формування конкурентних переваг на більш високому технологічному рівні. І навпаки – чим ближче країна наближається до інноваційної стадії розвитку, коли національні суб'єкти підприємництва не лише копіюють іноземні технології, а й створюють власні, тим більша вага у забезпеченні конкурентоспроможності саме інноваційних чинників.

Однією з перешкод на шляху формування інноваційних конкурентних переваг підприємництва в Україні є консервація сировинної моделі розвитку економіки та все більше відставання від країн–технологічних лідерів. Це орієнтує суб'єктів господарювання на видобуток і мінімальну обробку сировини, імпорт високотехнологічного обладнання та виробництво не конкурентоспроможної продукції з низькою часткою доданої вартості.

Як наслідок, частка нематеріальних інтелектуальних активів у собівартості продукції українських підприємств не перевищує 0,5–2%, у той час як для країн Євросоюзу даний показник складає близько 40%. Тобто, за рівнем реалізації інноваційного потенціалу підприємницької діяльності Україна відстає від економічно розвинених країн більше, ніж у 20 разів! Фактично це свідчить про відсутність будь-яких стимулів у підприємців до розвитку інноваційної діяльності та відсутність ефективної державної інноваційної стратегії попри численні наміри її реалізації протягом років незалежності. Не стала винятком у цьому плані і «Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», затверджена Президентом України у січні 2015 р., як карта сучасних реформ. Серед першочергових пріоритетів у реалізації Стратегії за різними векторами визначено і Програму розвитку інновацій, яку віднесено до вектору гордості.

Для того, щоб декларації у черговий раз не залишилися на папері, держава повинна у першу чергу забезпечити сприятливі макроекономічні умови функціонування суб'єктів підприємництва. Це передбачає не лише досягнення макроекономічної стабільності, відновлення доступу до фінансування інновацій, а й встановлення верховенства права, подолання корупції, суттєве спрощення умов ведення бізнесу.

Паралельно необхідно покращувати якість технічної освіти, підвищувати престиж науки серед молоді, формувати інноваційну свідомість та культуру в суспільстві. Створення гідних умов життя та праці дозволить припинити критичний для майбутнього країни відтік інтелектуального капіталу (за різними оцінками лише за 2014 р. з України виїхало близько 5 тис. програмістів та 3 тис. вчених різних

спеціальностей). Крім цього, потребує суттєвого прискорення розвитку державної інноваційної інфраструктури через механізми приватної та державної співпраці і створення нових робочих місць в інноваційній сфері.

**Стасюк Л.Л., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Фінансування діяльності підприємств торгівлі залежить від особливостей здійснення операційної діяльності, складу активів, ефективності діяльності та їх інвестиційної привабливості в цілому.

За результатами опитування експертів [1] у 2017 році в Україні внутрішній торгівлі (зокрема, продовольчому ритейлу) належить десяте місце за рівнем інвестиційної привабливості. Високий рівень інвестиційної привабливості торгівлі підтверджується офіційними даними Державної служби статистики України. В 2016 році зміна обсягу ВВП країни у постійних цінах 2010 року склала 2,3%, у порівнянні з його скороченням на 6,6% та 9,8% у 2014 та 2015 роках. У 2016 році торгівлі належить друге місце серед галузей економічної діяльності за внеском у формування ВВП (16,4%) та приростом його обсягу (4%) [2]. За названими параметрами лідерами є промисловість та сільське господарство, відповідно.

Складовими системи фінансування підприємств є: самофінансування; пряме фінансування через механізми ринку капіталів; банківське кредитування; бюджетне фінансування; взаємне фінансування господарюючих суб'єктів [3]. На підприємствах торгівлі переважають перший та останній елементи. У капіталі підприємств торгівлі 86,7% складають поточні зобов'язання, 18,1% – довгострокові зобов'язання. Що свідчить про повну залежність у фінансуванні діяльності підприємств торгівлі від позикового капіталу, в першу чергу від поточних зобов'язань. У складі активів підприємств торгівлі на початок 2016 року 84,9 % займають оборотні активи. Відповідно, частково поточні зобов'язання спрямовуються на фінансування необоротних активів у зв'язку з збитковістю їх діяльності.

Обсяги капітальних інвестицій у торгівлі коливаються від 18358,1 млн.грн. у 2010 році до 19704,3 млн.грн. у 2015 році з скороченням їх обсягу у 2014 та 2015 роках. В середньому 95% у

загальному обсязі капітальних інвестицій належить інвестиціям в матеріальні активи, решта – нематеріальним. Основним джерелом фінансування капітальних інвестицій в торгівлі є власні кошти прибуткових підприємств.

За даними Державної служби статистики України [4] у зв'язку з збитковістю діяльності на підприємствах торгівлі в 2014 та 2015 роках власний капітал та частина позикового капіталу була спрямована на покриття збитків. Це підтверджується зростанням від'ємного значення коефіцієнта концентрації власного капіталу з -2 на кінець 2014 року до -4.8 на кінець 2015 р. Впродовж 2010-2015 років спостерігається постійне зростання частки поточних зобов'язань, які є основним джерелом фінансування в торгівлі: з 53,6% на кінець 2010 року до 86,7% на кінець 2015 року. Доцільно зазначити, що зростання рівня концентрації позикового капіталу не сприяє формуванню позитивного впливу ефекту фінансового важеля. Використання власного капіталу в 2013 та 2014 роках на підприємствах торгівлі було неефективним: рівень збитковості склав 12,98% та 362,23%. В 2015 році дане джерело фінансування діяльності підприємств торгівлі було втрачено. Ключовим чинником втрати власного та зростання рівня концентрації позикового капіталу є збитковість діяльності підприємств торгівлі: в 2013 та 2014 роках частка збиткових підприємств становила 34% від загальної їх кількості. В 2015 році частка таких підприємств скоротилася до 23,9%.

В цілому в 2013-2015 роках по сукупності підприємств торгівлі втрачені можливості формування капіталу за рахунок внутрішніх джерел. Разом з тим, підприємства, які мали вищий рівень фінансового потенціалу отримали вищі можливості його нарощення за рахунок втрачених можливостей збиткових суб'єктів господарювання. Також для таких підприємств розширилися можливості для неорганічного зростання за рахунок придбання збиткових суб'єктів господарювання за порівняно низькою ринковою вартістю. Так, наприклад, ТОВ «АТБ-Маркет», яке в 2016 році активно здійснювало експансію в Західний регіон країни, придбано 17 з 27 торговельних об'єктів торговельної мережі «Барвінок». На кінець 2016 року торговельна мережа «АТБ» налічувала 835 торговельних об'єктів. До 2019 року, відповідно до планів розвитку мережі їх кількість передбачено збільшити до 1000 об'єктів [5].

Відповідно до рейтингу БізнесЦензор [6], до найбільших 200 компаній України 2015 року увійшла 21 компанія сфери ритейлу. Лідарами за виручкою серед таких компаній стали ТОВ «АТБ-Маркет», ТОВ «Фоззі-Фуд», ТОВ «Епіцентр К», ТОВ «Альянс-Маркет». Лідируючі позиції у формуванні обсягів прибутку, як

джерела зростання власного капіталу належать ТОВ «АТБ-Маркет», ТОВ «Епіцентр К», ПрАТ «Нова Лінія». Перші дві компанії також увійшли до десятки найприбутковіших у цьому рейтингу. В число збиткових ритейлерів потрапили найбільші за обсягами виручки компанії: ТОВ «Фоззі-Фуд», ТОВ «Метро Кеш Енд Кері Україна», ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет», ТОВ «Омега», ТОВ «Фора» та ін.

Концентрація джерел фінансування розвитку підприємства торгівлі відбувається, в першу чергу, в межах торговельних мереж. В цілому факторами успішного фінансування розвитку торговельних мереж та забезпечення зростання обсягів капіталу можна назвати такі:

- уніфікація системи управління капіталом на всіх етапах його функціонування: формування, розподілу та використання;
- зниження рівня втрат капіталу в процесі реального інвестування завдяки постійному удосконаленню механізму інвестування та його стандартизації;
- стандартизація розмірів бізнес-одиниць мережі як об'єктів інвестування;
- зниження рівня трансакційних витрат за напрямками «постачальник-підприємство торгівлі», «закупівля-продаж», «зберігання-продаж» тощо;
- зниження рівня операційних витрат в результаті стандартизації та постійного удосконалення операційних бізнес-процесів;
- використання ефектів операційної та фінансової синергії.

Список використаних джерел

1. Время инвестировать в Украину. Как обойти риски? [електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2017/03/31/623300/>
2. Соціально-економічний розвиток України за січень-березень 2017 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Забарна Е.М. Сучасні тенденції фінансування розвитку підприємств / Забарна Е.М., Кула М.В. // Вісник Сумського державного університету. Серія «Економіка». – 2013, №2. – с.64-72.
4. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. «Торговельна мережа «АТБ» продовжує динамічно розвиватися у 2017 році» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.business.ua>.
6. 200 найбільших компаній України 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biz.censor.net.ua/resonance/3011931>

**Степанова О.В., канд. екон наук, ст. наук. співроб. відділу державних фінансів,
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»**

ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я

В Україні, однією з найбільш вагомих публічних новацій останніх трьох років, яка обумовила стратегічні зміни у тому числі в функціонуванні системи охорони здоров'я, стала давно очікувана реформа децентралізації. Відповідно до цієї реформи сьогодні відбувається кардинальна трансформація організаційно-економічного механізму охорони здоров'я зі зміною фінансових потоків на користь територіальних громад та відповідною зміною повноважень. Основним аргументом на користь впровадження механізмів децентралізації системи охорони здоров'я є потенціал для підвищення якості медичної допомоги для населення, збільшення рівня охоплення послугами та реагування медичних закладів на потреби місцевої громади. Разом з тим, розвиток засад децентралізації в охороні здоров'я може мати такі виклики: 1) фрагментація системи охорони здоров'я; 2) збільшення трансакційних витрат на охорону здоров'я, у тому числі витрат взаємодії та координації при прийнятті управлінських рішень між органами влади різних рівнів та суб'єктами системи охорони здоров'я; 3) децентралізація до рівня занадто малих територіальних громад, може привести до від'ємного ефекту масштабу в наданні медичної допомоги та зменшення обсягів фінансування медичної галузі регіону (району, громади), зокрема, з демографічних причин або низького потенціалу економічного розвитку території; 4) зниження територіальної та фінансової доступності як первинної та спеціалізованої медичної допомоги внаслідок обмеженості коштів місцевих бюджетів або неготовність персоналу низового рівня до прийняття відповідних управлінських

рішень; 5) дублювання функцій медичної допомоги в одній територіальній громаді.

Формування успішної моделі децентралізації системи охорони здоров'я потребує розробки та забезпечення функціонування відповідних фінансових та управлінських механізмів. З позиції теорії децентралізації, одним із її видів є децентралізація до рівня медичних установ (автономізація) та передача функцій на зовнішнє виконання та управління приватним або некомерційним установам. Як засвідчує аналіз кращої зарубіжної практики, такий вид децентралізації владних функцій в охороні здоров'я може бути реалізований також у формі аутсорсингу та державно-приватного партнерства, що надасть додатковий імпульс розвитку підприємництва в цій галузі в Україні.

Відповідно до положень Закону України «Про державно-приватне партнерство» охорона здоров'я визначена як одна із потенційних сфер застосування механізмів державно-приватного партнерства (ДПП). Однак з часу прийняття цього Закону у 2010 році й до сьогодні в Україні так і не укладено жодного договору ДПП в цій галузі. Дослідження світової практики реалізації проектів державно-приватного партнерства у сфері охорони здоров'я дозволяє зробити висновок про унікальність процесу їх застосування, що обумовлено: 1) особливістю побудови моделі фінансування та організації системи охорони здоров'я в країні; 2) тенденцій економічного розвитку країни; 3) структури та організації правової системи в країні; 4) рівня децентралізації та автономності управління медичними установами; 5) домінування форм державно-приватного партнерства в країні, а саме: договірних, інституційних чи суспільної взаємодії, а також розподілу відповідальності між державним та приватним сектором; 6) переважних сфер та секторів реалізації проектів державно-приватного партнерства: сфери фінансування системи охорони здоров'я; безпосередньо сфери надання медичної допомоги та послуг; сфери послуг, що забезпечують підтримку життєдіяльності медичної установи; сфери розробки, виробництва а поширення ліків та медичних препаратів; сфери медичної освіти та ін.; 7) типовим конкурсним процедурам, платіжним механізмам, які поширені в країні.

Отже, повне дублювання світових моделей, форм та особливостей реалізації проектів державно-приватного партнерства у сфері охорони здоров'я в Україні може не привести до необхідного результату. Разом з тим, функціонування системи охорони здоров'я пов'язана з надмірно високими суспільними ризиками, а також значними комерційними та політичними ризиками. Поспішне,

неврегульоване впровадження проектів ДПП у цій сфері сьогодні в Україні може привести до економічних втрат як для держави, так і для приватного сектора, а також соціальних втрат для суспільства. Відтак, існує нагальна необхідність розробки та впровадження інструментів інституційного, нормативно-правового та методичного забезпечення потенційної реалізації проектів державно-приватного партнерства в Україні.

Зарубіжний досвід реалізації проектів державно-приватного партнерства в системі охорони здоров'я свідчить про можливість його реалізації у таких формах: 1) проектування, будівництво, експлуатація та управління інфраструктурою медичних установ (укладення угод державно-приватного партнерства передбачає можливість виконання усіх або однієї з перелічених функцій); 2) надання медичних послуг; 3) управління медичною установою в цілому; 4) розробка, виробництво та поширення нових медичних препаратів (ліків, вакцин та ін.); 5) розробка та виробництво нової медичної техніки, інструментів та обладнання; послуги з медичних досліджень (лабораторні, діагностичні дослідження); 7) надання немедичних послуг: послуги з охорони медичних установ; комунально-господарські послуги; організація харчування в медичних установах; транспортні послуги (у т.ч., автомобільним та авіатранспортом); збір, знешкодження, транспортування та розміщення медичних відходів (шкідливих та нешкідливих); організація і ведення бухгалтерського обліку; технічне обслуговування медичної техніки; прання білизни; технічне обслуговування інформаційних систем (телемедицина, електронні реєстрація, медичні картки та ін.); медична освіта, перепідготовка та підвищення кваліфікації медичного персоналу.

Однак, при реалізації проектів державно-приватного партнерства у сфері охорони здоров'я необхідно враховувати і його недоліки, виникнення яких обумовлене їх впровадженням, а також потенційні загрози ефективності таких процесів. До їх числа можна віднести наступні: 1) залежність від зовнішнього виконавця, наприклад, медичні установи часто потрапляють в залежність від фірми-виробника програмного комп'ютерного продукту при необхідності модифікації автоматизованої системи; 2) обмеження доступу до необхідної інформації; 3) монополізм, відсутність на ринку конкуруючих компаній з обслуговування медичних установ; 4) невизначеність фінансової перспективи: приватний партнер, який не є монополістом сьогодні, але, ставши монополістом в майбутньому (появі таких тенденцій нерідко сприяє сам контракт з медичною установою), може суттєво збільшити вартість послуг; 5) ризики невиконання контракту

приватним партнером; 6) ризики незабезпечення належної якості послуг з боку приватного сектора (особливо в ситуації цінового демпінгу в конкурентній боротьбі за контракт); 7) складність повернення функції до державної та комунальної медичної установи при появі такої необхідності в результаті зміни законодавства, системи фінансування; 8) зниження якості послуг інфраструктури медичних установ, внаслідок недостатності фінансових коштів, що виділяються бюджетом для якісного виконання приватним партнером своїх зобов'язань.

**Стояненко І.В., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

АГРАРНЕ ЕКОВИРОБНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗРОСТАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Вже понад 20 років у Європі активно розвивається виробництво екобезпечних продуктів харчування. І це не лише інновація у виробничій сфері з метою отримання сталого позитивний економічний ефекту, а пріоритетний напрям розвитку певних галузей економіки задля покращення якості життя людей та збереженні довкілля. Проблеми екології та здоров'я суспільства виходять на перший план серед цінностей у багатьох розвинутих країнах. Відтак, досвід поступової екологізації сільськогосподарського виробництва корисний для впровадження у нашій державі та є об'єктивною умовою подальшої економічної співпраці України з країнами ЄС.

На сьогодні ринок екопродуктів у світі переживає справжній бум. Він оцінюється у 4200 млрд. євро з часткою ЄС в розмірі 21%. Цей ринок зростає в річному обчисленні в середньому на 4%, навіть в період економічного спаду і має найбільший потенціал зростання числа робочих місць [1]. У Європі у 2012 році він становив близько 4% споживчого ринку в цілому [2].

За словами М. Кірносолої, поступово стає модною тенденція вести здоровий спосіб життя бути соціально відповідальним [3]. Прагнення покупців споживати тільки натуральне та якісне стає свого роду новою релігією: вони готові економити на розвагах і відпочинку, аби мати можливість хоча б кілька разів на тиждень купувати в супермаркетах екопродукт. 77 % європейців та 80% китайців готові платити на 20-30% більше за гарантовану якість екопродуктів. Незалежне опитування споживачів, що буде проведене у 2015 році за

підтримки Програми розвитку ООН в Україні, засвідчило, що навіть 21 % опитаних українців готові на 20% сплатити більше за екологічно сертифіковану продукцію, а 7 % – і на 30 %. Лише 18 % респондентів не готові переплачувати за екопродукцію [1].

Органічне сільське господарство практикується в 160 країнах і 37 млн. га органічних сільськогосподарських земель знаходяться у віданні 1,6 млн. фермерів. Світові продажі органічних продуктів харчування і напоїв у 2010 році досягли 59 млрд. доларів США. При цьому зростають як обсяги реалізації, так і кількість товаровиробників екопродукції. Лідерами зростання витрат на екопродукти в розрахунку на душу населення в Європі стали Данія, Австрія, Німеччина та Великобританія. Частка сільськогосподарських площ на сьогодні в Європі становить 7,39 млн. га. Найбільша кількість екоплощ обробляється в Італії (1,15 млн га), Іспанії (1 млн) та Німеччині (0,87 млн). При цьому органічне сільське господарство отримує належну підтримку в країнах ЄС на всіх рівнях [2].

В Україні формування ринку екобезпечної аграрної продукції фактично теж розпочалося. Проте, зростання органічного сільського господарства стримується як відсутністю належного правового регулювання, якісної системи сертифікації та стандартизації, державної допомоги та підтримки, недобросовісним застосування «екомаркувань», так і низьким рівнем поінформованості населення з питань якості продуктів.

Однак, на нашу думку, враховуючи високу якість українських чорноземів, а також сприятливі погодно-кліматичні умови та географічне розташування, в Україні є всі шанси для того, щоб стати одним з провідних виробників та експортерів екологічно чистих продуктів харчування. Вже сьогодні вона лідирує у світі за обсягами експорту ряду сільськогосподарської продукції, проте, нажаль, в період з 2000-го по 2015 рік обсяги експорту вітчизняних товарів за кордон збільшилися лише на 11,4 в.п. В той же час протягом останніх років спостерігається стала тенденція до зростання частки експорту до країн ЄС (+8,68 % у 2010-2015 роках) та Азії (+5,79 % за аналогічний період). В структурі експортованої продукції у 2016 році 35,3 % становила саме продукція АПК [3], що зайвий раз підтверджує необхідність активізації розвитку саме екологічного, а бо так званого «зеленого» сільськогосподарського виробництва в нашій країні.

Звичайно його становлення та розвиток має відбуватися під впливом ринкових важелів, але й держава не має залишитися осторонь цього процесу. Зокрема, державне регулювання має торкнутися умов виробництва та реалізації аграрної екопродукції;

впровадження ідей екологізації АПК в інформаційну політику; стимулювання кооперації для формування прозорих каналів просування аграрної екопродукції та встановлення справедливої ціни на неї; контролю за розвитком оптових і роздрібних продовольчих ринків шляхом участі у їх капіталі; створення умов для запровадження пільгового кредитування та страхування ековиробництва.

Список використаних джерел

1. Європейські експерти: сталий розвиток для українського бізнесу – єдиний вірний шлях, щоб зберегти та збільшити продажі в умовах кризи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ecolabel.org.ua/novini/516-new.html>
2. Экопродукция вытесняет промышленное производство – Пресс-служба объединения «Экокластер» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://foodretail.ru/news/ekoproduktsiyavitesnyaet-promishlennoe-proizvodstvo-270458>
3. Кірносова М.В. Тенденції змін споживацьких пріоритетів на ринку екологічних товарів України // М.В. Кірносова / Вісник соціально-економічних досліджень, 2012 рік, випуск 1 (44). – С. 64-68.
4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**Стоянова Т.М., студ. групи ФК-1215,
науковий керівник Колеснікова К.С., канд. екон. наук, доц.,
Одеський торговельно-економічний інститут КНТЕУ**

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах хвильового розвитку економіки конкуренція виступає в якості економічного змагання виробників альтернативних видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу на короткостроковий чи довгостроковий періоди. Поряд з цим, вона є активною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії залучених ресурсів, випуском значної кількості товарів, що мають забезпечити потреби споживачів. Тому надзвичайно важливим є дослідження механізмів конкуренції в умовах української економіки, управління конкурентними процесами та розробка шляхів підвищення конкуренто-

спроможності продукції вітчизняних підприємств, які нададуть змогу підняти економіку країни на вищій щабель.

Розглядаючи конкуренцію як засіб до активізації дії вітчизняних підприємств, доречно підкреслити її сутність, що визначається Й. Шумпетером, як «суперництво старого з новим, тобто з інноваціями»; Ф.А. фон Хайеком в якості процесу, «за допомогою якого люди одержують і передають знання... Конкуренція веде до кращого використання здатностей і знань»; А.Ю.Юдановим як «боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на недоступних сегментах ринку» [1, с.6].

Український вчений О.Є. Кузьмін визначив категорію «конкурентоспроможність», як сукупність важелів і способів впливу на сфери створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі та відповідальність суб'єктів господарювання, що реалізуються за допомогою сукупності управлінських засобів [2].

Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту, який розглядається. Безумовно, критерії, характеристики і фактори динаміки конкурентоспроможності на рівні товару, підприємства, галузі, національного господарства мають свою специфіку. Тому при дослідженні доречними виступають саме конкретні скерованості.

Найбільш загальноконкурентоспроможність підприємства можна визначити як потенційну або реалізовану здатність економічного суб'єкта до ефективного довготривалого функціонування у релевантному зовнішньому середовищі.

Конкурентоспроможність підприємства:

- ґрунтується на конкурентних перевагах підприємства;
- визначає здатність підприємства витримувати конкуренцію на певному ринку;
- відображає позицію даного підприємства відносно конкурентів.

До основних способів підвищення конкурентоспроможності можна віднести:

- ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів;
- обґрунтована рекламна політика;
- створення нової продукції;
- покращення якісних характеристик продукції;
- модернізація обладнання;
- всебічне зниження витрат;
- вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу[2].

Основними шляхами вирішення проблем, пов'язаних з підвищенням конкурентоспроможності підприємства, є: підвищення якості управління; удосконалення зв'язків із зовнішнім середовищем; упровадження (проведення) стратегічного маркетингу «виходу» і «входу» організації; удосконалення організації інноваційної діяльності; упровадження нових інформаційних технологій; упровадження нових фінансових і облікових технологій; аналіз ресурсомісткості кожного товару за стадіями його життєвого циклу і впровадження ресурсозберігаючих технологій; підвищення організаційно-технічного рівня виробництва; розвиток логістики; розвиток тактичного маркетингу [3].

До організаційних заходів, що підвищують рівень конкурентоспроможності підприємства, відносять: забезпечення пріоритетності продукції; зміну якості виробу і його технічних параметрів з метою обліку вимог споживача та його конкретних запитів; виявлення переваг товару порівняно із заміниками; виявлення недоліків товарів-аналогів, які випускають конкуренти; вивчення заходів конкурентів з удосконалення аналогічних товарів; виявлення й використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; нові пріоритетні сфери використання продукції; диференціація продукції, що забезпечує відносно стійкі переваги споживачів, які віддаються певним видам взаємозамінних товарів; вплив безпосередньо на споживача, шляхом штучного обмеження надходження на ринок нових товарів, проведення реклами, надання грошового або товарного кредиту [4].

Основними сферами підвищення конкурентоспроможності є: управління інноваціями та технологіями; процес виробництва; використання інформації; управління людськими ресурсами; управління змінами тощо.

У сфері технологій вагомими резервами підвищення конкурентоспроможності охоплюють: виключення дублювання в дослідженнях з метою уникнення зайвих витрат, усталене фінансування державного замовлення на дослідження та реалізацію національних цільових програм, спільні роботи з зарубіжними інвесторами. Впровадження інновацій сприяє досягненню ринкових конкурентних переваг завдяки випередженню конкурентів у часі.

Перспективними напрямками підвищення конкурентоспроможності у виробництві є: вдосконалення використання обладнання, матеріалів та енергії, а також організації процесу виробництва, покращення якості та своєчасності отримання інформації усіма ланками виробничого процесу.

До основних засобів підвищення конкурентоспроможності можна віднести: ґрунтовне вивчення запитів споживачів і аналіз конкурентів; обґрунтована рекламна політика; створення нової продукції; підвищення техніко-економічних і якісних характеристик продукції; виявлення і забезпечення переваг продукту порівняно з його заміниками; виявлення переваг і недоліків товарів-аналогів, які виробляються конкурентами, і використання одержаних результатів у діяльності фірми; модернізація обладнання; визначення можливих модифікацій продукту; всебічне зниження витрат; виявлення і використання цінових факторів підвищення конкурентоспроможності продукції; вдосконалення обслуговування у процесі купівлі та після продажного сервісу; пристосування продукції до роботи в різних умовах; диференціація продукції;

Отже, високий рівень конкурентоспроможності підприємства засвідчує про ефективне розпорядження власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку.

Проблема підвищення конкурентоспроможності і забезпечення конкурентних переваг підприємств в ринкових умовах є однією з найбільш актуальних на сьогоднішній день. Необхідно врахувати не тільки елементи зовнішнього середовища, що впливають на підприємство, або такі, що мають з підприємством взаємний вплив, а й ґрунтовані напрями основних сфер діяльності підприємства. Одним із першочергових завдань національних підприємств, особливо в період фінансової нестабільності, є підвищення рівня конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках. Підвищення конкурентоспроможності підприємства і збільшення його частки на ринку, можна досягнути за допомогою таких шляхів: подати на ринок новий вид продукції; знизити ціни на продукцію або послуги; через рекламу представити привабливіший вид товару; продавати товар через більшу кількість торгових представників і та ін. Керівництво підприємства повинно вміти простежувати зміни, що відбуваються в умовах господарювання, і проводити різноманітні перетворення в політиці ведення виробництва та реалізації товарів. Такими перетвореннями можуть бути: диверсифікація виробництва, вихід на нові ринки, зміна товарної політики, зміна організаційно-правового статусу підприємства, створення спільних виробництв, впровадження нових технологій, модернізація форм збуту продукції.

Список використаних джерел

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: моногр. / О.Г. Янковий. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.

2. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб. для студ. спец. «Між-народна економіка»] / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с.
3. Конкурентоспроможність як складова економічної безпеки підприємства / О.О. Фальченко, Н.Б. Токарь // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х. : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 67(1040). – С. 156–158. Бібліогр.: 5 назв.
4. Літвінова Ю.О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах / Ю.О. Літвінова // Управління розвитком. – 2012. – № 9. – С. 35–37.

Сусіденко В.Т., д-р екон. наук, проф.,

Сусіденко О.В., канд. екон. наук, доц.,

Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ФОРМУВАННЯ ТА ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Для оцінки впливу факторів на фінансову безпеку торговельних підприємств України, та встановлення найвпливовіших із них, було використано евристичний метод економічного аналізу, а саме метод експертних оцінок. В якості експертів було обрано експертів з кола керівників, спеціалістів, що мають високий рівень обізнаності об'єкту дослідження, характеризуються професіоналізмом, компетентністю та практичним досвідом щодо управління торговельними підприємствами Подільського регіону. [1, с.17]

Оцінка експертом відносної важливості чинників здійснювалась шляхом присвоєння їм балів в межах від 0 до 10. Нуль присвоювався у випадку, якщо, на думку експерта, чинник немає суттєвого значення, а 10 балів – чинник має найбільший вплив.

Експертам було запропоновано оцінити окремо фактори зовнішнього середовища та внутрішнього середовища. Розподіл думок експертів щодо оцінки впливу зовнішнього середовища та визначення їх деструктивного впливу представлено у таблиці 1.

Респондентами виділені фактори, що найбільше впливають на фінансову безпеку торговельного підприємства:

- політична нестабільність;
- зміна цін на сировину, матеріали, енергоресурси тощо;

- падіння попиту на продукцію; зростання відсоткових ставок за кредитами, неконтрольована грошова емісія, інфляційні процеси, нестабільність валютно-грошової політики;
- рівень податкового навантаження;
- криза грошової і фінансово-кредитної систем.

Таблиця 1

Оцінка впливу зовнішніх факторів на стан фінансової безпеки торговельних підприємств, %

№	Назва фактора	Значимість фактора (частота відповідей, %)										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Політична нестабільність			2		8	5	12	5	18	50	100
2	Соціальна нестабільність	3		12	18	12	5	18		20	12	100
3	Криза грошової і фінансово-кредитної систем		12		12		6	6	12		52	100
4	Порушення контрактів з боку місцевих або державних органів влади	52	12		12		6	6	12			100
5	Зміна цін на товари, матеріали, енергоресурси тощо	5						11	24	24	36	100
6	Падіння попиту на товари	5				5	5	12	12	24	37	100
7	Поява нових конкурентів в тому ж секторі ринку		13		10	13	7	13	22	11	14	100
8	Поява у конкурентів нових товарів з меншими витратами		6	6	6		12	6	39	6	19	100
9	Посилення екологічних вимог, штрафні санкції через їх недотримання	8	6	33	12	12	6		6	11	6	100
10	Зростання відсоткових ставок за кредитами, неконтрольована грошова емісія, інфляційні процеси, нестабільність валютно-грошової політики					7	7	8	22	13	43	100
11	Втрата самостійності підприємства і перехід його до інших власників	32	10	6	6	6	12	10	6		12	100
12	Зрив укладених договорів, відмова від співробітництва	26	6	6		6		18	12		26	100
13	Банкрутство підприємств-підрядників, постачальників	39	12	6	6	6	19		6		6	100
14	Відсутність уваги до впровадження інновацій, заохочувальних заходів щодо винахідництва та раціоналізаторства з боку держави	34	12	6	6	18		18		6		100

Закінчення табл. 1

№	Назва фактора	Значимість фактора (частота відповідей, %)										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
15	Націоналізація або конфіскація майна підприємств, блокування рахунків	32	6	6	6		8			12	30	100
16	Нестабільність та невизначеність законодавства, неефективність законодавчих рішень та їх виконання			12	5	36		12	12		23	100
17	Відмова від готових товарів, затримка у оплаті дебіторської заборгованості	11			19	19	11	11	11	7	11	100
18	Рівень податкового навантаження				2			21	11	31	35	100
19	Інші чинники	100										

Також, було запропоновано відзначити, які найбільш небезпечні ситуації у зовнішньому середовищі могли виникати найчастіше.[2, с.63]

Дані опитування надано у таблиці 2.

Таблиця 2

Оцінка частоти виникнення негативного впливу зовнішніх факторів на стан фінансової безпеки торговельних підприємств, %

№	Назва фактора	Ймовірність виникнення фактора (частота відповідей, %)					Σ
		дуже низька	низька	середня	висока	дуже висока	
1	Політична нестабільність	15	7	30	24	24	100
2	Соціальна нестабільність	24	15	31	15	15	100
3	Криза грошової і фінансово-кредитної систем		22	24	30	24	
4	Порушення контрактів з боку місцевих або державних органів влади	64	9	9	9	9	100
5	Зміна цін на товари, матеріали, енергоресурси і тощо			41	18	41	100
6	Падіння попиту на продукцію		7	31	31	31	100
7	Поява нових конкурентів в тому ж секторі ринку		20	40	30	10	100
8	Поява у конкурентів нової технології продажу товарів з меншими витратами		25	41	34		100
9	Посилення екологічних вимог, штрафні санкції через їх недотримання	25	66	9			100

Закінчення табл. 2

№	Назва фактора	Ймовірність виникнення фактора (частота відповідей, %)					
		дуже низька	низька	середня	висока	дуже висока	Σ
10	Зростання процентних ставок за кредитами, неконтрольована грошова емісія, інфляційні процеси, нестабільність валютно-грошової політики.	10	31	10	50		100
11	Втрата самостійності підприємства і перехід його до інших власників	54	9		27	9	100
12	Зрив укладених договорів, відмова від співробітництва	19	27	27	27		100
13	Банкрутство підприємств-підрядників, постачальників	30	30	30	10		100
14	Відсутність уваги до впровадження інновацій, заохочувальних заходів щодо винахідництва та раціоналізаторства з боку держави	46	9	18	27		100
15	Націоналізація або конфіскація майна підприємств, блокування рахунків,	46	9	9	9	27	100
16	Нестабільність та невизначеність законодавства, неефективність законодавчих рішень та їх виконання		17	41	25	17	100
17	Відмова від товарів, затримка у оплаті дебіторської заборгованості	8	25	25	25	17	100
18	Рівень податкового навантаження	2	25	25	25	23	100

Таким чином, аналізуючи частоту виникнення зовнішніх загроз, які впливають на торговельні підприємства у Подільському регіоні, респонденти визначили такі, що найчастіше виникають:

- зміна цін на товари, матеріали, енергоресурси;
- падіння попиту на товари;
- поява нових конкурентів у тому ж секторі ринку;
- нестабільність та невизначеність законодавства, неефективність законодавчих рішень та їх виконання;
- політична нестабільність;
- поява в конкурентів нової технології продажі товару з меншими витратами;
- відмова від товару, затримка в оплаті дебіторської заборгованості.

Із запропонованих нами факторів було виділено як такі, що мають середній, високий та дуже високий вплив. Серед тих, що мають найбільшу ймовірність впливу, респонденти виділили: [3,с.8]

- збільшення заборгованості торговельного підприємства перед кредиторами;
- несвоєчасне оновлення основних фондів, раціональне використання торговельних площ, використання новітніх технологій;
- відтік кваліфікованих спеціалістів, вибуття ключових співробітників підприємства;
- недостатнє зростання заробітної плати;
- зростання заборгованості по заробітній платі;
- існування можливостей для економічних зловживань і злочинів;
- незбалансованість грошового й товарного ринків (високі обсяги кредиторської та дебіторської заборгованості).

Найменшу ймовірність виникнення та впливу мають фактори:

- відсутність власних стратегічних цілей торговельного підприємства;
- високий рівень травматизму на робочих місцях;
- відсутність уваги до впровадження інновацій, заохочувальних заходів щодо винахідництва та раціоналізаторства з боку керівництва підприємства;
- загроза втрати здоров'я працівниками підприємства, через невідповідність умов праці існуючим нормативам;
- захист майна підприємства, попередження крадіжок.

Показовим є те, що інші фактори, які можуть впливати на внутрішню безпеку торговельних підприємств, респондентами визначено не було.

Як бачимо, найбільший вплив на стан фінансової безпеки за результатами нашого опитування мають наступні чинники: політична нестабільність, криза грошової і фінансово-кредитної систем, дефіцит платіжних засобів, збільшення заборгованості підприємства перед кредиторами.

Список використаних джерел

1. Бендиков М.А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития / М.А. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. – № 2.

2. Беседин А.Л. Экономическая безопасность предприятия в контексте системного подхода к решению проблемы защиты конфиденциальной информации / А.Л. Беседин, В.В. Беляев // Финансы и кредит. – 2014. – № 27.
3. Гринюк Н.А. Інноваційні підходи до вивчення стану фінансової безпеки підприємств України / Н.А. Гринюк // Проблеми науки. – 2009. – № 1.

**Табахарнюк М.О., канд. екон. наук, заслужений економіст
України, голова Наглядової ради компанії «МТ-Інвест»**

ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ УГОД ЗІ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Загострення конкуренції на внутрішньому та глобальному ринках, зумовлене динамічною глобалізацією, революцією у сфері інформаційних технологій, безпрецедентним розвитком інновацій, ускладнює, а іноді – й кардинально змінює середовище функціонування підприємств. У таких умовах виживання підприємств, їх конкурентоспроможність, здатність здобувати й утримувати передові рубежі на ринку істотною мірою залежить від швидкості реакції підприємства на такі зміни, можливостей і вміння застосувати нові методи та принципи організації ведення бізнесу.

Світовий досвід переконливо доводить, що одним з найдієвіших та ефективних шляхів формування конкурентоспроможних підприємств в нинішніх умовах є концентрація капіталу, яка забезпечується через угоди злиття і поглинання. Нерідко злиття чи поглинання стає єдиним шансом виживання компаній. Тому кількість таких угод в усьому світі невідмінно зростає.

Для українських підприємств, які в переважній більшості характеризуються нижчим, порівняно з іноземними суперниками, рівнем конкурентоспроможності, і функціонують в умовах дефіциту фінансових ресурсів, злиття може стати стратегічним фактором успіху для зростання їх ринкової вартості, отримання конкурентних переваг, зміцнення власних позицій на внутрішньому ринку та завоювання нових ринків.

Разом з тим, процеси злиття і поглинання в Україні стримуються через наявність ряду проблем і перешкод, притаманних вітчизняному ринку М&А. Серед основних можна виділити:

– «вузькість» ринку М&А» як за обсягами укладених угод, так і за кількістю учасників. Це зумовлено нестачею коштів у внутрішніх інвесторів для здійснення угод; високими політичними ризиками, військовим конфліктом на сході України, недосконалістю законодавства у сфері захисту прав інтелектуальної власності й відсутністю державних інститутів, які б ефективно захищали права власника, є основними перешкодами для зовнішніх інвесторів;

– «зайва обтяженість» більшості вітчизняних активів непрофільними або навіть недіючими компаніями. Йдеться, передусім, про великі підприємства з радянською спадщиною, які у своїй структурі мають безліч об'єктів: ділянки, офісні та виробничі будівлі, складські корпуси, десятки різних приміщень та електропідстанцій тощо. Причому, у таких підприємств нерухомість або взагалі не оформлена, або неналежно оформлена. Крім того, об'єкти злиття нерідко мають високий рівень заборгованості перед державою та іншими кредиторами;

– недосконалість правового регулювання процесів злиття та поглинання у вітчизняній практиці господарювання, зокрема, йдеться про неузгодженість норм Цивільного та Господарського кодексів України; відсутність у вітчизняному конкурентційному законодавстві регламентації понять «поглинання», «рейдерство»;

– зростання ризиків рейдерського захоплення привабливого бізнесу. Поширеність рейдерства знижує стимули власників підприємств до підвищення власної конкурентоспроможності, бо саме конкурентоспроможні підприємства нерідко стають об'єктами рейдерських атак. Проблема ускладнюється недосконалістю законодавчих норм, які встановлювали б відповідальність за здійснення незаконного привласнення об'єктів власності та фактичною неспроможністю держави протистояти цьому явищу. Незважаючи на відсутність в Україні офіційної статистики щодо рейдерських атак, науковці, аналітики, експерти, практики одностайні у тому, що це явище негативно впливає на інвестиційну привабливість країни, відлякуючи не тільки стратегічних іноземних інвесторів, але й внутрішніх;

– неpubлічність, непрозорість та невпорядкованість багатьох вітчизняних компаній бізнесу – об'єктів і суб'єктів М&А – ускладнює процес передачі прав власності та створює труднощі для визначення ринкової вартості їх активів [1];

– наявність випадків здійснення угод M&A зі значною кількістю порушень законодавчих вимог у сфері корпоративного, антимонопольного, договірної права, інтелектуальної власності, що в цілому формує негативне уявлення про перебіг цих процесів у іноземних інвесторів;

– високий рівень економічної та політичної невизначеності, нестабільність інвестиційного клімату економіки, тінізація української економіки ускладнюють процеси прогнозування постінтеграційного розвитку компаній, можливості оцінки їх вартості та динаміки її змін у майбутньому;

– закритість інтеграційних процесів і майже повна відсутність інформації про процес укладання угод, їх особливості та очікувані результати;

– завищені вимоги продавців за реальної низької ринкової вартості продаваного активу (ситуація характерна для банківського сектору, де «неліквідність» настільки висока, що покупки здійснювалися, в основному, державою за почасти неринковими принципами) [2];

– наявність випадків відсутності консолідованої фінансової звітності, її невідповідності міжнародним стандартам, що має важливе значення для іноземних інвесторів.

Цей перелік екзогенних перешкод для ефективної реалізації інтеграційних процесів у вітчизняній економіці можна доповнити ендогенними. Невирішеність усіх цих проблем і надалі негативно впливатиме на інвестиційну привабливість українського бізнесу, сприятиме збереженню негативного іміджу України на міжнародній арені.

З метою активізації процесів злиття і поглинання та підвищення їх ефективності в Україні необхідне вирішення таких основних завдань: 1) стабілізація економічної і політичної ситуації; 2) забезпечення економічного зростання та відновлення платоспроможного попиту; 3) підвищення захисту прав власності, в т.ч. і інтелектуальної, посилення кримінальної відповідальності за порушення таких прав; 4) створення ефективної судової системи; 5) розвиток вітчизняного фондового ринку; 6) зниження рівня тінізації економіки та корупції; 7) посилення антимонопольного контролю з метою демонополізації економіки і розвитку добросовісної конкуренції; 8) забезпечення прозорості та інформаційної відкритості злиттів і поглинань на вітчизняному ринку; 9) дерегуляція і обмеження можливості втручання влади в бізнес.

Список використаних джерел

1. Чурило П. Б. Стан здійснення угод злиття і поглинання в банківській системі України // Електронний ресурс – режим доступу: http://www.lib.nau.edu.ua/Journals/3_27_2010/Churilo.pdf
2. Самойленко В., Книт О. Здійснення угод М&А у сучасній Україні // Юридична газета, 18 червня 2013 року. – №25. – с. 26-27.

Тележенко П.В., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Структурно-логічна схема процесу стратегічного управління розвитком основних засобів підприємства є комплексом взаємопов'язаних напрямів та етапів на яких здійснюється рух активів. Особливість у формуванні організаційної структури підсистеми полягає у конкретизації цілей, функцій і завдань по об'єктах управління, системі планових і оцінюваних показників ефективності використання основних засобів. Комплексний, системний підхід до стратегічного управління основними засобами підприємства передбачає всебічний аналіз і вивчення результатів заходів на стадії формування, використання, оновлення й вибуття основних засобів.

Структурно-логічна схема процесу стратегічного управління розвитком основних засобів підприємства має складатися з наступних етапів:

1. Визначення загального періоду формування стратегії управління розвитком основних засобів підприємства. Цей строк залежить від тривалості періоду, який прийнятий для формування корпоративної стратегії розвитку підприємства – оскільки стратегія розвитку основних засобів має підпорядкований характер щодо генеральної стратегії, вона не може виходити за межі цього періоду.
2. Оцінка сильних та слабких сторін діяльності підприємства. Нам необхідно провести дану оцінку щоб виявити сильні та слабкі сторони підприємства, й формувати структуру та склад основних засобів згідно з проведеним аналізом для забезпечення максимальної ефективності використання даного виду необоротних активів.

3. Формування стратегічних цілей діяльності з управління основними засобами підприємства. Акцентується увага на підвищенні рівня добробуту підприємства та максимізації його ринкової вартості. Система стратегічних цілей повинна забезпечувати вибір найбільш ефективних напрямків економічної діяльності; формування достатнього обсягу основних засобів і оптимізація їх складу; прийнятність рівня зносу основних засобів; ефективність обраних методик нарахування амортизації тощо.
4. Розробка цільових стратегічних нормативів з управління основними засобами підприємства. Сформована на минулому етапі система стратегічних цілей управління основними засобами має отримати конкретизовані цільові стратегічні нормативи. Дана система слугує базисом для прийняття стратегічних управлінських рішень та забезпечує можливість контролю досягнення даних нормативів. Такими нормативами можуть слугувати такі показники основних засобів: кількість основних засобів, що припадає на одиницю товарообігу; коефіцієнт зносу; коефіцієнт вибуття; коефіцієнт вводу; озброєність праці основними засобами та ін.
5. Приймання основних стратегічних рішень по управлінню основними засобами підприємства. На цьому етапі визначаються головні напрями стратегічного розвитку основних засобів у розрізі окремих домінантних сфер, формується портфель альтернативних стратегічних підходів до реалізації поставлених завдань та здійснюється їх оцінка і відбір.
6. Оцінка розробленої стратегії по управлінню основними засобами підприємства. Проводиться оцінка ефективності за системою спеціальних економічних та позаекономічних критеріїв, які встановлюються експертами та керівництвом підприємства. За результатами проведеної оцінки у розроблену стратегію розвитку основних засобів вносяться необхідні корективи, після чого вона приймається до реалізації.
7. Забезпечення реалізації стратегії по управлінню основними засобами підприємства. На даному етапі поряд із попередньо визначеними стратегічними заходами готуються і реалізуються нові управлінські рішення, обумовлені непередбаченими змінами факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.
8. Організація контролю реалізації стратегії по управлінню основними засобами підприємства. Даний етап здійснюється на основі стратегічного контролінгу та відображає хід реалізації основних стратегічних цільових нормативів діяльності підприємства.

Використання цих рекомендацій дозволяє поглибити процес стратегічного управління розвитком основних засобів підприємства, збільшити їх цінність та ефективність використання, а також збільшити ринкову вартість підприємства.

Трофімова Г.В., канд. с.-г. наук, доц., зав. НДВ кон'юнктури аграрних ринків та аналізу економічних трансформацій в АПК, Український науково-дослідний інститут продуктивності агропромислового комплексу

РЕГЕНЕРАЦІЯ ВІВЧАРСТВА ЧЕРЕЗ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ринкові трансформації у національній економіці зумовили масове вивільнення працівників із суспільного сектору агровиробництва. Специфіка перебігу таких подій суспільно-економічного життя в Україні спричинила різке зниження рівня доходів населення і зростання нерівномірності їх розподілу, глибокі деформації соціальної структури та майнове розшарування, призвела до значного посилення негативних демографічних тенденцій: одночасного погіршення якісних і кількісних характеристик населення та майже всіх демографічних показників. Знецінення робочої сили, втрата мотивації до продуктивної праці, звуження демографічної бази відтворення сільського населення активізували руйнацію галузі вівчарства. Зменшення працездатного сільського населення впродовж 1990 – 2014 рр. на 3,7 млн осіб (21,4 %) та зайнятого безпосередньо у сільському господарстві на 3,3 млн осіб (у 6,4 раза) підсилює руйнування галузі як у громадському секторі – поголів'я овець скоротилося у 39,4 раза (1991 – 2015 рр.), так і у домогосподарствах – на 21,4 % [3, 4]. Отже у особистих селянських господарствах скорочення поголів'я цих тварин прямо пропорційно скороченню сільського населення.

Збільшення соціальної диспропорції водночас форсувало підприємницьку орієнтацію, вочевидь, даний вид діяльності пов'язаний з мотивацією індивіда, яка становить економічний інтерес.

Шумпетер зазначав, що через безумовне прагнення набуття ще більшого прибутку, підприємництво виступає конструктором всезагальної, постійної трансформації, модернізації. Адже підприємець здійснює постійний пошук, поліпшення якості продукції, має достатньо волі та здібностей, щоб долати опір конкурентів, впливає

на інших результатами свого успіху й витратами сил та енергії [6]. Розвиток аграрного малого та середнього підприємництва сприяє зменшенню спеціалізації виробництва та нарощує диверсифікацію сільськогосподарської й несільськогосподарської підприємницької діяльності. Такі зміни спрямують майбутній розвиток агропродовольчого ринку України до модифікації змісту конкурентної переваги від моноекспортера (світовий лідер з експорту зернових) до диференційованого, із збільшенням обсягів постачання агропродукції з високою доданою вартістю.

Латентним потенціалом виробництва продукції з високою доданою вартістю є традиційна для України – галузь вівчарства. Історія економічного розвитку тваринництва демонструє, що на початку ХХ ст. на території України в структурі поголів'я сільськогосподарських тварин питома частка припадала на поголів'я овець – 31,9 % (в т. ч. мериносових овець 15 млн голів), а кількість великої рогатої худоби становила – 27,5 %, коней – 18,8, свиней – 21,0 та кіз – 0,8 % [1, 2]. Середньорічний вивіз овець за кордон, переважно у Туреччину, Грецію, Іран та Францію, становив близько 160 тис. голів. На зовнішні ринки постачалося вовни – 223 тис. пудів (3,6 тис. т), а також баранина, бринза та сир [2]. Вівчарство до 1990-х років давало значні прибутки. Через руйнацію ринків збуту, приватизацію державних фабрик первинної переробки вовни, необдуману цінову політику та відсутність належної уваги з боку держави вітчизняна галузь вівчарства досить тривалий час перебуває у кризовому стані.

Незважаючи на економічну депресію галузі, вівчарство має базу для стрімкого відродження, прогресивного розвитку та виходу на зовнішні ринки.

Дана галузь є джерелом сировини для текстильної, хутряної та шкіряної промисловості (вовна, смушки, овчина шкірсировина), а також постачальником дієтичних, поживних та лікувальних харчових продуктів (баранина, жир, молоко та його похідні).

Виняткові господарські властивості надають промисловості каракульчу – на 130 день внутрішньоутробного розвитку ягняти, після народження ягняти: каракуль – на 1 – 3 день, смушок – на 1 день, вовну для технічного застосування – на 5 місяць та високоякісну – на 17 місяць, молочну ягнятину – на 4 – 6 місяць та класичну баранину – на 10 – 11 місяць, молоко та похідні продукти – на 16 – 20 місяць.

Український генофонд налічує сім основних вітчизняних порід та шістнадцять внутрішньопородних типів з різними біологічними, продуктивними та адаптаційними властивостями до диференційованих природних екосистем України. Висока резистентність та

адаптаційний потенціал цих тварин здатен навіть на маргінальних та радіоактивно забруднених землях (за ^{137}Cs із щільністю забруднення до 5 Ки/м^2) виробляти екологічно безпечну продукцію [5].

Виробництво баранини (95,6 %) та вовни (86,2 %) сконцентровано, переважно, у малих підприємствах та особистих селянських господарствах, це дає змогу оперативніше використовувати наявні ресурси, значно знижувати рівень ризиків підприємницької діяльності і швидко реагувати на кон'юнктуру ринків.

Винятковий попит у світі має баранина та мармурова ягнятина. Зважаючи, що найбільші імпортери – Франція та Великобританія щорічно закупають баранини понад 100 тис. т і ЄС у 2015 р. надав Україні квоту в 1500 т – вітчизняна галузь залишається сферою невикористаних експортних можливостей. Інші країни також не проти скуштувати українську баранину: Китай щорічно імпортує баранини 80 тис. т, США – 70 тис. т та Саудівська Аравія – 60 тис. т. Передусім ісламський світ відчуває значну потребу в цьому м'ясі.

Зростання попиту вітчизняної продукції вівчарства на існуючих ринках можливий за рахунок виготовлення нової продукції, що вимагає новітньої технології, створення власної торгової марки, оптимізації використання ресурсів та удосконалення збутової політики із залученням більшої кількості маркетингових важелів просування товару на ринок.

Список використаних джерел

1. Жарук Л. Становлення ринку продукції вівчарства в Україні. / Л. Жарук, П. Жарук // Тваринництво України. – 2012. – №8. – С. 16-19.
2. Реєнт О. П., Сердюк О. В. Світове господарство України і світовий продовольчий ринок (1861 – 1914 рр.): Монографія. – К.: Ін-т історії України НАН України. – 2011. – 365 с.
3. Соціально-економічне становище сільських територій України (1990 – 2014) : кол. монографія [у 2 т.] / [І.М. Демчак, Ю.О. Лупенко, М.К. Орлатий та ін.]. – Київ : НАДУ. – 2016. – Т. 1. – 440 с.
4. Тваринництво України за 2015 р. Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Трофімова Г. В. Особливості накопичення радіоцезію в організмі овець при його хронічному надходженні в різних умовах утримання та годівлі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. с.-г. наук: спец. 03.00.16 «Екологія» / Г. В. Трофімова. – Житомир, 2000. – 11 с.

6. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу ; пер. з англ. В. Старка / Й. Шумпетер. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 242 с.

**Трубей О.М., канд. екон. наук, доц.,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ У СФЕРІ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

У створенні умов розвитку малого та середнього підприємництва (МСП), пріоритетність ролі держави залишається незмінною. З метою оцінки економічної політики Уряду України в даній сфері, варто звернути увагу на відповідність її формування та впровадження, принципам викладених у Європейському Акті про малий бізнес (The Small Business Act for Europe)³. Цей документ був прийнятий у 2008 році і став фундаментом політики ЄС з питань розвитку малого та середнього бізнесу. Враховуючи обрання Україною Європейського вектору економічного розвитку, дослідження основних параметрів функціонування МСП в нашій країні, у контексті викладених в документі принципів, є вкрай необхідним та стратегічно важливим.

Такі передумови створюються, зокрема в процесі аналізу «Індексу економічної політики в сфері МСП: країн Східного партнерства (2016) – оцінка відповідності принципам Європейського акту про малий бізнес»⁴. Цей індекс розроблено Організацією економічного співробітництва і розвитку, Європейською комісією, Європейським фондом освіти і Європейським банком реконструкції і розвитку в якості інструменту співставного аналізу країн, що розвиваються та дозволяє відстежувати їх успіхи щодо підтримки малих і середніх підприємств. Даний індекс створює умови для оцінки успішності заходів, що здійснюються шістьма країнами Східного партнерства, виходячи з десяти принципів Європейського

³ «Small Business Act» for Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eur-lex.europa.eu/lexuriserv/lexuriserv.do?uri=celex:52008dc0394:en:not>

⁴ SME Policy Index: Eastern Partner Countries 2016: Assessing the Implementation of the Small Business Act for Europe, SME Policy Index, OECD Publishing, Paris. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dx.doi.org/10.1787/9789264246249-en>

акту про малий бізнес. До складу цих країн входять: Азербайджан, Вірменія, Білорусь, Грузія, Республіка Молдова та Україна.

Індекс економічної політики в сфері МСП використовується для оцінки як кількісних, так і якісних показників. Зокрема, для визначення кількісних показників використовуються в тому числі й дані звіту Світового банку «Ведення бізнесу». Для оцінки рівня реформування по кожному з напрямків і піднапрямків використовується п'ятибальна шкала, де «1» означає найнижчий рівень, а «5» – найвищий.

Подана у табл. 1 інформація включає дані за 2012 та 2016 роки, (оскільки саме в ці роки проводилося відповідне дослідження) і демонструє динаміку основних показників сформованих на базі принципів Європейського Акту про малий бізнес в країнах Східного партнерства.

Таблиця 1

Показники індексу економічної політики в сфері МСП

Напрямок оцінки	Вірменія		Азербайджан		Білорусь		Грузія		Молдова		Україна	
	2012	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016
1. Розвиток підприємливості в процесі навчання і підприємницька діяльність жінок	2,40	2,63	2,45	2,59	1,60	2,39	3,15	2,70	2,10	2,57	1,65	2,25
2. Банкрутство і надання другого шансу МСП	3,17	3,16	2,50	2,87	2,11	2,57	2,94	2,94	2,53	2,68	1,94	2,05
3. Нормативно-правова база економічної політики в сфері МСП	3,00	3,38	1,95	2,47	1,89	2,41	3,23	3,48	3,45	3,51	2,13	2,45
4. Умови діяльності МСП	3,64	4,05	3,70	4,23	3,73	4,09	4,30	4,33	3,28	3,56	3,41	3,81
5а. Підтримка МСП та нових організацій	3,28	3,91	2,12	2,98	2,41	2,99	2,92	3,69	3,79	3,35	1,77	1,84
5б. Державні закупівлі	2,14	3,42	2,29	2,42	3,14	3,21	4,14	4,04	1,43	2,98	2,57	2,73
6. Доступ до фінансування МСП	3,00	3,53	2,74	2,70	2,50	3,08	3,52	3,76	2,65	3,40	2,83	3,28
7. Стандарти та технічні нормативи	2,38	3,33	2,13	3,32	3,75	3,22	2,88	4,22	3,38	4,12	2,96	3,76
8а. Підприємницькі вміння	2,13	2,67	2,19	2,94	1,69	2,28	2,69	3,00	1,75	2,50	2,15	2,66
8б. Інновації	1,79	2,91	1,29	2,47	2,83	2,91	1,91	2,70	2,13	2,54	2,37	1,86
9. МСП в «зеленій економіці»	1,84	2,39	1,20	1,54	1,97	2,10	1,97	2,48	1,27	2,19	1,20	1,22
10. Інтернаціоналізація МСП	2,50	3,37	2,07	2,50	1,86	2,59	3,14	3,60	2,29	3,07	1,93	1,63

Так, за даними таблиці більшість країн демонструє покращення показників індексу. Хоча, по деяких країнах і окремих напрямках оцінки, наявний прогрес є локальним і незначним. Це в певній мірі стосується й України, яка за усередненою оцінкою усіх критеріїв не досягає навіть трьох балів (2,46). З дванадцяти запропонованих показників, десять демонструють деяке покращення напрямів економічної політики України у сфері МСП, а два, зокрема 8б та 10, нажаль погіршуються в порівнянні з попереднім періодом і демонструють спад. Так, за напрямом 8б «Інновації» оцінка України знизилася на 0,51 пункту, що вказує на фактичну відсутність підтримки інноваційного розвитку МСП з боку держави. Цей факт суттєво стримує розвиток підприємництва в країні, оскільки, як відомо, саме інноваційна складова є однією з найбільш визначальних з точки зору підприємницького успіху, а її розвиток дозволяє досягати підприємцям конкурентних переваг на ринку. В Україні в цілому відзначається низький рівень інноваційної активності, в тому числі у частині комерціалізації інновацій. Значною перешкодою у вирішенні даної проблеми для МСП є дефіцит фінансових ресурсів, як власних так і позикових та відсутність програм державної фінансової підтримки інноваційних проектів бізнесу.

Що стосується п. 10 «Інтернаціоналізація МСП», то тут Україна втратила 0,3 пункту. Даний напрям дозволяє оцінити державну підтримку розвитку експортно-орієнтованих малих та середніх підприємств за фінансовою та не фінансовою складовою. Незважаючи на те, що з 1 січня 2016 року набула чинності торгова частина Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, інтереси малого та середнього бізнесу в цій частині представлені ще вкрай слабо. В той же час, в межах ЄС кожне четверте мале підприємство здійснює експортні операції.

І з рештою, ще один показник у даному дослідженні привертає увагу. Це показник 9 «МСП в «зеленій економіці», за яким Україна займає найнижчу позицію серед країн Східного партнерства. Цей напрямок дозволяє оцінити дії держави щодо сприяння екологізації підприємництва та запровадження екологічних інновацій. За цим критерієм розвитку МСП Україна суттєво відстає, як від аналогічного показника країн партнерів так і в цілому від соціально-економічних вимог сьогодення.

Підсумовуючи вище викладене, варто відмітити суттєві недоліки поточної державної економічної політики щодо підтримки розвитку МСП. На тлі існуючих політичних та загальних економічних проблем в яких опинилася Україна, погіршують ситуацію й

недостатньо ефективні економічні реформи та невиконані державою обіцянки, щодо підтримки та сприяння розвитку малого підприємства.

Український бізнес потребує сьогодні більш серйозного і поважного ставлення з боку держави, зокрема через визнання пріоритетності його підтримки, як основної рушійної сили соціально-економічного розвитку суспільства. Тому вкрай важливим і необхідним є розробка та імплементація комплексного державного документу, заснованого на європейських цінностях в даній сфері, зокрема «Стратегії розвитку підприємництва – 2020».

**Ушенко Н.В., д-р екон. наук, проф.,
Національний авіаційний університет**

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-ІННОВАЦІЙНА КОМПОНЕНТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ЛІДЕРСТВА

Доведене вченими та фахівцями-практиками посилення процесів інтелектуалізації в економіці в умовах зближення глобального і національного ринків відповідно здійснює проекцію на функціонування вітчизняних підприємств. Прояв лідерства у нових формах зумовлений розширенням його присутності у динамічних економічних процесах ринкового середовища, в основному конкуруючого характеру, та в залежності від класифікаційних ознак обумовлює виділення різних видів – глобального, галузевого, економічного, організаційного, підприємницького, інтелектуального, інноваційного і т.д. Вважаємо, що підприємницьке лідерство інтегрується в інші форми лідерства та ефективно поєднує раціональну організацію, соціальну відповідальність, креативність, забезпечуючи прибутковість функціонування підприємства.

За багатьма міжнародними рейтингами, зокрема досліджень і розробок (Research and Development), виробництва доданої вартості, патентної активності, щільності високих технологій, вищої освіти та концентрації досліджень (Bloomberg) лідером залишилась Південна Корея. Друга позиція рейтингу належить Швеції та досягнута завдяки показникам виробництва доданої вартості. На думку Магнуса Хенріксона [3], директора Дослідницького інституту промислової економіки, висока дохідність інноваційних ідей у Швеції обумовлена зацікавленістю розробників в їх реалізації, наявністю засобів заохочення, мотиваційно-спрямованої податкової системи. Для Швеції як

країни, що традиційно знаходиться у владі транснаціональних компаній, особливу роль для дрібних фірм відіграло державне фінансування.

Виданням Forbes здійснюється оцінка ефективності діяльності транснаціональних компаній за основними показниками економічної успішності (оборот, прибуток, активи та капіталізація). За звітом Топ-100 2014 року [4, с. 12]:

- лідером за обсягами ринкової капіталізації є Apple: збільшивши за останні 5 років практично в 4 рази, компанія одноосібно очолила список, стрімко піднявшись у порівнянні з попереднім рейтингом з 33-го місця;
- лідерами за темпами приросту ринкової капіталізації є компанії з промислового (+153%), технологічного (+149%) та фінансового (+136%) секторів, що зумовлено розвитком інновацій та відновленням економіки після фінансової кризи;
- лідером залишається США – із 100 компаній списку 47 є американськими (у 2009 році – 42), китайські компанії все ще відстають від західних, показники європейських компаній – стабільні.

За результатами 19-го щорічного опитування (2016 р.) керівників найбільших компаній світу «Переосмислення критеріїв успіху в епоху глобальних змін», серед яких була 41 українська компанія, 71% із яких основним пріоритетом для бізнесу та суспільства називають висококваліфіковані, освічені кадри з високим рівнем адаптивності, здатних ефективно застосовувати на користь компанії новітні технології та впроваджувати найбільш інноваційні розробки. Попри це, для більшості компаній досягнення зростання за рахунок інновацій все ще є недосяжною амбіцією. Додатковим викликом для них стають інновації, спрямовані на задоволення попиту на екологічно чисті та етичні товари та послуги, і багато компаній наразі лише розпочинають робити перші кроки у цьому напрямку. Разом з цим лише 24% українських CEO готові зробити акцент на розвиток майбутніх лідерів у своїх компаніях, в той час як вдвічі більша кількість CEO у світі (49%) роблять ставку на розвиток перспективних спеціалістів з лідерським потенціалом [2].

На думку професора Мельбурнського університету Патрика Гріффіна – керівника міжнародного наукового проекту з оцінки та викладання, навичок і компетенцій XXI століття, акценти сучасної людини зміщуються в бік вміння критично мислити, здатності до взаємодії і комунікації, творчого підходу до справи [5].

На окрему – особливу увагу заслуговують підприємницькі компетенції фахівців, які проявляються у здатності знаходити нові ідеї і перетворювати їх в бізнес. Також The Economist опублікував результати дослідження 19 бізнес-секторів в 26 країнах світу, і підприємницьке мислення було названо в числі найважливіших навичок сучасної людини, в результаті чого до перерахованих компетенцій додається здатність сприйняття ризиків, що лежить в основі бізнесової діяльності.

У новій книзі від Harvard Business Review Press «Strategy That Works», у якій на основі узагальнення досвіду 14 реальних прикладів компаній, зокрема Apple, Starbucks, Danaher, Natura і ритейл бренд Zara, які стали успішними завдяки тому, що змогли розробити успішну стратегію та реалізувати її всупереч реальним можливостям компанії, представлено переосмислення критеріїв та інструментів успішності для розробки і реалізації стратегії перемоги у формі п'яти Законів Нестандартного Лідерства [6]: 1) Будьте індивідуальні – зосередьтеся на ваших унікальних здібностях і ростіть. 2) Перенесіть стратегічне в щоденне: створіть і поєднайте крос-функціональний потенціал, який забезпечує ваші стратегічні наміри... замість копіювання інших. 3) Помістіть Вашу культуру в роботу: замість організації та реорганізації, відзначайте і використовуйте активи Вашої компанії і сильні сторони її культури. 4) Скоротіть витрати, щоб стати сильнішими: замість всебічного урізання витрат скоротіть тільки те, що не має значення і інвестуйте в те, що дійсно важливо. 5) Створюйте майбутнє: перегляньте свої можливості, створіть попит і визначте своє місце на ринку на власних умовах... замість реакції на зміни інших. Слід зазначити, що реалізація запропонованих Законів Нестандартного Лідерства передбачає творчий простір керівників-лідерів у створенні лідерських організацій, що визначає мотиваційну основу зростання ролі індивідуальних і колективних знань.

На думку М. Ке де Врі, лідерські організації дуже чутливі до навколишнього середовища. Саме тому вони згуртовані, мають сильну структуру, спільне бачення світу та систему мислення. Вони «є прихильниками розподіленого лідерства, заохочуючи лідерство на всіх рівнях організації. Підтримують постійні інновації, які є джерелом організаційного життя. Заохочують оптимістичний настрій співробітників, продукують культуру навчання, реальності помилок, сприйняття різностороннього мислення та дій, продукують наявність системної перспективи, формування синергетичного ефекту» [1, с. 80-82].

Отже, прагнення до формування лідерських організацій спонукає власників бізнесу до пошуку керівників, які володіють

знаннями з фаху та уміннями управління творчими колективами, можуть власним прикладом та проявом різного роду інтелекту (знання, досвід, креативність, емоційна складова, авторитетність) перетворити цінності продукуючого характеру (прагнення до знань, інноваційної праці, отримання нового досвіду на основі ініціативи у розробці та реалізації проєктів) у норми діяльності колективу, мають знання та прагнення використання напрацьованих та креативних підходів для забезпечення прибуткового та соціально-відповідального бізнесу.

В умовах постіндустріального суспільства основними професіями, здатними виступити рушійною силою, слід визнати науковців та підприємців. Відповідно економічною потребою є налагодження взаємовигідного партнерства науки і бізнес-практики, що сприятиме подальшій інтелектуалізації існуючого бізнесу або його повноцінної трансформації у інтелектуально-інноваційний бізнес. Вагомим синергетичним результатом прагнення до інтелектуально-інноваційного лідерства в площині економічної ефективності буде збільшення ринкової вартості організації за рахунок нарощування нематеріальних активів.

Список використаних джерел

1. Кэ де Ври Манфред. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта / Манфред Кэ де Ври. – М.: Альпина Паблишерз, 2003. – 311с.
2. Переосмислення критеріїв успіху в епоху глобальних змін: 19-те щорічне опитування керівників найбільших компаній світу. Результати опитування українських керівників [Електронний ресурс] / PwC Україна, 2016. – 24с. Режим доступу: <http://www.pwc.com/ua/uk/survey/2016/ceo-survey-ukraine-issue.html>
3. Самые инновационные экономики мира: в топе скандинавские страны, лидер – Южная Корея [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://theworldonly.org/rejting-innovatsionnyh-ekonomik/>
4. Топ-100 найбільших компаній світу за ринковою капіталізацією 2014 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.pwc.com/ua/uk/survey/2014/all/global-top-100-2014.html>
5. Хайрутдинов Д. Навыки XXI века: новая реальность в образовании [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://erazvitie.org/article/navyki_xxi_veka_novaja_realnost.
6. Strategy That Works – Harvard Business Review Press – <http://www.pwc.com/ua/uk/survey/2016/strategy-that-works.html>

БАР'ЄРИ ВХОДУ НА ПРОДОВОЛЬЧИЙ РИНОК

Для входу в продовольчий ринок потрібно оцінити його привабливість і визначити ті конкурентні переваги, якими можна скористатись для забезпечення собі стійкий розвиток і стабільне функціонування. Найкращим підходом для оцінки привабливості ринку є аналіз п'яти конкурентних сил М.Портера [1], його теорія знайшла відображення і подальший розвиток в багатьох наукових працях зі стратегічного управління. Узагальнення цієї інформації дозволило визначити основні етапи аналізу дослідження продовольчого ринку:

Перший етап – обґрунтування і визначення теоретико-методологічних засад формування продовольчого ринку регіону, який включає в себе виявлення сутності продовольчого ринку, його структури, принципів формування та основних завдань діяльності.

Другий етап – аналіз природно-географічних, суспільно-географічних, економічних, екологічних чинників формування продовольчого ринку.

Третій етап – оцінка сучасного стану продовольчого ринку регіону, яка включає аналіз функціонально-компонентної, функціонально-територіальної та функціонально-управлінської структури.

Четвертий етап – оптимізація основних напрямів удосконалення територіальної організації продовольчого ринку регіону.

Основними результатами досліджень продовольчого ринку стають прогнози його розвитку, оцінка кон'юнктурних тенденцій, виявлення ключових факторів, які визначають стан ринку в даний момент. Особливо важливою є оцінка сили впливу кожного конкретного фактору продовольчого ринку на загальні зміни.

Важливим елементом структури продовольчого ринку є характер економічних відносин, що виникають між суб'єктами ринка. Мова йде про конкурентне середовище, яке представляє собою змагання виробників і продавців продовольчих товарів за залучення кінцевих споживачів і максимізацію прибутку. В цілому продовольчий ринок у світовому і в державному масштабі відноситься до числа конкурентних. Однак для невеликих територій ступінь конкуренції значно зменшується. Розвиток конкурентного середовища визначається залежно від бар'єрів входу на даний ринок нових господарюючих суб'єктів, які поділяються на бар'єри екзогенного

(обумовлені особливостями ринку) і ендогенного (обумовлені діяльністю діючих на ринку фірм) характеру.

Огляд українських реалій функціонування продовольчого ринку дозволив визначити основні бар'єри входу на продовольчий ринок:

1. Екзогенні бар'єри:

1.1. Обмежена місткість ринку – низька платоспроможність споживачів, зниження чисельності населення, високий ступінь насиченості ринку товарами роблять його малопривабливим для нових господарюючих суб'єктів. Особливо сильний вплив він має на територіях з низьким рівнем життя населення. Для окремих верств населення навіть ненасиченість ринку може стримувати розвиток окремих підприємств галузі.

1.2. Висока частка ринку у невеликій кількості діючих суб'єктів господарювання – ринкові переваги декількох підприємств, що діють на ринку, роблять сильний вплив на споживчі переваги. Такі підприємства за рахунок своїх масштабів є лідерами в зниженні виробничих витрат, мають просунуті товарні марки, налагоджені збутові канали. Це значно ускладнює можливості нових господарюючих суб'єктів. На окремих продуктових ринках є традиційні лідери, конкурувати з якими найчастіше можна лише за рахунок цінових переваг.

1.3. Ефект масштабу виробництва – високе значення точки беззбитковості передбачає необхідність значних обсягів виробництва. Економія на масштабі створює для окремих підприємств значні непереборні конкурентні переваги. Для недорогих продуктів це може бути дуже вагомим фактором.

1.4. Високий рівень первісних капітальних інвестицій – великий розмір інвестицій, необхідний для освоєння випуску і реалізації даного товару стримує потенційних інвесторів від вкладень в даний вид виробництва і обмежує вхід на цей ринок нових суб'єктів. Особливо значимо для галузей, які потребують постійного вдосконалення технологій.

1.5. Сезонність у виробництві і реалізації продукції – сезонні коливання в надходженні сировини та попиті змушують робити додаткові зусилля для забезпечення безперебійного надходження ресурсів і згладжування стрибків попиту. Сезонність може створювати складні умови для ціноутворення продукції. Виробництво майже всіх видів продовольчих товарів тією чи іншою мірою пов'язано з подоланням даного бар'єру.

1.6. Інтеграція діючих на ринку суб'єктів господарювання – вже сформовані вертикальні і горизонтальні зв'язки між діючими на

ринку суб'єктами забезпечують їм збільшення контролю над ринком і обмежують нових суб'єктів. Об'єднання підприємств зменшує можливості малого бізнесу. Вони можуть конкурувати лише на окремих сегментах ринку.

1.7. Адміністративні обмеження – обмеження на той чи інший вид діяльності з боку органів влади (квотування, ліцензування, ускладнений порядок реєстрації), неформальні відносини між органами влади та господарюючими суб'єктами, корупція. Органи влади, переслідуючи власні інтереси або проводячи політику патерналізму, обмежують вихід на зовнішні ринки вітчизняних виробників.

1.8. Економічні і організаційні обмеження – напрями інвестиційної, кредитної, податкової, цінової та митної політик держави не завжди сприяють підвищенню привабливості ринку для входження на нього нових суб'єктів. Особливого значення набуває питання вступу до ЄС через значні конкурентні переваги і високі стандарти якості зарубіжних виробників.

2. Ендогенні бар'єри:

2.1. Багато вітчизняних підприємства харчової промисловості в даний час працюють не на повну потужність, що дає їм переваги порівняно з новими суб'єктами, яким необхідно завоювати ринок.

2.2. Наявні у діючих суб'єктів будь-які ноу-хау, ліцензії, патенти тощо забезпечують їм переваги на ринку і підвищують їх конкурентоспроможність. Цей бар'єр має нетривалий вплив внаслідок того, що у даній сфері складно утримувати в таємниці новації, але на певний період часу може бути суттєвим.

2.3. Контроль над стратегічними ресурсами і володіння джерелами сировини, іншими ресурсами, висококваліфікованими фахівцями тощо обмежують можливості нових суб'єктів в доступу до них і їх використанні. Зазвичай даний бар'єр відчутний на регіональних і локальних продовольчих ринках.

2.4. Явні конкурентні переваги у діючих суб'єктів ринку, а саме перевага по витратах, іміджу, якісним характеристикам, цінам, брендам, тощо, ускладнюють можливості нових суб'єктів щодо завоювання даного ринку. Конкурентні переваги окремих підприємств формують стійкі конкурентні переваги, що мають інерційну силу.

Список використаних джерел

1. Michael E. Porter. «The Five Competitive Forces that Shape Strategy», Harvard Business Review, January, 2008, p.86.

РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА У ФОРМУВАННІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Проблема теоретичного усвідомлення поняття «креативної економіки» та креативних індустрій, а також механізмів їх практичного втілення на рівні світової, регіональної та національних економік сьогодні все більше актуалізується й тому потребує подальшого дослідження.

В умовах погіршення кон'юнктури на світових сировинних ринках для України стають актуальними завдання диверсифікованості економіки, пошук нових факторів економічного зростання. Таким фактором є креативність і креативні індустрії. Сьогодні креативні індустрії й послуги, що виникли на перетині мистецтва, культури, бізнесу й технологій, становлять розвинутий і самодостатній сектор світової економіки.

Креативність розглядають не тільки як соціальний процес, але і як процес генерації ідей, які перетворюються на товари – культурні або креативні блага [1], основними характеристиками яких є: індивідуальна креативність як невід'ємний елемент виробництва; втілення культурних знаків для споживачів; інтелектуальна власність невід'ємна від індивіда або групи осіб – продуцентів культурних благ [2].

Щодо підприємництва креативність виступає в декількох значеннях: як елемент інтелектуальної діяльності (знання, якими володіє підприємець, пошук нестандартних варіантів розв'язання поставлених завдань; можливість багатоваріантності вирішення проблеми), а також як особлива властивість малого підприємництва, що сприяє створенню нових бізнес-моделей функціонування малого підприємства. Окрім того, наявність креативності у розвитку малого бізнесу пояснює його властивість миттєво реагувати на зміни кон'юнктури ринку, сприйнятливість до інновацій, високу мобільність.

Згідно дослідження [3], 80% творчих бізнесів ЄС – це малі підприємства, 60% з яких – мікропідприємства з 1–3 робочими місцями. При цьому великий бізнес складає менше 1%, але забезпечує близько 60% обороту. Проте, державна і муніципальна політика в сфері творчих індустрій практично завжди спрямована на підтримку підприємців малого бізнесу.

Перешкодою, що ускладнює розвиток креативних індустрій, найчастіше вважається нестача досвіду й знань у підприємців,

незнайомих зі специфікою роботи творчих проектів. Змінити ситуацію допомагає запуск регулярних освітніх курсів для представників бізнесу, а також розробка посібників і настанов зі створення й просування креативних ініціатив.

Так, у 2016 році Європейський інвестиційний фонд та Європейська Комісія оголосили про запуск схеми гарантування кредитів малому бізнесу з сектору креативної економіки (культурних та креативних індустрій) обсягом 121 млн. євро. Очікується, що завдяки цьому механізму банки та інші фінансові організації нададуть понад 600 млн. євро кредитів організаціям креативної економіки. Схема покриватиме до 70% ризику неповернення окремих кредитів організаціям креативної економіки і до 25% ризику загального кредитного портфелю для організацій креативної економіки банкам-учасникам.

Європейська мережа креативних хабів – це дворічна програма, яку втілює Британська Рада спільно з шістьма європейськими хабами (у Греції, Португалії, Німеччині, Сербії, Великій Британії та Іспанії), а також Європейською мережею бізнес-інноваційних центрів. Цілями програми, зокрема, є підтримка функціонування і розвиток культурних хабів у Європі; створення спільноти досвідчених менеджерів хабів по всій Європі; популяризація хабів як інноваційної моделі, що сприяє розвитку креативної економіки в Європі. У рамках програми підтримуються різноманітні конференції, навчальні програми та надаються тревел-гранти, сприяючи обміну досвідом між різними хабами.

Слід зазначити, що за сприяння Британської Ради в Україні три українських хаби («Ізоляція», «Часопис» та ImpactHubOdessa) відвідали перший Форум Європейської мережі креативних хабів у Белграді у вересні 2016 року [4]. Бум коворкінгів, грандіозні плани щодо «переформатуванняВДНГ» у Києві, проект «Тепле місто» в Івано-Франківську і підготовка до створення креативного кварталу у Львові дають достатньо підстав подивитися системно на весь творчий рух в Україні у напрямку розбудови креативних та творчих галузей.

В умовах перманентної кризи, що охоплює усі складові соціально-економічної системи України, обмеженості матеріальних й фінансових ресурсів, здатність країни до забезпечення її регіонів необхідною інформацією, знаннями, створення мереж обміну знаннями й технологіями, їхнього поширення й ефективного використання стають основними факторами стимулювання регіонального розвитку й вимагають формування відповідного середовища. В умовах упровадження політики децентралізації пошук шляхів

усунення більшості регіональних проблем повинен бути спрямований на визначення внутрішніх механізмів їхнього вирішення в самому регіоні, найбільш ефективним і реалістичним із яких є інноваційно-креативний.

Міжнародний досвід показує, що розвиток креативних індустрій сприяє збільшенню інвестиційної привабливості територій, зростанню кваліфікації працівників, мотивації інновацій і творчості, підвищенню конкурентоспроможності міст. Стратегія креативних індустрій породжує нові форми співпраці організацій в рамках формування інноваційних екосистем різного рівня.

Здійснювана політика щодо розвитку креативної економіки має ґрунтуватися на усвідомленні її міждисциплінарної природи – економічної, культурної, соціальної, технологічної та екологічної складових. Вона має бути спрямована на забезпечення узгоджених дій владних інституцій, інститутів та механізмів, спрямованих на підтримку розвитку креативних та пов'язаних з ними галузей економіки.

Список використаних джерел

1. Stoneman P. Soft Innovation: Towards a More Complete Picture of Innovative Change [Електронний ресурс] / P. Stoneman. – NESTA research report, London, 2009. – Режим доступу : https://research.mbs.ac.uk/INNOVATION/.../Stonemansoftinnovation..._en.pdf
2. Creative economy report 2010. – [Електронний ресурс]. – UN : UNCTAD, 2010. – Режим доступу : unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf.
3. UNCTAD, Creative Economy Report 2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf
4. European Creative Hubs Network. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.britishcouncil.org.ua/programmes/arts/creative-economy/hubs>

Халіман О.В., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Становлення та розвиток підприємств торгівлі в Україні супроводжується впливом різноманітних чинників та процесів, що

обумовлені загостренням конкуренції, зміною ринкових механізмів функціонування зазначених суб'єктів, механізмів оподаткування, ціноутворення, кредитування тощо. За таких умов, особливого значення набуває потреба у розробці якісно нових та науково обґрунтованих рішень, що стосуються перспектив підприємств торгівлі до структурних економічних зрушень, їх беззбиткової та ефективної діяльності. У цьому контексті має надзвичайно важливе значення характеристика системи управління економічним розвитком підприємств досліджуваної сфери, раціональне формування котрої б сприяло стійкості їх функціонування та швидкій адаптації до конкурентних умов господарювання.

Розвиток підприємства є надскладним процесом, ефективності якого можливо досягнути лише в умовах високого рівня керованості ходом його забезпечення та здійснення ретроспективної та перспективної оцінки. Зокрема ретроспективна діагностика дає змогу побудувати історичний базис розвитку та визначити початкові умови для зміни підприємством свого якісного стану, а перспективна оцінка формує орієнтири та окреслює горизонти розвитку підприємства, що є вихідними положеннями розробки науково-обґрунтованих та практично прийнятних підходів до забезпечення стійкого економічного розвитку підприємств торгівлі [1, с. 243]. З метою забезпечення ефективного та стійкого розвитку підприємств торгівлі поняття «система управління економічним розвитком підприємства» потребує ґрунтовного наукового дослідження з метою визначення основних його характеристик, специфіки вживання та застосування у господарській діяльності досліджуваних суб'єктів.

З точки зору наукових методів характеристики складних комплексних дефініцій найбільш вживаним і раціональним є таксономічний підхід. Таксономія – це наука про класифікацію, систематизацію чи сутнісно-структурну визначеність об'єктів, явищ, процесів, що побудовані на основі їх природної взаємопов'язаності. Доцільність використання таксономії полягає у можливості здійснення ґрунтовного опису економічних категорій, що мають складну ієрархічну структуру чи розташовані послідовно за наростаючою складністю [2, с.97]. Втім, необхідно враховувати специфіку підприємств торгівлі України, їх залежність від цінового механізму, конкурентного середовища, споживчих потреб при обґрунтуванні системи управління економічним розвитком діяльності зазначених суб'єктів.

Більшість вітчизняних і зарубіжних авторів приділяє увагу формуванню систем управління на засадах системного, функціонального,

поведінкового, комплексного, ситуаційного, адміністративного та інших підходів. Більш ґрунтовне узагальнення сучасних підходів до управління розвитком підприємств торгівлі запропоновано у праці О. В. Березіна, О. М. Мезенцевої. На думку авторів для забезпечення ефективного управління розвитком підприємств торгівлі та розробки відповідних механізмів можуть бути використанні ситуаційний, системний, рефлексивний, синергетичний, ієрархічний та кумулятивний підходи. Кожен підхід обирається залежно від господарського стану підприємств торгівлі, наявності ресурсного забезпечення, системи управління, стратегічних цілей та завдань, положення суб'єкта господарювання на споживчому ринку, сильних сторін та можливостей підприємства тощо [3, с. 199].

Широта змісту поняття «управління» полягає в тому, що йому як явищу властиві специфічні та загальні риси. До загальних рис належить: встановлення відповідності дій між економічними суб'єктами явища, що аналізуються, і здійснення на них відповідного впливу, а до специфічних рис – організованість, планомірність, координування, стимулювання і контроль.

Виходячи із сказаного вище, досліджувана нами система управління економічним розвитком підприємства торгівлі з однієї сторони передбачає наявність у ній структурних елементів та взаємозв'язків між ними, а з іншої – безперервне функціонування її як багаторівневої динамічної впорядкованої системи, що визначається особливостями економічного розвитку підприємств торгівлі та взаємовідносинами із зовнішнім середовищем.

Зазначена система за умови високої і жорсткої конкуренції повинна:

- бути гнучкою до змін зовнішнього середовища, швидко реагувати на потреби ринку, забезпечувати їх необхідними товарами та асортиментом;
- бути адекватною до виробничого процесу та технологічних його особливостей;
- застосовувати інноваційні методи організації праці, контролю якості продукції та збутової діяльності, механізмів прийняття раціональних управлінських рішень щодо оптимізації витрат та пошуку резервів підвищення прибутковості;
- бути постійно орієнтованою на реалізацію стратегії удосконалення системою управління через удосконалення комплексної системи цілей, впровадження новітніх засобів

керівництва, удосконалення організаційної структури підприємства, адаптації світового досвіду в управлінні господарськими процесами та контрагеських взаємовідносин із іноземними партнерами, застосування сучасних методів удосконалення інформаційної складової системи тощо.

Список використаних джерел

1. Березін О. В. Компаративний аналіз наукових підходів до поняття «управління розвитком підприємств торгівлі» / О. В. Березін, О. М. Мезенцева // Проблеми економіки. – 2015. – № 2. – С. 240-246.
2. Ващенко Н. В. Обґрунтування концепції управління розвитком підприємства / Н. В. Ващенко // Академічний огляд. – 2014. – № 1 (40). С. 94-102.
3. Шубін О. О. Методичний підхід до забезпечення стійкого економічного розвитку торговельного підприємства / О. О. Шубін, К. О. Іванчук // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – № 1 (16). – С. 195-202.

Хлопяк С.В., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ІНФОРМАТИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

Впровадження сучасних інформаційних систем і технологій в практику діяльності підприємств сфери туризму докорінним чином змінює традиційні основи функціонування ринку туристичних послуг, трансформує організаційні, економічні та фінансові механізми взаємодії його суб'єктів. Туризм дедалі більше перетворюється у глобальний комп'ютеризований бізнес, що у технологічних ланцюгах горизонтальної та вертикальної інтеграції об'єднує найбільші авіаційні та залізничні компанії, готельні мережі, заклади ресторанного господарства, гірськолижні курорти, парки розваг, туристичні компанії. Внаслідок цього туристичний продукт стає гнучкішим, доступнішим, і зрештою, привабливішим для споживача.

Специфіка і напрями діяльності, час існування на туристичному ринку, обсяги виконуваних операцій та чисельність зайнятих визначають рівні програмно-апаратного забезпечення туристичних підприємств. За якісним складом та технічною складністю вони

можуть бути зведені до п'яти основних ступенів інформатизації підприємницької діяльності в туризмі:

1. Використання стандартного програмного забезпечення, зокрема, різноманітних офісних програм, готових баз даних Access, програм-перекладачів, бухгалтерських та фінансових додатків, систем управління документами.

Офісні програмні продукти використовуються як самостійно, так і у складі інтегрованих пакетів. У теперішній час в операційному менеджменті туристичних підприємств найчастіше застосовуються такі пропріетарні пакети офісних програм як Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Outlook) компанії Microsoft; WordPerfect Office for Windows компанії Corel; Lotus SmartSuite компанії IBM Lotus Software, що входить до групи компаній IBM Software Group. Серед вільного програмного забезпечення слід відзначити офісні пакети Calligra Suite у складі KDE та OpenOffice від Apache Software Foundation.

2. Застосування спеціальних автоматизованих систем управління (АСУ) туристичними підприємствами. Ринок програмного забезпечення, призначений для реалізації управлінських та виробничих функцій в галузі туризму, досить великий і необхідність розробки власних програмних продуктів виникає здебільшого тільки при вирішенні унікальних підприємницьких завдань.

Широке розповсюдження у діяльності вітчизняних туристичних підприємств отримали як зарубіжні автоматизовані інформаційні системи – «Майстер-Тур», «Само-Тур», MS Dynamics CRM, Terrasoft CRM, так і програмні комплекси українського походження – «Парус-Турагентство», «Оверія-туризм», «Бек-Офіс» і «Розрахунок цін» від компанії «Тітбіт» тощо.

Однією з найбільш поширених систем автоматизації бізнес-процесів туристичних компаній на національному інформаційному ринку є програмний модуль «Парус-турагентство» платформи «Менеджмент-маркетинг 7.40», який повністю адаптований під чинне українське законодавство, відповідає міжнародним вимогам, відзначається простотою використання та зручним інтерфейсом. Модуль дозволяє виконувати операції з ведення деталізованого обліку особистих даних та інших параметрів клієнта (П.І.Б., паспортні дані, контакти, дисконти, бонуси і т.д.); реєстрації даних про туристичні та ділові поїздки; врахування основних і додаткових параметрів квитків на різні види транспорту; здійснення візової підтримки; формування на підставі заявок рахунку, договорів та платіжних документів; ведення обліку додаткових послуг (бронювання квитків, страхування, оренда транспорту та ін.), наданих знижок і отриманих націнок, розрахунків із

клієнтами і туроператорами; відслідковування джерел ініціювання контактів; створення звітів у розрізі інформації, внесеної до системи.

Проблема пошуку та аналізу інформації про автоматизовані туристичні інформаційні системи суттєво полегшується тим, що більшість розробників дають можливість на практиці оцінити всі переваги та недоліки пропонованих продуктів за допомогою роботи в тренувальних системах і демонстраційних версіях, безкоштовно розповсюджуваних серед потенційних користувачів.

3. Використання глобальних систем дистрибуції (Global Distribution System, GDS) туристичних послуг: «Amadeus», «Galileo», «Sabre», «Worldspan» та ін., що забезпечують швидке та зручне бронювання квитків на транспорті, резервування місць у готелях, прокат автомобілів, обмін валюти, замовлення квитків на розважальні і спортивні заходи тощо.

Розвиток інтернет-технологій та зручних орієнтованих на споживача програмних продуктів, що функціонують у інтернет-середовищі, позбавили GDS основних їх традиційних недоліків – великої вартості встановлення та необхідності у тривалому навчанні співробітників туристичних підприємств. Цією обставиною був даний новий поштовх до розвитку GDS і навіть спричинений перерозподіл лідерських позицій серед них: на провідні місця за обсягом продажів вийшли Worldspan, який першим запропонував ряд вдалих інтернет-орієнтованих технологій, і Sabre з його порталом Travelocity.com та низкою інших успішних проектів.

Базові конфігурації деяких туристичних АСУ передбачають підключення до однієї з глобальних систем бронювання, що значно розширює можливості їх практичного використання.

4. Поєднання автоматизованих систем управління із системами онлайн-бронювання туристичних послуг. Так, згадана вище програма автоматизації «Бек-офіс» компанії «Тітбіт» може бути інтегрована з онлайн-системою «Тибет» від того ж розробника, що встановлюється на спеціально виділеному сервері туроператора. При цьому користувачу стають доступними ціни турів, інформація про розклад і наявність місць на рейси, вільні номери у готелях, акції оператора за країнами-напрямами та інші відомості. Кожен агент отримує «особистий кабінет», де відстежує свої заявки та історію їх обробки, дані за візами для клієнтів (подача / відкриття або відмова), коментарі до документів на замовлення тощо. В свою чергу, співробітники підприємства-туроператора можуть обробляти «листи замовлень» не тільки зсередини офісу, але і ззовні у режимі онлайн.

5. Участь в електронній торгівлі або електронному бізнесі. Під електронною торгівлею (e-commerce) розуміють будь-які форми ділових угод, за яких взаємодія сторін здійснюється з використанням автоматизованих систем електронного документообігу, у результаті якого право власності або право користування товаром або послугою передається від однієї особи іншій. У сфері туризму реалізація цієї технології набуває вигляду туристичного електронного магазину – типу сайтів, що тільки починають формуватися на вітчизняному онлайновому туристичному ринку. Головна їх особливість полягає у наявності деталізованого опису кожного туру та готельного номеру з можливістю їх електронного замовлення та оплати.

Нерозвинена система інтернет-платежів в Україні не дозволяє сьогодні використовувати функціонал таких сайтів у повному обсязі, проте за їх допомогою турист має змогу визначитися з туром або готелем, зробити їх попереднє замовлення. Якщо у програмному забезпеченні електронного магазину туристичного підприємства передбачений зв'язок із внутрішньою системою автоматизації, то до моменту приходу клієнта в офіс йому можуть бути підготовлені усі необхідні документи, оформлене бронювання туру у оператора і т.п.

У перспективі технологічний розвиток засобів інформатизації туристичної діяльності повинен створити умови для подальшого еволюціонування бізнес-процесів підприємств сфери туризму у напрямку безпаперових електронних форм організації, а також забезпечити підвищення загальної ефективності їх операційної, фінансової, маркетингової, консалтингової діяльності та якості туристичного обслуговування.

Хмурова В.В., канд. екон. наук, доц.,

Київський національний торговельно-економічний університет

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

В жорсткому конкурентному середовищі вітчизняні підприємства можуть успішно діяти завдяки створенню механізму забезпечення стійкого стану на ринку. Під механізмом стійкості на рівні підприємства необхідно розуміти сукупність економічних, екологічних і соціальних факторів. Економічна стійкість в більшості забезпечує досягнення стійкості і в інших напрямках функціонування підприємства. Економічну стійкість підприємств на конкурентному

ринку сучасна теорія і практика поєднує з забезпеченням конкурентоспроможності. Цей підхід закладено в основу чинного стратегічного менеджменту.

Під стійким станом (функціонуванням) підприємства розуміють здатність зберігати (або нарощувати) обсяги реалізації продукції (послуг) продовж тривалого періоду часу при різноманітних змінах в інфраструктурі та при коливаннях споживчого попиту [1].

Конкуренція – одна з існуючих ознак ринків, механізм регулювання виробництва. Конкуренція – це центр тяжіння всієї системи ринкового господарювання, тип взаємовідносин між виробниками з приводу встановлення цін та обсягів пропозиції товарів на ринку [2].

Термін «потенціал» у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова «potential» й означає «приховані можливості», які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю [3].

На думку автора, визначення конкурентоспроможності недостатньо для характеристики діяльності підприємства в конкурентному середовищі. Вважаємо за доцільне введення поняття конкурентоздатність та конкурентостійкість.

Вивчивши тлумачення слів: здатності та спроможності, ми пропонуємо наступні визначення економічних категорій конкурентоздатності та конкурентоспроможності.

Конкурентоздатність – це наявність внутрішніх факторів, які дадуть змогу (теоретично) завоювати ринок за допомогою продукції власного виробництва, або це можливість знаходити шляхи для досягнення переваг над іншими учасниками ринку, за рахунок внутрішніх факторів.

Конкурентоспроможність – це наявність внутрішніх та зовнішніх факторів, які відображають відповідність підприємства вимогам конкурентного середовища та можливість збуту його продукції.

Конкурентостійкість – це можливість підприємства втримати свою нішу та/або розширити її.

Розглянувши визначення відомих вчених, пропонуємо узагальнене визначення потенціалу. Потенціал – це можливість підприємства забезпечити досягнення встановлених цілей, виробляти реакцію, що відповідає вимогам зовнішнього середовища. У стратегічному менеджменті розглядають фінансовий, маркетинговий, виробничий, управлінський та кадровий потенціал. Але жодної уваги не приділено підприємницькому потенціалу.

Підприємницький потенціал – це можливість підприємства знаходити та використовувати нові види продукції, розробки нової

техніки і технології, нові форми організації виробництва та управління. Використання пропозицій власних робітників, копіювання найкращого досвіду провідних компаній, спеціальні розробки для фірми. Основним ресурсом для підприємницького потенціалу є люди. Саме люди є джерелом пошуку підприємницької ідеї та носіями кореневих компетенцій. Як правило, найкращі ідеї можна знайти на власному підприємстві, але необхідно мотивувати і зацікавити працівників.

Виходячи з цього, підприємницький потенціал необхідно розглядати, як відкриту систему, тому що він знаходиться під впливом факторів зовнішнього середовища: законодавчої бази, змін у зовнішній політиці, розвиток пріоритетних галузей, рівень освіти населення, рівень життя і інше; та внутрішнього середовища: нові розробки, нові джерела фінансування і ін.

Жорстка конкуренція вимагає від підприємств не тільки визначення їх підприємницького потенціалу, конкурентостійкості, але й розробки стратегій розвитку. Підприємство може бути конкурентоспроможним, тобто мати певні переваги, але це короткостроковий успіх в більшості випадків. Для постійності на конкурентному ринку, тобто конкурентостійкості, йому необхідно використовувати весь свій підприємницький потенціал протягом всього життєвого циклу.

Існує методичний підхід поєднання показників підприємницького потенціалу, конкурентостійкості підприємства та частки ринку, яку воно займає, який складається з чотирьох етапів.

На першому етапі визначаємо підприємницький потенціал. Оскільки підприємницький потенціал це сукупний показник, який складається з п'яти групових показників: інноваційної діяльності, організаційно-технічного рівня, фінансових, підприємницьких та якісних характеристик, які впливають на підприємницьку діяльність.

На другому етапі розраховуємо показник конкурентостійкості підприємства.

На третьому етапі розраховуємо долю ринку

На четвертому етапі будуємо графік залежності коефіцієнта підприємництва та конкурентостійкості підприємства з урахуванням долі ринку даного підприємства,

Отриману матрицю можна поділити на шість квадрантів, для кожного з якого є підприємства характерного типу: I квадрант – це підприємства аутсайдури. II квадрант – підприємство проспектор. III квадрант – захисник витрат. IV – диверсифікований аналізатор.

Підприємствам з низьким підприємницьким потенціалом та середньою конкурентостійкістю рекомендується стратегія розвитку.

Стратегія стабілізації притаманна підприємствам, які мають високу конкурентостійкість та підприємницький потенціал. Підприємства, які мають низький підприємницький потенціал та конкурентостійкість, потребують впровадження стратегії реструктуризації. Обравши певну стратегію, керівництву підприємства необхідно усвідомити необхідність її впровадження та розробки планів щодо досягнення поставленої мети.

Список використаних джерел

1. Стратегическое управление организационно-экономической устойчивостью фирмы: Логистикоориентированное проектирование бизнеса / А.Д. Канчавели, А.А. Колобов, И.Н. Омельченко и др.; под ред. А.А. Колобова, И.Н. Омельченко. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2001. – 600 с.
2. Економічна енциклопедія / Під ред. Мочерного С.В. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – В 3-х томах
3. Короткий тлумачний словник української мови / Під ред. Д.Г. Гринчишина – К.: Радянська школа, 1988. – 320 с.

Чаюн І.О., канд. екон. наук, доц.,

Хуторна Д.М., магістр,

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

В умовах ринкової економіки у підприємств існує потреба у пошуку нових підходів та способів управління діяльністю. Важливим є здійснення контролю та обґрунтоване, раціональне та швидке прийняття управлінських рішень. Тому з'являється необхідність в такій управлінській технології, яка б поєднувала окремі функції у єдиній системі. Однією з прогресивних технологій фінансово-економічного управління є впровадження на підприємствах контролінгу.

В наш час активно проводиться дослідження і впровадження контролінгу у діяльність підприємств в усьому світі. На сьогоднішній день не існує єдиного тлумачення сутності контролінгу. На основі

дослідження історичної ретроспективи та різних підходів науковців, авторами запропоновано власне визначення сутності контролінгу.

Контролінг – це система управління підприємством, що базується на інтеграції обліку, бюджетування, організації, контролю та стимулювання за всіма процесами діяльності підприємства з метою аналітичної підтримки менеджменту, спрямована на визначення і досягнення оперативних та тактичних цілей діяльності підприємства.

Головною метою контролінгу є орієнтація управління на досягнення поставлених підприємством цілей, за допомогою інформаційної, аналітичної, методичної підтримки керівництва. Також метою може визначатися підтримання ефективного функціонування підприємства.

Слід зазначити, що розвиток контролінгу значно залежав від особливостей національної економіки певної країни, наприклад, існують європейська та американська школи. Проте не менш цікавою та дієвою є японська модель. особливість якої проглядається як через призму соціальної ментальності, так і через характер ведення бізнесу. Аналіз показав, що відмінність цих моделей пояснюється тим, що в Європі центральне місце займає внутрішній облік, в США у функції контролінгу додатково включені завдання фінансового обліку, а в Японії додаються завдання «інноваційної хвилі» – пошуку, придбання, аналізу та впровадження новинок для безупинного розвитку, завдання «росту кадрів» – постійне навчання кадрів, та завдання «футуристичної мотивації» (само мотивації) – акцентування.

Щодо розвитку контролінгу в Україні, варто відзначити, що протягом останніх десяти років відбулося значне проникнення провідних закордонних управлінських знань у галузі контролінгу, зокрема у практику вітчизняного бізнесу великих підприємств, у таких сферах діяльності, як: управління корпоративними фінансами, банківська і страхова діяльність, авіаційна та аерокосмічна галузь, важка металургія, харчова і фармацевтична промисловість.

Чимало науковців приділяло увагу до визначення основних етапів впровадження системи контролінгу в структуру управління підприємством. Процес впровадження системи контролінгу на підприємстві передбачає наступні етапи: підготовчий; активне впровадження контролінгу; оцінка отриманих результатів (експертиза).

Підготовчий етап є фундаментальною базою для впровадження, оскільки створюється організаційне забезпечення формування системи контролінгу (проектна команда). Цей етап передбачає ще такі заходи, як діагностика існуючої системи управління, системи обліку, документообігу; розроблення системи мотивації працівників;

визначення цілей системи контролінгу та цільових орієнтирів; формування інструментарію; розробка бюджету впровадження контролінгу; проведення необхідних навчальних заходів та програм (навчання проектної команди).

На другому етапі відбувається безпосереднє впровадження контролінгу через проектування його складових. Для цього використовуються інформація та знання одержані на підготовчому етапі розробки. Важливим заходом етапу є побудова оперативного та стратегічного контролінгу. Наступними заходами етапу активного впровадження є формування підсистем управління – інформаційного, методичного, організаційного, кадрового забезпечення. Не менш значимим є забезпечення дотримання принципів контролінгу. Завершення другого етапу – упровадження контролінгу на підприємстві на постійній основі.

Третій етап має назву «оцінка отриманих результатів». Відбувається експертиза контролінгу, зокрема отриманих результатів в ході застосування цієї управлінської технології. Планові показники порівнюються з фактично отриманими, визначається ефективність впровадження контролінгу на підприємстві та його результативність.

Система контролінгу на підприємстві включає в себе встановлення цілей, інформаційні потоки, розробку рекомендацій для прийняття управлінських рішень, планування, управлінський облік, аналіз планів, результатів, відхилень, контроль та моніторинг. Також до системи контролінгу відносять конкретні схеми взаємодій вищих органів управління та професіоналізм персоналу.

Система цілей – це сукупність взаємопов'язаних загальних та специфічних цілей. Ціль контролінгу є похідною від стратегічних цілей підприємства. Контролінг повинен сприяти досягненню головної вартісної (монетарної) цілі підприємства – оптимізації фінансового результату через максимізацію прибутку і цінності капіталу при гарантованій ліквідності. Разом з тим за допомогою контролінгу досягнення даної мети координується з досягненням соціальних і ринкових цілей і необхідними для цього заходами і ресурсами. Оптимізація фінансового результату при гарантованій ліквідності може розглядатися як головна мета контролінгу, для досягнення якої вирішуються основні завдання контролінгу – формування цілеспрямованого комплексу заходів по досягненню головної мети.

Контролінг передбачає вибір системи показників, на підставі яких відбуваються оцінка результатів діяльності і поточного стану, а також планування напрямів розвитку. Система контролінгу визначає набір показників, які характеризують зміни як внутрішнього, так і

зовнішнього середовища та повинні відповідати ключовим показникам ефективності.

KPI (key performance indicators) – це ключові індикатори результативності; індикатори, які характеризують рівень досягнення ключових цілей компанії (центрів відповідальності) та стан основних чинників впливу на результати діяльності. На основі їх аналізу робиться висновок про результативність діяльності підприємства в цілому та окремих його складових. Ключові індикатори конкретизуються та персоніфікуються у розрізі окремих працівників, рівнів управління та сегментів бізнесу. На практиці концепція KPI тісно пов'язана зі стимулюванням персоналу, оскільки на основі системи показників KPI зазвичай будується система стимулювання співробітників компанії.

У теорії і на практиці для оцінювання результативності діяльності найчастіше використовують такі групи фінансових показників :

- абсолютні показники прибутку, що визначаються за даними бухгалтерської звітності: чистий прибуток, ЕВІТ, ЕВТ, NOPAT і т. п.;
- відносні показники рентабельності: рентабельність власного капіталу, рентабельність активів, рентабельність інвестицій, рентабельність продажу тощо;
- відносні та абсолютні показники чистих грошових потоків: Cash flow, Free Cash flow, CFROI, CFROE;
- вартісно-орієнтовані показники: EVA, CVA, MVA, SVA.

Отже, на сучасному етапі запорукою ефективного функціонування підприємств є прийняття обґрунтованих оперативних та стратегічних управлінських рішень та розроблення стратегій розвитку. Сьогодні контролінг визначають як координацію процесу прийняття рішень. Сучасна концепція контролінгу як управлінської технології є універсальною, оскільки поєднує в собі елементи економіки, фінансів, менеджменту, обліку, маркетингу, аудиту та інші. В Україні ще не досягнуто такого широкого застосування цієї управлінської технології, як, наприклад, у країнах Західної Європи та США. Враховуючи нестабільність зовнішнього середовища, конкуренцію та наявність ризиків, розробка контролінгу на вітчизняних підприємствах є доцільною, оскільки це забезпечить управління майбутнім для тривалого функціонування та досягнення поставлених цілей.

*Чмир О.С., д-р екон. наук, проф., зав. відділу
сприяння інноваційній діяльності,
ДНУ «Український інститут науково-технічної
експертизи та інформації»*

ІНФОРМАЦІЙНА ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Інновації є основою розвитку економіки та суспільства в цілому, забезпечують прогрес виробничої сфери, при належному регулюванні сприяють збереженню та відновленню екосистем, дозволяють запроваджувати нові інструменти підтримки суспільних трансформацій. Вони реалізуються під час інноваційного підприємництва, – самостійної, ініціативної, систематичної, здійснюваної суб'єктами господарювання (підприємцями) на власний ризик господарської діяльності з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку, під час якої відбувається створення, впровадження, поширення та реалізація інновацій, використання і комерціалізація результатів наукових досліджень та розробок й випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг.

За даними Державної служби статистики України інноваційною діяльністю займаються до 20% обстежених промислових підприємств, чисельність працюючих на яких перевищує 50 осіб. У першу чергу це підприємства з виробництва «фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів (47,5%), автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів (38,2%), комп'ютерів, електронної та оптичної продукції (37,5%), інших транспортних засобів (36,1%), коксу та продуктів нафто перероблення (28,6%), електричного устаткування (28,2%)» [1].

Основним джерелом фінансування інноваційних витрат традиційно є власні кошти підприємств – понад 90% сукупних витрат на інновації. Причому на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення ними у останні 5 років витрачається від 60 до 80% сукупних інвестицій, на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки припадає від 7 до 22%, придбання інших зовнішніх знань (придбання нових технологій) – від 0,4 до 2,3%, решта спрямовується на навчання та підготовку персоналу для розроблення і запровадження нових або значно вдосконалених продуктів та процесів, заходи з ринкового упровадження інновацій та інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій.

Для того, щоб стимулювати інноваційну діяльність, важливо забезпечити сприятливий інвестиційно-інноваційний режим, який буде економічно мотивувати й підтримувати такого роду діяльність. Разом з тим, без розвитку інноваційної інфраструктури фінансово-економічні інструменти не дадуть очікуваного ефекту. Адже підприємці потребують доступу до якісної актуальної та вільно поширюваної інформації про результати вітчизняних і закордонних наукових розробок, які можна використати в інноваційному виробництві, а також відомостей про їх авторів та наукові колективи, які отримали перспективні результати й готові їх впроваджувати, співпрацюючи з бізнесом.

Одним з важливих елементів такої інфраструктури (поряд з мережами на кшталт European Enterprise Network та Національної мережі трансферу технологій) має стати Національний репозитарій академічних текстів – загальнодоступний електронний архів, ресурс відкритого доступу, розміщений у мережі Інтернет і доступний для користувачів з будь-якого місця у будь-який час. Вважаємо, що цей репозитарій є сенс будувати, інтегруючи академічні тексти, а також інші відкриті наукові дані, формуючи тим самим його основні ресурси – ядро, тематичні колекції і бази даних. Вони повинні містити лише верифіковану за спеціальними процедурами відкрити наукову, науково-технічну, освітньо-наукову інформацію, отриману від інституціональних учасників за певними встановленими процедурами. Зокрема, до ядра мають входити академічні тексти, а саме: кваліфікаційні (випускні) роботи здобувачів освіти; дисертації на здобуття наукового ступеня та автореферати дисертацій; статті у рецензованих наукових виданнях; наукові видання (монографії, збірники наукових праць, матеріали наукових конференцій); звіти про науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи; депоновані роботи, які пройшли процедуру рецензування; підручники навчальні посібники та інші науково- та навчально-методичні праці.

Тематичні колекції та бази даних доповнюватимуть ядро репозитарію і охоплюватимуть зібрані за певними критеріями підбірки академічних текстів та інших даних, спеціально сформовані для вирішення конкретних наукових, освітніх та інноваційних завдань або полегшення роботи з інформацією. Бази даних наукових досліджень та великих даних (big data) будуть розміщуватись у репозитарії відповідно до чинного законодавства за умови, що їх наповнення не має обмежень для оприлюднення та надання у відкритий доступ для публічного використання. Вони можуть мати завершений характер та бути самостійно значимими або доповнювати академічні тексти, представлені у

ядрі Національного репозитарію. Користувачі цього сегменту Національного репозитарію при використанні даних обов'язково мають розміщувати результати власної роботи з ними (комп'ютерної обробки, структурування, моделювання, аналізу тощо) у відкритий доступ на додаткових ресурсах Національного репозитарію, з відповідним посиланням на джерело.

Реферативна база патентної інформації – важливий сегмент інформаційних ресурсів Національного репозитарію. Його можна побудувати на основі коротких відомостей про патенти, які будуть відкриті для оприлюднення й некомерційного використання та надходитимуть від інституціональних учасників та офіційних партнерів, за згоди видавців, авторів або правласників.

Будь-хто зможе вільно використовувати академічні тексти та інші дані, що містяться у Національному репозитарії, але при цьому їх зміст не може бути змінений. Копії академічних текстів та інших даних, розміщених у Національному репозитарії, дозволятиметься відтворювати, представляти чи передавати третій стороні і зберігати у базах даних у будь-якому форматі та на будь-якому носії з некомерційною метою без додаткового узгодження. Необхідно буде лише робити коректні посилання на авторів, назву та усі інші обов'язкові елементи бібліографічного опису та URL-посилання на сторінку оригінальних метаданих.

Національний репозитарій не лише надаватиме послуги з користування інформацією про академічні тексти та інші дані, а й забезпечить контрольований доступ до спеціальних універсальних та індивідуально налаштованих інструментів роботи з інформацією. Це дасть можливість користувачам з числа інноваційних підприємств не лише самостійно здійснювати пошук та збереження даних, а й отримувати цільову індивідуально замовлену інформацію про оновлення/надходження інформаційних ресурсів репозитарію, використовувати індивідуально налаштовані аналітичні й пошукові інструменти, одержувати спеціально замовлені послуги.

Отже, створення Національного репозитарію академічних текстів може стати важливим чинником інноваційного розвитку.

Список використаних джерел

1. Доповідь «Інноваційна діяльність промислових підприємств України». – К.: Держстат України, 2015. – 4 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ АРХІТЕКТОНІКИ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Виконання завдань, поставлених в рамках реформування державних підприємств України зумовлює необхідність удосконалення механізму управління фінансовою системою. За умов збиткової діяльності більшості підприємств даного сектору, підготовкою окремих структур до приватизації, втратою зв'язків державного співробітництва передбаченого на етапі їх створення, виникає потреба формування такої фінансової структури, яка б задовольняла поставлені суспільством і державою цілі. Непрозорість фінансової системи державних підприємств та низька питома вага сплачених ними дивідендів у складі неподаткових надходжень до бюджету зумовлюють перегляд структури управління фінансовими потоками. Аналіз наукової літератури дозволив встановити застосування двох понять, які характеризують структуру фінансової системи підприємства – фінансова архітектура та фінансова архітектоніка (табл. 1).

Таблиця 1

Зміст понять «фінансова архітектура» та «фінансова архітектоніка» за різними джерелами

№ зп.	Визначення	Джерело
Фінансова архітектоніка		
1	Сукупність окремих найбільш інтегрованих сфер і ланок національних фінансових систем, функціональних форм організації валютних відносин та світових фінансових організацій, що забезпечує наднаціональне регулювання з метою посилення стійкості світових фінансових ринків, національних валютних ринків на основі принципів і механізмів ринкового та позаринкового розподілу і перерозподілу світових фінансових ресурсів та капіталу	Луцишин З. Сучасна світова фінансова архітектоніка: тенденції та суперечності розвитку в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / З. Луцишин. – Режим доступу : http://soskin.info/ea/2005/5-6/20050506.html

№ зп.	Визначення	Джерело
2	Структура фінансової системи, яка відповідає її внутрішній сутності та забезпечує ефективне функціонування системи формування, накопичення та руху грошових фондів.	[2]
3	Логічна структуризація складових фінансової діяльності підприємства, що забезпечує їх найбільш оптимальне співвідношення, а також враховує зовнішні економічні домінанти та імперативів і через реалізацію фінансових управлінських рішень дозволяє ефективно впливати на весь відтворювальний процес.	Стецюк П. А. Фінансова архітектоніка забезпечення конкурентоспроможності підприємства / П. А. Стецюк // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. – 2014. – Вип. 150. – С. 33–40.
Фінансова архітектура		
	Спосіб, за допомогою якого загальне бачення діяльності організації відображається в його структурі та динаміці. На різних рівнях абстракції вона дає єдиний набір моделей, принципів, керівництв і політик, котрі використовуються для трансформації, синхронізації та розвитку систем у масштабі і контексті діяльності всієї організації в цілому	Willett K. D. Information Assurance Architecture / K. D. Willett. – Boca Raton : CRC Press, 2008. – 588 p.
	Мінливий фінансовий дизайн бізнесу, що охоплює власність, організаційно-правову форму, стимули, способи фінансування та розподілу ризиків між інвесторами	Myers S. Financial Architecture / S. Myers // European Financial Management. – 1999. – Vol. 5. – P. 139.
	Інституціональна структура суб'єкта господарювання, у межах якої будуються його фінансові відносини	Лактіонова О. А. Структурні елементи фінансової архітектури суб'єктів господарювання та особливості їх взаємозв'язку / О. А. Лактіонова, А. С. Лук'яненко // Бізнес-інформ. – 2014. – № 5. – С. 261–270.

Поняття «архітектура» передбачає певну ієрархічність у сполученні між елементами, які утворюють її, тоді як архітектоніка передбачає розгляд розташування елементів та різноманітних зв'язків

між ними, одним з яких є ієрархія, а тому вважається ширшим за значенням [1]. Близькими поняттями, але з відмінністю між поняттями у визначенні ролі ієрархії під час розкриття сполучення між елементами, що утворюють як архітектуру, так і архітектоніку вважає О. Глущенко [2]. Погоджуємось із даним порівнянням та визначаємо фінансову архітектоніку як поняття, яке комплексно характеризує побудову фінансової системи від вхідних потоків шляхом управління до виходу результатних індикаторів діяльності у взаємозв'язку внутрішнього і зовнішнього середовища через призму ризиків. Конструктивним підґрунтям формування фінансової архітектоніки державного підприємства вбачаємо об'єкти (вхідні потоки), інструменти та елементи, що впливають на ефективність системи фінансового управління, логічна взаємодія яких забезпечує визначення результативних показників діяльності за всіма видами фінансових операцій. Для розуміння фінансової архітектоніки державного підприємства на рис. 1 подано її складові в системі фінансового управління державним підприємством.

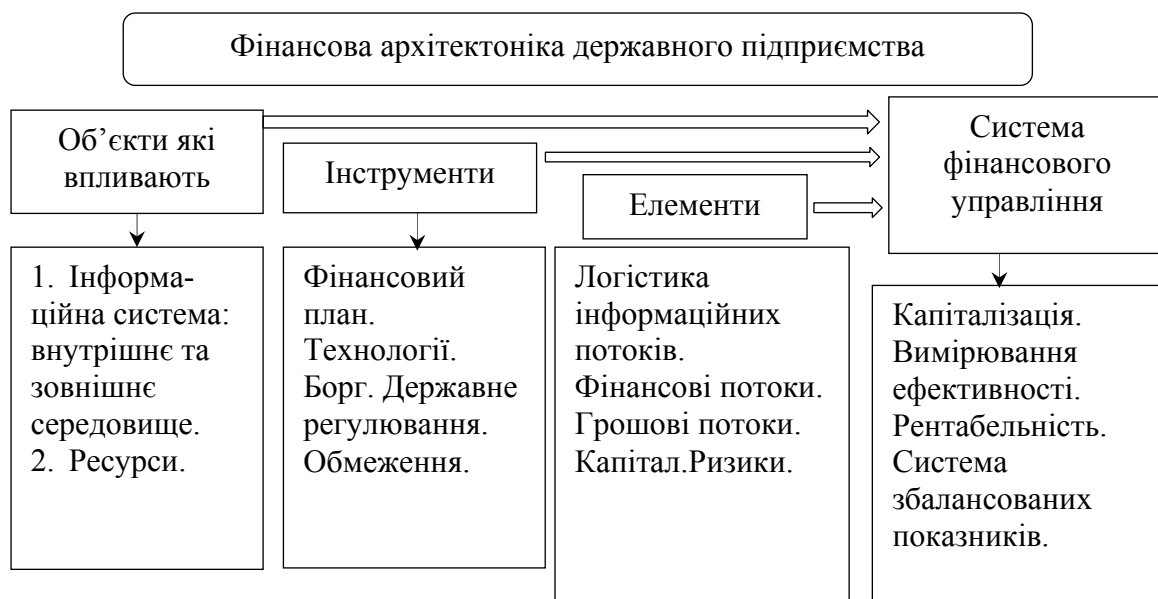


Рис. 1. Складові фінансової архітектоніки державного підприємства

Отже, фінансова архітектоніка державного підприємства має ґрунтуватись на організаційних (структура, відповідальність, узгодженість) та економічних (потоки, капітал, результати, ефективність) засадах враховуючи структуру капіталу, рівень бюджетної підтримки, систему корпоративного управління.

Список використаних джерел

1. Волинчук Ю.В. Фінансова архітектура забезпечення прибутковості підприємства / Ю.В. Волинчук, Н.В. Герасимяк // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2015. – № 2 (212). – С. 19–22.
2. Глущенко О.В. Фінансова архітектура: теоретико-методологічний аспект / О.В. Глущенко // Наука й економіка. – 2013. – № 4 (32). – Т.1. – С. 43-52.

Чупіков А.А., асп.,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ПРОГРАМ СПІВРОБІТНИЦТВА TWINNING У СФЕРІ АВТОТРАНСПОРТУ

Слово »Twinning» походить від англійського слова «a twin» – «близнюк» і загалом використовується для опису рівноправного співробітництва. Twinning – проект технічної допомоги ЄС, який полягає в організації співпраці державного органу (установи) держави – члена ЄС з відповідним державним органом (установою) України – бенефіціаром проекту з метою обміну досвідом, надання технічної допомоги та сприяння у питаннях державного управління та адаптації законодавства України до законодавства ЄС. Основним інструментом Twinning є Twinning-контракт – договір про надання технічної допомоги ЄС, що укладається у формі, визначеній Європейською Комісією, між виконавцем проекту Twinning та Представництвом Європейського Союзу в Україні за погодженням з державним органом України, що є бенефіціаром проекту Twinning, і Нацдержслужбою (координатором впровадження інструменту інституціональної розбудови Європейського Союзу Twinning) [1], [2].

Впровадження інструменту Twinning було започатковано Європейською Комісією в 1997 році у контексті розширення Європейського Союзу. Цей новий інструмент інституціональної розбудови був створений з метою інтеграції законодавства ЄС у законодавство країн-бенефіціарів. Визначальною рисою проекту Twinning є безпосередній обмін специфічним досвідом у окремо взятій сфері державного регулювання з метою впровадження норм та стандартів ЄС, передачу «ноу-хау» та передової практики між державними органами країн – членів ЄС та їхніми партнерами-бенефіціарами, випрацювання унікального національного досвіду.

На відміну від інших видів технічної допомоги, проекти Twinning спрямовані на вирішення конкретної проблеми і мають завершитися досягненням обов'язкових результатів, за що несуть відповідальність керівники проекту – державні службовці з країни – члена ЄС та країни-бенефіціара. Таким чином партнери по проектах Twinning мають отримувати спільну вигоду та керуватися наступними принципами, табл. 1 [3].

Twinning	
Принципи	Вигоди
підхід на основі партнерства	обмін досвідом і знаннями на основі рівноправного спілкування між партнерами проекту Twinning
проект Twinning повинен бути спільним для двох (або кількох) органів партнерів, що мають зобов'язання один перед одним	досягнення відповідності національного законодавства у певній сфері нормам та стандартам ЄС
проект Twinning повинен передбачати, щонайменше, деякі елементи наближення до <i>acquis communautaire</i> (законодавства ЄС), а також деякі елементи інституційної та структурної реформи	розроблення та впровадження адаптованих нормативно-правових актів, що є необхідною умовою виконання досягнутих домовленостей між країною-бенефіціаром та ЄС (спільні угоди, плани дій, інтеграція у спільний внутрішній ринок Європейського Союзу)
наприкінці проекту нова чи адаптована система повинна бути самодостатньою: вона повинна функціонувати виключно за рахунок і за відповідальності країни-бенефіціара	встановлення довгострокових робочих взаємин, створення професійних мереж і, відповідно, покращення проінформованості про країну-бенефіціар серед країн – членів ЄС
Twinning регулюється потребою країни-бенефіціара: це механізм, в якому бенефіціар відіграє визначну роль з ініціювання запиту на виконання конкретного проекту Twinning	проведення навчальних тренінгів, покращення професійних можливостей, досвід в управлінні проектами технічної допомоги зміни в організаційній практиці та культурі, покращення комунікації та координації між партнерами

Однією зі сфер впровадження програми Twinning в Україні є транспортна галузь, партнером-бенефіціаром у якій виступає міністерство інфраструктури. Транспортні мережі та послуги відіграють ключову роль у поліпшенні якості життя громадян країни та у зростанні можливостей розвитку промисловості. Тому, транспорт є однією з ключових сфер співпраці між ЄС та Україною, й відповідно до статті 368 Угоди про асоціацію основною метою такої співпраці є сприяння реструктуризації та оновленню транспортного

сектору України і поступовій гармонізації діючих стандартів та політики з існуючими в ЄС.

Одним із спільних проектів проектів Мінінфраструктури та партнерів з ЄС є «Підтримка Міністерства інфраструктури України з питань підвищення безпеки комерційних автоперевезень». Загальне завдання проекту полягає у покращенні безпеки комерційних автоперевезень в Україні у відповідності до технічних вимог ЄС та передового світового досвіду та зменшенні кількості ДТП і тяжкості їх наслідків. При цьому, в структуру проекту включено такі компоненти:

- системи управління безпекою дорожнього руху на автомобільному транспорті;
- підтвердження професійної компетентності водіїв та менеджерів автомобільних перевізників;
- сертифікація транспортних засобів, їх частин та обладнання;
- технічне розслідування ДТП за участю комерційного автомобільного транспорту.

У січні 2016 року стартував ще один проект технічної допомоги Європейського Союзу «Підтримка імплементації Угоди про асоціацію та Національної транспортної стратегії» партнерами якого виступають: Dornier Consulting GmbH (DE), Expertise France (FR), Egis International (FR), Egis-Ukraine(UA). Метою проекту є сприяння інтеграції та модернізації транспортного сектору. Загальними цілями проекту можна вважати сприяння у гармонізації законодавства в галузі транспорту відповідно до пріоритетів угоди про асоціацію, допомогу у модернізації, сприяння виконанню та моніторингу національної транспортної стратегії.

Метою національної транспортної стратегії є створення концептуальної основи для реалізації державної політики з метою забезпечення сталого і ефективного функціонування галузі транспорту, створення умов для соціального й економічного розвитку країни, підвищення конкурентоспроможності національної економіки та добробуту населення. Національна транспортна стратегія фокусується на п'ятьох пріоритетних напрямках:

1. Ефективність державного управління транспортним сектором
2. Надання якісних та ефективних послуг перевезень
3. Забезпечення сталого фінансування транспорту
4. Підвищення безпеки та надійності перевезень
5. Покращення міської мобільності та регіональної інтеграції

України [4].

Проекти Twinning здатні принести позитивний результат, такий, як підвищення якості функціонування галузей, що під них підпадають, зміну установки державних службовців щодо управлінських

відносин та поглиблення партнерської практики, що безперечно впливатиме на покращення відносин та встановлення довгострокових зв'язків між Україною та ЄС.

Список використаних джерел

1. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку організації роботи з підготовки та реалізації проектів Twinning в Україні» від 11/10/2016 № 700
2. Указ Президента України «Питання забезпечення впровадження програми Twinning в Україні» від 06/10/2005 №1424 (зі змінами від 14/01/2014 № 7/2014)
3. Електронний ресурс – Центр адаптації Державної служби до стандартів Європейського Союзу. Режим доступу <http://www.center.gov.ua/>
4. Електронний ресурс – Офіційний сайт міністерство інфраструктури України. Режим доступу <http://mtu.gov.ua/>

**Шарапа О.М., канд. екон. наук,
Київський національний торговельно-економічний університет**

ОСОБЛИВОСТІ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

За п. 1 П(С)БО 7 амортизація – систематичний розподіл вартості, яка амортизується, необоротних активів протягом строку їх корисного використання (експлуатації). Тож сума нарахованої амортизації залежить від методу нарахування амортизації, вартості, яка підлягає амортизації, та строку корисного використання основного засобу.

За пп. 138.3.1 ПКУ розрахунок амортизації ОЗ здійснюється відповідно до П(С)БО або МСФЗ з урахуванням обмежень, встановлених пп. 14.1.138 та 138.3.2 – 138.3.4 ПКУ. При такому розрахунку застосовуються методи нарахування амортизації, передбачені в бух обліку, крім «виробничого» методу.

Податкова амортизація ОЗ розраховується з вартості ОЗ без урахування їх переоцінки (уцінки, дооцінки), проведеної відповідно до положень бухгалтерського обліку.

Згідно з оновленою нормою пп. 138.3.2 ПКУ з 2017 року терміни «невиробничі основні засоби», «невиробничі нематеріальні активи» означають відповідно основні засоби, нематеріальні активи, не призначені для використання в господарській діяльності платника податку.

В зв'язку із цим пп. 138.1-138.2 ПКУ тепер, зокрема, передбачають наступне:

Фінансовий результат до оподаткування збільшується:

- на суму залишкової вартості окремого об'єкта невиробничих основних засобів або невиробничих нематеріальних активів, визначеної відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, у разі ліквідації або продажу такого об'єкта;

- на суму витрат на ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення невиробничих основних засобів чи невиробничих нематеріальних активів, віднесених до витрат відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності».

Фінансовий результат до оподаткування зменшується:

- на суму первісної вартості придбання або виготовлення окремого об'єкта невиробничих основних засобів або невиробничих нематеріальних активів та витрат на їх ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення, у тому числі віднесених до витрат відповідно до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку або міжнародних стандартів фінансової звітності, у разі продажу такого об'єкта невиробничих основних засобів або нематеріальних активів, але не більше суми доходу (виручки), отриманої від такого продажу.

До 31.12.2016 року в ПКУ містився лише термін «невиробничі основні засоби» й означав він ОЗ, які не використовуються у господарській діяльності платника податку. Це давало можливість контролюючим органам говорити, що, наприклад, ОЗ, що перебували на консервації, поліпшенні, капітальному ремонті, не експлуатуються у господарській діяльності, а отже є невиробничими. Але з 01.01.2017 р. обраний підприємством напрям використання ОЗ (а не те, чи експлуатуються вони весь час, чи ні) є вирішальним для віднесення ОЗ до невиробничих та він буде визначатися самим платником податку.

Втім, оскільки нарахування амортизації в податковому обліку здійснюється за правилами бухгалтерського обліку, то слід пам'ятати про зазначене вище правило: нарахування амортизації припиняється, починаючи з місяця, наступного за місяцем переведення об'єкта основних засобів на реконструкцію, модернізацію, добудову, дообладнання, консервацію.

За оновленою редакцією пп. 138.3.2 ПКУ, з 01.01.2017 р. не підлягають амортизації та проводяться за рахунок відповідних джерел фінансування активи, що не підлягають амортизації відповідно до П(С)БО або МСФЗ, а також:

- вартість гудвілу;
- витрати на придбання/самостійне виготовлення невиробничих ОЗ, невиробничих нематеріальних активів;
- витрати на ремонт, реконструкцію, модернізацію або інші поліпшення невиробничих ОЗ, невиробничих нематеріальних активів.

Крім цього, згідно з новим п. 43 підр. 4 р. ХХ ПКУ платники податку на прибуток можуть застосовувати прискорену амортизацію для четвертої групи (машини й обладнання) ОЗ.

Так, під час розрахунку амортизації за прямолінійним методом щодо ОЗ четвертої групи (машини й обладнання) можуть використовувати починаючи з 01.01.2017 року мінімально допустимий строк амортизації, який дорівнює 2 роки, замість 5 років, якщо:

– витрати на придбання таких ОЗ понесені (нараховані) платником податків після 01.01.2017 р.;

– та якщо для таких ОЗ одночасно виконуються вимоги:

- ОЗ не були введені в експлуатацію та не використовувалися на території України;

- ОЗ введені в експлуатацію в межах одного з податкових (звітних) періодів починаючи з 1 січня 2017 року до 31 грудня 2018 року;

- ОЗ використовуються у власній господарській діяльності та не продаються або не надаються в оренду іншим особам (за винятком платників податків, основним видом діяльності яких є послуги з надання в оренду майна).

У разі недотримання цих вимог до закінчення періоду нарахування амортизації з використанням 2-річного строку амортизації, починаючи з дати введення ОЗ в експлуатацію, платник податку у податковому (звітному) періоді, в якому відбувся факт невикористання ОЗ у власній господарській діяльності або їх продаж, зобов'язаний:

– збільшити фінансовий результат до оподаткування на суму нарахованої амортизації ОЗ протягом податкових (звітних) періодів, у яких здійснювалося нарахування амортизації відповідно до п. 43 підр.4 р. ХХ ПКУ;

– зменшити фінансовий результат до оподаткування на суму розрахованої амортизації таких основних засобів відповідно до п. 138.3 ПКУ за відповідні податкові (звітні) періоди. Тобто перерахувавши податкову амортизацію ОЗ, виходячи із мінімального строку експлуатації з 2 до 5 років для ОЗ із групи 4.

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

В умовах євроінтеграції, жорсткої міжнародної конкуренції та становлення економіки знань, стійкість розвитку підприємства на ринку, основним чином, досягається тими економічними агентами, де в якості прямих виробничих сил виступають наукові знання. Як аргумент на користь такого твердження, можна використовувати міркування про те, що сьогодні, виробничо-комерційна діяльність відбувається у напрямку інтелектуалізації, яка виступає ефективним способом досягнення стратегічних цілей розвитку підприємств. Одночасно, виведення інтелектуалізації у число сутнісних ознак забезпечення стійкості економічного розвитку підприємства зумовлює правомірність акцентування уваги на людському капіталі підприємства. Це обумовлено наступними обставинами:

- зміною вимог до людського капіталу підприємства, що пов'язано із розвитком динамічних здатностей, ключових компетенцій та здатністю підприємств до інновацій, що забезпечують конкурентоспроможність продукції;
- перетворенням підприємства у систему, що функціонує на основі обміну знаннями, модернізації та інтелектуалізації виробництва, які покликані новітніми інформаційними та комунікаційними технологіями;
- гнучкістю у зміні організаційних структур (внутрішньою корпоративною мобільністю) та інформаційною мобільністю, як доцільною умовою для зниження транзакційних витрат на ринку продукції, праці й капіталу;
- збільшенням транзакційних витрат, які пов'язані з витратами, що обумовлені пошуком інформації, розвитком маркетингових досліджень на ринку, захистом прав інтелектуальної власності. Тобто, з тими видами діяльності підприємства, основними ресурсами яких є інтелектуальні складові людського капіталу – знання, інтелектуальний капітал та інтелектуальна власність;
- трансформацією соціально-трудова відносин та відносин власності;
- темпами і масштабами розвитку науково-технічного прогресу, що визначають потребу інвестування у освітній і професійний потенціал підприємства;

– збільшенням ролі управлінської складової у сучасному виробництві, за рахунок чого визначаються напрямки зростання підприємства та забезпечується безперебійне функціонування системи управління.

Варто підкреслити, що при вирішенні питання по потребу інтелектуалізації підприємств України, насамперед, доцільно відштовхуватись від існуючої низки проблем, що пов'язані з кадровим потенціалом, всього без виключення, вітчизняного промислового сектору, а саме:

– відсутністю дієвих механізмів залучення молодих спеціалістів на підприємства, що призводить до старіння персоналу;

– втратою спадкоємності, і відповідно, знань і досвіду висококваліфікованих кадрів, пов'язаних із виходом на пенсію частини працівників;

– недосконалістю системи професійної освіти, що призводить до диспропорцій між потребами розвитку підприємства та своєчасною підготовкою кадрів до створення і впровадження інновацій;

Об'єктивним признати і те, що неефективне застосування людського капіталу підприємства призводить до низки фінансово-економічних проблем, серед яких основними виступають:

- низьке значення показників поточної платоспроможності та нестача чистого оборотного капіталу, що свідчать про неспроможність підприємства своєчасно розраховуватися за своїми першочерговим фінансовими зобов'язаннями;

- низька ліквідність оборотних засобів, і в першу чергу, запасів готової продукції, що означає зниження швидкості перетворення оборотних активів підприємства в грошову форму.

На наш погляд, успішність довгострокової стратегії розвитку підприємства на ринку, значною мірою детермінована інтелектуальним капіталом, який відображає здатність кадрового потенціалу до генерації нових ідей і технологій. Добре підготовлені працівники, як правило, більш здатні до навчання і, як наслідок, мають більш високий рівень продуктивності, більшу здатність до виробництва чогось нового як шляхом удосконалення існуючих технологічних процесів, так і за рахунок впровадження більш високих технологій.

Водночас, варто підкреслити, що рівень інтелектуалізації підприємства визначається наявністю науково-технічних досягнень та інтелектуальних результатів діяльності, зокрема:

- величиною НДР, виконаних власними силами підприємства;
- величиною зовнішніх НДР;
- наявністю підрозділів і робочих груп, метою яких стає виробництво нових технологічних завдань;
- наявністю груп, здатних до творчого пошуку.

Крім того, для забезпечення інноваційної діяльності потрібні відповідні технології та організаційно-виробничі структури, що вимагає не лише удосконалення бізнес-процесів, але і їх реінжиніринг, який передбачає створення принципово нових бізнес-процесів, що відповідають умовам інноваційної діяльності.

Розв'язання означених проблем, на нашу думку, знаходиться в площині визначення шляхів розвитку людського капіталу підприємства з метою якісних змін у його структурі та формуванням нової еволюційної ідеології, заснованої на інноваційній проривній діяльності, яка надає можливість суттєво розширити власний сегмент на ринках високотехнологічної продукції за рахунок капіталізації знань, що призводить до збільшення прибутків підприємства, підвищення рівня конкурентоспроможності його продукції та отримання визнання на всіх типах ринків.

Шульга Н.П., д-р екон. наук, проф.,
Київський національний торговельно-економічний університет

РИЗИКООРІЄНТОВАНА СИСТЕМА КОНТРОЛІНГУ В БАНКУ

Уроки світової фінансової кризи довели недоцільність врахування при здійсненні банківської діяльності лише показників прибутковості, що обумовило необхідність зміни стереотипу управління банком – від максимізації прибутку на мінімізацію втрат внаслідок настання ризиків. Це призвело до переорієнтації уваги контролерів на визначення прибутковості, зваженої на ризик (відношення прибутку до економічного капіталу) калькуляційних одиниць банку, до яких можна віднести: проекти, регіональні установи, бізнес-напрямки, продукти, клієнтів, канали збуту, дилерів, корпоративних менеджерів тощо.

Зазначене сприяло формуванню ризикоорієнтованої системи банківського контролінгу як нової філософії сервісно-економічної підтримки управління банком, спрямованої на врахування: «апетиту» та толерантності банку до ризиків; загальної та локальних ризикових позицій, формування достатнього обсягу статичних і динамічних резервів, а також економічного капіталу для їх покриття; розподілу економічного капіталу по різним калькуляційним одиницям; прибутковості, зваженої на ризик, задля визначення найбільш економічно привабливих калькуляційних одиниць.

Ризикоорієнтована концепція контролінгу базується на постулаті калькуляції здатності банку прийняти ризик та калькуляції очікуваної дохідності. Результатом калькуляції, що характеризує здатність банку нести ризик, є встановлення сукупного та локальних лімітів.

Сукупний ризик розраховується на основі VaR – методології з урахуванням кореляційного зв'язку між окремими його видами та визначається величина економічного капіталу, яка необхідна банку для покриття неочікуваних втрат. За даними щодо сукупної величини ризику доцільно встановити глобальний (сукупний) ліміт ризику, на основі якого визначаються локальні ліміти на окремі ризикові позиції. При цьому прийняття ризиків має узгоджуватися зі здатністю банку до їх покриття.

Результатом калькуляції доцільності банку наражатися на ризик із урахуванням очікуваної дохідності є визначення розміру премії за ризик, яка є складовою ціни на банківські послуги. На основі шкали премії за ризик приймається рішення відносно доречності проведення кожної банківської операції з позиції «прибуток-ризик». Для визначення премії за кредитний ризик банку необхідно накопичити інформацію щодо статистики дефолту позичальників по кожній групі їх ризику не менше ніж за 15 років. На жаль, поки що вітчизняні банки не сформували відповідну статистичну сукупність, внаслідок чого виникають труднощі при проведенні подібних розрахунків.

На нашу думку, для реалізації ризикоорієнтованої концепції контролінгу необхідно визначити обсяг сукупного й окремих видів ризиків, які може дозволити банк у процесі своєї діяльності, не втрачаючи при цьому своєї платоспроможності, а також розробити шкалу премії за кредитний ризик. Це надасть можливість банку порівнювати результати своєї діяльності в розрізі різних калькуляційних одиниць та приймати обґрунтовані управлінські рішення, що сприятиме підвищенню ефективності роботи та забезпеченню його фінансової стійкості й надійності.

Янчукович Т.В., асп.,

Київський торговельно-економічний коледж КНТЕУ

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

У світі ринкової економіки глобалізаційних процесів, посилення міжнародної конкуренції, особливої актуальності набувають питання, що пов'язані з розвитком та підтримкою конкуренції, вдосконаленням фінансових важелів на забезпечення конкурентоспроможності підприємств. На сьогодні вимоги до системи управління підприємством неупинно зростають. У цьому контексті має важливе теоретичне і практичне значення формування дієвого фінансового механізму функціонування підприємства і його адаптація до ринкових умов.

У науковій літературі останні дослідження присвячені фінансовому механізму діяльності підприємства були проведені у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, як С.М. Ілляшенко, С.Я. Огородник, К.С. Горячева, Г.В. Козаченко, І.П. Мойсеєнко, О.М. Марченко, В.В. Шликов, І.О. Бланк, А.М. Поддєрьогін, В.П. Пономарьов, О.О. Терещенко, В.М. Федосов та ін.

У дослідженнях, присвячених фінансовому механізму, незалежно від того, у якій економічній сфері вони проводяться, прямо чи опосередковано використовуються поняття фінансового механізму пов'язаного з розвитком фінансової науки, яка лежить в основі його виникнення. У свою чергу, підприємство в структурі фінансового механізму виступає як відкрита система, яка є керованою, тому тут механізм слід розглядати як механізм управління.

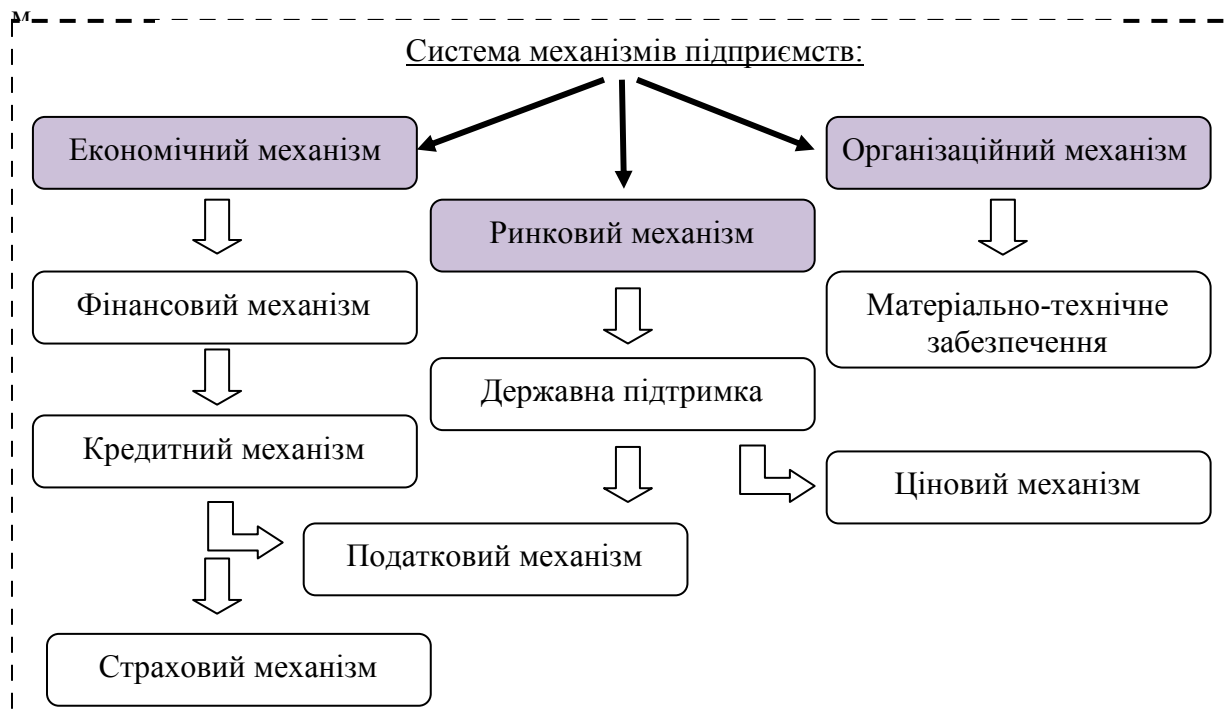
Механізми в загальному розумінні – це система елементів, що призначена для перетворення руху одного чи декількох елементів у потрібний рух інших елементів. Відповідно, під економічними механізмами розуміють використання певних елементів економічної системи для зміни та підсилення руху інших елементів цієї ж системи.

Тобто йдеться про засоби або важелі підвищення результативності господарювання на підприємстві.

Дослідження наукових позицій [3, с. 320; 9 с. 64-72] свідчать також і про різноманітність механізмів, які використовуються по відношенню до підприємства як системи та прагнення пояснити особливості його функціонування й управління ним. Вітчизняні вчені Москаленко В.П. та Шипунова О.В. запропонували структуру господарського механізму підприємства розглядати як сукупність механізмів (економічний, організаційно-адміністративний, соціальний та правовий механізм), в основі яких лежать певні методи управління.

Найбільш зрозуміло економічний зміст механізму визначив Ю.М. Осипов, характеризуючи його як систему, що забезпечує організацію, функціонування та життєдіяльність системи. Л.А. Дробозіна дає визначення фінансового механізму як «системи встановленого державних форм, видів и методів організації фінансових відносин», С.Я. Огородник і В.М. Федосов розглядають фінансовий механізм як фінансово-кредитний, визначаючи різницю тільки в структурі, складовою якої, є фінансове забезпечення і фінансове регулювання. А.М. Поддєрьогін розглядає фінансовий механізм як основу фінансового менеджменту и підкреслює, що змістом фінансового менеджменту є директивне використання фінансового механізму для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємств, а складової фінансового механізму називає інформаційне, нормативне і правове забезпечення.

На основі зібраного та опрацьованого відповідним чином теоретичного матеріалу висвітлено систему механізмів підприємств, яка забезпечить ефективність їх функціонування (рис. 1).



*Рис. 1. Система механізмів підприємств **

* Згруповано автором.

Таким чином, вважаємо, що механізм фінансування розвитку підприємства включає залучення фінансових ресурсів в грошовий оборот господарюючого суб'єкта. Він здійснюється шляхом взаємодії, взаємозв'язку й взаємозалежності суб'єктів та об'єктів фінансових відносин через механізм фінансового посередництва за допомогою ефективних методів фінансування діяльності підприємств, таких як вагоме місце займає: самофінансування, бюджетне фінансування та кредитування.

Список використаних джерел

1. Лівіновська О.В. Особливості фінансового забезпечення інтегрованих підприємницьких структур у сучасних ринкових умовах / О. В. Лівіновська // Держава та регіони. Сер. : Економіка та підприємництво. – 2013. – № 1. – С. 128-133.
2. Єфремова Н. Джерела формування фінансових ресурсів підприємства: їх склад та оптимізація структури / Н. Єфремова // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2012. – № 3/
3. Забарна Е.М. Сучасні тенденції фінансування розвитку підприємств / Е.М. Забарна, М. В. Кула // Вісник Сумського державного університету. Сер.: Економіка. – 2013. – № 2. – С. 64-72.

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА
В УКРАЇНІ**

**МАТЕРІАЛИ ІХ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 23–24 травня 2017 року)

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 17,08. Тираж 55 пр. Зам. 533.

Видавець і виготовлювач

Київський національний торговельно-економічний університет
вул. Кіото, 19, м. Київ, Україна, 02156

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 4620 від 03.10.2013 р.