

Міністерство освіти і науки України
ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”
Uniwersytet Jagiellocki (Polska)
AGH Akademia Gyrniczo-Hutnicza im. S. Staszica w Krakowie (Polska)
Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II (Polska)
Staropolska Szkoła Wyższa w Kielcach (Polska)
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jakuba z Paradyża
w Gorzowie Wielkopolskim (Polska)
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ДВНЗ “Ужгородський національний університет”
Львівський національний аграрний університет
Миколаївський національний аграрний університет
Львівська державна фінансова академія
Одеська державна академія будівництва та архітектури
Одеський державний аграрний університет
Одеський інститут фінансів Українського державного
університету фінансів та міжнародної торгівлі
Хмельницький економічний університет
Міжнародний університет бізнесу і права
Міжнародний інноваційний кластер
“Конкурентоспроможність”

Розвиток національної економіки: теорія і практика

*Матеріали
Міжнародної науково-практичної конференції
3-4 квітня 2015 року
Частина 2*

Rozwój Gospodarki Narodowej: teoria i praktyka

*Materiały
Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji
3-4 kwietnia 2015 roku
Część 2*

м. Івано-Франківськ 2015

УДК 338.012:332.055.2:004.91

ББК 65

Р 66

Рекомендовано до друку Вченою радою ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника” (протокол № 5 від 28 квітня 2015 р.)

Редакційна колегія:

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ: Загороднюк А. В. – д.ф.-м.н., проф., проректор з наукової роботи; Благун І. С. – д.е.н., проф., декан економічного факультету; Ткач О. В. – д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту і маркетингу; Великочій В. С. – д.і.н., проф., директор інституту туризму; Баланюк І. Ф. – д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і аудиту; Пилипів Н. І. – д.е.н., проф., завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки; Ткачук І. Г. – д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів; Романюк М. Д. – д.е.н., проф. кафедри менеджменту і маркетингу; Якубів В. М. – д.е.н., проф. кафедри обліку і аудиту; Дмитришин Л. І. – д.е.н., проф. кафедри економічної кібернетики; Галушак І. Є. – к.е.н., викл. кафедри обліку і аудиту; Сас Л. С. – к.е.н., доц. кафедри обліку і аудиту ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”; Вавак Т. – д.е.н., проф., завідувач кафедри прикладної економіки і якості управління Ягеллонського Університету в Кракові (Республіка Польща); Жуковський М. – д.е.н., проф., директор Інституту економіки і управління Люблінського католицького університету Івана Павла II (Республіка Польща); Іващук Н. – д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту в енергетиці Краківської гірничо-металургійної академії імені Станіслава Сташца (Республіка Польща); Телюс Я. – к.е.н., ректор Старопольської вищої школи в м. Кельце (Республіка Польща), Троцька М. – др., декан економічного факультету Державної вищої професійної школи імені Якуба з Парадижа в Гужові Великопольському (Республіка Польща); Білоусова С. В. – д.е.н., проф., ректор Міжнародного університету бізнесу і права; Біттер О. А. – д.е.н., проф., завідувач кафедри міжнародної економіки та теорії фінансів Львівської державної фінансової академії; Газуда М. В. – к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства ДВНЗ “Ужгородський національний університет”; Запша Г. М. – д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Одеського державного аграрного університету; Квач Я. П. – д.е.н., доц., директор Одеського інституту фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі; Клочан В. П. – к.е.н., доц., директор навчально-наукового інституту економіки та управління Миколаївського національного аграрного університету; Ковальчук Т. М. – д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку, аналізу і аудиту Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича; Сахацький М. П. – д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу Одеської державної академії будівництва та архітектури; Стельмашук А. М. – д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і аудиту Хмельницького економічного університету; Яців І. Б. – д.е.н., доц., проректор з наукової роботи Львівського національного аграрного університету.

Члени редакційної ради: Василюк М. М. – к.е.н., доц.; Гнатюк Т. М. – к.е.н., доц.; Жук О. І. – к.е.н., доц.; Максимів Ю. В. – к.е.н., доц.; Матковський П. Є. – к.е.н., доц.; Мельник Н. Б. – к.е.н., доц.; Смушак М. В. – к.е.н., доц.; Шеленко Д. І. – к.е.н., доц.; Шкроміда В. В. – к.е.н., доц.; Шкроміда Н. Я. – к.е.н., доц.; Банашкевич Т. П. – викладач.

Відповідальний за випуск: д.е.н., професор Баланюк І. Ф.

Рецензенти:

Лопатинський Ю. М. – д.е.н., професор, завідувач кафедри “Економіки підприємства та управління персоналом” Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича;

Малік М. Й. – д.е.н., професор, академік НААН Україн, завідувач відділом розвитку підприємництва і кооперації Національного наукового центру “Інститут аграрної економіки НААН України”;

Стадницький Ю. І. – д.е.н., професор, професор кафедри “Економіка і фінанси” факультету “Управління і комп’ютерного моделювання” Політехніки Свентокшиської (Республіка Польща).

Розвиток національної економіки: теорія і практика: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 3-4 квітня 2015 року, проведеної на базі ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”, м. Івано-Франківськ.– Тернопіль: Крок, – 2015.- Ч.2. – 446 с.

Rozwój Gospodarki Narodowej: teoria i praktyka Materiały Międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej, która odbyła się w dniach 3-4 kwietnia 2015 r. w Przykarpackim Narodowym Uniwersytecie imienia V. Stefanyka w Iwano-Frankiwsku . Ternopil : Krok. – 2015. -2.- 446 str.

Збірник містить матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Розвиток національної економіки: теорія і практика”, в яких розглядаються методологічні, методичні та практичні засади збалансованого розвитку і механізми ефективного функціонування галузей національної економіки, питання формування конкурентоспроможності суб’єктів господарювання та вирішення регіональних проблем суспільно-економічного розвитку країни.

УДК 338.012:332.055.2:004.91

ББК 65

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори наукових доповідей і повідомлень. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редакційної ради збірника.

ISBN

© ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”, 2015.

*І. Цепенда,
доктор політичних наук, професор, ректор,
ДВНЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
Україна*

ВІТАЛЬНЕ СЛОВО РЕКТОРА

Розвиток національної економіки України в умовах ринкових відносин пов'язаний із перетвореннями в багатьох сферах життя суспільства та потребує теоретичних і практичних наукових розробок. Активну участь у цьому процесі беруть вчені, які у своїх публікаціях, експериментах, дослідях, дискусіях обґрунтовують наукові підходи та рекомендації щодо перспективних напрямів розбудови економіки. Особливого значення набувають конференції, на яких оприлюднюються матеріали наукових досліджень, де викристалізовується майбутнє української науки, яке в майбутньому стає практикою нашого життя.

За останнє десятиріччя на базі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника проводяться міжнародні науково-практичні конференції з проблем розвитку національної економіки.

Наш навчальний заклад є одним із найдавніших вузів краю. Державний вищий навчальний заклад "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника" готує магістрів, спеціалістів, бакалаврів за 45 спеціальностями. Навчально-виховну й наукову роботу тут здійснює укомплектований професорсько-викладацький склад – понад 900 штатних викладачів, у тому числі більше 100 докторів наук, професорів, 650 кандидатів наук, доцентів. В університеті діє аспірантура та докторантура, функціонують ради для захисту кандидатських і докторських дисертацій. Випускниками університету стали понад 62 тис. фахівців різних спеціальностей.

Серед наймолодших у структурі університету є економічний факультет, заснований у 1993 році. Незважаючи на це, він уже має певні традиції навчального, наукового та виховного процесів побудованих на сучасних досягненнях науки з урахуванням вимог, які диктує життя.

На факультеті здійснюється підготовка фахівців із п'яти спеціальностей – фінанси, облік і аудит, менеджмент зовнішньоекономічної діяльності, менеджмент організацій, економічна кібернетика.

Навчально-виховну й науково-дослідну роботу здійснюють 8 професорів, докторів наук та 46 доцентів, кандидатів наук; плідно працюють наукові школи кафедр. До викладацької роботи залучені керівники провідних підприємств, фінансово-господарських установ та органів місцевого самоврядування області, які формують у студентів практичні навички обраної спеціальності.

Окрім раціональної організації навчального процесу, значна увага приділяється науково-дослідній роботі викладачів та студентів, активізації їх творчого розвитку, що реалізується шляхом створення проблемних гуртків, проведення науково-практичних семінарів та конференцій.

Традиційним для факультету стало проведення щорічних міжнародних науково-практичних конференцій. Цього року професорсько-викладацький склад економічного факультету проводить міжнародну науково-практичну конференцію "Розвиток національної економіки: теорія і практика", за такими тематичними напрямками: економічна теорія та історія економічної думки; світове господарство й міжнародні економічні відносини; економіка та управління національним господарством; економіка та управління підприємствами; розвиток продуктивних сил і регіональна економіка; економіка природокористування та охорони навколишнього середовища; демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика; гроші, фінанси і кредит; бухгалтерський облік, аналіз та аудит; статистика; математичні методи, моделі та інформаційні технології.

Складна економічна та політична ситуація, в якій сьогодні опинилася наша держава, скорочення реальних доходів населення зумовлюють інтенсивний пошук шляхів виходу зі становища, яке склалося. Тому питання розвитку вітчизняної економіки набуває особливої актуальності. Активізація господарської діяльності потребує спільних зусиль політичних діячів, господарюючих суб'єктів та науковців. Тільки таке об'єднання допоможе вибрати кращі умови життя. Адже на економічні здобутки держави та добробут громадян впливають розробки та рекомендації вчених.

Тож усім учасникам міжнародної конференції бажаю успіхів!

*Е. Скорупська-Рачинська,
професор, доктор наук гуманістичних, ректор,
Державна вища професійна школа імені Якуба з Парадижу
в Гожові Великопольському,
Республіка Польща*

ШАНОВНІ УЧАСНИКИ МІЖНАРОДНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ!

Прийміть найщиріші вітання колективу Державної вищої професійної школи імені Якуба з Парадижу в Гожові Великопольському – молодого, але надзвичайно перспективного і динамічного навчального закладу Республіки Польща, який готує висококваліфікованих фахівців за 14 освітніми напрямками на першому і другому ступені навчання. Одними з них є економіка та підприємництво.

Розвиток суспільства, держави, а головне – людини, неможливий без економічних передумов. У вільних і демократичних країнах він ґрунтується на засадах функціонування вільного ринку, конкуренції, сприяння розвитку підприємництва, ролі держави, як тієї інституції, що визначає правила гри і стоїть на сторожі їх безумовного дотримання. Сьогоднішня Польща демонструє добрий економічний розвиток, спрямований на задоволення потреб кожного її громадянина. Так є сьогодні. Але так не було завжди.

Більше 20 років минуло з того часу, як наша країна позбулася тоталітарного політичного режиму і командно-адміністративної економіки. Виборена нами 1989 року свобода особистості в поєднанні зі свободою підприємництва, вільним ринком товарів і послуг, робочої сили створили передумови для сталого розвитку нашої країни.

Україна стала на шлях утвердження власної реальної незалежності. Вам належить пройти свою дорогу економічного зростання. Вона, швидше за все, не буде легкою і простою, можливо, як і в Польщі свого часу, буде навіть болючою. Але цей шлях потрібно пройти. Для того, щоб стати сильним, треба подолати, насамперед, самого себе.

Глибоко переконана, що нинішня конференція допоможе знайти і спроектувати ті вектори необхідного економічного розвитку національної економіки, які дозволять в найближчому майбутньому вивести її на передові позиції в регіоні Центрально-Східної Європи, всього європейського континенту.

Ми маємо жити в сім'ї європейських народів як рівний з рівним. Для цього мало мати лише бажання. Необхідно здійснювати щоденні практичні кроки. Одним з таких і є вирішення проблеми підготовки фахівців економічної галузі за європейськими стандартами, принципами і критеріями. Актуальність нашої конференції обумовлена ще й тим, що сьогодні відбувається активний процес реформування всієї системи освіти, а національна вища освіта прагне адаптуватися до нових викликів суспільства, запитів самих громадян на постійне самовдосконалення, набуття нових професійних компетенцій. В цьому контексті надзвичайно значимим, на наш погляд, є обмін досвідом вищих навчальних закладів Республіки Польщі і України в плані підготовки фахівців. Впевнена, що ми маємо чому повчитись один в одного, маємо змогу виробити спільні підходи до розвитку галузі економіки в наших країнах загалом.

Бажаю учасникам міжнародної конференції плідної праці та вагомих результатів. Висловлюю сподівання, що конкретні пропозиції і напрацювання стануть підґрунтям для активного поступу національної економіки в Україні, її наближення до стандартів і вимог європейського і світового співтовариства. А здобутки економічного характеру стануть основою для задоволення потреб кожної людини.

*ПРЕЗМ
ДОПОВІДЕЙ
УЧАСНИКІВ КОНФЕРЕНЦІЇ*

08 Економічні науки

08.00.04 Економіка та управління підприємствами

<i>Амет-устасва Д.М.</i> ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ	16
<i>Андрієвська Є.В.</i> МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	17
<i>Андрющенко І.С.</i> ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	18
<i>Афанасьєва М.В.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	19
<i>Афанасьєва О.П.</i> ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКТІВ ЗА УМОВ УСКЛАДНЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ	21
<i>Базалійська Н.П.</i> ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛЮ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ	22
<i>Байрақтар Ю.П., Қомарова А.А.</i> НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	24
<i>Батюк Т.В.</i> ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ЗЕРНОВИРОБНИЦТВІ: ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ	26
<i>Бездітко О.Є.</i> ОСОБИСТІСНІ ПРОЦЕСИ В УПРАВЛІННІ	27
<i>Бессонова С.М.</i> ПУТИ СНИЖЕННЯ ЕНЕРГОЕМКОСТІ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА	29
<i>Magdalena Byczkowska</i> BASIC TERMS AND FOREIGN DIRECT INVESTMENTS CLASSIFICATION	30
<i>Білецька О.О.</i> ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА	33
<i>Білорус П.В.</i> ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ДЖЕРЕЛ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБИ В ПЕРСОНАЛІ	35
<i>Бінерт О.В.</i> ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	36
<i>Богайчук І.В.</i> ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ВИТРАТ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	37
<i>Қотчақ Ю.С., Босва Дар'я</i> ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ	38
<i>Бойко Н.О.</i> ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМ КАПІТАЛОМ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА	39
<i>Бойчук І.В.</i> АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ФУНКЦІЙ ДО УМОВ ІНТЕРНЕТУ	41
<i>Бондаревська К.В.</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	43
<i>Бондаренко С.А.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ТЕОРІЇ	44
<i>Бонецький О.О.</i> ЕКОНОМІЧНІ ВИГОДИ ВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОВІРИ	46
<i>Борисова А.П.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	47
<i>Борисова А.Є.</i> ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ СТРУКТУРИ ПРОБЛЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ	49
<i>Борозенець М.С., Лосіцька П.І.</i> ЦІНА - ВАЖЛИВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПАРАМЕТР ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ	51
<i>Бортнік С.М.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУРИ АНАЛІЗУ Й ОЦІНЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	53
<i>Бровкіна Ю.О.</i> ПРІОРИТЕТНІ ПРИНЦИПИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	55
<i>Будько С.О.</i> ПРОБЛЕМИ ПАТЕНТУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ, СТВОРЕНИХ У ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ МІКРОБІОЛОГІЇ	56
<i>Буслаєва Т.В.</i> ОЦІНКА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ЗАКЛАДІВ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ	57
<i>Буханець В.В.</i> ВИЗНАЧЕННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГІРНИЧО-МЕТАЛУРГІЙНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ	59
<i>Agnieszka Wala</i> KLUCZOWE OBSZARY BARIER W KOMUNIKACJI W PROCESIE TRANSFERU WIEDZY MIĘDZY INSTYTUCJAMI OTOCZENIA BIZNESU A PRZEDSIĘBIORCAMI	60

<i>Шадеуш Вавак</i> РОЗВИТОК ПЕРСПЕКТИВНОГО ЛІБЕРАЛЬНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ	62
<i>Ванькович Л.Я.</i> СУТПЧ-ХАРАКТЕРИСТИКА ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ	64
<i>Величко О.В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	65
<i>Весперіс С.З.</i> ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	66
<i>Вупоқигова О.І.</i> STRATEGIC ASPECTS OF CRISIS MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE	67
<i>Витвицький Я.С., Андрусів У.Я.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ВИРОБНИЦТВА БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ	69
<i>Вишневецька О.В.</i> ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУЧАСНОГО СІЛЬСЬКОГО ДОМОГОСПОДАРСТВА	71
<i>Вініченко О.М.</i> ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	73
<i>Волинцев І.Г.</i> НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	74
<i>Волошина О.П.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ	75
<i>Волянська-Савчук Л.В.</i> ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У КРИЗОВИХ УМОВАХ	76
<i>Воронкова І. Ю.</i> НАУКОВИЙ ПІДХІД ДО КЛАСТЕРОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛІГРАФІЇ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ	78
<i>Тарасимків Ю.А.</i> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	79
<i>Галунець Н.І.</i> ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ АДАПТАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ ДО УМОВ СЬОГОДЕННЯ	81
<i>Гаврилюк Н.М., Ріщук Л.І.</i> ФОРМУВАННЯ ТА ОБГРУНТУВАННЯ ЗМІСТОВОЇ МОДЕЛІ ЛОГІСТИЧНОГО КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	82
<i>Гарматюк О.В.</i> ПРОЦЕС ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ АПК	84
<i>Гвинишвили П.З.</i> ОБОБЩЕНИЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К КЛАССИФИКАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ	86
<i>Георгіаді Н.Т., Лучко Т.П.</i> СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ	88
<i>Нерасутіақ Н.У.</i> MARKETING INNOVATION AS AN IMPORTANT DIRECTION IN INNOVATIVE POLICY OF ENTERPRISE	89
<i>Герелиця Н.Є.</i> ДО ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	90
<i>Гнатюшин Л.Б.</i> ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДТВОРЕННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	92
<i>Годзь Ю.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ОСНОВНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ВЕЛИЧИНУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА	93
<i>Головко І.О.</i> ОРЕНДА НА РИНКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ НЕРУХОМОСТІ. СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	94
<i>Гончаренко О.Г.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	96
<i>Гринів Л.В., Вачіль О.П.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ	97
<i>Грунко Т.У.</i> MANAGEMENT OF ENTERPRISE'S DEVELOPMENT ON THE BASIS OF STRATEGIC APPROACH	99
<i>Гросул В.А., Филипенко О.М., Рачкован О.Д.</i> ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА	100
<i>Тулай І.О.</i> МАТРИЦЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ ЯК МЕТОДИЧНА ОСНОВА УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	101
<i>Тринюк О.І., Фадєєва І.Т.</i> ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НАФТОГАЗОВИДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НГВП) ЗА ЦЕНТРАМИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	102
<i>Туменюк О.О.</i> ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	105
<i>Турмак Н.Д.</i> СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРОЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ	106

<i>Гуцал О.П.</i> МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	107
<i>Давыдова О.Ю.</i> КОГНИТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	109
<i>Данилків Х.П.</i> ІНФРАСТРУКТУРА ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	111
<i>Данилович-Кропивницька М.А.</i> ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ	112
<i>Дашевська Н.С.</i> ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА	114
<i>Джемелінська А.В.</i> ВИКОРИСТАННЯ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ ТЕХОЛОГІЙ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	115
<i>Дивнич О.Д.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЛІ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА СКЛАДОВА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	116
<i>Добровольська О.В.</i> СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО РИНКУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЧНИЙ ВИБІР СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	117
<i>Домкіна О.У.</i> MANAGEMENT OF RISKS OF INVESTMENT IN IT SPECIALISTS AS A WAY TO HIGHTEN COMPETITIVENESS OF ECONOMY	118
<i>Доронін А.В.</i> ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА БІОПАЛИВА В КОНТЕКСТІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ	120
<i>Дорош І.М.</i> КОУЧ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ СТРЕСОВИХ СИТУАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ	121
<i>Дріль Н.В., Ольховська М.А.</i> ПРОБЛЕМИ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ	122
<i>Дрогомирський І.М.</i> ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РАЦІОНАЛЬНИМ ВИКОРИСТАННЯМ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	123
<i>Дульцева І.І., Драчук Ю.З.</i> МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	124
<i>Жуковська В.М.</i> ДОМІНАНТИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ РІТЕЙЛУ	125
<i>Забчук В.Д.</i> ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	126
<i>Завальнюк К.С.</i> ОСНОВНІ ТЕОРІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ	128
<i>Zalutina O., Pleshkova M.</i> ADVISABILITY OF USING OF CORRELATION AND REGRESSION ANALYSIS IN THE STUDY OF DEPENDENCE BETWEEN INVESTMENT IN INNOVATION BY THE EXAMPLE OF PJSC "KVBZ"	129
<i>Захаркін О.О., Захаркіна А.С.</i> БАГАТОФАКТОРНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНКИ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙ НА ДОХІДНІСТЬ ФІНАНСОВИХ АКТИВІВ	131
<i>Захарченко Н.В.</i> ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	133
<i>Збарський Василь, Збарська Анна</i> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	135
<i>Зелена М.І.</i> ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ «СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ»	136
<i>Іваночко Н.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ "УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ" ПІДПРИЄМСТВА	137
<i>Іванченко В.О.</i> ОСНОВНІ СКЛАДОВІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ	139
<i>Іващенко О.В.</i> ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА РОБОТА ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	140
<i>Iwaszczuk Natalia, Wzorek Agata</i> KLUCZOWE RODZAJE RYZYKA WYSTĘPUJĄCE W POLSKIEJ BRANŻY CIEPŁOWNICZEJ	141
<i>Ільєнко Р.В.</i> ТЕХНОЛОГІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	143
<i>Зброй Лариса, Ільків Іванна</i> ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ	145
<i>Ільченко Н.Б.</i> МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВОМ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ	146
<i>Катерна О.К.</i> ЗМІНА ОРІЄНТИРІВ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД В УКРАЇНИ	148
<i>Қашишин В.М.</i> ВИКОРИСТАННЯ ПОСЛУГ ІНЖИНИРИНГОВИХ ФІРМ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ТЕХНІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РІВНЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	149
<i>Қасымбек Анна</i> PARADYGMAT KONKURENCYJNOŚCI- PRÓBA REDEFINICJI CZYNNIKÓW	151

<i>Кернасюк Ю.В.</i> ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ РОЗМІРІВ АГРОФОРМУВАНЬ	153
<i>Кирилюк В.С.</i> ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА КРИЗА ТА ЕКОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ: МОЖЛИВОСТІ ВИРІШЕННЯ	154
<i>Қобеуь С.П.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ СТІЙКІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	155
<i>Қлименко С.С.</i> ВИКОРИСТАННЯ ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	157
<i>Коваль Н.В.</i> НЕОБХІДНІСТЬ ПОСИЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ЗА ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕЧНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	158
<i>Козенков Д.Уе., Козенкова Н.Ф.</i> STABILIZATION OF UKRAINE ECONOMY BY THE REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES OF NATIONAL ENTERPRISES	160
<i>Козіна Қ.Т.</i> ДІЯЛЬНІСТЬ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	161
<i>Қолесник М.В., Нестерчук А.В.</i> УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	163
<i>Қомандровська В.С.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ КЛІМАТ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ	165
<i>Қомаринська М.В.</i> РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	166
<i>Қонова О.І.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ У ВИРОБНИЦТВО М'ЯСА ПТИЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	167
<i>Қоробқа С.В.</i> МІСЦЕ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	168
<i>Қороль В.С., Чабанюк С.М.</i> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИДАВНИЧОЮ СПРАВОЮ НА МАКРО ТА МІКРОРІВНЯХ	170
<i>Қрауець О.В.</i> ПОДАТКОВІ НОВАЦІЇ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	171
<i>Қравченко Т.У.</i> RESPONSIBLE MARKETING AS A BASIS FOR A COMPANY'S COMPETITIVENESS	173
<i>Қравчук В.І.</i> ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ	174
<i>Қрасноруцький О.О., Қвятко П.М.</i> ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ АГРОМАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	176
<i>Қриворучко О.В.</i> ФОРМИ І МЕТОДИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ	178
<i>Қропивка Ю.Т.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЗАКОНІВ І ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ У ПРОЦЕСІ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ	179
<i>Қизменко Л.М., Soldak М.О.</i> INDUSTRIAL CITY AS A LEADER AND INITIATOR OF REGIONAL AND NATIONAL DEVELOPMENT	181
<i>Қунченко М.О.</i> СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА БЮДЖЕТУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	182
<i>Қучеренко О.В.</i> АНАЛІЗ СТАНУ ОЛІЙНОЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ	183
<i>Қисегоева Н.У.</i> SUBSTANTIATION OF TAX CONSCIOUSNESS MODEL FOR SUBJECTS OF TAXATION ON THE BASIS OF REFLEXIVE INTERACTION	185
<i>Лаготюк В.О.</i> ДО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА (НА ПРИКЛАДІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	187
<i>Лазаренко У.О.</i> MANAGING OPEN INNOVATION CAPABILITY IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES	189
<i>Ларіонова Қ.А., Донченко П.В.</i> ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ САНАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА	190
<i>Латишев Қ.О., Қараулова Ю.В.</i> УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ВАГОНБУДУВАННЯ	191
<i>Левандовська Н.І.</i> ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ	193
<i>Левіна М.В.</i> ОЦІНКА КУПІВЕЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	195
<i>Литчук В.В., Малаховський Д.В.</i> ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ НАСІННИЦТВА ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР	196
<i>Лисенко О.А.</i> ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН ІНДЕКСУ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ ЗА ПОКАЗНИКАМИ ГІДНОЇ ПРАЦІ В ГРУПІ РЕГІОНІВ-АУТСАЙДЕРІВ	197

<i>Lizneva A.Yu.</i>	199
INSTRUMENTAL BACKGROUND OF COMPETENCY IN COMPETENCE MODEL FORMALIZATION	
<i>Лінькова О.Ю.</i>	200
РОЛЬ ДЕРЖАВИ ПРИ УПРАВЛІННІ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ	
<i>Ліщинська В.В.</i>	202
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ	
<i>Малтиз В.В.</i>	203
УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
<i>Малюк С.О.</i>	204
ОЦІНКА АСОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЮ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА МЕТОДОМ АВС-XYZ АНАЛІЗУ	
<i>Малюта А.А.</i>	205
ОРГАНІЗАЦІЯ РЕСУРСНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ	
<i>Матвійчук І.О.</i>	207
МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЄЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Мацьків Р.П., Дем'янів В.</i>	208
ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ КАТЕГОРІЇ “СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ”	
<i>Мельник А.І., Блинда Ю.О.</i>	209
СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ	
<i>Мельничук О.І., Гінзін А.П., Мануйленко О.С.</i>	210
МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ ЗАХОДИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВІНОГРАДАРСТВА	
<i>Меречина Ю.О.</i>	211
КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ РАДІАЦІЙНОГО ЗАБРУДНЕННЯ	
<i>Микутюк О.П.</i>	214
ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ АПК	
<i>Мілаш І.В.</i>	215
БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ	
<i>Мусіна К.В., Шеховцова І.А.</i>	216
ТРАДИЦІЙНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ	
<i>Небога П.В.</i>	218
ТЕХНОЛОГІЯ BIG DATA ЯК ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	
<i>Нечева Н.В.</i>	220
УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ ЯКОСТІ У ПІДПРИЄМСТВАХ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ	
<i>Нищенко О.В.</i>	221
СТРАТЕГІЯ СОРСИНГУ	
<i>Ніколаєнко С.М.</i>	223
ПЕРЕДУМОВИ УЧАСТІ ГОСПОДАРСТВ НАСЕЛЕННЯ В КЛАСТЕРІ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	
<i>Оберемчук В.Ф., Мельник О.В., Голіонко Н.Т.</i>	224
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	
<i>Олійник О.С.</i>	225
ФАКТОРНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Jadwiga Orłowska-Puzio, Tetiana Tamara Solovei</i>	226
ZARZĄDZANIE A EFEKTYWNY IMPORT	
<i>Павленко К.С.</i>	229
РОЗРОБКА БЮДЖЕТУ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ДЛЯ ВІНОГРАДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Папенко А.М.</i>	230
УПРАВЛІННЯ ВНЗ НА ОСНОВІ CRM-ТЕХНОЛОГІЇ	
<i>Партица І.В.</i>	231
ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Пащук А. В., Комендант О.В.</i>	232
SUSTAINABLE INVESTING STRATEGY AS A CURENT DEMAND OF THE KNOWLEDGE ECONOMY IN GLOBAL MARKET	
<i>Першина А.О., Шеремета О.М.</i>	234
СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС	
<i>Петриків А.В.</i>	236
ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	
<i>Пилипів Надія, Бурбан Анна</i>	237
НЕОБХІДНІСТЬ ВДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
<i>Полозова П.В.</i>	238
КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
<i>Қотчақ Юрій, Полянко Ганна</i>	239
ПРИХОВАНИЙ МАРКЕТИНГ	
<i>Полятикіна А.І.</i>	240
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ	
<i>Попович Т.В.</i>	241
ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ДО ЗМІН ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	

<i>Попадинець І.Р.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ОБМЕЖЕНЬ НА РІВНЯХ ІЄРАРХІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НАФТОГАЗАВИХ ПІДПРИЄМСТВ	245
<i>Потатюк І.П.</i> СУТНІСТЬ І ЗМІСТ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ	247
<i>Пронько А.М.</i> УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ КАПІТАЛІЗАЦІЄЮ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА В УКРАЇНІ	249
<i>Пунда О.В.</i> МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА В УПРАВЛІННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ	250
<i>Луценейло П.Р.</i> АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ – НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	251
<i>Пшенична П.М.</i> БЕЗПЕКА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЯК УМОВА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКИ ЄС	252
<i>Ромашико О.М.</i> РОЛЬ ГАЗОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ГАЗОПОСТАЧАННЯ КРАЇН ЄВРОПИ	253
<i>Романюк Михайло</i> МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В СИСТЕМІ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	255
<i>Россоха В.В.</i> УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ В МАРКЕТИНГУ: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ	257
<i>Сабірова І.М.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ БРЕНД-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ СФЕРИ ПОСЛУГ	258
<i>Савка Ю.В.</i> ПЕРЕВАГИ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ОДНІЄЇ З ЕФЕКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	259
<i>Селезньова О.О.</i> БАЗОВІ КОМПОНЕНТИ БРЕНДУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	261
<i>Семеняка П.В.</i> УПРАВЛІННЯ РИТМІЧНІСТЮ ВИРОБНИЦТВА ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	262
<i>Сидорчук І. П.</i> ПРИНЦИПИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ЙОГО СКЛАДОВИМИ	263
<i>Синицька Ю.П., Алексеєнко М.А.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	264
<i>Смирнова Н.В.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СКЛАДУ КЕРУЮЧОЇ ТА КЕРОВАНОЇ ПІДСИСТЕМ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ	265
<i>Смулка О.І.</i> ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	267
<i>Соловійов А.І.</i> ОСОБЛИВОСТІ ІНФОКОМУНІКАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ВИРОБНИЧИМИ СТРУКТУРАМИ	268
<i>Сьомченко В.В.</i> МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ	269
<i>Шалавиря Олександр</i> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	271
<i>Шараєвська А.С., Петрина М.Ю.</i> МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОМАРКЕТИНГУ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ	272
<i>Шквач Олег, Великочій Володимир, Баланюк Іван, Malgorzata Trocka</i> ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТОВАРУ ЗА МАРКЕТИНГОВИМ ПРОЕКТОМ	273
<i>Шквач Олег, Баранецька Оксана, Джус Анастасія, Хробатин Катерина</i> ПАРТИЗАНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ – ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА	277
<i>Олег Шквач, Лукач Ліля, Клакович Мар'яна, Мельник Софія</i> ХОЛІСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ	279
<i>Ушкаренко Ю.В.</i> ДО ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	281
<i>Філіппов М.В.</i> РОЗРАХУНОК МІСКОСТІ ЦІЛЬОВОГО РИНКУ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПЕРЕРОВОНОЇ ПРОДУКЦІЇ	282
<i>Фірсова С.Г.</i> СТРАТЕГІЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ У ХАЙТЕК - МАРКЕТИНГУ	284
<i>Фісун Ю.В.</i> ОСОБЛИВОСТІ БЮДЖЕТНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ В ЄВРОПІ ТА УКРАЇНІ	286
<i>Холодницька А.В., Қичко І.І.</i> ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АПК ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	287
<i>Хрутьба Ю.С.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАКРО І МІКРО ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВ ХЛІБА, ХЛІБОБУЛОЧНИХ І БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ	289
<i>Цалан М.І.</i> ОЦІНКА РОЗВИТКУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ	290

<i>Marcin Cywiński</i> THIRD OR FOURTH PART LOGISTIC PROVIDER A HANDEL ELEKTRONICZNY W POLSCE	292
<i>Krzysztof Czuryka</i> BARRIERS IN USING THE HUMAN POTENTIAL OF THE PEOPLE WITH DISABILITIES-DELIBERATIONS	293
<i>Małgorzata Chojnacka</i> ROBUDZANIE INICJATYW PROJAKOŚCIOWYCH W CELU BUDOWANIA TRWAŁEJ PRZEWAGI POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW NA RYNKU GLOBALNYM	295
<i>Цисар І.О, Сіренко М.Ю.</i> ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ЗЕД	298
<i>Гіолковська С.І.,</i> БЮДЖЕТУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ	299
<i>Цицька Н.Є.</i> ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	300
<i>Шабан К.С., Зозульов О.В.</i> ЕМЕРДЖЕНТНІСТЬ В МІЖОРГАНІЗАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ	301
<i>Шабінський О.В., Євдокімова М.О.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРНИХ ЗВ'ЯЗКІВ В АПК ЯК ПЕРСПЕКТИВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНОГО СЕКТОРА	303
<i>Шатілова О.В.</i> СУЧАСНА ПАРАДИГМА ТЕОРІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	304
<i>Шацька З.Я.</i> СИСТЕМНО-СИТУАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	306
<i>Швець Ю.О.</i> ВИКОРИСТАННЯ PEST-АНАЛІЗУ З МЕТОЮ ОЦІНКИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ	307
<i>Шевчук Н.В.</i> СТРАТЕГІЧНА ЛОГІКА ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	308
<i>Шелест Н.А., Голомша Н.Є.</i> ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯК НАПРЯМ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	309
<i>Шерман Є.М.</i> НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВ	311
<i>Штогринець Н.В., Штерма П.В.</i> СПЕЦИФІЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У ГІРСЬКІЙ ЗОНІ КАРПАТ	312
<i>Юсупова О.В.</i> НАУКОВИЙ ДИСКУРС ЩОДО СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	313
08.00.05 Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка	
<i>Аверкіна М.Ф.</i> РОЛЬ ЗАМІЩУВАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ В ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННІ	315
<i>Антохов А.А.</i> ПРОГРЕСИВНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРНИХ ВПЛИВІВ НА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	316
<i>Zbigniew Binderman</i> ZAGADNIENIA POPRAWNIE POSTAWIONE W EKONOMII I ZARZĄDZANIU	318
<i>Важинський Ф.А., Колодійчук А.В.</i> ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В ПРИКОРДОННИХ РАЙОНАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	321
<i>Вдовиченко В.О.,</i> ВИКОРИСТАННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІСЬКОГО ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ	322
<i>Волошенко С.С.</i> УПРАВЛІННЯ ЕКОСИСТЕМНИМИ РЕСУРСАМИ В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	323
<i>Волощук Н.Ю.</i> РОЗВИТОК І СТАНОВЛЕННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ	325
<i>Газуда С. М., Ерфан В. Й.</i> ПРОСТОРОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ЕКОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ	326
<i>Галушак І.Є.</i> РЕГІОН ЯК СУБ'ЄКТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	328
<i>Герасимчук Б. П.</i> РОЛЬ ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	329
<i>Гоманюк О.К.</i> АНАЛІЗ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ТА ДОСТУПНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ	330
<i>Горяня І.В.</i> ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ СТАЛОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ	332
<i>Градобоєва Є.С.</i> ПРО ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІСЬКИХ АГЛОМЕРАЦІЙ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	334
<i>Гуджан О.В., Заблоська Д.В.</i> ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	335

<i>Гуменюк Галина, Смалъ Христина</i>	
РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ФЕСТИВАЛЬНОГО РУХУ	337
<i>Жукова Н.В.</i>	
МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ МІСТ УКРАЇНИ	338
<i>Жулданч Н.О.</i>	
АКТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В РЕГІОНІ	339
<i>Журба Г.О.</i>	
СПЕЦИФІКА КЛАСТЕРНОЇ ПОЛІТИКИ НА РІВНІ МУНІЦИПАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ	341
<i>Қалуцький Іван, Зубенко Павло</i>	
УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ МІСЦЕВИМИ ОРГАНАМИ ВЛАДИ КОЛОМИЙСЬКОГО РАЙОНУ	343
<i>Қлочан Віра, Қлочан Вячеслав</i>	
ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИКОНАВЧИХ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	344
<i>Криворучко М.Ю.</i>	
УЗАГАЛЬНЕННЯ ТА ОЦІНКА ТЕОРЕТИКО-ЕМПІРИЧНИХ НАПРАЦЮВАНЬ В ГАЛУЗІ АНАЛІЗУ РЕГІОНАЛЬНОЇ КОНВЕРГЕНЦІЇ	345
<i>Кропельницька С.О.</i>	
ГАРМОНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО І ЕКОНОМІЧНОГО АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО ВИРОБНИЦТВА НА БАЗІ КЛАСТЕРНИХ ПРОЕКТІВ	346
<i>Кушнірецька О.В.</i>	
РОЗВИТОК ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО АПАРАТУ ПРОЦЕСІВ МЕТРОПОЛІЗАЦІЇ	348
<i>Мархонос С.М., Шурло Н.П.</i>	
РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ЯК ФАКТОР ЗНИЖЕННЯ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	349
<i>Михайлів Г.В.</i>	
ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	351
<i>Миколюк С.М.</i>	
АНАЛІЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ТА ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ВЛАШТУВАННЯ ДІТЕЙ В РЕГІОНІ	352
<i>Місін А.Е.</i>	
ANALYSIS OF CHANGES IN TEMPERATURE IN POULTRY HOUSES DEPENDING ON THE TIME AND DATE GROWING	353
<i>Надвичиний С.А.</i>	
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ В УКРАЇНІ	354
<i>Олександренко Г.В.</i>	
ВПЛИВ ПІДПРИЄМСТВ НА РОЗВИТОК РЕГІОНУ	356
<i>Отрисок М.Д.</i>	
ПРОБЛЕМИ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ	357
<i>Панасенко Наталія</i>	
ПРОГНОЗ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ЦУКРОВОЇ ГАЛУЗІ	359
<i>Поленкова М.В.</i>	
СУЧАСНА ПАРАДИГМА ПОДОЛАННЯ ДЕПРЕСИВНОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	360
<i>Петренко О.П.</i>	
МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ	362
<i>Пепчук С.М.</i>	
ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МІСТА	363
<i>Персенко А.І.</i>	
РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ РЕГІОНУ В УМОВАХ КРИЗИ	364
<i>Родозуан J.S., Vasilchuk N.A., Kobilyatskiy A.P.</i>	
THE APPROACHES AND INDICATORS OF INTERREGIONAL EFFICIENCY ESTIMATION (TRANSFRONTAL, FRONTIER) COLLABORATION	365
<i>Смоленюк Р.П.</i>	
РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД – ОБ'ЄКТИВНА УМОВА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВУ І ЄВРОПЕЙСЬКУ СПІЛЬНОТУ	367
<i>Agnieszka Szuszkiewicz-Idziaszek</i>	
WSPARCIE DLA PRZEDSIĘBIORCÓW W RAMACH PROGRAMÓW REGIONALNYCH W NOWEJ PERSPEKTYWIE FINANSOWEJ 2014-2020	368
<i>Смочко Н.М.</i>	
ОСНОВНІ МОДЕЛІ МОНОРОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ	371
<i>Стельмащук А.М.</i>	
ПРАВОВІ ОСНОВИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ	372
<i>Стельмащук Ю.А.</i>	
ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ МОЖЛИВОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ	373
<i>Сушик О.Г.</i>	
РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ВОЛИНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ	375
<i>Шарасевич О.В., Нестеров Г.Г.</i>	
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: СВІТОВИЙ ДОСВІД	376
<i>Тарбапановска S.M., Saloucvadze I.M.</i>	
HOUSING POLICY AS FOUNDATION OF THE TOURIST SPHERE	378
<i>Тибінка І.Я.</i>	
МЕХАНІЗМИ ПОДОЛАННЯ ВНУТРІШНЬОРЕГІОНАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ	379

<i>Піщук І.В.</i> РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ТРАНСКОРДОННОГО ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОГО СПІВРОБІТНИЦТВА	380
<i>Ужва А.М.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ РЕГІОНУ ЯК ОБ'ЄКТА НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	382
<i>Хорошилова І.О., Алексєєв А.С.</i> ПОБУДОВА ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ САМООРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ РУЙНУВАННЯ МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ	383
<i>Чайківський І.А.</i> ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ	384
<i>Снаїкіна Я.О.</i> GLOBAL TRENDS IN FORMATION OF ENTREPRENEURIAL POTENTIAL OF THE REGION	385
<i>Чорна А.В.</i> ЗАКЛАДИ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВА ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	387
<i>Шикерінець Василь, Мосціпан Мар'яна</i> ЗАВДАННЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ І МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ТУРИЗМОМ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ	388
<i>Тотра В.В.</i> ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ	389
08.00.06 Економіка природокористування та охорони навколишнього середовища	
<i>Андрушенко В.Ю.</i> ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ ДЛЯ УКРАЇНИ	391
<i>Аніщенко В.О.</i> ЕКОЛОГІЧНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЙОГО СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	392
<i>Борейко В.І.</i> АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГЕТИКА ЯК ОСНОВА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ	394
<i>Бренько І. М., Ступень М.Г.</i> ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНИЙ ФОНД УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ	395
<i>Бутрим О.В., Швець О.Г.</i> ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ	397
<i>Вежлич О.О.</i> НЕОБХІДНІСТЬ НЕСУПЕРЕЧЛИВОГО ЗАКОНОДАВЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ	400
<i>Височанська М.Я.</i> ПРИНЦИПИ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НАПРИКЛАДІ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	401
<i>Герасименко В.Л., Майбородіна Н.В.</i> ЕКОНОМІЧНА ДОЦІЛЬНІСТЬ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУМУ ВИТОКУ В МЕРЕЖАХ 0,38 КВ ТВАРИНИЦЬКИХ ПРИМІЩЕНЬ	403
<i>Дворецький А.І., Байдак А.А., Сапронова В.О.</i> РОЛЬ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ГІДРОБІОЛОГІЧНОЇ ШКОЛИ В ДОСЛІДЖЕНІ ТЕХНОГЕННО - ТРАНСФОРМОВАНИХ ПІСНОВОДНИХ ЕКОСИСТЕМ	404
<i>Дідковська А.І.</i> ПРОБЛЕМИ ОТРИМАННЯ ДОЗВІЛЬНИХ ДОКУМЕНТІВ ПРИ ВИКОРИСТАННІ ВОДНИХ РЕСУРСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ	406
<i>Дубинчук А.І.</i> СТРУКТУРА ВІДХОДІВ ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ В СУЧАСНІЙ МІСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ	407
<i>Жулданіч В.О.</i> ДО ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ І ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТРАНСКОРДОННОГО РЕГІОНУ	409
<i>Natalia Iwaszczuk, Roman Warchoł</i> UZASADNIENIE KONIECZNOŚCI TWORZENIA SPÓŁEK WĘGLOWO – ENERGETYCZNYCH	410
<i>Ковалишин О.Ф., Кришенік Н.І.</i> РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	413
<i>Кошель А.О.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАСОВОЇ ОЦІНКИ ЗЕМЕЛЬ ПІД СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ УГІДДЯМИ В УКРАЇНІ	415
<i>Кутинець А.Є., Обнявко П.С.</i> ВОЕННО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС УКРАИНЫ: ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ЭКОЛОГИИ	417
<i>Мельник П.П.</i> МАГНІТНЕ ПОЛЕ ЗЕМЛІ У СФЕРІ АГРОЕКОСИСТЕМИ	418
<i>Миськовець Н.П.</i> СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ У РОЗВИТОК ВОДНИХ БІОРЕСУРСІВ	420
<i>Москаленко А.М.</i> СТАН ТА НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ РОДЮЧОСТІ ҐРУНТІВ ПОЛІССЯ УКРАЇНИ	421
<i>Justyna Miłwejs</i> WRĘYW ZMIAN POLITYKI ENERGETYCZNEJ UNII EUROPEJSKIEJ NA POLSKĄ ENERGETYKĘ	423
<i>Обиход Т.О., Ілляшенко І.О.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	426
<i>Пилипенко П. М.</i> СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ ВІД КОРОЗІЙНОГО РУЙНУВАННЯ МЕТАЛІВ	427

<i>Поданьова С.Ю.</i>	
ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ	428
<i>Пойда-Носик Н.Н., Пойда В.Ю.</i>	
ПРО НЕОБХІДНІСТЬ ПЕРЕХОДУ УКРАЇНИ НА НОВИЙ ЕНЕРГЕТИЧНИЙ БАЛАНС	430
<i>Реброва К.С., Донцова Т.А.</i>	
ВПЛИВ ТИПУ ВУГІЛЛЯ НА СОБІВАРТІСТЬ “ВОДА ВИСОКООЧИЩЕНА”	431
<i>Рушак В.М.</i>	
ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ РАДІОАКТИВНО-ЗАБРУДНЕНИХ ЗЕМЕЛЬ	432
<i>Свинтух М.Б.</i>	
ЛІСОВІ РЕСУРСИ ЯК ПРАВОВИЙ ОБ’ЄКТ ЛІСОКОРИСТУВАННЯ	433
<i>Смочук О.В., Стойко Н.Є.</i>	
ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ	435
<i>Тіміченко Р.О., Крішко Д.А., Кадол А.В., Суркова Є.О.</i>	
ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТНОГО РІШЕННЯ З УТИЛІЗАЦІЇ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ	436
<i>Тіміченко Р.О., Крішко Д.А., Максименко К.У., Тselikov S.L.</i>	
EFFECTIVE APPROACH TO ENVIRONMENTAL PROTECTION AT THE EXAMPLE OF RECONSTRUCTION OF TAILING FACILITIES WITH INCREASED OF RIDGING DAMS	437
<i>Хомяк Н.А.</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	439
<i>Чернихівська А.В.</i>	
ЕКОЛОГІЧНИЙ АУДИТ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	440
<i>Шуптар Н.Н.</i>	
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО СБОРА ОТРАБОТАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ПИТАНИЯ	442

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Конкурентоспроможність на світовому ринку туристичних послуг може бути забезпечена при наявності застосування інновацій, в умовах реалізації інноваційної стратегії управління туристичним бізнесом. Інформаційні технології суттєво впливають на сучасну економіку, оскільки виробництво та конкурентоспроможність залежить від здатності учасників ринку ефективно застосувати інформацію, яка заснована на знаннях.

В умовах ринкової конкуренції туристичному підприємству необхідно мати ефективну стратегію. Інноваційна стратегія є програмою дій, яка спрямована на забезпечення стабільності туристичного підприємства в стратегічній перспективі [1].

До факторів, що сприяють ефективній реалізації стратегії управління туристичним підприємством, можна віднести наступні:

- вдале географічне розташування поблизу важливих транспортних магістралей та мереж;
- наявність відповідної інфраструктури, яка надає переваги перед конкурентами;
- наявність сприятливої соціальної інфраструктури, яка відповідає світовим стандартам;
- високий рівень забезпечення банківськими послугами та доступний зв'язок з міжнародними фінансовими центрами та ринками;
- комфортні послуги зв'язку та надання інформації;
- мінімум адміністративно-бюрократичних перешкод;
- загальні політичні та соціально-економічні умови в країні, де здійснюється туристичний бізнес.

Тому дуже важливо врахувати всі інноваційні фактори для того, щоб споживач прийняв рішення щодо вибору об'єкта туристичного бізнесу (рис. 1) [2].



Рис. 1. Інноваційні складові системи стратегічного управління туристичним підприємством

Виходячи з цього можна виділити перспективні цілі та ключові завдання щодо реалізації інноваційної стратегії управління туристичним підприємством: організація надання послуг з урахуванням міжнародного рівня запитів споживачів, визначення необхідних інноваційних та інвестиційних ресурсів, створення систем контролю виконання завдань та їх коригування, стимулювання роботи працівників, постійний контроль ефективності діяльності та координація роботи всіх підрозділів, постійний пошук та освоєння нових ринків.

При вирішенні завдань формування інноваційної стратегії управління туристичним підприємством виділяють стратегічне партнерство туристичних компаній. Таке співробітництво розглядається як основа зростання потенціалу туристичних компаній за умов насичення ринка туристичними послугами – не потрібна додаткова ліцензія щодо надання туристичних послуг та знижуються підприємницькі ризики. Стратегічна співпраця туристичних підприємств будується на принципах взаємної зацікавленості та раціонального використання сумісних ресурсів.

Таким чином, інноваційна стратегія управління на туристичних підприємствах сьогодні має велике значення, оскільки успіх визначається не тільки поточними економічними показниками на внутрішньому ринку, а й її міжнародною конкурентоспроможністю у порівнянні з іншими підприємствами. Ефективність інноваційного стратегічного управління забезпечується переходом інвестиційних ресурсів з високоприбуткових до малоприбуткових комплексів, пошуком стратегічних партнерів; дотриманням меж стратегічної рівноваги між існуючими напрямками туристичних послуг і тими що формуються.

Література

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. – К. : Альтерес, 2002. – 436 с.
2. Игнатьев А.В. Инновационные стратегии туристического бизнеса / А.В. Игнатьев. – М. : «Палеолит», 2008. – 340 с.

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ ЗДІЙСНЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Аналіз наукових розробок із зазначеного питання дозволив визначити, що неоднозначність, складність та комплексність процесу реструктуризації обумовлює різні трактування поняття «ефективність реструктуризації» і різні підходи до оцінки її ефективності:

- з позиції виконання плану проведення реструктуризації (прогнозна та фактична ефективність);
- з точки зору очікуваних результатів від реструктуризації (підвищення ліквідності, платоспроможності, прибутковості, ділової активності, вартості підприємства тощо);
- з позиції порівняння результатів та витрат.

Можна виділити наступні основні методи оцінки її ефективності:

- оцінка ризику проекту реструктуризації;
- оцінка реструктуризації методом експертних оцінок;
- оцінка ефективності реструктуризації, заснованих на аналізі поточної господарської діяльності підприємства.

Метод оцінки ризику проекту реструктуризації заснований на якісному аналізі рівня ризику, що зумовлює відносну простоту його використання. Основним завданням даного методу є визначення чинників, що впливають на реструктуризацію, при здійсненні яких може виникнути ризик, що дозволяє виявити можливі ризики. Очевидно, врахувати всі ризики не представляється можливим, але реально ідентифікувати найбільш істотні з них, а також встановити, який чинник і з якою вірогідністю обумовлює настання тієї або іншої ризикової події.

Об'єктивні недоліки методів оцінки ефективності реструктуризації, заснованих на аналізі поточної господарської діяльності підприємства полягають в наступному: тоді як одні співвідношення, що відображають діяльність підприємства, дозволяють зробити висновок щодо фінансового положення підприємства, інші можуть свідчити про стабільність або навіть прогнозувати поліпшення.

Залежно від рівня ієрархії критерії оцінки реструктуризації можна розділити на два класи: глобальні та локальні [2, с. 287]. Глобальні пов'язані з аналізом загальнодержавних, регіональних, галузевих інтересів. Локальні визначають інтереси підприємства, його власників, акціонерів, кредиторів, інвесторів, нових власників тощо. Оскільки глобальні критерії тісно пов'язані з локальними, а їхнє значення визначається мірою задоволення інтересів основних учасників процесу реструктуризації, то основну увагу зосереджено на локальних критеріях оцінки ефективності реструктуризації.

На наш погляд, найбільш точно динаміку розвитку підприємства відображає саме доходний підхід у частині методу дисконтування грошових потоків. Це зумовлено високим ступенем кореляції грошового потоку з показником вартості підприємства та економічним змістом показника грошового потоку, який враховує всі рішення щодо змін відносно операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства. Тому саме метод дисконтування грошових потоків дозволяє найбільш коректно врахувати усі перетворення, які плануються у процесі реструктуризації, усі вимоги інвесторів і тим самим розрахувати інвестиційну вартість бізнесу.

На наш погляд, побудова механізму перетворення структурних підрозділів в окремі підприємства включає такі блоки:

- визначення умов передачі, викупу або продажу майна, прав користування, розпорядження, володіння та відповідальності;
- розробка системи обліку затрат та результатів роботи підприємства;
- розробка методик розрахунку собівартості та формування внутрішньофірмових цін на продукцію;
- встановлення системи розрахунків із партнерами.

В процесі реструктуризації підприємства можливі декілька сценаріїв трансформації його правового статусу:

- збереження існуючого статусу підприємства при зміні організаційно-технічної (виробничої) і організаційно-економічної структур;
- поділ підприємства на декілька рівноцінних, технологічно пов'язаних між собою в межах основного виду діяльності;
- ліквідація або відокремлення деяких структурних і функціональних підрозділів у субпідприємства, діяльність яких не має визначального впливу на роботу «материнського» підприємства;
- інтеграція підприємства з іншими суб'єктами господарювання з одночасною втратою (повною або частковою) своєї самостійності.

Кожний із вказаних сценаріїв має свої особливості розвитку, які обумовлюють вибір критерію оцінки ефективності реструктуризації [1, с. 76-81].

Вплив реструктуризації на кінцеві результати виробничо-господарської діяльності може бути визначений на основі факторного аналізу. Реалізація заходів по реструктуризації підприємства призводить до ситуації, яка характеризується одночасно зміною обсягів виробництва, ціни товарів (послуг, робіт) і затрат на виробництво і збут.

Література

- 1.Крупка М.І. Фінансові інструменти державного регулювання та підтримки інноваційної сфери / М.І. Крупка // Фінанси України. 2001. – №4. – С. 76-81.
- 2.Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям : монография / М.Д. Аистова. – М. : Альпина Паблишер, 2002. – 287 с.

ІНСТРУМЕНТИ АНАЛІТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Технологія управління як елемент системи управління, в загальному вигляді представляється сукупністю управлінських процесів шляхом розрахунків, організації, логіки за певним алгоритмом й реалізується через такі складові, як процес, послідовність дій, методи, операції, процедури, інструменти. Для успішного управління витратами в підприємствах ресторанного господарства нами розроблено схему формування етапів аналітичного управління, для визначення обґрунтованої послідовності й змістовності даного процесу (рис. 1).



Рис. 1. Рекомендована схема формування етапів управління витратами операційної діяльності в підприємствах ресторанного господарства

За інформацією, отриманою на попередніх етапах управління, визначених на рис. 1, стосовно їх змін та отриманих резервів за окремими їх видами, варто розробити матрицю можливого впливу рівня резервів на рівень витрат операційної діяльності за рекомендованою нами формою (рис. 2). Для визначення меж суттєвості й величини потенціальних резервів скорочення витрат в підприємствах ресторанного господарства їх розподіл здійснено таким чином: високий – можливе зниження понад 15% даного виду витрат, середній – 10-15% та низький – менше 10%. Застосування даної матриці мінімізації витрат дозволяє забезпечувати визначення основних центрів відповідальності або господарських процесів, за якими або спостерігається перевитрата ресурсів, або їх потенційна можливість до скорочення, що сприяє мінімізації витрат за рахунок використання внутрішніх резервів. Для здійснення оптимізації витрат необхідно забезпечити виконання й контроль таких заходів: 1) визначити суттєвість відхилень та чинників, якими вони викликані; 2) встановлення відповідальних за відхилення; 3) з'ясування конкретних резервів економії (скорочення) витрат; 4) коригування обсягів і графіків витрачання ресурсів відповідно до отриманих резервів (можливостей).

		Резерв позитивного впливу на вид витрат		
		високий	середній	низький
Рівень витрат операційної діяльності	високий	частина вартості спожитих енергоносіїв	змінна частина комунальних платежів	вартість матеріалів; постійна частина комунальних платежів
	середній	витрати на рекламу; охорона парці	вартість товарів; вартість організації замовлених заходів	ЄСВ; заробітна платня персоналу виробництва.
	низький	витрати оформлення залу	заробітна платня барменів та офіціантів	вартість доставки страв на замовлення

Рис. 2. Матриця впливу рівня резерву на витрати операційної діяльності

Надалі важливим етапом визначення ефективності управлінської діяльності є здійснення своєчасного контролю витрат, який забезпечує зворотній зв'язок, порівнюючи передбачувані (бюджетні) показники з фактичними для встановлення доцільності здійснених заходів. Ефективність контролю обумовлюється коригуючими управлінськими діями, направленими на доведення фактичних витрат до передбачуваних (бюджетних) або на коригування самих бюджетів наступних періодів у зв'язку з виникненням об'єктивних умов.

На останньому етапі управління витратами здійснюють оцінку результатів управлінської діяльності щодо порядку їх формування. Надалі, здійснивши аналітичні процедури складають звіти про отримані результати з метою побудови моделей результатів управління для аналізу причин змін.

Література

1. Гришко Н. В. Методологія управління витратами промислового підприємства [Текст] : монографія / Н. В. Гришко – Д.: НАНУ, ІЕП, 2009. – 403с.
2. Партин, Г. О. Управління витратами підприємства: концептуальні засади, методи та інструментарій [Текст] : монографія / Г. О. Партин – К. : УБС НБУ, 2008. – 219 с.

УДК 339.137.2

Афанасьєва М.В.,

аспірант кафедри прикладної економіки та інформаційних систем,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Формування конкурентного потенціалу підприємства передбачає охоплення всіх основних внутрішніх процесів, що протікають у різних функціональних областях внутрішнього середовища підприємства, в зіставленні з його основними конкурентами. У результаті забезпечується системний погляд на підприємство, який дозволяє виявити його сильні і слабкі сторони, а також розробити на цій основі стратегію розвитку підприємства.

Дослідження наукових праць множини учених дозволяє стверджувати, що запропонований ними склад структурних елементів конкурентного потенціалу є неповним. У зв'язку із цим автором пропонується розглядати структуру конкурентного потенціалу підприємства роздрібно торгівлі як сукупність наступних складових потенціалів: технологічного, комерційного, маркетингового, клієнтського і підприємницького (табл. 1).

Таблиця 1

Складові конкурентного потенціалу підприємства роздрібно торгівлі у розрізі елементів їхнього формування

Складові конкурентного потенціалу	Елементи формування складових конкурентного потенціалу підприємства роздрібно торгівлі
1	2
Технологічний потенціал	<ul style="list-style-type: none"> - торгово-технологічні процеси; - форми, способи і методи обслуговування; - якість торговельного обслуговування; - технології управління діяльністю та бізнес-процесами; - технології маркетингових комунікацій; - технології зв'язків з контрагентами тощо

1	2
Комерційний потенціал	<ul style="list-style-type: none"> - господарські зв'язки з постачальниками; - взаємовідносини з контрагентами; - операції торгово-технологічного процесу; - товаропостачання, товарорух, логістика тощо
Маркетинговий потенціал	<ul style="list-style-type: none"> - маркетингові комунікації, інформація про підприємство; - ціни товарів і торговельних послуг, товарний асортимент; - бренди, товарні знаки, торговельні марки, логотипи; - фірмовий стиль, засоби реклами тощо
Клієнтський потенціал	<ul style="list-style-type: none"> - цільовий контингент споживачів; - купівельна спроможність споживачів; - відношення покупців до торговельного підприємства; - клієнтська лояльність; - довіра і прихильність покупців до підприємства тощо
Підприємницький потенціал	<ul style="list-style-type: none"> - новаторство, інновації, інтрапренерство; - тип поведінки та управління, організаційна структура; - культура обслуговування, корпоративна культура; - управлінські та творчі здібності керівників; - здібності та компетенції персоналу підприємства тощо

Джерело: розроблено автором

Між елементами конкурентного потенціалу існує зв'язок, у межах якого вони взаємодіють і надають взаємного впливу один на одного та на конкурентний потенціал підприємства. Очевидно, що вплив кожного окремого елемента структури на розвиток конкурентного потенціалу є різний. У загальному випадку важливість кожної складової визначатиметься специфікою ринку і особливістю діяльності підприємства. Автором запропоновано концептуальну модель конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі, яка відбиває взаємодію між його структурними компонентами (рис. 1).

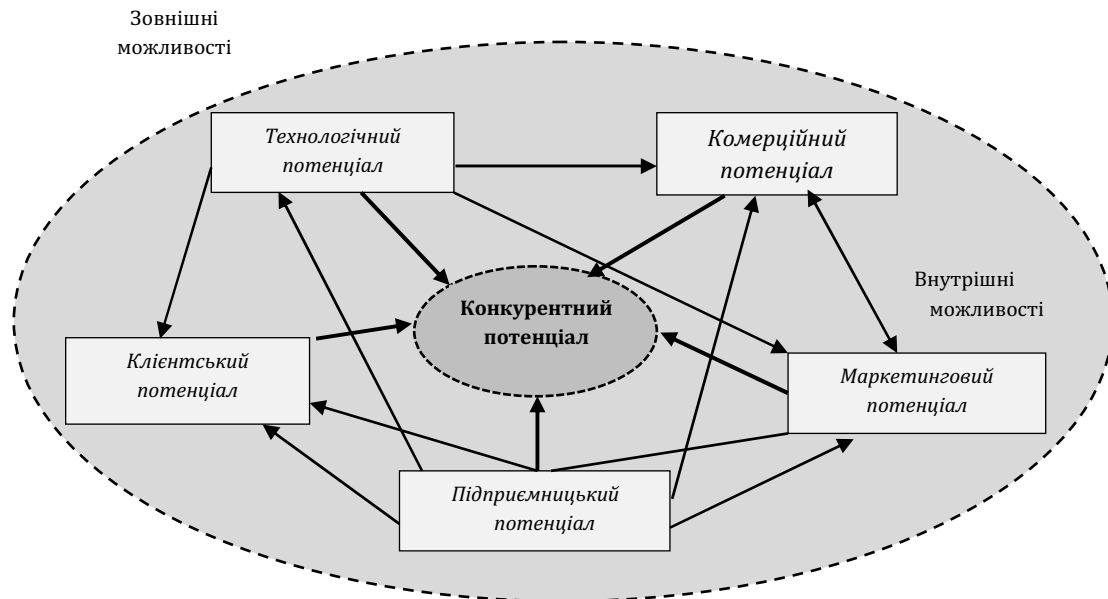


Рис. 1. Концептуальна модель конкурентного потенціалу підприємства роздрібною торгівлі

Джерело: розроблено автором

На конкурентний потенціал підприємства роздрібною торгівлі надають вплив технологічний, комерційний, маркетинговий, клієнтський і підприємницький потенціали, які формують внутрішні конкурентні можливості підприємства. При цьому ці потенціали знаходяться у взаємозв'язку один з одним. Зв'язок включених до моделі потенціалів обґрунтовується наступними положеннями. Все це необхідно враховувати при розробці стратегії розвитку конкурентного потенціалу, враховуючи внутрішні і зовнішні конкурентні можливості підприємства, які залежать від потенціалів, що їх визначають.

**ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКУ
М'ЯСА ТА М'ЯСОПРОДУКТІВ ЗА УМОВ УСКЛАДНЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СИТУАЦІЇ**

Невід'ємною складовою інформаційного забезпечення управлінських рішень є прогнозування тенденцій розвитку ринку. Прогнози розвитку регіонального ринку м'яса та м'ясопродуктів дадуть змогу органам влади приймати рішення щодо регулювання продовольчого забезпечення регіону, а господарюючим суб'єктам – приймати оптимальні маркетингові рішення стосовно поведінки на ньому.

Прогнозування ринку м'яса та м'ясопродуктів є важливим в контексті реалізації Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року, серед пріоритетних напрямів досягнення стратегічних цілей в якій визначено моніторинг та прогнозування ринку сільськогосподарської продукції та продовольства, реагування на ринкові ризики, упередження та нівелювання загроз продовольчій безпеці, а також розвиток ринків сільськогосподарської продукції та продовольства [1].

Для виробників м'яса та м'ясопродуктів важливим є прогнозування місткості ринку, як основного показника, що характеризує можливі обсяги продажу продукції на певному ринку визначеній категорії споживачів у визначений час. Під місткістю ринку розуміємо обсяг реалізації м'яса та м'ясопродуктів, який має місце відповідно до наявного на ньому платоспроможного попиту. В той же час потенціал ринку визначатимемо як потенційно можливий обсяг реалізації м'яса та м'ясопродуктів відповідно до фізіологічної норми споживання й визначатиметься він на основі нормативного методу прогнозування. Отже, реальна місткість ринку розраховується на основі даних щодо кількості потенційних покупців та обсягах споживання, що склалися, а потенційна для продовольчих товарів – з використанням нормативного підходу [2].

Фактична місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів у Харківській області за останніми статистичними даними становить майже 160 тис. т на рік [3]. Відповідно до раціональних норм споживання, рекомендованих Українським НДІ гігієни харчування МОЗ, для забезпечення фізіологічних потреб людина має споживати 83 кг м'яса та м'ясопродуктів (у перерахунку на м'ясо, включаючи сало й субпродукти) на рік.

Виходячи з даних щодо середньодобової потреби в м'ясі, розраховано потенційну місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів у Харківській області. Прогноз потенціалу ринку потребує уточнення з урахуванням норм споживання м'яса та м'ясопродуктів залежно від віку людини. За рекомендаціями МОЗ України встановлено різні норми споживання м'яса та м'ясопродуктів для різних вікових категорій населення:

- для дітей до 14 років добова норма м'яса становить 175 г на добу;
- для людей у віці 15-44 років добова норма м'яса становить 220 г;
- людям від 45 років рекомендовано 205 г м'яса на добу;
- середня норма споживання – 200 г м'яса на добу.

Відповідно до наведених норм визначено потенційну місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів в цілому та за різними віковими категоріями (табл. 1). Слід відзначити, що найбільша місткість ринку спостерігається у сегменті споживачів за віком 15-64 років, але в той же час й суттєва вона у сегменті споживачів старше 64 років, що вимагає урахування як рівнів платоспроможності визначених категорій населення, так й специфіки їх попиту, яка обумовлена фізіологічними особливостями людей у тому чи іншому віці.

Таблиця 1

**Потенційна місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів
з урахуванням вікових потреб у продукті**

Вікова група	Населення на 1 січня 2014 р.		Середня добова потреба, г	Потенційна місткість ринку на місяць, тис. т	Потенційна місткість ринку на рік, млн. т	Структура ринку, %
	%	тис. осіб				
0-14 років	11,7	336,0	175	1,764	21,168	10,8
15-64 років	44,7	1951,4	220	12,8792	154,55	78,9
Понад 64 років	43,6	433,6	205	2,66664	32	16,3
Разом	100	2721,0	200	16,326	195,91	100,0

Результати визначення місткості ринку м'яса та м'ясопродуктів в Харківській області (табл. 2) свідчать, що фактична місткість ринку майже на 10% перевищує мінімально необхідну, але на 30% менша за потенційну, що свідчить про значні можливості розвитку даного ринку у регіоні. Відносно до раціональної норми достатність споживання м'яса та м'ясопродуктів в Харківській області становить 63,9%, а насиченість ринку за цих умов – 39,6%. Вважаємо, що більш точною є скоригована місткість ринку з урахуванням норм споживання м'яса та м'ясопродуктів, відносно неї достатність споживання м'яса та м'ясопродуктів в Харківській області є більш високою, майже 82%, а нереалізований попит оцінюємо у 36,3 тис. т м'яса та м'ясопродуктів на рік. Якщо брати до уваги потенційну місткість ринку, скориговану за нормами споживання відповідно від вікової категорії, то ситуація щодо товарного забезпечення ринку виявляється дещо кращою: його насиченість ринку становитиме – 45,9%, але значно менша за потреби, що є однією з головних причин, що ускладнюють умови формування та функціонування ринку м'яса та м'ясопродуктів в Харківській області.

Прогноз місткості ринку м'яса та м'ясопродуктів з урахуванням середньорічної кількості населення в Україні та Харківській області на 2014 р.

Показник	Значення показника на 2014 р.
1	2
Кількість населення на 1 січня 2014 р., тис. осіб	2737,2
Раціональна норма споживання м'яса та м'ясопродуктів на рік на 1 особу, кг	83
Мінімальна норма споживання м'яса та м'ясопродуктів на рік на 1 особу, кг	53
Фактичне споживання м'яса та м'ясопродуктів на рік на 1 особу, кг (2013 р.)	58,3
Потенційна місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів на рік, тис. т	227,2
Потенційна місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів на рік скоригована (з урахуванням норм споживання за віковими групами), тис. т	195,91
Мінімальна місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів на рік, тис. т	145,1
Фактична місткість ринку м'яса та м'ясопродуктів на рік, тис. т	159,6
Відношення реальної місткості до потенційної, %	70,2
Відношення реальної місткості до потенційної скорегованої, %	81,5
Виробництво м'яса, тис. т	90,0
Насиченість ринку відповідно до реальної місткості, %	56,4
Насиченість ринку відповідно до потенційної місткості, %	39,6
Насиченість ринку відповідно до потенційної скорегованої місткості, %	45,9

Для більш ефективної реалізації потенціалу ринку м'яса та м'ясопродуктів в Харківській області. необхідно вирішити два найбільш складних завдання:

- покращення соціально-економічної ситуації, зокрема підвищення рівня життя населення та рівня платоспроможного попиту;
- вирішення проблеми дефіциту товарних ресурсів і насичення ринку м'ясом та м'ясопродуктами в необхідній кількості.

Література

1. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua/node/7644>
2. Грабовецкий Б.Є. Теоретичні і методологічні основи економічного прогнозування : навчальний посібник [Електронний ресурс] / Б.Є. Грабовецкий // Основи економічного прогнозування. – Вінниця : ВФ ТАНГ, 2000. – Режим доступу: <http://pulib.if.ua/part/9816>.
3. Головне управління статистики у Харківській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/>

Базалійська Н.П.,

*аспірант кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет*

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛЮ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Оскільки за останніх двадцять чотири роки незалежності України вітчизняна система управління підприємствами в цілому та комплексна система управління трудовою діяльністю персоналу, зокрема, не доказала своєї досконалості та дієздатності виникає необхідність у дослідженні та частковому використанні досвіду розвинених країн світу.

Підприємство не може розраховувати на довготривалий розвиток без ефективного управління людьми та організації їх трудової діяльності. Ефективність системи управління підприємством та якісне виконання нею своїх завдань забезпечується систематичним здійсненням контролю всіх її складових елементів. В умовах зростаючої ролі людини в сучасному суспільстві одним із таких специфічних об'єктів контролю виступає трудова діяльність персоналу на підприємстві. Такі фактори обумовлюються актуальність дослідження зарубіжного досвіду організації контролю трудової діяльності персоналу.

Шляхи підвищення ефективності управління персоналом були досліджені у роботах Голланда Д., Хеннінга В., Карлофа Б., Флемхольца Б., Грачова М., Кібанова А., Полякова В., Спіранського В., Слезінгера Г.Є., Травіна В., Шекшіні С., однак забезпечення якісного контролю трудової діяльності персоналу як фактор удосконалення системи управління персоналом залишається недостатньо висвітленим у працях вітчизняних та зарубіжних дослідників.

Національна культура країни та її споконвічні традиції значно впливають на стиль контролю в цілому. Так, наприклад, американський стиль контролю полягає у чіткому розподілі функціональних обов'язків між співробітниками фірми та встановлення відповідальності за виконання виробничих завдань та досягнення запланованих цілей. Тоді як у рамках мексиканської культури індивідуальна відповідальність для працівника особисто є небажаною та незрозумілою, тому детальне інформування співробітника про результати роботи

сприймається як елемент жорсткого контролю зі сторони керівництва. У Швейцарії система контролю заснована на самоменеджменті і поетапному нагляду зі сторони управлінського персоналу за діяльністю працівника.

Німецька система контролю характеризується чіткістю, дисциплінованістю, стабільністю, раціональністю та систематичністю. Працівники для ФРН чітко дотримуються правилам і процедур, що гарантує надійність і передбачуваність їх поведінки для керівництва організації. Формальні установки, які визначають і контролюють поведінку всіх працівників під час роботи, сприяють забезпеченню трудової дисципліни і контролю для досягнення поставлених цілей. У кінцевому підсумку гарантують стабільність всієї організації. Важливе значення надається детальному опису трудових функцій і процедур у вигляді інструкції, правил, обов'язків. Професіоналізм і компетентність робітника відіграють вирішальну роль в німецькій культурі, що вимагає від нього значної самодисципліни і самоконтролю. Завдяки прагненню контролюючого персоналу бути ближче до цехів і виробничим підрозділам формуються сприятливі внутрішньо організаційні відносини. "Лакмусовим папірцем" німецької системи контролю є високоякісна, конкурентна продукція, її своєчасна доставка і післяпродажне обслуговування.

Контроль трудової діяльності працівників на підприємстві відіграє винятково важливу роль в Японії. Японська система контролю відзначається своїм колективізмом, раціоналізаторством, використанням соціальних та психологічних контролюючих важелів впливу на діяльність персоналу. Система контролю діяльності працівників на японських підприємствах фактично є досить жорсткою, хоча ззовні сформована "ілюзія" гармонійних і партнерських відносин між робітниками і керівним персоналом. Навіть у порівнянні із американською системою "витискання поту" японські засоби і методи управління є більш авторитарними та, в кінцевому підсумку, змушують працівників витратити свій як виконавчий, так і творчий потенціал з максимальною інтенсивністю. Специфічна система управління персоналом повністю спрямована на підпорядкування "людського фактору" інтересам забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості великої корпорації.

Для реалізації функцію контролю на підприємствах Японії створюють численний і досить надійний контингент контролерів, які наглядають разом із менеджерами за дотриманням трудової дисципліни на виробництві. Взагалі японські робітники трудяться дуже продуктивно, дозволяючи собі лише невелике розслаблення в останні півгодини роботи, не відчувачи при цьому, що їх експлуатують, а висловлюючи цим відданість своїй організації. Тому дисципліна на підприємствах Японії нерідко зводиться до самодисципліни працівника на його робочому місці. Один американський підприємець так сказав про групову продуктивну трудову діяльність японців, засновану на самоконтролі: "Я глибоко переконаний, що кожен з десяти американців на голову вищий від кожного з десяти японців, але десять японців на голову вище десяти американців" [1, с. 125].

Узагальнені особливості організації контролю трудової діяльності працівників на підприємствах країн світу відображено на рисунку 1.

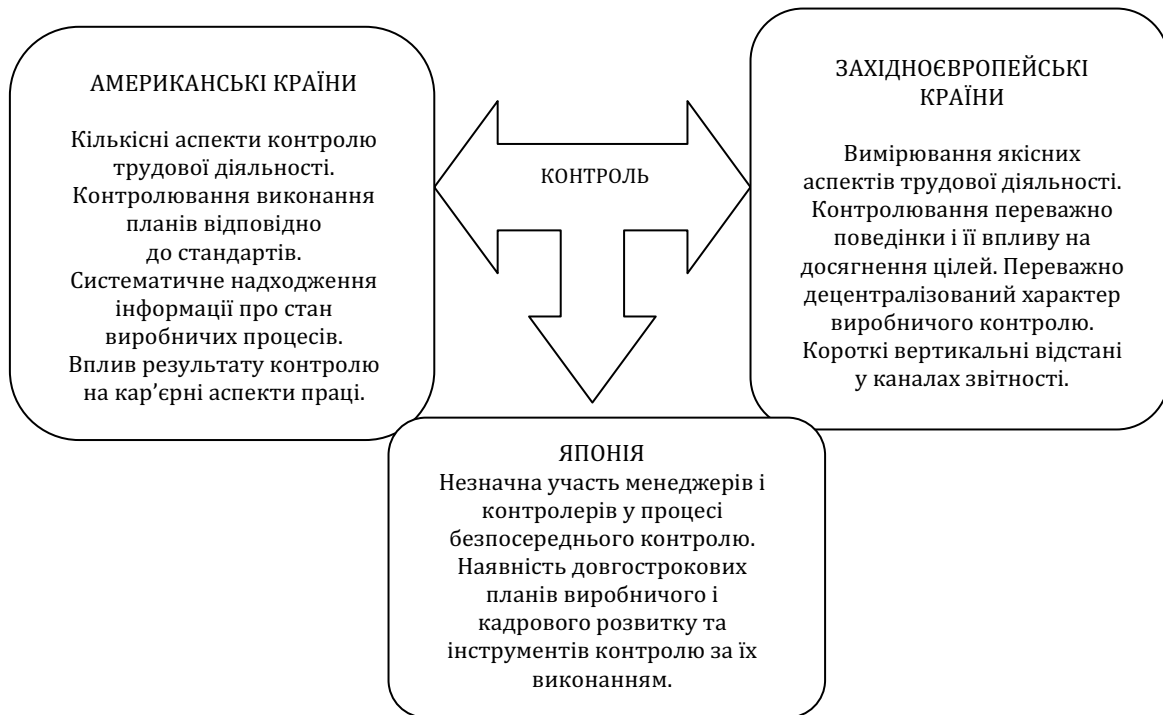


Рис. 1. Основні аспекти контролю трудової діяльності персоналу у країнах із розвинутою ринковою економікою

Джерело: розроблено автором

Важливою складовою системи контролю трудової діяльності персоналу є процедура дотримання трудової дисципліни працівником на підприємстві, а також відповідне правове регулювання внутрішнього трудового розпорядку в межах виробничого підрозділу. В різних країнах світу функціонують свої закони і нормативи щодо регулювання внутрішнього розпорядку на підприємстві, які потрібно знати розглядаючи процес контролю праці в межах певної держави.

Ф. М. Решетников об'єднав за формальними ознаками трудове право зарубіжних країн у відповідні правові типи, які мають свої особливості щодо регулювання трудового розпорядку на підприємствах [2]. Закономірності регулювання трудового розпорядку країн світу зображено в табл. 1. [2-3].

Таблиця 1

**Типи правового регулювання
внутрішнього трудового розпорядку країн світу**

Країни, які належать до типу	Розробники правил трудового регулювання	Об'єкти трудового регулювання
1	2	3
Романо-германський тип правового регулювання внутрішнього трудового розпорядку		
Німеччина, Італія, Польща	Правила складають самі роботодавці, консультуючись із представниками трудового колективу (профспілками).	Оплата праці (у тому числі система підвищення винагороди), тривалість робочого дня та понаднормової роботи, умови соціального страхування, охорони здоров'я, техніки безпеки, дисциплінарні вимоги. Сполучення дисциплінарних повноважень роботодавців та захисних норм для найманих робітників становить суть регулювання трудового розпорядку.
Англосаксонський тип правового регулювання внутрішнього трудового розпорядку		
США, Канада, Велико-британія, Ірландія, Нова Зеландія	Правила затверджуються одноособово власником відповідного підприємства. Особлива роль відводиться колективним договорам.	Організація праці, умови перебування працівника на території підприємств як під час виконання роботи, так і після її закінчення, процедура прийняття та звільнення з роботи, основні права і обов'язки сторін трудових відносин, робочий час та час відпочинку працівника, відповідальність працівників за невиконання покладених на них обов'язків.
Японський тип правового регулювання внутрішнього трудового розпорядку		
Японія, В'єтнам	Правила розробляються власником (перед їх впровадженням він повинен проконсультуватися з профспілковим комітетом) і підлягають реєстрації в управлінні праці провінції.	Організацію роботи на підприємстві, робочий час і перерви на відпочинок, безпека та гігієна праці, захист власності, види дисциплінарних проступків та типи відповідальності за них, види матеріальної відповідальності працівників за шкоду підприємству.

Відмітимо теж, що в Бельгії та Японії діє правило, відповідно до якого усі дисциплінарні правопорушення мають бути зафіксовані в нормативно правових актах. В Англії, ФРН, Австрії та Швейцарії вважається, що вичерпний перелік і фіксування всіх дисциплінарних проступків практично неможливо. В США, Канаді, Франції, Австралії, Новій Зеландії дисциплінарна відповідальність допускається і за проступки, що незафіксовані в нормативно-правових актах [3].

Література

1. Arthur M. Whitehill «Japanese Management: Tradition and transition»: Routledge, London, 1992. – 240 p.
2. Решетников Ф. М. Правовые системы стран мира : справочник / Ф. М. Решетников. – М. : Юрид. лит., 1993. – 256 с.
3. Панасюк О. Про «внутрішній трудовий розпорядок» як категорію трудового права / О. Панасюк // Право України. – 2005. – № 4. – С. 100-101.

УДК 336.02

Байрактар Ю.П.,
здобувач кафедри економіки і менеджменту,
Комарова А.А.,
магістр менеджменту організацій

Київської державної академії водного транспорту імені гетьмана Петра Конашевича - Сагайдачного

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ЕЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Міжнародні компанії та компанії розвинених країн світу все більше уваги приділяють питанням ефективності систем звітності. Починаючи з 1993 збільшується число корпорацій, які разом з річними фінансовими звітами публікують інформацію про свою соціальну діяльність, зокрема соціальні та суспільні програми; діяльність, спрямовану на забезпечення сталого розвитку та екологічної безпеки; довгострокові зобов'язання компанії та основні напрямки її розвитку в концепції соціально відповідального ведення бізнесу.

Якщо в 1993 р. лише 12% компаній оприлюднювали нефінансові звіти, то в 2013 р. власну корпоративну соціально відповідальну (далі – КСВ) політику сформували вже понад 71% найбільших компаній у 41 країні світу (рис. 1) [1].

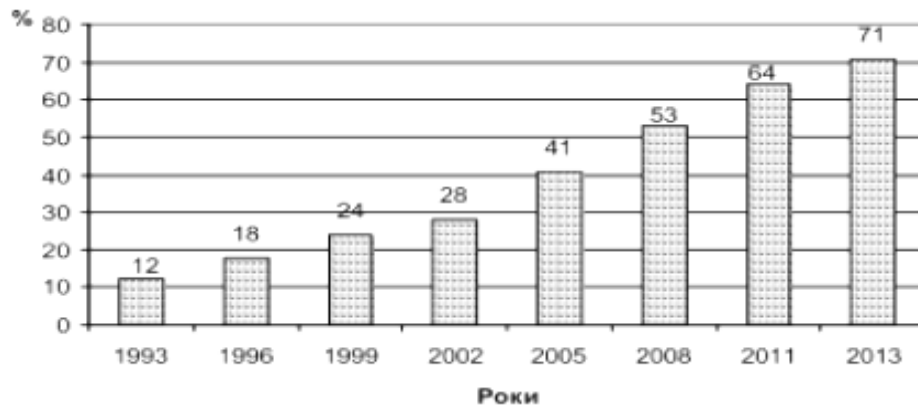


Рис. 1. Частка компаній, що публікують нефінансову звітність [1, с. 22]

За визначенням Глобальної ініціативи зі звітності (GRI – Global Reporting) [2] термін «звітність зі сталого розвитку» означає звітність, яка охоплює одночасно економічні, екологічні та соціальні аспекти діяльності організації.

Нефінансова звітність / соціальна звітність / звітність зі сталого розвитку – це документально оформлена сукупність даних комерційної організації, що відображає середовище існування компанії, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності компанії в економічній, соціальній та екологічній сфері життя суспільства [3].

Тобто, нефінансові звіти компаній включають інформацію не тільки про результати фінансово-економічної діяльності (прибуток, дивіденди, інвестиції, компенсації співробітникам, репутація тощо), але й соціальної (охорона здоров'я та безпека, трудові відносини, етика бізнесу, взаємовідносини з корінними народами тощо) та екологічної (використовувана енергія, викиди вуглецю, використання землі й екосистем, техногенні аварії, відповідність/невідповідність екологічному законодавству тощо) [4-5]. Вона є публічною та розглядається як інструмент інформування різних груп впливу компанії про те, як та якими темпами компанія реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної сталості, соціального добробуту й екологічної стабільності [5]. Адже, як зазначає вітчизняна дослідниця І.В. Жиглей «щоб заходи соціальної відповідальності бізнесу впроваджувались в життя, інформація про них повинна бути представлена зацікавленим користувачам» [6].

Міжнародна практика свідчить, що найбільш поширеними формами нефінансового звітування є підготовка такої звітності у відповідності з загальноприйнятими стандартами, а саме: «Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору» (СОР –Communication on Progress), «Звіт за стандартом AA1000 (Account Ability)», «Звіт зі сталого розвитку за вимогами системи Глобальної ініціативи зі звітності (Global Reporting initiative – GRI)», «Звіт про КСВ діяльність» (довільна форма складання).

За результатами дослідження в Україні майже кожне п'яте підприємство готує нефінансовий звіт як самостійний документ (7,6%), або як частину загального звіту компанії (11,8 %). За дослідженнями проекту UNITER лідерами в підготовці соціальних звітів в Україні є великі компанії та підприємства державної форми власності у сферах будівництва, зв'язку і послуг [4, с. 388].

Найпоширенішою ініціативою звітування в Україні сьогодні є підготовка звіту про прогрес реалізації принципів Глобального договору. Глобальний договір являє собою основу для представників ділових кіл, які бажають погоджувати свою діяльність і стратегії з десятьма універсальними принципами, які розмежовуються за сферами: захист прав людини, захист навколишнього середовища, охорона праці та антикорупційні заходи. На поточний момент до добровільної ініціативи Глобального договору приєдналися 189 українських компаній [7], проте оформленням звіту про прогрес займаються одиниці українських компаній.

Нажаль, частка компаній в Україні, що звітує у сфері соціальної відповідальності, є дуже малою, особливо серед підприємств транспорту та логістики. Насамперед через незацікавленість самих корпорацій, відсутності відповідних політичних та економічних стимулів, невизначених пріоритетів стратегії соціальної відповідальності сучасних вітчизняних підприємств.

Важливо зрозуміти, що наявність нефінансової звітності дозволить українським компаніям зберегти та розширити бізнес з транснаціональними компаніями, вийти на ринки, де КСВ є фактором конкурентної боротьби та ефективно інтегруватися до сучасного світового співтовариства.

Пріоритетними напрямками розвитку КСВ в Україні є: розвиток інноваційної політики корпорацій; підвищення ефективності корпоративного управління; співпраця зі зацікавленими сторонами; розвиток соціальних реформ; розвиток людського капіталу; збереження та відновлення навколишнього середовища; підготовка інтегрованої та нефінансової звітності за міжнародними вимогами та стандартами. Реалізація названих напрямів сприятиме інтеграції корпорацій у міжнародний ринок, що дозволить країні наблизитись до сталого розвитку економіки в цілому.

Література

1. The KPMG Survey of Corporate Social Responsibility Reporting 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/corporate-

responsibility-reporting-survey-2013-exec-summary.pdf

2. Global Reporting Initiative / official website [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>

3. Воробей В., Журовська І. Нефінансова звітність: інструмент соціально-відповідального бізнесу: [Електронний ресурс] – Представництво ООН в Україні / Ініціатива Глобального договору в Україні, 2010. – Режим доступу : http://www.svb.org.ua/sites/default/files/Nefinansova_zvitnist.pdf

4. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : підручник. – К. : Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.

5. Що таке нефінансова звітність і хто в ній зацікавлений? / Офіційний сайт CSR MarketPlace [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.csrinfo.org.ua/>

6. Жиглей В.І. Суспільство як основний користувач бухгалтерської інформації: досвід США / В.І. Жиглей // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Міжнародний збірник наукових праць. Серія: бухгалтерський облік, контроль і аналіз. Випуск 1 (10). ; відповідальний редактор д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутинець. – Житомир: ЖДТУ, 2008. – 376 с., с. 76.

7. Офіційний сайт Глобального Договору ООН [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.unglobalcompact.org/Languages/Russian/index.html>

УДК 339.13:338.432

Батюк Г.В.,

к.е.н., ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Львівський національний аграрний університет

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ В ЗЕРНОВИРОБНИЦТВІ: ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ТА ЗНАЧЕННЯ

На сучасному етапі розвитку вітчизняної аграрної економіки відбувається посилення конкурентної боротьби у сфері сільськогосподарського виробництва. Конкуренція посилюється не лише між окремими господарюючими суб'єктами, вона також набуває особливої гостроти на внутрішньогалузевому та міжгалузевому рівнях. Таким чином, сільськогосподарські товаровиробники в конкурентних умовах, адаптуючись до потреб ринку, зацікавлені виробляти тільки ту продукцію, яка забезпечує максимальний прибуток з одиниці земельної площі. Тому на сьогодні важливим напрямом розвитку аграрного виробництва є підвищення ефективності зерновиробництва і зростання конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів, які здійснюють діяльність на зерновому ринку.

Для забезпечення максимальної ефективності збутової діяльності необхідно, щоб вона ґрунтувалась на правильних теоретичних підходах. Зокрема, варто зазначити, що в деяких публікаціях автори ототожнюють поняття «реалізація» і «збут продукції».

Окремим учасником ринку збуту сільськогосподарської продукції є різні підприємства, фірми – посередники та інші учасники, які забезпечують функціонування збутового процесу, до них належать фінансові установи, транспортні підприємства, рекламні агентства тощо.

Враховуючи, що збут визначають як «систему відносин у сфері товарно-грошового обміну між економічно і юридично вільними суб'єктами ринку збуту, які реалізують свої комерційні потреби» [1, с. 10], завданням учасників збутової діяльності є здійснення взаємовигідного обміну між виробником і споживачем (рис. 1).

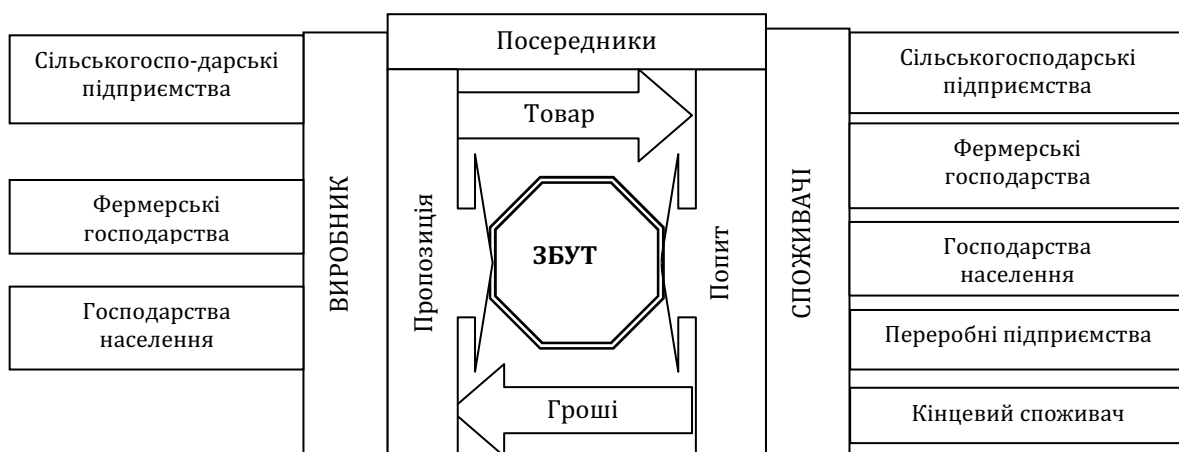


Рис. 1. Модель формування кон'юнктури ринку сільськогосподарської продукції

При цьому первинна ініціатива залишається за сільськогосподарським виробником, який продукує свій товар, пропонує його на ринку, має враховувати певні очікування покупців, які у свою чергу також відіграють значну роль, оскільки саме від їх вибору залежить загальна ефективність виробничої діяльності продавців. Таким чином, збут характеризує сутність ринку, є його товарним фундаментом. При цьому збут як функціональна діяльність ініціюється виробництвом і визначається споживанням [2, с. 135].

Збутова діяльність підприємства повинна бути спрямована на найефективніший розподіл виробленої продукції. При цьому розподіл може бути фізичний, що передбачає виконання комплексу післявиробничих операцій, та комерційний, який пов'язаний з виробленням стратегії збуту товарів, формуванням системи розподілу, обґрунтуванням обсягів реалізації, програми їх виробництва, вибором типу та ширини каналів розподілу, налагодженням контактів, проведенням переговорів і укладанням угод між покупцями та продавцями, передачею прав власності на товар від одного суб'єкта до іншого [3, с. 85]. Важливе значення в управлінні збутом має формування ефективної збутової мережі. Від вибору каналів збуту продукції залежить загальна маркетингова політика підприємства. Для виробників сільськогосподарської продукції є залучення фірм-посередників.

Процес організації збуту передбачає: організацію інформаційного забезпечення про стан ринку, проведення маркетингових досліджень і складання прогнозів збуту; підписання договорів на постачання продукції; вибір форм і методів збуту, організацію системи розподілу; створення маркетингової комунікації та організацію правового забезпечення. [4, с. 57].

Для визначення ефективності збуту виділяють рівень обслуговування споживачів, який залежить від швидкості виконання і доставки замовлення, якості поставленої продукції, надання послуг покупцям, встановлення, ремонту та постачання запасних частин тощо.

Отже, систему збуту формують елементи як внутрішнього так і зовнішнього середовища. До внутрішнього елемента середовища належать ті, на які має безпосередній вплив менеджмент підприємства, а до зовнішнього – збутові посередники. Залучення фірм-посередників, які займаються збутовою діяльністю, з одного боку, дає змогу виробникові користуватися відлагодженою системою збуту, а з іншого наявні високі торговельні націнки, що спричинює збільшення кінцевої ціни виготовленого товару.

Література

1. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта / В.Н. Наумов. – М. : Эксмо, 2003. – 52 с.
2. Севиян А.М. Исследование экономической сущности сбытовой деятельности на промышленном предприятии / А.М. Севиян // Транспортное дело России. – 2009. – Т. №4. – С. 134-138.
3. Потьомкін С.К. Формування каналів збуту споживчих товарів / С.К. Потьомкін, В.І. Рожко // Вісник НТУ «ХПІ»: Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Х., 2005, Вип. 58. – С. 83-87.
4. Хрупович С. Теоретичні підходи до організування процесу збуту на підприємстві / С. Хрупович, Т. Борисова // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 57-61.

УДК 658:338.24

Бездітко О.Є.,

к.е.н., асистент кафедри менеджменту організацій,
Житомирський національний агроєкологічний університет

ОСОБИСТІСНІ ПРОЦЕСИ В УПРАВЛІННІ

Управління існує лише в контексті організації та людей, що працюють у цій організації. Людський фактор – головний в успіху організації та ефективній діяльності. Діяльність організації безпосередньо і головним чином залежить від людей, що виконують певні ролі й функції. Організаційна поведінка пов'язана з вивченням діяльності людей і з тим, як їхня поведінка впливає на роботу організації. Будь-яка організація зацікавлена в тому, щоб її працівники поведилися певним чином. Люди завжди поведуться відповідно до їхнього сприйняття реальності. Вони живуть у своїх світах сприйняття. Усвідомлення різниці між світами сприйняття працівників і менеджерів, а також реалій організацій важливе для розуміння організаційної поведінки.

Питанням проблеми особистості присвячені праці багатьох вітчизняних вчених Б.Г.Ананьєва, Л.С.Виготського, Ю.М.Забродіна, О.Ф.Лазурського, К.К.Платонова та ін. Принципово новий підхід до вивчення проблеми сприйняття належить таким вченим, як П.Я.Гальперіну, О.М.Леонтьєву, С.Л.Рубінштейну.

На людську поведінку в організації впливають і зовнішні, і внутрішні фактори. Внутрішні фактори включають навчальні здібності, мотивацію, сприйняття, ставлення, риси характеру та цінності. Ми зупинимось на сприйнятті як окремому особистісному процесі. Тому що кожний окремий індивідуум по-різному оцінює ситуацію і по-різному ставиться до тієї самої ситуації.

Сприйняття є важливим джерелом пояснення людської поведінки. Сприйняття – це відбір та організація явищ навколишнього середовища для набуття значимого досвіду тим, хто сприймає [1]. Цей процес залежить не тільки від інформації органів чуття, а й від настрою, очікування, життєвого досвіду людини. Це активний процес, у якому задіяний минулий досвід, очікування, застереження, значимість для людини того, що вона сприймає.

Всі люди різні і ця різниця проявляється в усьому різноманітті характеристик людини. Люди мають різний вік, стать, освіту, говорять на різних мовах і по-різному поведуться. Це різноманіття суттєво розширює потенціал і можливості організації, і воно ж породжує труднощі в її управлінні, а також проблеми та конфлікти у взаємодії людини з організацією.

Поведінка і діяльність людини в будь-який проміжок часу залежать від її сприйняття ситуації та об'єкта. Особистість має цікавий вплив на те, що і як сприймають люди. Будь-який вимір особистості разом із численними іншими рисами може впливати на процес сприйняття. Тому в організаціях працівники одну і ту ж ситуацію сприймають по-різному, також кожний окремий індивід сприймає інших людей по-своєму. Цей процес називають особистісним сприйняттям.

Суттєвою характеристикою особистості є її поведінка у групі, вміння контактувати і взаємодіяти з іншими людьми, дотримуватися групових норм і правил. Для того щоб визначити суперечності між поведінкою людини і нормами організаційного оточення, необхідно розуміти і знати, що є основоположним у поведінці людини, тобто

необхідно знати, як індивід сприймає себе і оточуючих, яким чином він реагує на ті чи інші стимулюючі дії, що для нього є неприйнятним, а що само собою зрозуміло.

Отже сприйняття залежить від попереднього досвіду людини. Чим більше людина обізнана з певним об'єктом, тим повнішим, точнішим і змістовнішим є її сприйняття цього об'єкта [2]. Для того, щоб менеджери могли спрогнозувати поведінку працівників необхідно щільно ознайомитись з процесом сприйняття, так як важливу роль в управлінській діяльності відіграють знання та врахування психологічних властивостей особистості.

Входження людини в організацію – це особливий, складний і надзвичайно важливий процес соціалізації, від успішності якого залежить подальший розвиток як члена організації, так і самої організації [4]. Не кожна поведінка працівників є бажаною або небажаною з погляду менеджерів. Фактично багато проявів поведінки нейтральні. Отже першим і найважливішим кроком менеджера є визначення належної поведінки, шляхом спостереження, аналізу та оцінки процесу сприйняття кожного окремого працівника (рис. 1).

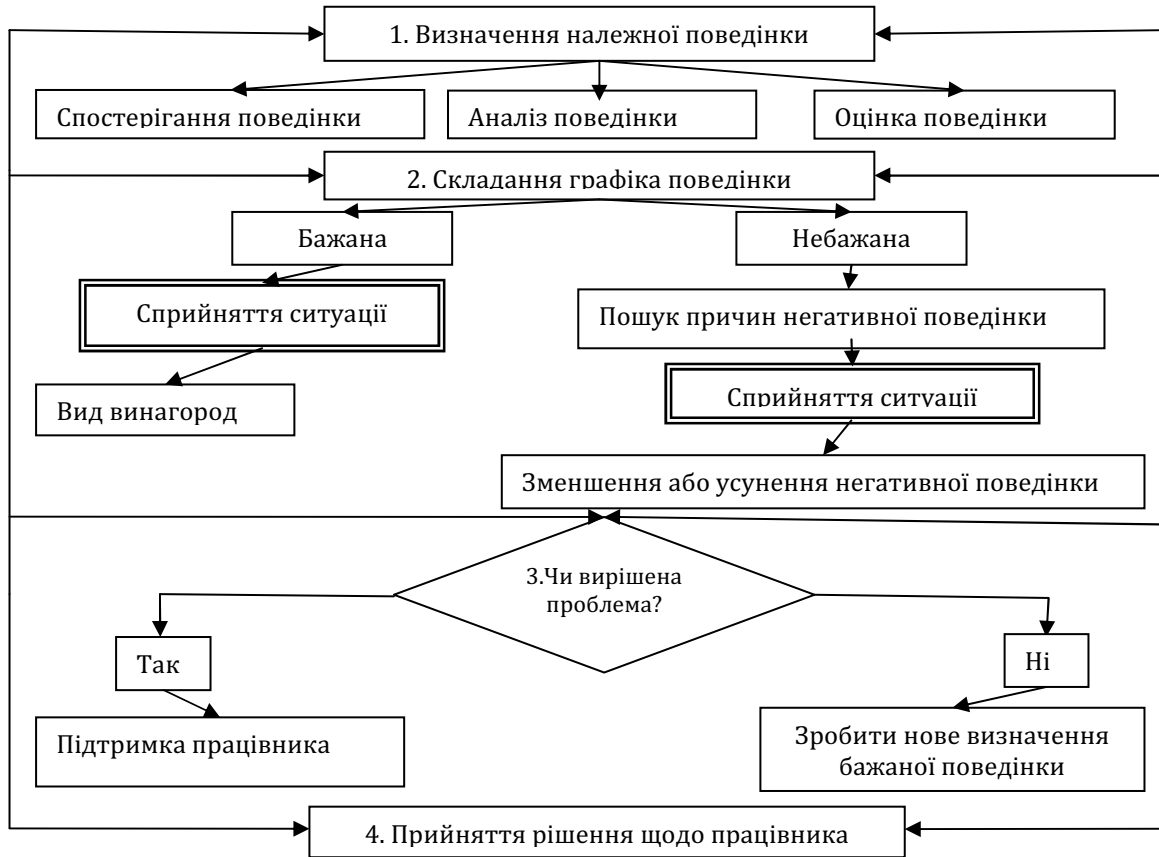


Рис. 1 Методика визначення належної поведінки

Так, менеджери повинні зосередитись на методиці визначення належної поведінки, намагаючись підвищити прояви бажаної поведінки та зменшити прояви небажаної. Визначення належної поведінки складається з: спостереження поведінки, аналізу та оцінки поведінки. Для того, щоб простежити поведінку працівника слід скласти графік поведінки на певний час, де будуть відображені місяці року і поведінка працівника за об'єм виконання певної роботи. Після цього менеджер повинен визначитись чи є поведінка бажаною, прийнятною для організації чи небажаною. Якщо поведінка бажана – менеджер має обрати вид винагороди для працівника аби підвищити чи підтримати бажану поведінку. Якщо поведінка небажана, мета менеджера – зменшити або усунути її. А в найкращому варіанті збільшити бажану.

Сприйняття ситуації може бути особливо важливим при розумінні організаційної поведінки. Менеджеру необхідно пам'ятати, що існує перспектива взаємодії. І працівник, і ситуація взаємодіють між собою, таким чином визначають сприйняття менеджера до інших. Досвідчені менеджери узагальнюють всю ситуацію і визначають чи вирішена проблема. Виходячи з цього, якщо вирішена, то підтримують працівника, підкріплюють зв'язок певними стимулами. Якщо не вирішена, тоді менеджер повинен спробувати перевизначити бажану поведінку. Адже змінити поведінку нелегко, оскільки люди часто опираються змінам, особливо у контексті процесу сприйняття. Після цього менеджер приймає рішення щодо працівника.

Отже, можна зробити висновок, що людині постійно потрібні відомості про поточний стан і зміни в зовнішньому світі і внутрішньому середовищі для оцінки цієї інформації та прийняття рішень по своїй поведінці і виробленні програм подальшої діяльності.

Література

1. Власова А. М. Організаційна поведінка : навч. посіб. / А. М. Власова, Л. М. Савчук, В. Б. Савінова. – К. : КНЕУ, 1998. – 96 с.

2. Властивості та види сприйняття [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://textbooks.net.ua/content/view/full/5457/47/>.
3. Новак В. О. Організаційна поведінка : підручник / В. О. Новак, Т. Л. Мостенська, О. В. Ільєнко. – К. : Кондор-Вид-во, 2013. – 498 с.
4. Савельєва В. С. Організаційна поведінка : навч. посіб. / В. С. Савельєва, О. Л. Єськов, В. М. Вакуленко. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 240 с.

Бессонова С.И.,

к.э.н., доцент,

Приазовский государственный технический университет,

г. Мариуполь

ПУТИ СНИЖЕНИЯ ЭНЕРГОЕМКОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА

В настоящее время наиболее актуальным является решение вопроса энергетической независимости Украины. Мероприятия по реализации государственной политики за период 2010-2013 гг. были направлены на усиление инновационных процессов в деятельности предприятий промышленного сектора. Отраслевая программа энергоэффективности и энергосбережению на период до 2017 года предусматривает финансовое, законодательное и научно-техническое обеспечение.

Концепцией государственной энергетической политики Украины на период до 2020 года предусмотрено снижение энергетических затрат на производство единицы внутреннего валового продукта (ВВП) на 9%. В настоящее время крупнейшими потребителями энергоресурсов являются промышленность 58% и ЖКХ 29%. По мнению специалистов, повышение энергоэффективности до европейского уровня позволит существенно изменить ситуацию по потреблению энергоресурсов и снизить их на 57% [1]. Если оценивать ситуацию в целом по стране, то в год Украина может использовать на 11 млрд. евро меньше, чем использует.

Для осуществления принятой энергетической концепции были приняты ряд законов направленных на оптимизацию энергоснабжения и энергопотребления, развитию внутреннего производства, стимулирования научно-технической, инновационной и инвестиционной деятельности. Однако существенной минимизации энергоемкости за последние три года не наблюдается.

Металлургическая отрасль по-прежнему является базовой для экономики Украины, несмотря на значительное сокращение объемов реализации металлургической продукции, по-прежнему именно эта отрасль обеспечивает более 26% общего экспорта товаров.

В современной ситуации за 2014 г. значительно сократились объемы энергопотребления, но это, в первую очередь, связано со значительным сокращением производственных мощностей. Так металлургический комбинат «Азовсталь», входящий в горно-металлургическую монополию «Метинвест», по итогам работы в 2014 году сократил производство общего проката, по оперативным данным, на 22,3% по сравнению с аналогичным периодом 2013 года – до 3,251 млн. тонн [2]. Днепропетровский металлургический комбинат (ДМК) им. Дзержинского (Днепродзержинск Днепропетровской обл.), входящий в корпорацию «Индустриальный союз Донбасса» (ИСД, Донецк), работает на четверть своих мощностей. По данным ОП Металлургпром в 2014 году в Украине было произведено 27,6 млн. т стали, что на 16,9% ниже показателя 2013 года. Выпуск чугуна уменьшился на 14,8% до 24,8 млн. т, общего проката на 18,1% до 23,8 млн. т. [3].

С учетом того, что металлургическая продукция отгружается на экспорт, порядка 60%, то заинтересованность предприятий в повышении конкурентоспособности, напрямую зависит от снижения себестоимости продукции за счет энерго и ресурсосбережения.

В таблице 1 представлен анализ потребления электроэнергии за последние 2 года.

Таблица 1

Анализ потребления электроэнергии промышленностью, металлургической и машиностроительной отраслями

	2013		2014	
	%	Млрд.кВт	%	Млрд.кВт
Промышленность в целом	46,3	65,52	45,3	61,1
Металлургия	24,8	35,1	25,3	34,1
Машиностроение	3,2	4,53	3,2	4,3

Сравнительный анализ затрат с европейскими производителями металлургической продукции показал, что на производство 1 т стали предприятия тратят на 30-40 долл. США меньше, чем в Украине.

Для достижения, хотя бы европейских показателей отечественным металлургическим предприятиям необходимо активизировать интеллектуальный, технический и финансовый капитал.

Ряд мероприятий украинские металлурги уже осуществили. На предприятиях «Метинвеста» были внедрены ряд инвестиционных программ, которые позволили снизить себестоимость стали на последние три года на треть. Так, на металлургическом предприятии «Запорожсталь», благодаря внедрению программы по энергосбережению удалось сократить затраты на изготовление одной тонны стали на 17,7 долл. США. На МК «Азовсталь» введен в эксплуатацию новый кислородный блок и новый газопровод доменного газа на ТЭЦ, что позволило снизить энергозатраты. На «ММК им.Ильича» все доменные печи оборудовали системой вдувания пылеугольного топлива, благодаря этому мероприятию предприятие исключает использование природного газа в доменных печах, а также

сократить удельный расход кокса на 29 кг/т чугуна. Для эффективного использования энергетических ресурсов введены в строй современный энергокорпус ККЦ и кислородный блок ВРУ-60.

Конечно же, модернизация, проводимая в отрасли, требует значительных инвестиционных вложений. Снижение показателей инновационной деятельности промышленных предприятий во многом зависит от недостатка финансовых и инвестиционных ресурсов. На технологические инновации в 2013 году металлургические производители потратили 1,1 млрд.грн. и, в основном, это были собственные источники.

Необходимо еще отметить факторы, которые негативно влияют непосредственно на деятельность промышленного предприятия – это невозмещение НДС предприятиям экспортерам, применение налоговых инструментов дестимулирующего характера.

Суммарная задолженность налоговых органов Украины перед предприятиями группы “Метинвест” по возмещению налога на добавленную стоимость за поставленную на экспорт продукцию по состоянию на 1 января 2015 года составила около 960 млн. грн, переплата по налогу на прибыль на общую сумму 2,485 млрд. грн. из них: ММК им. Ильича – 50,098 млн. грн, “Азовсталь” – 40 млн. грн., из предприятий машиностроительной отрасли «Азовмаш» – 140 млн. грн. Отток оборотных средств негативно сказывается на финансовом состоянии предприятий, особенно это осложняется при отсутствии возможности кредитования, тогда как эти средства могли быть направлены на развитие предприятий [5].

На основании вышеизложенного, целесообразно систематизировать государственные подходы по поддержке отечественного металлургического и машиностроительного промышленного производителя, которые позволят стимулировать реализацию энергосберегающих мероприятий и внедрению энергоэффективных проектов.

Литература

1. Официальный сайт Рейтинга энергоэффективности Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.energy-index.com.ua/uk/additional/publications/smytaya-alternativa/>

2. Официальный сайт Укррудпром. “Азовсталь” в 2014 году сократила выпуск проката почти на четверть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ukrrudprom.ua/news/Azovstal_v_2014_godu_sokratila_vipusk_prokata_pochti_na_chetvert.html.

3. Он-лайн СМИ. Газета Бизнес. Стальной обвал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economics.lb.ua/business/2015/01/31/293996_stalnoy_obval.html.

4. Он-лайн СМИ. Газета Бизнес. Энергоемкий резерв [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.business.ua/articles/companies/Energoemkiy_rezerv-88952/

5. Государство задолжало “Метинвесту” почти 3,5 млрд гривен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ukrrudprom.ua/news/Gosudarstvo_zadolgalo_Metinvestu_po_NDS_pochti_1_mlrld_griven.html

Magdalena Byczkowska,

Phd,

State Higher Vocational School
in Gorzow Wielkopolski

BASIC TERMS AND FOREIGN DIRECT INVESTMENTS CLASSIFICATION

In article there has been presented the nature and classification of the issue of foreign direct investments as a form of transnational corporations expansion in the contemporary economy and forms of international technology transfer by transnational corporations.

Capital relocation on an international scale has become one of significant factors in development processes of contemporary world economy. It is, on the one hand, an effect of the process of economic globalisation, while on the other hand, it remains its key accelerator.

Particularly increased investment activity expressing itself in deposits opened outside the home countries took place in the last decade of the 20th century. The last years of the previous century brought the development of internationalisation and globalisation of the world economy on an unprecedented scale. More and more funds began to flow over the borders of the world both in connection with trade exchange as well as in search of the possibly most effective capital investments. Participation of enterprises in this process has been of both active and passive nature. Those going beyond the borders of their country of residence are active participants in the process of globalisation thus contributing to its development. Enterprises operating on a local scale have to, as a result of advancing liberalisation in the fields of production and trade, face international competition being but passive actors in this process.

Foreign activity of enterprises usually commences at the moment of granting a licence or with export and only later, after gaining proper experience, are direct investments made.¹

Foreign direct investments, hereinafter referred to as FDI, a specific kind of international capital transfer, are the most developed form of enterprise internationalisation. Direct investments result in enlarging an enterprise opening a deposit, take effect on its vertical and horizontal concentration or establishment of a new business entity.² (Figure 1.)

¹ M.E. Porter' Strategia konkurencji. *Metody analizy sektorów i konkurentów* [Competitive Strategy' Techniques for Analyzing Industries and Competitors], Warsaw, 1992, p. 272.

²J.H. Dunning, *International Production and Multinational Enterprise*; Allen and Urwin, London 1981, p. 72.

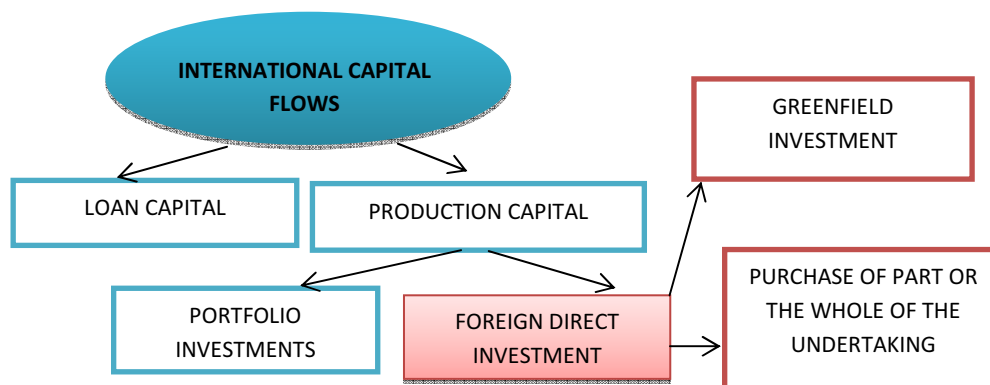


Figure 1 Foreign direct investment as part of the international movement of capital

Source: own elaboration

International capital flows are connected with relocation of public and private funds in the world. These funds may take the form of loan and productive capitals. Loan capital is exchanged at an international scale cash contributions and financial securities of different kind (...), excluding stock, though. Productive capital, on the other hand, takes the form of productive investments: indirect or so-called portfolio investments.³ Productive investments consist in making capital expenditures in foreign enterprises to establish them from the ground, purchase whole or in part. Private parties, frequently transnational corporations, remain their dominant initiator. As a result of the activity, the generated income is usually transferred abroad, to the investor's country of residence. On the basis of the scope of foreign investor's control over an entity the following are distinguished:

— *portfolio investments* – constitute in making purchases of stock and other type of foreign securities in order to generate income in the form of interests and dividends. The primary motive for portfolio investments is profitable capital investment. The investments can be of both long- and short-term character.

— *direct investments* – enable an investor to exercise control over a foreign enterprise and to strengthen or win its position on another country's market. They take the form of so-called *greenfield investment* that is investments from the ground up which are about establishing a brand new enterprise or purchasing the whole or a part of an existing enterprise (so-called *brownfield investment*). The purchased share should enable the investing entity to exercise control.⁴

Since the half of the 20th century an increase in popularity of foreign direct investments can be observed. This trend was influenced by a growing substance of costs, scale of production and limited absorptiveness of the domestic markets in developed countries. For the host country foreign direct investments are an external source of capital, yet, they do not restrict themselves to its transfer only. In the case of FDI, financial capital is but a carrier of resources included in so-called "investment packs". They are shaped by know-how, skills and knowledge, innovative management systems and methods as well as advanced technological and organisational solutions.⁵ Figure 2.

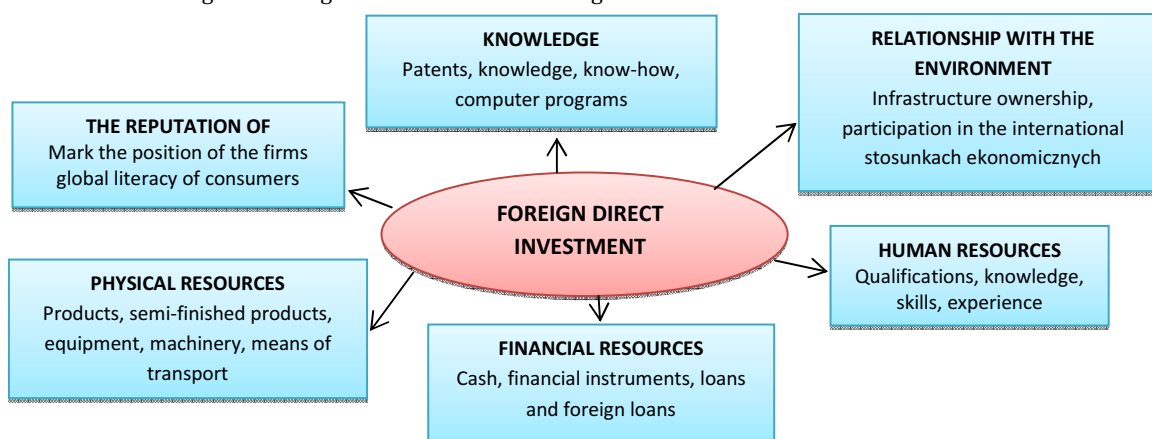


Figure 2 Transfer of resources abroad in foreign investment results

Source: own elaboration based on the: E. Sitek, *Inwestycje bezpośrednie przedsiębiorstw na rynku zagranicznym*, Politechnika Częstochowska, Częstochowa 2000, s. 40.

³ P. Bożyk, J. Misala, M. Puławski, *Międzynarodowe stosunki ekonomiczne [International Economic Relations]*, PWE, Warsaw 1998, p. 139.

⁴ *European Community Direct Investment, 1984-89*, Eurostat, Luxemburg 1992, p. 74-75.

⁵ *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w podnoszeniu konkurencyjności polskiej gospodarki [Foreign Direct Investments and Competitiveness of the Polish Economy]*, W. Karaszewski (ed.), Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, Toruń 2005, p. 34.

The *foreign direct investments* phenomenon, especially from the perspective of motivations behind them in a broad sense, can be explained by the general meaning of the word *investment*. It is commonly believed that J. Hirshleifer's definition provides the best explanation of what an investment is from a motivational angle by pointing out that investments are present sacrifices for future benefits. The present is relatively secure while the future remains unknown.⁶ For this reason investments are sacrifices of what is certain for an uncertain benefit. This, in turn, emphasises the most substantial features of every investment, namely⁷:

- sacrifice in the form of renouncing present consumption, crucial for making intended profits,
- element of time, an intrinsic part of an investment,
- risk, inherent in every investment.

By emphasising the expectation of profits as an intrinsic feature of every investment, it can be said that any investment activity, foreign investments included, comes down to engaging funds in order to gain certain profits expected to be generated after a period of time. Earning certain profits through investments always requires reducing current consumption and involves risk.

Foreign direct investments are capital investments made outside of the investor's country of residence to undertake economic activity from the ground or to purchase the property rights of an existing enterprise which would enable a direct participation in management. The investments are a special form of international capital turnover. It results not only in financial means transfer but also in the transfer of specific investment assets.

On the basis of the investment purpose criterion, in simple terms it can be assumed that foreign entities can make investments in three categories:

- *direct investments* – in the case of which the intention to operate and generate profits from economic activity, which are, in principle, long-term investments of material character is crucial,
- *portfolio investments* (mentioned above) whose main purpose is generating profits mainly in trading in securities and derivatives on financial / capital markets; they are usually of short-term character;⁸
- *property acquisition* – established separately for the sake of its character and it can be processed for other purposes other than the ones mentioned above.

It should be noted that portfolio investments are most often of a short-term character. Their value in host countries fluctuates over time. Direct investments, however, are made with the intention of an investor's longer involvement in a venture. There is even a phenomenon of a short-term irreversibility of the investment. It is connected with losses (*sunk costs*) which an investor would have to incur should he decide to quit the activity established as a result of this investment.⁹

The short-term profit motive of investors who invest their capital in the portfolio is usually different from the direct investors' expectations, who, due to *start-up costs*, have to reckon with gaining profits over a longer period of time. It is especially costly in the case of foreign investments established from the ground (a new enterprise establishment).

The evolution in broadening the notion of foreign direct investments has been reflected in economic literature. The majority of definitions of foreign direct investments can be divided into two categories: *financial phenomenon* and *real phenomenon*.

An example of purely real approach to foreign direct investments is identifying them with vertical or horizontal extension of an enterprise beyond the borders of the country of residence. Yet, this approach is very narrowed and often identified with a transnational corporation.¹⁰

From the financial perspective FDI are defined as:

- *a form of international capital flow* that is foreign direct investments made in response to a differentiation of interest rates between the home country of an investor investing abroad and the host country where the higher interest rate is a circumstance attracting foreign capital,
- *an external source of financing economy* – reflected in a balance of payment and representing a stream of foreign capital invested in a given country within a year,
- *a source of financing transnational corporations,*
- *capital investment.*

Further definitions of foreign direct investments which can be cited here are the ones proposed by the **International Monetary Fund (IMF)**, the **Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)**, the **European Union (EU)**.

According to the *International Monetary Fund* foreign direct investments are capital investments made with the objective of establishing a lasting interest in an enterprise resident in an economy other than that of the investor, including an influence on the management of the enterprise.¹¹

On the other hand, according to the *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)*:

1.a foreign direct investor is an individual, an incorporated or unincorporated public or private enterprise, a government, a group of related individuals, or a group of related incorporated and/or unincorporated enterprises which has a direct investment enterprise operating in a country other than the country of residence of the foreign direct investor,

⁶ J. Hirshleifer, *Investment Decision under Uncertainty: Choice – Theoretic Approaches*, *The Quarterly Journal of Economics* 1965, Vol. LXXIX, No. 4, p. 509.

⁷ K. Jajuga, T. Jajuga, *Inwestycje – instrumenty finansowe – ryzyko finansowe – inżynieria finansowa* [Investments. Financial Instruments, Financial Risk, Financial Engineering], Warsaw 1997, p. 7.

⁸ The subject of the present paper are foreign investment including capital deposits in the form of foreign direct investments while portfolio investments are not the subject of interest.

⁹ O. Roloff, S. Brander, I. Barends, C. Wasselbaum, *Direktinvestitionen und international Steuerkonkurrenz*, Peter Long, Frankfurt a. Main – Berlin – Berno – New York – Paris – Wien 1994, p. 85.

¹⁰ Ch. Kindleberger, *American Business Abroad, Six Lectures on Direct Investment*, New Haven 1969, p. 1.

¹¹ P. Bożyk, *Międzynarodowe stosunki ekonomiczne* [International Economic Relations], PWE, Warsaw 2008, p. 134.

2.a direct investment enterprise is an enterprise in which an individual foreign investor owns 10 percent or more of the ordinary shares or voting power (general meeting) for an incorporated enterprise or it can exert influence on enterprise's decisions.¹²

Finally, *the European Union* defines direct investment as any type of investment by an individual, trading, industrial or financial company serving the purpose of establishing or sustaining permanent and direct relationship between a fund supplier and the head of an enterprise or an enterprise for which the funds are allocated to operate economic activity.¹³

One of the principal criteria of differentiation of foreign direct investment are the motives behind undertaking economic activity abroad. Taking this criterion into consideration, different forms of FDI can be singled out:

- resources-oriented foreign direct investments,
- market-oriented foreign direct investments,
- efficiency-oriented foreign direct investments,
- strategic assets.¹⁴

For the purpose of this article - a definition of foreign direct investments has been adopted, treating them as investments undertaken by business entities of the given country (individual entrepreneurs, private and state-owned companies, governments, groups of private or public companies) to obtain a permanent influence on the activity of a company operating in another country or to create a new company from scratch abroad.

Білецька О.О.,

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,
Хмельницький національний університет

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

У теорії розвитку підприємства на стику різних наук і напрямків, застосовуються різні підходи до проблеми формування організаційної культури. Так, деякі вчені виділяють три основні позиції відносно проблеми формування організаційної культури: організаційна культура - продукт «природного розвитку» організації, природного в тому розумінні, що вона утворюється спонтанно в процесі спілкування й взаємодії людей і незалежно від їхніх суб'єктивних бажань (еволюціоністська модель культури); організаційна культура - штучний винахід, створений людьми, що і є результатом їх раціонального вибору (цілераціональна модель культури); організаційна культура - змішана, природно-штучна система, що з'єднує в собі формально-раціональні й спонтанні життєві процеси (моделі корпоративної й цивільної культур) [2, с. 63].

На думку Макєєвої В.Г., формування організаційної культури починається в момент виникнення організації і йде від формальних лідерів (керівництва організації). При подальшому наборі співробітників ураховується відповідність їх життєвих цінностей цінностям домінантної коаліції. Організаційна культура може виникати й формуватися як усвідомлене, так і неусвідомлене явище [1, с. 169].

Зазвичай, персонал підприємства збільшується за рахунок залучення нових членів, що приходять із підприємств з іншою культурою. Нові працівники підприємства, прагнуть вони того чи ні, привносять звичаї а традиції іншої культури. У деяких підприємствах вірування й цінності культури чітко ранжирувані, їх відносна важливість і зв'язок між ними не зменшують ролі кожної з них. В інших підприємствах відносні пріоритети й зв'язки між визначними цінностями не так ясні. У першому випадку досягається великий ефект із погляду впливу на поведінку людей, тому що в них формується впевненість у тому, яка цінність повинна переважати у випадку конфлікту інтересів.

Формування організаційної культури вимагає обліку еволюційного характеру її розвитку, який може бути реалізований за допомогою низки специфічних заходів: створення символічних фігур і образів керівників, що втілюють кращі цінності й норми організації; концентрації зусиль на формування найбільш істотних організаційних цінностей і норм; створення й розширення в організації локальних груп, на які поширюються певні цінності; зміна поведінки співробітників у зв'язку з переживанням реальних успіхів організації; створення знаків організаційної культури, що виражають цінності й норми; комбінування директивних і непрямих способів формування організаційної культури.

Ще Є. Шейн виділив дві головні проблеми, що супроводжують процес формування організаційної культури: зовнішня адаптація (що повинне бути зроблене організацією і як повинне бути зроблене) і внутрішня інтеграція (як працівники організації вирішують свої щоденні, пов'язані з їхньою роботою й життям в організації проблеми) [3, с. 256-263]. За Е. Шейном, процес зовнішньої адаптації й виживання пов'язаний з пошуком і знаходженням організацією своєї ніші на ринку і її пристосуванням до постійно мінливого зовнішнього оточення. Це процес досягнення організацією цілей і, взаємодії із представниками зовнішнього середовища. У даний процес залучені питання, що мають відношення до виконуваних завдань, методів їх рішення, реакції на успіхи й невдачі тощо. Процес внутрішньої інтеграції пов'язаний із установленням і підтримкою ефективних відносин по роботі між членами організації. Це процес знаходження способів спільної роботи й співіснування в організації. Процес внутрішньої інтеграції часто починається із установленням специфіки у визначенні себе, що ставиться як до окремих груп (субкультури), так і до всього колективу організації.

¹² A. Stępiak, *Integracja regionalna i transfer kapitału. Inwestycje bezpośrednie w aspekcie klimatu inwestycyjnego w Unii Europejskiej [Regional Integration and Capital Transfer. Direct Investment from the Aspect of European Union Investment Climate]*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1996, p. 77-78.

¹³ I. Ostrowska, *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w EWG [Foreign Direct Investments in EC]*, Wrocław 1988, p. 15,

¹⁴ M. Jaworek, *Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w prywatyzacji polskiej gospodarki [Foreign Direct Investments in the Privatization of the Polish Economy]*, Dom Organizatora Publishing, Toruń 2006, p. 56.

Розділяючи точку зору Є. Шейна, детальне пророблення проблем зовнішньої адаптації й внутрішньої інтеграції як основних напрямків формування організаційної культури вимагає поділу складових її елементів. Виходячи з необхідності такого поділу, до елементів організаційної культури, пов'язаних з першою групою (зовнішньою адаптацією) можна віднести місію й стратегію, мету, кошти, контроль, корекцію. Відповідно до елементів культури другої групи (внутрішньої інтеграції) - загальна мова й концептуальна категорії, границі груп і критерії входження й виходу із груп, влада й статус, особистісні відносини, нагородження й покарання, ідеологія й релігія.

Формування організаційної культури відбувається в певному економічному і соціальному середовищі під впливом вимог ринку й у напрямку задоволення потреб клієнтів за допомогою реалізації власних інтересів організації. Неможливо забезпечити сталий розвиток організації, якщо вона не буде адаптована до змін зовнішнього середовища й не буде мати у своєму розпорядженні приймання гнучкого реагування на її зміни. З іншого боку, неможливо уявити підприємство без свого власного внутрішнього простору, своїх принципів і законів взаємодії, внутріорганізаційного клімату й власного підходу до рішення завдань внутрішньої інтеграції й згуртованості.

Однак, врахування проблем тільки зовнішньої адаптації й внутрішньої інтеграції, було би занадто спрощеним підходом до такого складного, багатоаспектного явища як організаційна культура. Існує необхідність виділення більшої кількості елементів, що становлять процес формування організаційної культури. Тут доречно відзначити, що розгляд шляхів формування бажаної організаційної культури припускає сприйняття організації не тільки як техніко-економічної, але і як соціальної системи. Для побудови організаційної культури, яка підтримувала б стратегію організаційного розвитку, керівництво повинне виконати низку кроків.

Необхідним є такий процес формування організаційної культури, який враховує зовнішні й внутрішні умови формування організаційної культури й напрямку її впливу на діяльність підприємства. Правомірність існування пропонованого підходу до формування організаційної культури обумовлюється тим, що підставою про значення зовнішнього оточення й необхідності врахування його при формуванні організаційної культури є одним з найважливіших вимог системності й ефективності функціонування підприємства. Будучи відкритою системою, підприємство є залежним від зовнішнього середовища відносно поставок ресурсів, сировини, енергії, набору персоналу, задоволення потреб, що обслуговуються нею споживачів продукції (робіт, послуг). Ця обставина підвищує значимість обліку факторів, що виявляють вплив на функціонування й розвиток підприємства, у тому числі його організаційної культури.

При розгляді зовнішнього для організації оточення, що впливає на формування її культури, більшість науковців відзначають ділове середовище економіки в цілому й галузі зокрема, а також зразки національної культури. Розглядаючи внутрішні фактори як внутрішні ситуаційні, науковці вважають, що вони становлять найбільший інтерес, оскільки контролюються керівництвом. Серед них основні фактори формування організаційної культури більше піддані внутріорганізаційній динаміці, ніж додаткові. Тому основні фактори сприяють у більшій мірі стихійному формуванню організаційної культури, а додаткові - цілеспрямованому.

Таким чином, чим складніше зовнішнє середовище (тобто, чим більше кількість факторів, на які організація зобов'язано реагувати й вище швидкість їх змін), тим складніше організаційна культура. Це вимагає застосування ситуативного підходу до вирішення проблем організації й підвищує рівень вимог до гнучкості й адаптивності організаційної культури.

Вважаємо за необхідне звернути особливу увагу на методологічні проблеми, що виникають при цілеспрямованому формуванні культури. На нашу думку, їх виникнення обумовлене наступним: слабкою теоретичною розробленістю проблеми; нестабільністю культури в часі; обмеженістю перенесення закономірностей, що виявляються, функціонування культури; розмитістю границь цього феномена, його належність до структури організації.

Наслідками прояву цих методологічних проблем є наступні обставини: поверхнева інтерпретація, що рідко приводить до істотних зрушень у культурі організації; одностороння інтерпретація, що підсилює основне організаційне протиріччя; помилкова інтерпретація, що вносить істотний дисбаланс у розвиток усієї організації. Вирішення цих проблем, можливо в процесі вивчення сформованої організаційної культури, що виступає передумовою розвитку культури підприємства. Визначну роль у підтримці організаційної культури відіграють три фактори: відбір персоналу; діяльність вищого керівного ланки; методи, які допомагають працівникам адаптуватися до організаційного оточення (соціалізація).

Таким чином, для вирішення завдання формування сильної культури слід провести діагностику та аналіз організаційної культури, визначити ступінь контролю менеджменту над культурою, описати методи та інструменти, використовувані для управління нею. На основі проведеного аналізу необхідно створити образ бажаної культури, описати основні організаційні цінності та принципи поведінки. Результатом робіт повинен стати план заходів щодо зміни та посиленню культури підприємства. У зв'язку з цим, перед початком основних робіт слід провести експрес-діагностику підприємства, в рамках якої будуть вивчені питання, пов'язані з цілями, задачами і стратегією, особливостями зовнішнього середовища, специфікою системи управління.

Література

1. Макеева В.Г. Культура предпринимательства / В.Г. Макеева. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 218с.
2. Резник Ю.М. Сущность корпоративной культуры в современной организации / Ю.М. Резник, К.А. Кравченко // Управление персоналом. – 1998. – № 8. – С. 63-65.
3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн ; пер. с англ. под ред. В.А. Спивака. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.

ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ДЖЕРЕЛ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБИ В ПЕРСОНАЛІ

В сучасних умовах господарювання одним з основних аспектів задоволення потреби в персоналі є залучення необхідної кількості кандидатів на вакантну посаду, які б відповідали професійним та особистісним вимогам, що висуваються з боку підприємства. Ситуація, що склалася сьогодні, вимагає організації процесу задоволення потреби в персоналі з використання сучасних науково обґрунтованих методик.

Вирішенню завдання підбору персоналу приділяється достатньо уваги, але в більшості робіт, вона розглядається з позиції організації процесу (перелік робіт не наводиться у зв'язку з тим, що їх достатньо багато та в них відсутні підходи, пов'язані з розробкою методичних рекомендацій щодо обґрунтування вибору джерел пошуку кандидатів). На особливу увагу заслуговує стаття О. Следь та А. Нечаєвої, в якій автори намагаються встановити залежність вибору джерел пошуку кандидатів від низки критеріїв [1].

В процесі дослідження ми пропонуємо використовувати певний алгоритм вирішення цього завдання, який містить кілька етапів.

Етап 1. Визначення критеріїв вибору джерел пошуку кандидатів. Аналіз літературних джерел дозволив нам сформулювати певний доволі широкий перелік таких критеріїв. Велика кількість значно ускладнює процедуру вибору конкретного джерела, тому пропонуємо використовувати найбільш суттєві, визначені науковим способом.

Метод аналізу ієрархій, запропонований американським вченим-математиком Т. Сааті (*Tomas L. Saaty*) [2], дозволив нам визначити структуру критеріїв відбору та вагомість кожного з них: час, що відводиться на пошук кандидатів – 0,2181; витрати, спрямовані на пошук персоналу – 0,2881; специфіка потреби в персоналі – 0,3802; ситуація на ринку праці – 0,1136.

Етап 2. Виокремлення джерел пошуку кандидатів та їх оцінка за критеріями, що були визначені в межах попереднього етапу. В нашому дослідженні ми виокремили ті джерела, що найчастіше використовують на вітчизняних підприємствах: А 1 – приватні кадрові агенції; А 2 – державні центри зайнятості; А 3 – презентацій, участь у ярмарках вакансій, святах тощо; А 4 – розміщення оголошень у ЗМІ; А 5 – неетичні методи пошуку (хедхантинг тощо); А 6 – особисті контакти менеджерів та співробітників; А 7 – внутрішні джерела.

Використання будь якого з методів багатокритеріального аналізу [3, с. 473] дає нам можливість вирішити поставлену задачу. Також на цьому етапі ми оцінили доцільність використання альтернативних варіантів за обраними критеріями за 5-бальною шкалою (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка доцільності використання
різних джерел пошуку кандидатів на вакантну посаду

Джерело пошуку кандидатів на вакантну посаду (альтернатива)	Критерій оцінки доцільності використання джерела пошуку кандидатів												
	Час, що відводиться на пошук		Витрати, спрямовані на пошук персоналу			Специфіка потреби у персоналі				Ситуація на ринку праці			
	мало	достатньо	незначні	достатні	значні	потреба у спеціалістах низької кваліфікації	потреба у спеціалістах високої кваліфікації	потреба у менеджерах вищої ланки	масовий підбір персоналу різних спеціальностей	стабільна	задовільна	напружена	критична
А 1	5	3	1	1	5	1	5	5	1	1	3	5	4
А 2	5	4	2	4	4	5	3	1	5	5	4	3	3
А 3	1	5	1	3	5	2	2	1	4	1	1	4	5
А 4	1	5	2	4	5	2	5	3	5	2	4	4	5
А 5	2	4	1	3	4	1	5	5	1	1	1	5	5
А 6	4	3	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5
А 7	5	3	5	5	5	5	3	4	1	5	5	5	5

Етап 3. Визначення вектору альтернатив (джерел пошуку кандидатів). Візьмемо умовний приклад: середньому підприємству терміново потрібен спеціаліст високої кваліфікації; керівництво виділяє достатньо коштів на пошук кандидатів, ситуація на ринку праці задовільна. За такої умови матриця оцінки альтернатив буде мати наступний вигляд (табл. 2).

Матриця вибору альтернативи (джерела пошуку кандидатів)

Критерій оцінки доцільності використання джерела пошуку кандидатів	Час, що відводиться на пошук	Витрати, спрямовані на пошук персоналу	Специфіка потреби у персоналі	Ситуація на ринку праці	Зважена оцінки альтернатив (джерел пошуку кандидатів)
Характеристика критерію оцінки	мало	достатні	потреба у спеціалісті високої кваліфікації	задовільна	
Вагомість критерію оцінки	0,2934	0,2334	0,1134	0,0868	
A 1	0.6250	0.1429	0.4166	0.2307	0,2842
A 2	0.5556	0.4000	0.2143	0.2666	0,3040
A 3	0.1667	0.3333	0.2222	0.0909	0,1584
A 4	0.1667	0.3637	0.3333	0.2666	0,1948
A 5	0.3334	0.3750	0.4166	0.0834	0,2401
A 6	0.5715	0.3333	0.2666	0.2500	0,2975
A 7	0.6250	0.3333	0.2307	0.2500	0,3091

Згідно з результатами ранжування вектор пріоритетів джерел пошуку кандидатів на вакантну посаду можна представити наступним чином:

A 7 → A 2 → A 6 → A 1 → A 5 → A 4 → A 3

Тобто за умов, що склалися, найбільш доцільним буде скористатися внутрішніми джерелами підприємства або звернутися до державного центру зайнятості.

Література

1. Следь О.М. Аналіз особливостей застосування сучасних методів підбору персоналу [Електронний ресурс] / О.М. Следь, А.В. Нечаєва. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1724>
2. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. – М. : Радио и связь, 1993.
3. Міждисциплінарний словник з менеджменту: навч. посіб. / [Д. М. Черваньов, О. І. Жилінська, М. В. Петровський та ін.] ; за ред. Д. М. Черваньова, О. І. Жилінської. – К. : Нічлава, 2011. – 624 с.

УДК 65.01:658

Бінерт О.В.,

*старший викладач кафедри менеджменту організацій ім. проф.Є. Храпливого,
Львівський національний аграрний університет,
м. Дубляни*

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Організації, які досягають успіху, відрізняються від організацій, які зазнають краху, головним чином тим, що мають більш динамічне і ефективне управління. Нові умови господарювання вимагають нових підходів до управління, тому має особливе значення огляд докорінних змін, які відбуваються у сфері управління, оскільки триває зміна соціально-економічної системи. Постає необхідність рішуче ламати стереотипи мислення, які склалися протягом тривалого часу [2].

Менеджмент пронизує всю організацію, торкається практично всіх сфер її діяльності. Управління людьми має важливе значення для всіх підприємств, так як без працівників немає і організації. Протягом багатьох років людському чинникові в бізнесі надавалася другорядна роль, підпорядкована фінансовим і виробничим завданням компанії. Останнім часом таке ставлення почало змінюватися. Актуальною проблемою сучасного менеджменту є управління людськими ресурсами для досягнення успіху організації.

Функціонування комплексної системи управління персоналом підприємства правомірно розглядати як частину ефективності діяльності підприємства в цілому. Однак, у даний час немає єдиного підходу до оцінки такої ефективності. Сьогодні багато вітчизняних підприємств, на жаль, або взагалі ігнорують систему управління персоналом, або в кращому разі визначають ефективність управління персоналом за допомогою спеціально створених для цього показників. Як методологічний підхід представляється доцільною оцінка ефективності на рівні окремих працівників, на рівні органу управління, на рівні системи управління, звертаючи особливу увагу при цьому на співставлення фактичної чисельності персоналу з плановою, відповідність професійно-кваліфікаційного рівня, освіти, практичного досвіду персоналу, вимогам займаних робочих місць. Оцінка ефективності управління персоналом підприємства полягає у визначенні економічної ефективності за рахунок кращого використання трудового потенціалу, соціальної ефективності шляхом задоволення потреб і інтересів працівників підприємства, організації і мотивації праці, організаційної ефективності через цілісність і організаційну оформленість підприємства [1, с. 78].

Результати діяльності багатьох підприємств і накопичений досвід їхньої роботи з кадрами показують, що формування виробничих колективів, забезпечення високої якості людського потенціалу є вирішальними факторами ефективності виробництва та конкурентоспроможності.

Сучасний менеджмент, у своєму основному значенні, виступає не тільки в якості науки і практики управління, організації управління компанією, процесу прийняття та реалізації управлінських рішень, скільки мистецтвом управління людьми. Кожна людина індивідуальна, тому до кожного необхідний особливий, свій власний підхід, якщо менеджер хоче, щоб цей працівник розкрив весь свій потенціал.

Однією з важливих проблем є і конкуренція. Ми можемо спостерігати, як у галузях бізнесу виникають складні ситуації через те, що люди знищують один одного і не вміють співпрацювати. Особливо, якщо галузь висококонкурентна. Поняття конкуренції саме по собі жорстке і передбачає виграв за рахунок програшу іншого. Практика переконує, що результати роботи підлеглих багато в чому зумовлюються характером відносин з керівником. Цілеспрямована, інтелігентна, творча робоча сила сьогодні часто є тим, що відрізняє компанії одну від одної. Менеджер із простого передавача знань і інформатора має перетворитися в спеціаліста-консультанта у сфері діагностики проблем підприємства і людини. Усе це вимагає високого професіоналізму й етики в управлінні людськими ресурсами. Керівник на всіх рівнях організації виступає як провідна особа, як лідер, оскільки саме він визначає цілеспрямованість і продуктивність роботи колективу, підбір кадрів, психологічний клімат й інші аспекти діяльності кожної конкретної виробничої групи. Як зазначають вчені, керівник організації – людина, яка одночасно є лідером і ефективно керує своїми підлеглими. Його мета – впливати на інших таким чином, щоб вони виконували роботу, яка їм доручена.

Важливим недоліком і пережитком минулого є недосконалість організаційних структур, відсутність чіткої структури управління компанією, низька гнучкість організаційних структур, відсутність чітких посадових зобов'язань, занадто глибокі вертикальні зв'язки. Наслідком цього є необґрунтована бюрократизація компанії, коли всі рішення приймаються на верхньому рівні; формалізації функціональних та інформаційних зв'язків на підприємстві; недостатність та несвоєчасність забезпечення управлінців якісною інформацією для прийняття управлінського рішення [3, с. 75-82].

Досліджуючи дану тему, можна сказати, що в кожній країні по своєму підходять до процесу управління персоналом. І що вже говорити про держави, якщо кожне підприємство, кожний керівник ставить перед собою конкретні цілі і способи їх досягнення. Досвід переконує, що немає єдиного управлінського варіанту у вирішенні подібних завдань. Багато що залежить від рівня менеджменту, ступеня зрілості і культури колективу, здатності останнього сприймати інновації. Розв'язання існуючих проблем менеджменту в Україні вимагає застосування системних механізмів на загальнонаціональному рівні. Одним з головних елементів такого механізму є побудова національної системи стандартів управлінської діяльності.

Література

1. Колпаков В.М. Стратегический кадровый менеджмент : учеб. пособие / В.М. Колпаков, Г. А. Дмитренко. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – К. : МАУП, 2009. – 752 с.
2. Лесечко М. Українська модель менеджменту [Електронний ресурс] / М. Лесечко. – Режим доступу: <http://sd.org.ua/news.php?id=7821>
3. Хміль Ф. І. Становлення сучасного менеджменту в Україні: проблеми теорії та практики / Ф.І. Хміль. – Львів: Львівська комерц. академія, 2006. – 206 с.

УДК 657.471 : 631.11

Богайчук І.В.,
студентка спеціальності “Облік і аудит” ОКР “магістр”,
ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”,
м. Івано-Франківськ

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ВИТРАТ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Процес виробництва в аграрному секторі вимагає особливої уваги з боку бухгалтерів, особливо у частині витрат, що є однією з найскладніших ділянок облікової роботи. На відміну від багатьох інших галузей, сільське господарство має певні особливості, які суттєво впливають на виробничі відносини та економічні показники діяльності працівників, зайнятих у ньому. До них належать: кліматичні та погодні умови, сезонний характер, найважливішим засобом виробництва виступає земля, ефективність виробництва залежить від якості самої землі тощо.

В економічній теорії існують різні підходи до визначення витрат. Так, прихильники теорії трудової вартості (А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс) вважали, що втілена у товарі праця складає зміст *витрат виробництва*.

Проблема термінології, організації та обліку витрат є предметом дискусії науковців. У сучасній науці поняття “витрати” має різне значення.

О. І. Коблянська розглядає *витрати* як найважливішу частину фінансової діяльності підприємства, тому слід знати порядок їх здійснення, обліку і розподілу [1, с. 190]. На думку М. Ф. Огійчука, *витрати* – це використані у процесі виробництва різні речовини і сили природи на виготовлення нового продукту праці [2, с. 554]. В. А. Дерій *витратами* називає повністю або частково використані у процесі господарсько-фінансової діяльності підприємства запаси, необоротні активи, трудові й інтелектуальні ресурси, а також зменшення (погашення) зобов'язань підприємства перед бюджетом, кредиторами та іншими юридичними і фізичними особами [3, с. 158].

Згідно П(С)БО 16 “Витрати” *витрати звітного періоду* визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені [4].

Дослідження природи витрат у сільськогосподарському виробництві повинно забезпечувати оперативне,

достовірне та повне надходження інформації щодо кількості, таварності одержаної продукції (виконаних робіт і наданих послуг), трудових, матеріальних і грошових витрат на виробництво продукції по підприємству в цілому та окремих його структурних підрозділах (бригадах, цехах, фермах тощо).

Витрати в сільському господарстві включають витрати живої і уречевленої праці, що є витратами засобів та предметів праці. Перші проявляються у вигляді конкретної праці в різних галузях сільського господарства, другі – це витрачені насіння, корми й інші види запасів. Вартість використаних предметів праці повністю переноситься на продукцію виробництва. Витрати засобів праці визначаються в частині амортизації основних засобів у процесі виробництва. Особливістю сільськогосподарських підприємств є використання *індивідуального переліку статей витрат*, що пропонуються Методичними рекомендаціями, які кожне господарство має право встановлювати самостійно та відсутність поділу загальногосподарських витрат на постійні та змінні. Крім того, в сільському господарстві існує правило: кількість отриманої продукції не прямо залежить від кількості використаної сировини (наприклад, з 1 ц насіння можна буде отримати 10 ц зерна, а з 1 кг кормів не завжди можна отримати 1 кг приросту).

Суттєвою специфікою при формуванні витрат у сільському господарстві є його самовідтворення. Значна частина виробленої продукції не реалізується, а залишається в агроформуванні з метою відтворення молодняка худоби, насіння, добрив, кормів тощо. Тому зазначена частина виробленої продукції не входить до складу товарної продукції і не набуває грошової форми, оскільки є внутрішньогосподарським оборотом, який у загальному обсязі сільськогосподарського виробництва складає істотну частку [5].

Для аграрного виробництва ефективність формування виробничих витрат має свої особливості. Так не завжди ціна на продукцію перевищує виробничі витрати сільськогосподарських підприємств, тому необхідне втручання держави, спрямоване на підтримку аграрного виробника. Наприклад, соціальне забезпечення та субсидії, дотації для покриття різниці між закупівельною та продажною цінами, програми, спрямовані на підвищення попиту на продукцію і гарантування цін на неї тощо.

Витрати були і залишаються важливою економічною категорією, яка характеризує ефективність використання ресурсів і визначає рентабельність діяльності суб'єктів господарювання. Велика різноманітність трактувань зі сторони науковців щодо витрат підприємства свідчить про відсутність єдиного розуміння його суті. На основі вищевикладеного можна стверджувати, що *витрати на сільськогосподарських підприємствах* – це купівельність грошових, матеріальних та нематеріальних ресурсів, що споживаються аграрними підприємствами та їх структурними підрозділами в процесі ведення господарської діяльності.

Література

1. Коблянська О. І. Фінансовий облік : навч. посібник. / О. І. Коблянська. – К. : Знання, 2007. – 471 с.
2. Огійчук М. Ф. Бухгалтерський облік на сільськогосподарських підприємствах : підручник. / М. Ф. Огійчук, В. Я. Плаксієнко, Л. Г. Панченко. – К. : Вища освіта, 2003. — 800 с.
3. Дерій В. А. Термін “витрати” та його трактування для потреб обліку і контролю / В. А. Дерій // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1(26). – С. 154-160.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 “Витрати” від 31.12.99 р. № 318. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>
5. Кіц Д. О. Особливості формування витрат на сільськогосподарських підприємствах [Електронний ресурс] / Д. О. Кіц. – Режим доступу : <http://forum.mnau.edu.ua/index.php?topic=474.0>

УДК 658.8

Копчак Ю.С.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу,

Боєва Дар'я,

студентка спеціальності “Облік і аудит” ОКР “бакалавр”,

ДВНЗ “Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаніка”,

м. Івано-Франківськ

ЕКОЛОГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

В процесі економічної модернізації виробництва підприємства приділяють значну увагу питанням охорони навколишнього середовища і раціонального використання виробничих ресурсів. В ринкових умовах конкурентного середовища фірми повинні орієнтуватись на задоволення екологічно орієнтованих потреб та запитів споживачів.

Екологічний маркетинг (*англ.* green marketing) – специфічний вид маркетингу, який передбачає орієнтацію усієї діяльності підприємства (розробки продукції, її виробництва, пакування, транспортування, реалізації, просування, переробки та утилізації) на формування та задоволення екологічно орієнтованого попиту з метою отримання прибутку та збереження довкілля і здоров'я людей [1].

Екологічний маркетинг – це синтетична дисципліна, яка розвивається на перетині економіки, екології, психології, менеджменту, кібернетики, теорії систем та багатьох інших наук. Результатом такої багатоаспектності концепції є існування низки визначень поняття “екологічний маркетинг”, кожне з яких відображає певне направлення маркетингу, до якого належать науковці, які його сформулювали, або відображає певні аспекти: філософський, управлінський, соціальний, інформаційний та інші. Так, наприклад, деякі автори обмежують екологічний маркетинг, визначаючи його як “маркетинг екологічно чистої продукції” [2].

Становлення екологічного маркетингу у провідних розвинутих країнах світу пройшло кілька етапів еволюції. З моменту його зародження розуміння взаємодії між економікою та довкіллям розвивалось, через що розвивалось і розуміння самого екологічного маркетингу. В цілому виділяють три фази [3]:

– маркетинг екологізації виробничої бази. Ця концепція передбачала вузько орієнтовані ініціативи, що концентрувались на зниженні залежності від частково шкідливих товарів, а всі маркетингові види діяльності розглядалися під кутом зору допомоги у вирішенні екологічних проблем;

– маркетинг навколишнього середовища – більш широкий підхід, націлений на зниження шкідливого впливу на навколишнє середовище через застосування технологій бережливого виробництва, створення інноваційних товарів, що забезпечують менший рівень викидів в атмосферу та відходів;

– сталий (збалансований) маркетинг – більш радикальний підхід до ринків та маркетингу, який шукає шляхи покриття всіх витрат з виробництва та споживання, пов'язаних із охороною навколишнього середовища, для створення сталої (збалансованої) економіки.

Екологічний маркетинг є рушійною силою організаційних та технологічних інновацій, які в результаті компенсують всі витрати на їх розробку та впровадження. Зміни у конкурентному середовищі поступово змушують компанії змінювати своє мислення щодо продуктів, технологій, процесів та бізнес-моделей.

Виділяють п'ять правил екологічного маркетингу :

- знати своїх споживачів;
- надання прав споживачам;
- необхідно діяти прозоро;
- необхідно переконати покупців.;
- слід ретельно обмірковувати ціноутворення [4].

Найбільші досягнення в розвитку світового ринку екологічних товарів ґрунтуються на революційних перетвореннях у використанні ресурсів за напрямками:

- економії енергії (економічні автомобілі; економічні електроприлади);
- підвищення енергетичної продуктивності в системах генерації і постачання електроенергії;
- раціонального використання традиційних і нових матеріалів (у промисловості, будівництві, сільському господарстві);
- підвищення ефективності застосування засобів комунікації та транспорту (Інтернет, електронна та факсимільна пошта, зв'язок, швидкісні потяги).

В Україні екологічне підприємництво формується за такими напрямками:

- технології виробництва продуктів харчування;
- розробки нових і вдосконалення існуючих технологій для хімічної промисловості;
- інформатизації виробництва і збуту;
- використання нетрадиційних джерел енергії;
- переробки відходів.

Поява екологічного маркетингу є результатом підвищення вимог споживачів до якості та екологічної чистоти продукції, яку вони купують, її впливу на здоров'я людини і довкілля.

Література

1. American Marketing Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=G
2. Green Trade & Development. Green Markets International [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.green-markets.org/context>.
3. European SRI Study 2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eurosif.org/images/stories/pdf/Research/Eurosif_2010_SRI_Study.pdf
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uastudent.com/tendencii-rozvytku-suchasnogo-ekologichnogo-marketynghu/>
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zbirduk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/16_3.pdf

Бойко Н.О.,

*аспірант кафедри банківської справи,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМ КАПІТАЛОМ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Важливою складовою системи управління споживчим капіталом машинобудівного підприємства є підходи до управління ним. Як справедливо зазначається у [1, с. 38], ефективність і якість управління визначаються обґрунтованістю методології вирішення існуючих проблем, тобто підходів, законів і закономірностей, принципів і методів, оскільки без обґрунтованої теорії практика не є досконалою.

Актуальність і затребуваність того або іншого підходу здебільшого обумовлюються його відповідністю щодо вирішення ключового завдання управління на конкретному етапі, оскільки будь-який науково-методичний підхід має як переваги, так і недоліки [2, с. 79]. Тому в межах системи управління споживчим капіталом доцільним є застосування комплексу наукових підходів, який складається з ситуаційного, процесного, функціонального, маркетингового, системного та ціннісного (рис. 1).

Одним з найважливіших загальнонаукових методів у менеджменті є системний підхід, який наголошує, що «усі функції або види діяльності варто розглядати з погляду того, як вони впливають на інші елементи або види діяльності, з якими вони взаємодіють» [3, с. 57].

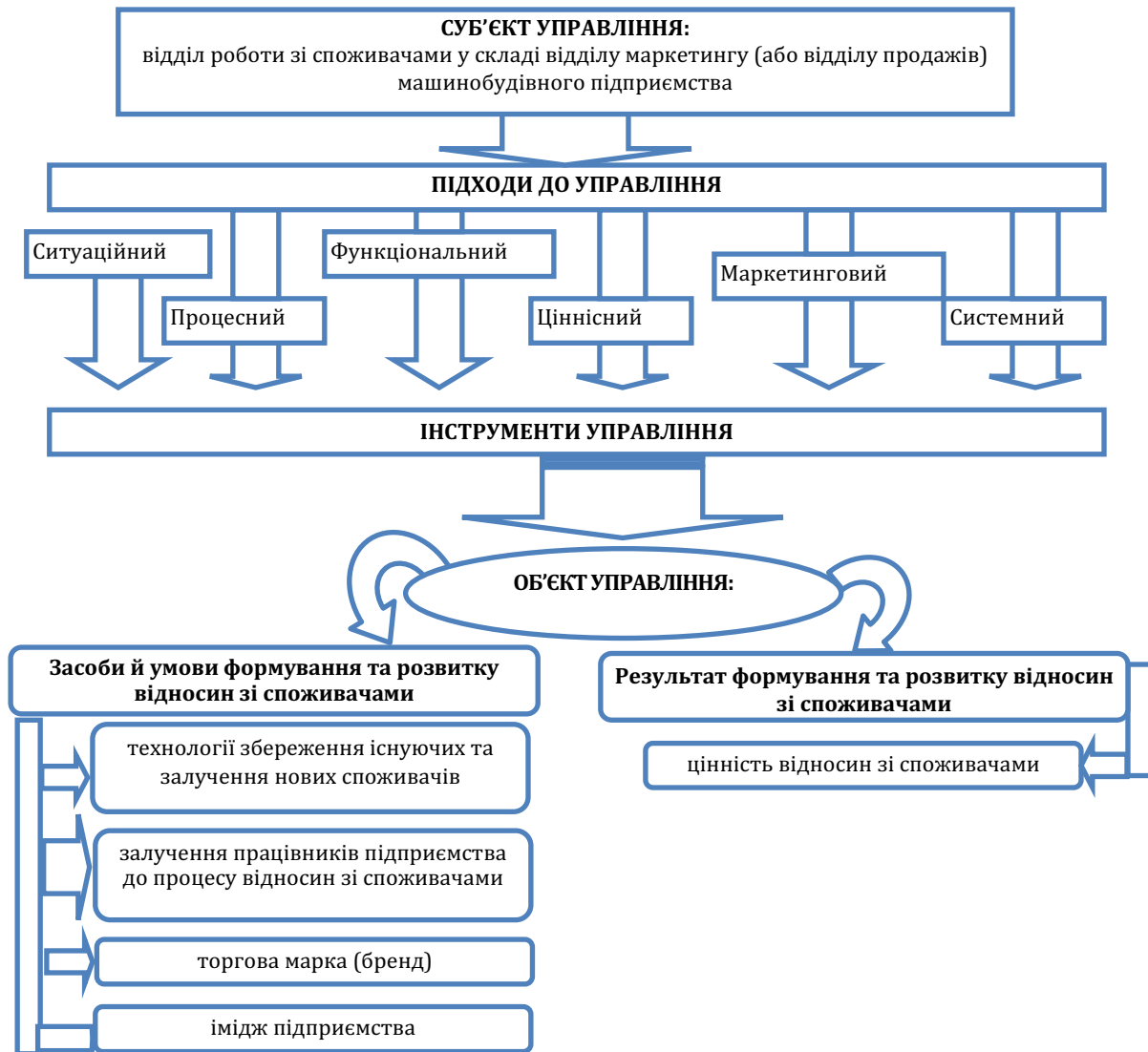


Рис. 1. Система управління споживчим капіталом машинобудівного підприємства

Відповідно до системного підходу об'єкт управління розглядається як система, в якій виокремлюються елементи, внутрішні і зовнішні зв'язки, що впливають на його функціонування. Так, споживчий капітал складається з засобів і умов формування та розвитку відносин зі споживачами, а також їх результату, і через вплив на ці складові можна здійснювати вплив на споживчий капітал підприємства і на інтелектуальний капітал у цілому.

Сутність системного підходу до управління полягає в наступному: формулювання цілей та встановлення їхньої ієрархії до початку будь-якої діяльності, пов'язаної з управлінням; отримання максимального ефекту, тобто досягнення поставлених цілей через порівняльний аналіз альтернативних шляхів та методів досягнення цілей та здійснення вибору; кількісна оцінка цілей та засобів їх досягнення, заснована на всебічній оцінці всіх можливих і запланованих результатів діяльності [4].

Функціональний підхід у менеджменті – підхід, що ґрунтується на комплексному вивченні основних функцій управлінської системи, узгоджене використання яких сприяє досягненню тактичних і стратегічних цілей підприємства [5]. Процес управління споживчим капіталом розглядається як сукупність необхідних функцій, після встановлення яких створюються кілька альтернативних об'єктів для виконання цих функцій і обирається найбільш придатний з точки зору досягнення результату – створення цінності відносин зі споживачами. Роль функціонального підходу, що розглядається як безперервна серія взаємопов'язаних управлінських функцій, які становлять основу організації процесу управління споживчим капіталом, полягає в тому, що забезпечуючи високу продуктивність праці, він стимулює здобуття професійної спеціалізації, спрощує процеси управління, зменшує споживання матеріальних ресурсів, покращує координацію робіт, надає повноту влади функціонерам-керівникам підрозділів [6].

Процесний підхід до управління – орієнтація керівників підприємства на управління системою цілеспрямованих функцій й операцій, що перетворюють входи у виходи й взаємопов'язаних через обмін результатами виконання [7].

В основі процесного підходу є розуміння управління як процесу – певної послідовності дій для досягнення відповідного результату, стосовно управління споживчим капіталом це – цінність відносин підприємства із споживачами, забезпечення якої залежить від рівня виконання завдань на кожному етапі взаємодії підприємства із

споживачем від оформлення замовлення і до надання сервісного обслуговування тощо. Для процесного підходу до управління споживчим капіталом притаманні орієнтація на споживача, провідна роль керівництва в постановці цілей та їх досягненні, залученість всіх працівників до вирішення поставлених завдань, постійне покращення якості продукції.

В основі ситуаційного підходу лежить ситуація, відповідно до якої обирається спосіб управління об'єктом, який максимально відповідає конкретним умовам і адаптований до них. При управлінні споживчим капіталом необхідність ситуаційного підходу обумовлена періодичною появою нестандартних і непередбачених ситуацій, оптимальне вирішення яких необхідно для нівелювання їх впливу на результат формування та розвитку відносин зі споживачами.

Оскільки в основі споживчого капіталу лежать відносини із споживачами, а результатом формування та розвитку цих відносин є їх цінність, то важливу роль в системі управління споживчим капіталом відіграє маркетинговий підхід, відповідно до якого орієнтація керуючої підсистеми при вирішенні будь-яких завдань спрямована на споживача. Пріоритетними напрямками в цьому підході є: підвищення якості і удосконалення асортименту продукції у відповідності із запитом споживачів; задоволення потреб споживачів; економія ресурсів за рахунок масштабів виробництва, впровадження інновацій та ефективного менеджменту [1].

Цінність, що є результатом формування та розвитку відносин підприємства зі споживачами, одночасно є ключовим поняттям ціннісного підходу. Головною метою ціннісного підходу до управління відносинами зі споживачами є забезпечення взаємної вигоди всіх зацікавлених сторін, що пов'язано з отриманням цінностей та розкривається у формуванні кількісних та якісних характеристик відносин, одночасно для обох сторін [8].

Застосування ціннісного підходу в межах системи управління споживчим капіталом промислового підприємства дозволяє враховувати як кількісні, так і якісні аспекти взаємодії, досвід співпраці, сконцентрувати зусилля та ресурси на реалізацію кінцевого результату – формування цінності. При цьому слід відзначити, що на сучасному етапі цілі багатьох підприємств не обмежуються лише комерційними, тобто охоплюють не тільки вартісний аспект, але й ціннісний, що обумовлює прагнення підприємств до формування цінностей, що є стратегічно виправданим орієнтиром у веденні сучасного бізнесу.

Застосування розглянутих підходів до управління споживчим капіталом підприємства у комплексі сприятиме всебічному охопленню процесу управління, що позитивно відобразиться на результаті формування та розвитку відносин зі споживачами – їх цінності.

Література

1. Рульєв В.А. Менеджмент : навч. посіб. / В. А. Рульєв, С. О. Гуткевич – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
2. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі : монографія / М. Г. Бойко. – К. : КНТЕУ, 2010. – 523 с.
3. Балабанова Л. В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством : монографія / Л. В. Балабанова, С. В. Чернишева. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2009. – 280 с.
4. Дідур К.М. Системний підхід до управління підприємством та персоналом підприємства [Електронний ресурс] / К.М. Дідур // Ефективна економіка. – 2012. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1079>
5. Чернобай Л.І. Теоретичні основи формування процесно-структурованого підходу у менеджменті [Електронний ресурс] / Л.І. Чернобай, О.І. Дума – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16258/1/104_Chernobaj_189_190_Modern_Problems.pdf
6. Кононова І. В. Аналіз підходів до управління підприємством у сучасних умовах [Електронний ресурс] / І. В. Кононова // Прометей. – 2013. – № 1. – С. 146-151. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Prom_2013_1_31.pdf
7. Ташкинов А. Г. Теоретико-методические основы процессного подхода к управлению на промышленном предприятии / А. Г. Ташкинов // Вестник Пермского университета. Сер.: Экономика. – 2014. – №2 (21). – С. 77-86
8. Репин В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов – М. : РИА “Стандарты и качество”, 2004. – 408 с.

Бойчук І.В.,

*к.е.н., доцент кафедри маркетингу,
Львівська комерційна академія*

АДАПТАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ФУНКЦІЙ ДО УМОВ ІНТЕРНЕТУ

Процес інтенсивного розвитку електронної торгівлі призвів до широкого запровадження глобальної мережі як ефективного інструменту маркетингу в діяльності підприємств. Використовуючи комп'ютерні інформаційні мережі, фахівці можуть обмінюватися інформацією з фірмами, отримувати дані про продавців, покупців і конкурентів, оперативно знаходити у мережевих базах даних необхідну інформацію для прийняття зважених управлінських рішень.

Доцільність застосування електронного маркетингу обумовлена потребою засвоєння особливостей застосування сучасних мережевих технологій під час реалізації маркетингових підходів до просування товарів і послуг, пошуку корисної інформації, потенційних клієнтів і ділових партнерів, розширення ринків збуту, забезпечення результативності рекламним кампаніям, організації ефективної системи зворотного зв'язку із покупцями та споживачами.

Як важлива складова бізнес-процесів, маркетингова діяльність перебуває під суттєвим впливом новітніх технологій. Якщо на початку розвитку маркетинг розглядався виключно як дистрибуція, потім – як управління

збутом і, пізніше, як управління певними торговими марками, то в XXI розвиток інформаційних технологій змінив характер маркетингової діяльності суб'єктів підприємництва.

Засади електронного маркетингу ще не достатньо досліджені, тому вони виступають в якості проблеми для фірми, яка вирішила займатися бізнесом в мережі чи використовувати Інтернет для підтримки комунікації з клієнтами. Вивченням специфіки маркетингу в мережі займаються провідні вітчизняні вчені, серед яких Литовченко І.Л., Окландер М.А. та закордонні дослідники, такі як Вебер Л., Вертайм К., Ф. Котлер, К. Л. Келлер, Манн І.Б. й інші [1-5]. На основі узагальнення теоретичних матеріалів з даної проблематики розглянемо особливості адаптації класичних функцій маркетингу до мінливих умов мережі та впливу Інтернет-технологій на їх прояв у маркетинговій діяльності.

Активне розширення електронної торгівлі під впливом прогресивного розвитку мережі обумовлює модифікацію підходів до управління маркетингом із врахуванням можливостей Інтернету. Тому прояв комплексу маркетингових функцій доцільно розглядати з позицій реального його застосування в мережі.

Електронний маркетинг – це процес, який направлений на задоволення потреб споживачів через використання Інтернету в управлінні інструментами маркетингу. Як відомо, маркетингова діяльність підприємства ґрунтується на таких важливих функціях:

- 1) аналітична – передбачає вивчення ринку, споживачів, конкурентів;
- 2) управлінська – визначає базис стратегічного маркетингового планування, організацію внутрішніх маркетингових процесів;
- 3) розподільчо-збутова – стосується організації маркетингових каналів, формування попиту;
- 4) виробнича – передбачає розробку вимог до нових продуктів на основі інформації про ринкову кон'юнктуру та управління якістю;
- 5) комунікаційна – охоплює персональний продаж, рекламу, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю;

Так, аналітична функція маркетингу передбачає ведення маркетингових досліджень. Мережа Інтернет, як засіб і середовище комунікації, може бути ефективно використана для проведення маркетингових досліджень. В мережі Інтернет можна проводити як первинні, так і вторинні маркетингові дослідження. Одним із основних методів проведення маркетингових досліджень в Інтернеті є опитування. Опитування в мережі можна проводити шляхом розміщення анкети на сайтах з цільовою аудиторією, розсилки анкети через електронну пошту та заповнення анкети в телеконференціях. Відмінними особливостями проведення опитування в Інтернеті є невисока вартість, автоматизація процесу опитування та аналізу його результатів, а ще можливість точного фокусування опитування на бажану цільову аудиторію.

На веб-сайті підприємства можна проводити спостереження поведінки відвідувачів на основі статистичних даних. Аналіз статистики відвідувань веб-сайту фірми є досить ефективним інструментом маркетингу. На відміну від опитування, саме спостереження дозволяє збирати інформацію, не залучаючи відвідувачів до активних дій.

Ефективність застосування функцій маркетингу значною мірою залежать від ринку, особливостей продукції, рівня конкурентної боротьби. З точки зору практики маркетингу його інструменти повинні застосовуватись індивідуально до кожного продукту, ринку, підприємства. Такий диференційований підхід справедливий також до побудови організаційної структури підприємства.

Новітні тенденції при побудові оргструктур управління маркетингом проявляються в тому, що в межах відділу маркетингу з'являється підрозділ, працівники якого займаються використанням можливостей мережі – підрозділу Інтернет-маркетингу та електронної комерції.

З точки зору маркетингової функції збуту, електронну комерцію можна віднести до однієї з функцій Інтернет-маркетингу. Проте сьогодні електронна комерція вважається самостійною діяльністю, а не додатковим інформаційним каналом або ж каналом розповсюдження товарів і послуг. За своєю суттю електронна комерція інтегрує функції збуту, комунікаційні та аналітичні функції. Саме тому можна запропонувати створення окремого підрозділу збуту на підприємстві – підрозділу електронної комерції та Інтернет-маркетингу.

Організація збуту пов'язана з побудовою маркетингових каналів. Сучасні методи управління маркетинговими каналами базуються на створенні інтеграції на основі партнерств і стратегічних союзів в каналі. Така інтеграція направлена на раціоналізацію фізичних та інформаційних потоків в каналі, що досягається шляхом реорганізації процесу розподілу. Реорганізація каналу забезпечується через використання інформаційних і телекомунікаційних технологій, а також завдяки Інтернету і, відповідно, технологій електронного бізнесу.

Управління та обмін інформацією є дуже важливими для забезпечення ефективності та результативності маркетингових каналів. Сучасний Інтернет дає можливість змінювати межі ринків (перехід від локальних чи національних до міжнародних, об'єднання ринків за умов глобалізації), міняти принципи конкуренції та надавати новітні засоби для ведення конкурентної боротьби. Розвиток сучасних інформаційних технологій та мережі Інтернет спричинили зміни в управлінні маркетинговими каналами. Чим більший ступінь сумісного використання електронних даних і розробки сучасних технологій учасниками каналу, тим більшу вигоду для себе отримує кожен учасник.

Все більше вітчизняних підприємств виходять на Інтернет-ринок з метою пропонування покупцям індивідуальних товарів чи послуг. На мікрорівні фірми проводять кастомізований маркетинг. Відомо, що під масовою кастомізацією розуміють використання можливостей сфери виробництва у виготовленні та пропонуванні товарів за індивідуальним замовленням. Знедавна кастомізувати, або адаптувати товари чи послуги до потреб індивідуальних споживачів, могли лише компанії, які працювали з невеликою кількістю покупців. За допомогою Інтернету можна реалізувати модель масового виготовлення під замовлення, що сприяє підвищенню рівня лояльності споживачів до бренду і надає можливість підприємству залучати нових клієнтів.

Сучасний динамізм більшості міжнародних ринків і нестабільність соціо-політичного та економіко-правового середовища характеризують підвищення значимості інформації як з боку користувачів, так і продавців. Інформатизація суспільства щоразу зростає, тож споживачам надається все більше інформації, проте підприємство

не може постійно збільшувати обсяги комунікацій. Тому необхідно приділяти увагу не тільки кількісним характеристикам комунікацій, але і якій складовій – ефективності використання комунікаційних засобів.

У маркетинговому управлінні підприємствами все більшу роль відіграють інтегровані маркетингові комунікації. Інтегровані маркетингові комунікації – це концепції планування маркетингових комунікацій, яка виходить з необхідності оцінювання стратегічної ролі її окремих напрямів (персонального продажу, реклами, стимулювання збуту, зв'язків громадськістю та інші) та пошуку їх оптимального поєднання з метою забезпечення чіткості та послідовності дій комунікативних програм підприємств і досягнення на цій основі максимізації кінцевих господарських показників.

Поява мережі Інтернет та її подальший розвиток внесли зміни в сучасний погляд на рекламний і комунікаційний інструментарій. Інтернет об'єднав в собі інтерактивний характер комунікації та можливості персоналізації споживача. Інтернет став новим комунікаційним середовищем, відмінним від традиційних засобів масової інформації через дію багато направленої комунікаційної моделі «багато хто до багатьох», в якій кожен користувач мережі має можливість звертатися до інших учасників і можливість якісного зворотного зв'язку.

Адаптація маркетингових функцій до умов Інтернету також пов'язана з активною роллю споживачів (адже в традиційних засобах масової інформації їх роль є пасивною), яка обумовлена контролем над пошуком інформації через використання різних механізмів пошуку та навігації. Інтерактивний характер середовища мережі дозволяє підвищити ефективність взаємодії учасників усіх комунікацій, що розширює межі потенційної клієнтури.

Таким чином, вплив Інтернету на маркетингову діяльність підприємства зростає. В умовах сучасного світового ринку нові інформаційні технології та мережа дозволяють суттєво модифікувати маркетингові функції і зменшувати на цій основі затрати на виконання стратегічних і тактичних завдань.

Література

1. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете / Ларри Вебер: Пер. с англ. Е. Лалаян. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.
2. Вертайм К. Цифровой маркетинг / Кент Вертайм, Ян Фервик: Пер. с англ. Е. Калугина. – М. : Альпина Паблишер: Изд-во Юрайт, 2010. – 377 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. – 3-е изд. / Ф. Котлер, К.Л. Келлер: Пер. с англ. С.Г. Жильцов. – М. : ИД «Вильямс», 2009. – 462 с.
4. Литовченко И. Л. Генезис и эволюция информационной концепции маркетинга : монография / И. Л. Литовченко. – К. : Наук. Думка, 2011. – 200 с.
5. Манн И. Б. Интернет-маркетинг на 100 % / И. Б. Манн. – СПб. : Питер, 2014. – 240 с.

УДК 338.24: 338.436.33

Бондаревська К.В.,
аспірант,

Дніпропетровська державна фінансова академія

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сільськогосподарська галузь - це пріоритетний сектор економічного та соціального розвитку економіки країни, оскільки є не лише сферою здійснення аграрного виробництва, а й джерелом реалізації зайнятості сільського населення. Незважаючи на те, що стан розвитку сільського господарства останнім часом поступово покращується, присутні значні проблеми. Основними серед них є: недосконалість законодавчого регулювання економічних та соціально-трудова відносин; неврахування особливостей розвитку сільськогосподарського сектору; неефективність заходів щодо використання робочої сили; нерозвинутість сільської інфраструктури; дефіцит висококваліфікованого кадрового забезпечення аграрних підприємств; необхідність покращення інвестиційного клімату та стимулювання впровадження інновацій тощо.

Безпосереднім суб'єктом відродження українського села має стати держава. Стратегічним її завданням є, насамперед, «формування ефективного конкурентоспроможного агропромислового виробництва, здатного забезпечувати продовольчу безпеку країни та нарощування експорту окремих видів сільськогосподарської продукції й продовольства» [1, с. 7]. Галузь потребує додаткових фінансових вкладень через особливості виробництва, такі як: сезонність та наслідки дії природно-кліматичних умов, необхідність постійного оновлення посівного матеріалу, мінеральних добрив та засобів захисту рослин, підвищення родючості землі. Крім того, є необхідним зменшення питомої ваги ручної немеханізованої праці шляхом впровадження останніх досягнень науки і техніки. Підвищення продуктивності праці можливе «шляхом створення нової і кращої продукції та нових методів виробництва меншої вартості, інновації при цьому являють собою «нововведення в засобах та предметах праці, самій праці, інформації, в ресурсах, а далі – в самій продукції, її якості, менеджменті організації виробництва, умовах праці, маркетингу» [2, с. 199].

Сучасний економічний розвиток характеризується швидкою зміною оточуючого зовнішнього середовища. Тому кожне сільськогосподарське підприємство повинно гнучко адаптуватися до цих змін, підтримуючи свою конкурентоспроможність та впроваджуючи інноваційні технології. Інноваційний розвиток підприємства на практиці виражається не лише в удосконалених видах (сортах) продукції та послуг і застосуванні останніх досягнень техніко-технологічного характеру, але і в сфері планування, організації виробництва, методики мотивації персоналу та контролю за якістю виконання виробничих дій. Держава також має змогу підтримати технологічне переозброєння аграрних підприємств, об'єднуючи свої зусилля із міжнародними аграрними корпораціями та

розвиваючи з ними партнерські відносини. Однак вирішення основних проблем розвитку підприємств аграрної сфери залежить не лише від державної підтримки та інвестиційно-інноваційної політики, а й від механізму кредитування, страхування та податкових відносин в галузі АПК. Система кредитування повинна включати як комерційні банки, так і поза банківські структури (кредитні спілки, кредитні фонди тощо). Держава, в свою чергу, повинна здійснювати стимулювання банківської кредитної діяльності за допомогою бюджетних коштів, забезпечувати ефективну діяльність кредитної інфраструктури.

Механізм оподаткування для вітчизняних сільськогосподарських підприємств повинен враховувати складність умов, в яких розвивається аграрна галузь. Агроформування, які мають непогашені кредити на впровадження інновацій, мають звільнятися від податку на землю на час їх погашення. Для підприємців, які порушують земельне законодавство, повинна застосовуватися система санкцій та штрафів.

Система страхування аграрних підприємств в Україні є недостатньо розвинутою, проте вона має величезне значення, особливо в разі страхування збитків, завданих стихійними лихами.

Крім того, серед основних проблем, які потребують вирішення – будівництво житла, закладів освіти, охорони здоров'я, культури та спорту. Наразі більшість працездатного населення сіл та селищ мігрує до великих міст в пошуках роботи та гідного соціального статусу. Знижується привабливість та престиж аграрної праці через низький рівень її оплати та умов. Саме тому з метою залучення молоді до праці в селі, особливу увагу слід приділити: створенню нових робочих місць; зростанню оплати аграрної праці; створенню ефективної та привабливої системи молодіжного кредитування; вдосконаленню системи навчання, підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації як у вищих навчальних закладах, так і безпосередньо на виробництві; розширенню мережі навчальних закладів I-II рівня акредитації (аграрні ліцеї, училища, технікуми, коледжі); розбудові інфраструктури транспорту та зв'язку; будівництву шкіл, лікарень, будинків культури.

В результаті здійснення цілеспрямованих реформ всіх складових впливу на діяльність сільськогосподарського сектору, можна отримати гідний результат у вигляді зростання конкурентоспроможності аграрних підприємств та вихід сільськогосподарських підприємств регіону на лідируючі позиції.

Література

1. Саблук П. Стан і перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П. Саблук // Економіка України. – 2008. – № 12. – С. 4-18.
2. Пилипенко К.А. Інноваційно-інвестиційна діяльність агропромислових формувань / К.А.Пилипенко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. – Вип. 1. – Том 1. – 2010. – С. 197-202.

Бондаренко С.А.,

к.е.н., докторант,

с.н.с. відділу економічного регулювання природокористування

Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,

м. Одеса

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ТЕОРІЇ

Об'єктивні зміни в суспільному економічному розвитку призвели до нової моделі розвитку економіки, для якої характерні принципово нові риси та пріоритети. Важливу роль в житті суспільства стали відігравати галузі, що ґрунтуються на так званих «високих технологіях», а також галузі, що безпосередньо задовольняють потреби людей [4].

Взагалі, «розвиток – необоротні, спрямовані, закономірні зміни матеріальних та ідеальних об'єктів» [3].

Як підтверджує досвід економічного розвитку країн-лідерів, еволюційний процес в економіці здійснюється саме через інновації. Вони зумовлюють модернізацію і структурну перебудову всієї економічної системи. Головною метою інновацій у сучасній економіці є соціально-економічний ефект. Інноваційна діяльність підприємства лежить в основі його інноваційного розвитку. Основні напрямки інноваційної діяльності конкретизують типи інновацій, які впроваджує підприємство.

Широке поширення інновацій в сучасній економіці обумовлює постійне поглиблення теорії інноваційного розвитку.

Економічна теорія свідчить, що дослідження методологічних основ ключових понять тих чи інших соціально-економічних процесів завжди пов'язані з формуванням нової парадигми.

У сучасній економічній науці прийнято не ототожнювати поняття нововведень та інновацій [3]. Для отримання очікуваного ефекту важливим є завершення інноваційної діяльності і продовження дифузії інновацій. Установлено, що нововведення й інновації мають різні життєві цикли. Так, нововведення передбачають розроблення, проектування, виготовлення, використання, старіння; інновації – це зародження, дифузія, рутинізація. Таким чином, інновація – це кінцевий результат нововведень, спрямований на досягнення відповідного ефекту та створення нових або вдосконалених конкурентоспроможних товарів (послуг, технологій і т.д.), що задовольняють потреби споживачів, може охоплювати всі сфери діяльності підприємства і сприяє розвитку та підвищенню його ефективності [2].

У сучасному розумінні «інноваційний розвиток» трактується як парадигма економічного, соціально-політичного та іншого розвитку суспільства.

Не дивлячись на високий інтерес до питань інноваційного розвитку промислового підприємства, недостатньо дослідженими є проблеми формування науково-обґрунтованих рекомендацій щодо механізмів організаційно-методичного та інформаційного забезпечення безперервного інноваційного розвитку промислового

підприємства, засобів активізації інноваційної діяльності на принципах самонавчання, самоорганізації та саморозвитку.

Під саморозвитком в [4] розуміється саморух, пов'язаний з переходом на вищий рівень організації, під саморухом – зміна об'єкта під впливом внутрішньо властивих йому протиріч, факторів і умов. При цьому зовнішні впливи грають модифікуючу або опосередковану роль.

Більш загальним є поняття самоорганізації [3] – процесу, в ході якого створюється, відтворюється або удосконалюється організація складної системи (термін «самоорганізовувана система» ввів У.Р. Ешбі, активні системи, що розвиваються, розглядалися в [1], динамічні ефекти самонавчання в організаційній системі – в [1, 4, 5]). Під організаційною системою розуміють організацію як об'єднання людей, що спільно реалізують деяку програму або мету і діють на основі певних процедур і правил [4, 5]. Причому, наявність процедур і правил, що регламентують спільну діяльність членів організації (тобто, наявність механізму функціонування), є визначальною властивістю і відрізняє організацію від групи і колективу.

Відзначимо, що розрізняють три типи самоорганізації [1, 5]: 1) самостійне зародження організації (виникнення нової цілісної системи), 2) гомеостатичні процеси та 3) процеси удосконалення та саморозвитку систем, які здатні накопичувати і використовувати минулий досвід. Очевидно, в управлінні інноваційним розвитком промислового підприємства найбільш істотні перший і третій типи самоорганізації (так як гомеостазіс, як правило, характерний для процесної, а не проектної діяльності).

Інноваційний розвиток промислового підприємства є результатом інноваційної діяльності, яку можна представити як сукупність інноваційних процесів, в основі чого лежать нововведення (інновації). Інноваційна діяльність передбачає пошук, спрямований на вдосконалення старих технологій або розробку нових. З одного боку, підвищення рівня нової технології призводить до скасування старої, що є процесом «творчого руйнування», але з другого боку для технологічного розвитку характерний кумулятивний ефект, пов'язаний із закріпленням результатів упровадження нової технології, перетворенням її в стереотипну, знайому для підприємства.

У даному контексті інноваційний розвиток розглядається як цілеспрямований безперервний процес здійснення інновацій в науковій, виробничій, економічній, комерційній, фінансовій, маркетинговій, управлінській діяльності підприємства, спрямований на максимально повне задоволення суспільних потреб на основі реалізації наукових досягнень у процесі виробництва для отримання максимального економічного, соціального та екологічного ефекту, вираженого в абсолютній і відносній зміні (збільшенні) економічних показників.

Інноваційна система представляє собою деяку сукупність елементів, що відповідальні за виникнення і розповсюдження інновацій, їх комерціалізацію. Ядром інноваційної системи є промислове підприємство даної галузі, канали виробничо-технологічної кооперації між підприємствами, інституціональні умови функціонування даної галузі і її підприємств, грошово-кредитне забезпечення діяльності новаторів, споживачів нових продуктів, технологій, засобів виробництва.

Метою організації інноваційної системи виробництва являється підвищення конкурентоспроможності та фінансово-економічної стабільності підприємства за рахунок випуску нової наукоємної продукції. В основі інноваційного розвитку лежить інноваційний капітал – інтелектуальна власність, яка виражає здатність промислового підприємства до оновлення, тобто захищена комерційним правом, а також інші нематеріальні активи та цінності [5]. Інтелектуальні ресурси підприємства включають інтелектуальний капітал, інтелектуальну працю та інтелектуальні продукти, які у свою чергу також можуть бути використані як засоби виробництва. Таким чином, інтелектуальні ресурси трансформуються у інтелектуальний капітал, який, в свою чергу, виступає інтелектуальним ресурсом для нового обороту капіталу.

Часто поштовхом до змін на підприємстві є кризові ситуації. Необхідні зміни у стратегії, виробничих процесах, організаційній структурі можуть здійснюватись поступово, у вигляді низки кроків, або ж радикально, у вигляді великих стрибків. Відповідно до цього розрізняють «революційну» та «еволюційну» моделі розвитку на підприємстві.

«Революційна» модель змін була запропонована американськими фахівцями у галузі менеджменту М. Хаммером та Дж. Чампі у 1991 році. Вона набула ще назву концепції реінжинірингу бізнесу. Реінжиніринг бізнесу розглядається як принципове переосмислення та радикальне перепроєктування підприємства і його найважливіших процесів з метою кардинального поліпшення найважливіших кількісно вимірюваних показників сучасної ефективності: вартості, якості, сервісу та оперативності [2, 5].

«Еволюційна» модель змін (або концепція організаційного розвитку) базується на концепції планування, ініціювання та здійснення процесів зміни соціальної системи, що передбачає залучення великої кількості учасників [1, 2, 5]. Тобто, організаційний розвиток розглядається як довготерміновий, ретельний та всеохоплюючий процес зміни та розвитку підприємства та людей, які в ньому працюють. Концепція організаційного розвитку передбачає здійснення змін у структурному та кадровому аспектах. В межах структурного підходу робиться спроба за допомогою організаційного регулювання створити сприятливі умови для досягнення підприємством поставлених цілей. В межах кадрового підходу проводяться заходи із підвищення кваліфікації працівників підприємства (розвитку персоналу) та стимулювання їхньої готовності до сприйняття змін. Серед наукових підходів до організаційного розвитку найбільшого поширення набули концепції розвитку підприємства через зміну його структури, тобто взаємозв'язків між окремими сферами бізнесу, відділами та підрозділами підприємства [3, 4].

Отже, результатом інноваційного розвитку підприємства будуть постійні прогресивні зміни його якісного стану, а яким буде процес інноватизації: революційний або еволюційний – залежатиме від обраного інноваційного напрямку, дієздатної стратегії інноваційного розвитку та рівня співвідношення власних та залучених інтелектуальних ресурсів та людського інтелектуального капіталу підприємства [4, 5].

Література

1. Бурков В.Н. Теория активных систем и совершенствование хозяйственного механизма / В.Н. Бурков, В.В. Кондратьев, В.В. Цыганов, А.М. Черкашин. – М.: Наука, 1984. – 272 с.
2. Друкер П.Ф. Бизнес и инновации : пер. с англ. / П.Ф. Друкер. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – 432 с.

3. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія / С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська. – Суми : Університетська книга, 2010. – 281 с.
4. Санто Б. Інновація как средство экономического развития / Б. Санто. – М. : Прогресс, 1990. – 296 с.
5. Шумпетер И.А. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибили, капитала, кредита й цикла конъюнктуры / И.А. Шумпетер. – М. : Прогресе, 1992. – 455 с.

Бонецький О.О.,
асистент кафедри фінансів,
Національний університет «Львівська політехніка»

ЕКОНОМІЧНІ ВИГОДИ ВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОВІРИ

В сучасних умовах, коли економічна обстановка змінюється дуже швидко, особливої актуальності набуває проблема довіри в економічній системі.

Довіру в економіці вивчали вчені різних країн. Серед них варто виділити Дж. Кейнса [1], який із явищем довіри пов'язував вихід з Великої депресії, В. М. Гейця [2], О. Є. Кузьміна [3], А. А. Гриценка [4], які вивчали вплив довіри на економічні процеси в Україні, П. Штомпку [5], який вперше ввів термін «безвіра» при описі діапазону, який лежить між довірою і недовірою та багато інших.

Довіру як явище вивчають різні науки, передусім психологія і соціологія (політологія користується методами соціології при вивченні явища довіри, тому виділяти її окремо недоцільно) та інші. Кожна наука має свій об'єкт і предмет дослідження, тому результати дослідження явища довіри будуть різнитися [6]. Це може наштовхнути на думку, що довіра є омонімом і має ряд не пов'язаних між собою значень [7], але ці значення характеризують довіру в межах різних наук і доповнюють одне одного, що заперечує явище омонімії [6].

Відповідно до об'єкта і предмета дослідження в економіці запропоновано використовувати термін «економічна довіра» з таким змістом: впевненість у надійності економічного об'єкта, що ґрунтується на уявленні або знанні про нього і пов'язана зі здатністю передбачати, прогнозувати чи впливати на дії цього об'єкта і проявляється у: 1) впевненості, або надії, що інвестовані в активи заощадження, як мінімум, не втратять своєї вартості і повністю здійснять функцію заощадження; 2) впевненості, або надії, що у процесі експлуатації активи принесуть очікуваний рівень доходу; 3) впевненості, або надії, що соціально-економічні інститути, у які вкладено заощадження, вчасно і в повному обсязі виконають взяті на себе зобов'язання; 4) надії, що складеться необхідна ситуація [3, с. 103]. Відповідно, рівень економічної довіри – це рівень впевненості у надійності економічного об'єкта.

Основні види економічної довіри є такі: власників до підприємства, підприємства до постачальників, підприємства до покупців, керівників різних рівнів до працівників тощо.

Показники, які характеризують рівень економічної довіри, мають область визначення [0%; 100%]. Такий підхід, на відміну від іншого, де верхнє значення може бути безмежно великим, дає можливість не лише прослідкувати динаміку показників економічної довіри, а також ввести поріг довіри – величину, яка характеризує такий рівень економічної довіри, при якому недовіра межує з довірою (тоді можна визначити за яких умов працює підприємство – довіри, чи недовіри).

Розроблена система показників економічної довіри [8] може бути апробована на показниках діяльності ДП «Аргентум», яке належить до машинобудування (табл. 1).

Таблиця 1

Система показників рівня економічної довіри ДП «Аргентум», %

Вид економічної довіри	Рік					
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
підприємства-постачальника до своїх покупців	100	99	97	98	99	100
підприємства до постачальників	100	100	100	100	100	100

Дані, наведені у табл. 1, вказують на те, що поріг економічної довіри в економіці є досить високим. Так, порогом економічної довіри ДП «Аргентум» до постачальників є 99-100%, до покупців – 97 %. І це при тому, що наведені дані охоплюють також гостру фазу фінансово-економічної кризи. Цікавим є факт, коли рівень економічної довіри підприємства до постачальників є дещо вищим від рівня економічної довіри підприємства до своїх покупців, хоча всі вони знаходяться вище від порогу економічної довіри (тобто підприємства сформували довірчі відносини і працюють у цих умовах).

Особливістю машинобудівних підприємств при дослідженні довіри є те, що в них є спільні цілі. Виготовлення готового продукту здійснюється рядом підприємств, які повинні узгоджувати між собою багато виробничих (також збутових, інколи фінансових) питань. Таким чином опортуністична поведінка будь-кого у ланцюжку зможе покласти кінець налагодженій співпраці, а іншим залишиться знайти іншого виробника тієї чи іншої деталі.

У процесі економічної діяльності кожне підприємство, яке працює тривалий час, напрацьовує довгострокові довірчі відносини з певними покупцями. Частка чистого доходу, яку отримало ДП «Аргентум» від реалізації продукції у довірчій групі становить приблизно 80 % (табл. 2).

Таблиця 2

Частка чистого доходу ДП «Аргентум», отриманого від реалізації продукції у довірчій групі

Рік	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Частка, %	79	82	84	82	81	82

Як стверджують дані, наведені у табл. 2, період фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр. збільшилася частка чистого доходу ДП «Аргентум», отриманого від реалізації продукції у довірчій групі. Тобто економічна довіра сприяє виживанню підприємства у кризовий період, тоді як нестійні чи недовірчі відносини розриваються першими. Тобто економічна криза очищає економічні відносини підприємства від ненадійних зв'язків.

Крім того, цифрами підтверджується закон Парето в економіці, коли економічна довіра сприяє формуванню 80 % чистого доходу підприємства, завдяки чому витрачається лише 20 % всіх зусиль. Решту 80% зусиль витрачаються на інші 20 % чистого доходу, але роль економічної довіри у тій частині чистого доходу невідома.

Закон Парето застосований в АВС-аналізі, де дохід підприємства формується таким чином: 20% зусиль формують 80% доходу (група А), проміжні 30 % зусиль – 15 % продаж (група В), найменш цінні 50% зусиль – 5 % доходу (група С). Тому можна чітко сказати, що економічна довіра сприяє формуванню відносин, характерних для групи А.

Варто також згадати про XYZ-аналіз (аналіз груп за варіацією). Довірчі відносини забезпечують приблизно 80 % чистого доходу підприємства з варіацією до 10 % (група Х). Таким чином, виправдані часом відносини із економічної довіри забезпечують стабільність економічних відносин у частині низького рівня амплітуди коливань доходів. Це той самий закон Парето, але призначений для дослідження рівня ризиковості.

Література

1. Keynes J. M. An Open Letter to President Roosevelt [Електронний ресурс] / J. M. Keynes. – Режим доступу: <http://newdeal.feri.org/misc/keynes2.htm>.
2. Геєць В. М. Довіра як елемент соціального капіталу в економічному розвитку України [Текст] / В. М. Геєць // Економічна теорія. – 2010. – № 3. – С. 7–19.
3. Кузьмін О. Є. Довіра як економічна категорія / О. Є. Кузьмін, О. О. Бонецький // Вісник НЛТУ України : Збірник науково-технічних праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.2. – С. 100-104.
4. Гриценко А. А. Внутрішня структура довіри / А. А. Гриценко // Економічна теорія. – 2010. – № 3. – С. 20-26.
5. Фрейк Н. В. Концепція довіри в дослідженнях П. Штомпки [Електронний ресурс] / Н. В. Фрейк. – Режим доступу : <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2006-11/freikn.pdf>.
6. Бонецький О. О. Взаємозв'язок економічної довіри з іншими видами довіри / О. О. Бонецький // Технологічний аудит і резерви виробництва. – 2013. – № 6/3 (14). – С. 4-7.
7. Mcknight D. H. The meanings of Trust [Електронний ресурс] / D. H. Mcknight, N. L. Chervany. – Режим доступу: <http://misrc.umn.edu/wpaper/WorkingPapers/9604.pdf>
8. Бонецький О. О. Довіра до товару як чинник успішної маркетингової діяльності / О. О. Бонецький // Логістика. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 690. – С. 14-21.

Борисова Л.П.,

*к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки,
Одеський інститут фінансів*

ПРОБЛЕМИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Низька ефективність функціонування і розвитку підприємств - наслідок не лише негативного впливу зовнішнього середовища, але і слабого, несистемного кадрового менеджменту. Відсутність кадрового менеджменту і високопрофесійних кадрів - одна з головних причин низької конкурентоспроможності українських підприємств. В сучасних умовах кадровий менеджмент є ключовою ланкою менеджменту підприємства, оскільки направляє його ресурси на оптимізацію управлінських витрат і досягнення цілей підприємства шляхом актуалізації професійного, інтелектуального і інноваційного потенціалів співробітників і створення мереж «взаємного знання» і «підвищення якості». Тому організація і постійне вдосконалення системи кадрового менеджменту на підприємствах і в організаціях незалежно від форми власності і виду діяльності в умовах переходу до ринкової економіки представляє одне з актуальних завдань нашого розвитку.

Одна з основних проблем - обмежене розуміння вищими керівниками соціальної ролі організації, що призводить до відсутності чітких довгострокових цілей розвитку підприємства і, як наслідок, до відсутності продуманої стратегії їх досягнення. На практиці ця проблема може призводити до нешанобливого відношення до людей, затримки заробітної плати, скорочення набору соціальних пільг, економії на умовах праці, формальному підході до рішення виробничих завдань, зловживанню службовим становищем. Такий стан справ пояснюється, в основному, двома причинами: по-перше, часто персонал все ще розглядається як витрати, які потрібно скорочувати, а не як основний ресурс, правильне управління і розвиток якого багато в чому визначає успіх діяльності усієї організації. По-друге, проблема полягає в специфіці людських ресурсів, яка пов'язана з різною реакцією співробітників на вживані методи управління.

Третя група проблем - слабка здатність керівництва визначити мотиви поведінки працівників, потреби і проблеми, що призводить до обману очікувань співробітників і їх незадоволенню та робить працівника практично незацікавленим до мотиваційних дій керівництва. Щоб цього запобігти, необхідно застосовувати в комплексі матеріальні і нематеріальні стимули до високоефективної роботи співробітників. Але будь-які "нематеріальні" методи сприймаються працівниками тільки у тому випадку, якщо застосовуються разом з матеріальними стимулами, а не замість них. Усі інструменти матеріального стимулювання праці дуже конкретні (тобто зрозумілі співробітникам) і стандартизовані, що, як правило, не припускає індивідуального підходу: премії, доплати, надбавки і тому подібне. Згідно з опитуванням, проведеним Work.ua в 2014 році, 67,2% українців вважають грошові заохочення кращим способом мотивації, підтверджуючи думку кадрових експертів. За безкоштовне навчання і

тренінги віддали свої голоси 8,9% опитуваних, похвалу від керівництва цінують 6,6% респондентів, персональні подарунки від компанії - 5,8%. Штрафи і покарання примушують краще працювати 4,7% українців, а корпоративні свята - 4,1%. Менше всього цінуються додаткові вихідні - так відповіли лише 2,7% опитуваних[1].

На думку опитаних респондентів, несподівані, непередбачувані і нерегулярні заохочення мотивують краще, ніж прогнозовані, коли вони практично стають незмінною частиною життя співробітника [1]. Це опитування ще раз підкреслило, що нематеріальні стимули сприймаються різними людьми неоднаково. І головна умова успіху - розробляти програми нематеріального заохочення виходячи з того, що важливо для самих співробітників. Але, за даними української філії консалтингової компанії Hay Group, керівники українських підприємств часто не прояснюють, що саме цінно для кожної конкретної людини в загальному пакеті винагороди. При цьому: з'ясувати думку клієнта про продукти і послуги, рівень обслуговування і т. п. вважається важливим, тому оцінки споживача постійно моніторяться і своєчасно приймаються заходи (у багатьох організаціях у співробітників є і відповідний "індекс задоволеності клієнта"). А ось думка власних співробітників про задоволеність на робочому місці з'ясовують далеко не усі працедавці (і ще рідше використовують результати опитувань для вдосконалення політики винагороди). Дослідження Hay Group в Україні показують, що нематеріальна винагорода і якість управління роблять більший вплив на залучення співробітників, чим заробітна плата, пільги і премії. При цьому матеріальне стимулювання (у тому числі преміювання) виступає в якості короткострокового мотиватора, а ось лідерство, якість управління, можливість розвиватися і просуватися по кар'єрних сходах - довгострокового мотиватора [2].

Сьогодні в системі кадрового менеджменту підприємств є декілька нових тенденцій, застосування яких підвищує його ефективність:

- більш широкого поширення набувають системи оплати за знання і компетенцію, при яких розмір винагороди працівника визначається не місцем його посади в ієрархії, а ступенем володіння ключовими для підприємства знаннями;
- збільшується частка змінної частини в доходах працівників усіх рівнів;
- надання працівникам «гнучких» пільг: сучасні компанії надають своїм працівникам можливість вибирати ті пільги, що їм потрібні (у рамках визначеного бюджету);
- поступове збільшення впливу на визначення розміру заробітної плати таких чинників, як компетентність і конкуренція на ринку праці. Ця тенденція змушує займатися самовдосконаленням навіть ветеранів[3].

Важливими чинниками, які перешкоджають впровадженню кадрової політики, що відповідає ринковим умовам функціонування підприємств, можуть бути:

- невідповідність співробітників усіх рівнів до роботи в нових умовах;
- втрата інтересу до новаторської роботи, викликана відсутністю справедливої оцінки трудового вкладу і обмеженням ініціативи;
- відсутність достовірної інформації і взаєморозуміння і довіри "верхів" і "низів" [4].

Нині служби управління персоналом підприємств орієнтуються на миттєві потреби, загальна, стратегічна концепція кадрової діяльності, як правило, не опрацьовується, що у результаті призводить до тимчасового поліпшення ситуації і не дозволяє усунути увесь комплекс проблем, існуючих у сфері кадрового менеджменту. Це свідчить про те, що перетворення в сфері управління персоналом вимагають зміни системи пріоритетів і критеріїв оцінки.

Серед актуальних проблем кадрового менеджменту промислових підприємств слід також відмітити відсутність стабільності менеджерів: дуже часто виникають ситуації, коли після отримання певного досвіду, співробітник переходить в конкурентну організацію, забираючи інформацію про діяльність підприємства, власні зв'язки і клієнтуру, що значно впливає на конкурентоспроможність підприємства.

Виникає необхідність формування спеціального підрозділу, що органічно вписується в загальний організаційний механізм менеджменту підприємства, що займається цілеспрямованим розвитком організаційної культури в тісній взаємодії з менеджерами різних ланок управління і неформальними лідерами, що дозволить своєчасно отримувати необхідну інформацію.

Вдосконалення кадрового менеджменту українських підприємств, на наш погляд, слід пов'язувати з фінансуванням проведення наступних заходів:

- застосування на практиці функціональної гнучкості, яка досягається шляхом виконання робітником більше 2-3 функцій, оволодіння багатопрофільними спеціальностями, що дозволяє забезпечити взаємозамінюваність в "піковий період", а також зменшує монотонність праці, підвищуючи інтерес до неї;
- перегляд та встановлення науково обґрунтованих норм праці, поліпшення організаційно-технічних умов виробництва;
- проведення раціоналізації робочих місць, скасування реально зайвих робочих місць, що дозволить направити частину економії фонду оплати праці на стимулюючі заходи для робітників, які залишились на виробництві;
- встановлення оптимальних режимів роботи підприємства, зважаючи на специфіку їх діяльності, введення гнучких графіків, дозвіл роботи з неповним робочим днем, організація надомної праці;
- розробка заходів з попередження нещасних випадків, підвищення міри безпеки, поліпшення умов праці і підвищення культури виробництва на підприємствах;
- попередження плинності кадрів за рахунок оптимізації внутрішньої мобільності персоналу;
- підвищення реальної зацікавленості працівників підприємства в кінцевих результатах їх діяльності, застосовуючи ефективно взаємодіючі системи матеріального та нематеріального стимулювання.

Література

1. Результаты опроса: денежные поощрения — самый эффективный способ мотивации персонала [электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.work.ua/news/ukraine/490/>.
2. Стеценко Т. Нематериальная мотивация [Электронный ресурс]/ Т. Стеценко. - Режим доступа: <http://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id>

3. Тянікова К.П. Соціально-економічна сутність кадрової політики підприємства / К.П. Тянікова, С.В. Березюк // Економічні проблеми розвитку аграрного виробництва в регіоні. – 2010. – Вип. 6. – С. 78-82.
4. Криклій А.С. Економіка та держава / А.С. Криклій // Плинність персоналу як чинник формування попиту та пропозиції на ринку праці. – 2005. – №6. – С. 58–62.
5. Корчевська Л.О. Прогнозування рівня використання трудового потенціалу України як складова управління його розвитком / Л.О. Корчевська // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №3. – С. 136–140.
6. Стратегія державної кадрової політики на 2012–2020 роки / Указ Президента України «Про Стратегію державної кадрової політики на 2012–2020 роки» № 45/2012 від 01.02.2012 р. // Офіційний вісник Президента України. – 2012. – № 4. – С. 68.

Борисова Л.Є.,

*аспірант кафедри економіки підприємства та корпоративного управління,
Одеської Національної академії зв'язку ім. О.С. Попова*

ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ СТРУКТУРИ ПРОБЛЕМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОЇ СФЕРИ

Постійний розвиток та подальше становлення ринкових відносин в Україні ставить свої вимоги до стабільно функціонуючої системи управління на підприємстві. Досягнення бажаного рівня не можливе без розв'язання вже накопичених протиріч та вирішення проблем в усіх сферах економіки України. Сфера телекомунікацій має стратегічне значення для сталого розвитку та подальшої інтеграції усіх сфер та галузей економіки у процеси світової глобалізації та інформатизації. Через процес поглиблення телекомунікаційного та інформаційного впливу на всі сфери діяльності людей підвищуються вимоги до якості та сучасності інфокомунікаційних послуг. Система управління підприємствами телекомунікацій потребує більшої уваги, враховуючи складність системного утворення, яке пов'язано з багатьма змінними, що сприяє виникненню протиріч та проблем усередині системи.

Незважаючи на велику кількість наукових досліджень, публікацій і накопичений практичний досвід, в теорії і практиці структуризації й вирішенні протиріч та проблем на необхідному етапі розвитку підприємства все ще залишається немало аспектів, розглянутих недостатньо повно. Вони стосуються розробки моделі структури проблем для сприяння швидкісному та спрощеному їх вирішенню у сучасних динамічних умовах техніко-технологічного та інформаційного розвитку економіки.

Телекомунікаційна сфера України на даному етапі відноситься до однієї з найдинамічніших за розвитком сфер економіки. Але, незважаючи на це сьогодні в Україні існує, так званий, феномен цифрової нерівності, цифрової прірви (digital divide) – поділ окремих верств населення на основі нерівного доступу до сучасних технологій. Це особливо актуально для споживачів важкодоступних сільських, гірських районів, й для соціально вразливих груп споживачів: малозабезпечені сім'ї, пенсіонери та інваліди [5, с. 120].

Для розв'язання означеної проблеми Законом України «Про телекомунікації» (далі Закон) було введено поняття «загальнодоступні телекомунікаційні послуги» (набір обов'язкових послуг загального користування встановленого рівня якості), які надаються споживачам на усій території України за тарифами, що регулюються державою і встановлені не тільки нижче їх реальної вартості, але інколи й нижче собівартості [4]. Необхідність надання збиткових загальнодоступних телекомунікаційних послуг призвело до низки нових техніко-економічних проблем, які потребують вчасного вирішення. Мова йде про мотивацію розвитку таких послуг. Законом передбачено необхідність компенсації збитків операторам, що надають загальнодоступні послуги, але створення відповідного механізму компенсації збитків, що було покладено на Кабінет Міністрів України та його реалізація ще не знайшла закінченого виду та не відповідає ринковим принципам, і соціальним інтересам [5, с. 120].

Розгляд протиріч в управлінні, що виникли під впливом об'єктивних дій економічних законів та закономірностей має дуже молодий досвід [2, с. 62]. Зміна в способі та швидкості передачі інформації завдяки динамічному розвитку функціонування телекомунікаційного ринку призвело до більш гострого прояву деяких протиріч та необхідності їх розгляду та вивчення. Економічні протиріччя - це економічний рух, та не лише зміна, розвиток, але і діяльність людей, специфікою якої її усвідомленість і самоусвідомленість. Суть протиріч економічних інтересів виявляється через їх функції:

Мотиваційну. В результаті вирішення протиріч (джерело руху) відбувається подальше вдосконалення не лише соціально-економічних, але і організаційно-економічних й техніко - економічних стосунків. Ці процеси, як рушійна сила прогресу, супроводжують розвиток виробництва і стимулює об'єктів телекомунікацій вирішувати протиріччя. Так, наприклад, використання аутсорсингу, що економить витрати підприємства, в технічному обслуговуванні та підтримці мереж постачальникам обладнання, фахівці останніх є більш компетентними у прийнятті рішень.

Деструктивну. Невирішені протиріччя стають бар'єром на дорозі зростання ефективності економіки, стримуючи науковий прогрес і впровадження нових технологій, загострюються й в конкретних своїх видах вони перешкоджають задоволенню потреб суб'єктів ринкових стосунків. Як, наприклад, недосконалість державного регулювання телекомунікаційних підприємств в Україні щодо стимулювання їх розвитку [5, с. 121].

Вирішення протиріч відтворення системної цілісності ринкових стосунків, що склалися у процесі виробництва, розподілу, обміну та споживанні є складним процесом, що полягає у виділенні та розгляді основних економічних протиріч співвідношення розвитку продуктивних сил і виробничих відносин, та специфічних протиріч, що притаманні сучасному стану економіки.

Ключові вимоги до подальшої роботи з моделлю структури проблем можуть бути представлені за допомогою принципів (рис. 1).

1	Принцип адекватності вибраних проблем, з урахуванням реальної економічної обстановки в сфері зв'язку
2	Принцип відповідності кінцевим цілям та принцип ранжирування проблем здійснюється шляхом раціонального розподілу ресурсів
3	Принцип багатоваріантності означає існування альтернативних підходів до визначення структури проблем та протиріч
4	Принцип пріоритетності базується на принципі вирішення раціонального розподілу ресурсів та невідкладності у вирішенні проблем
5	Принцип економічності означає оформлення структури проблем з урахуванням оптимальних (мінімальних) витрат на їх вирішення
6	Принцип комплексності, що означає урахування усіх стадій відтворювального процесу виробництва, розподілу, збуту та споживання
7	Принцип соціальної адаптації щодо вирішення проблем нормалізація умов роботи та соціального розвитку колективу, адекватного винагородження персоналу

Рис. 1. Принципи щодо формування моделі структури проблем управління телекомунікаційними підприємствами [розроблено автором за джерелами 2, 5, 6]

Ці принципи повинні враховуватися керівниками і фахівцями підприємства при реалізації процесно - цільової діяльності та виходячи з ступеню розвитку продуктивних сил та виробничих відносин на даному етапі соціально-економічного розвитку. На підставі викладених принципів можливе формування моделі структури проблем управління підприємствами телекомунікацій на основі [2, с. 72], що була нами опрацьована та вдосконалена для використання на підприємствах телекомунікацій. Успіх розв'язання та вирішення проблем можливий, якщо здійснюється поетапно та передбачена послідовність дій, які ілюструє рис. 2.



Рис.2. Модель формування структури проблем управління телекомунікаційними підприємствами [розроблено автором за джерелом 2]

В умовах стрімкого розвитку українського телекомунікаційного ринку для функціонування результативної й ефективної системи управління зростає необхідність постійного моніторингу та аналізу отриманих даних, на предмет реального стану справ та необхідності своєчасного реагування та усунення протиріч, що зароджуються.

Дослідження перш за все потребує коло проблем та протиріч сьогодення, що з'являються у відтворювальному процесі, та потребує таких дій та рішень, за яких зникає або зменшується негативний ефект від впливу проблеми. Це потребує певних дій з боку системи управління підприємствами телекомунікацій в Україні для мотиваційного впливу за допомогою вирішення проблем системи управління на усіх соціально-економічних рівнях об'єкту та приведення останнього на бажаний фінансово-економічний та соціальний рівень.

Література

1. Економіка телекомунікацій: навч. посіб. [для студентів вищих навчальних закладів]; за заг. ред. В.М. Орлова.- О.: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2014. – 512 с.
2. Кузьмінов А. В. Узгодження мотиваційних впливів на ефективність механізму управління телекомунікаціями регіону: дис...канд. екон. наук.: 08.07.04 / А. В. Кузьмінов, ОНАЗ ім. О.С. Попова. - Одеса, 2005. - 227с.
3. Чухно А. Сучасна фінансово-економічна криза: природа, шляхи і методи її подолання / А. Чухно // Економіка України. – 2010. – № 1, №2 – С. 4-18, С. 4-14.
4. Рішення НКРЗ «Про затвердження Розрахункових такс за послуги пропуску трафіка до телекомунікаційних мереж операторів телекомунікацій з істотною ринковою перевагою на ринках послуг пропуску трафіка» №687 від 01.12.2011 [Електронний ресурс] / Національна комісія з питань регулювання зв'язку України. – Режим доступу: <http://www.nkrz.gov.ua/uk/activities/ruling2011/1322755688>
5. Гранатуров В.М. Проблеми організаційно-економічного забезпечення розвитку телекомунікаційних мереж майбутніх поколінь / В.М. Гранатуров // Наукові праці ДОННТУ. Серія: економічна. – 2014. – № 5. – С. 118-124.
6. Воробієнко П.П. Державне регулювання розвитку телекомунікаційної сфери України / П.П. Воробієнко, В.М. Гранатуров // Економіка України. – 2012. – №10. – С. 45-53.

Борозенець М.С.,
студентка групи ОіА-11, ОКР «Бакалавр»,
Лосіцька Т.І.,
к.е.н., викладач,
ВПНУБіП України «Ірпінський економічний коледж»

ЦІНА - ВАЖЛИВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПАРАМЕТР ПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку аграрного сектору економіки необхідною умовою забезпечення ефективної діяльності товаровиробників є не тільки наукове супроводження процесу реалізації інноваційних техніко-технологічних рішень у виробничий процес, а також і формування для них раціональних та результативних моделей збуту. При цьому актуалізується питання, пов'язане з комплексним розглядом виробничо-комерційної діяльності суб'єктів аграрного ринку в контексті ресурсного забезпечення їх діяльності та тенденцій розвитку маркетингової інфраструктури внутрішніх ринків сільськогосподарської продукції та продовольства. Це обумовлює необхідність обґрунтування та виконання конкретних заходів в практичній діяльності суб'єктів агробізнесу до розв'язання проблеми ефективного функціонування продовольчого ринку та цінової ситуації на ньому за сучасних умов.

Продовольчий ринок – це суб'єкт підприємницької діяльності, який утворено згідно із законодавством і метою діяльності якого є створення необхідних умов для здійснення операцій з продажу і купівлі наявних видів сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, укладення відповідних торговельних умов [2].

Продовольчий ринок є середовищем формування роздрібних цін на продукти харчування, та цінової ситуації, що на ньому склались, тому завжди актуальним є виявлення особливостей ціноутворення в роздрібному сегменті.

Згідно із Законом України «Про ціни і ціноутворення» ціноутворення – це процес формування та встановлення цін [1, ст. 1].

Усвідомлюючи важливість ціноутворення, провідні компанії світу для реалізації своїх цілей та збільшення прибутковості звертають увагу на розроблення та вдосконалення своєї цінової політики. Крім того, змінилися погляди на техніку обліку витрат. Викликом сьогодення підприємств є дослідження ринку, з метою кращого усвідомлення попиту споживачів та діяльності конкурентів.

Ціна повинна відповідати якості товару, яку визначають споживачі. Якщо ціна завищена, то споживачі зрозуміють, що вони не отримують еквівалент за витрачені гроші. Якщо ж ціна занадто низька, то споживачі візьмуть під сумнів якість товару, оскільки вони зрозуміють, що у більшості випадків більш низька ціна означає більш низький рівень якості [3, с. 325].

Ціна є чинником, що найбільшою мірою впливає на обсяг і структуру споживання продовольчих товарів населення.

Індекс споживчих цін (ІСЦ) характеризує зміни у часі загального рівня цін на товари та послуги, які купує населення для невиробничого споживання.

Зростання індексу споживчих цін на товари та послуги (рис. 1) спостерігається у 2014 році. Не є виключенням і продукти харчування та безалкогольні напої.

Питання забезпечення продовольчої безпеки в Україні є актуальним, оскільки спостерігається нерівномірність між виробництвом і споживання продуктів харчування.

Задоволення потреб споживачів і успішна реалізація товарної пропозиції залежать від ціни продукту, яку можна розглядати у двох аспектах: з точки зору споживачів і з точки зору підприємців, які виробляють і реалізують готову продукцію. Для споживачів ціна означає можливість у тій чи іншій мірі задовольняти свої потреби. Споживач готовий заплатити більш високу ціну за продукцію високої якості. З точки зору підприємця, прийнятна та ціна, яка дає можливість реалізувати вироблену продукцію і одержати достатній прибуток.

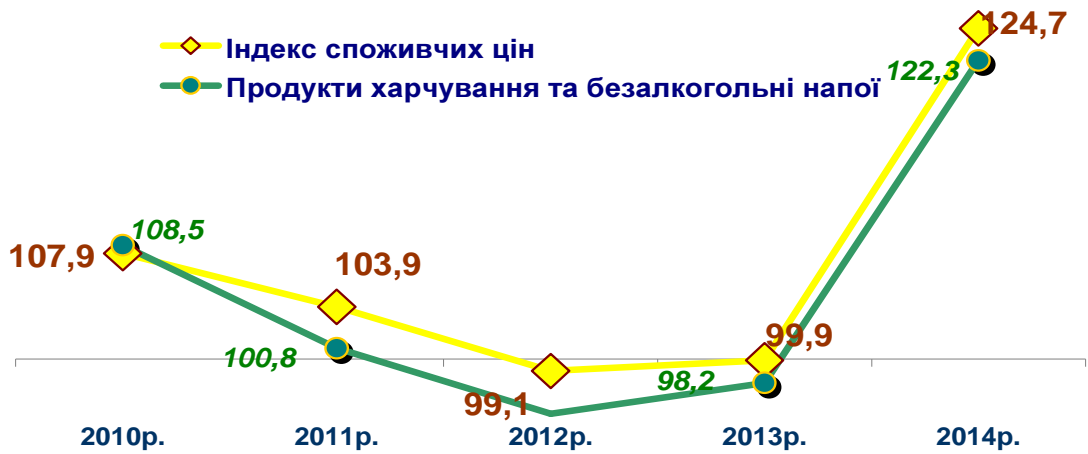


Рис.

1. Індекси споживчих цін

Варто відзначити, що причиною зростання витрат споживачів на продовольчі товари (рис. 2), є збільшення кількості споживаної їжі, підвищення цін на продукти харчування, надання переваг споживачами більш дорогим продуктам та маркетинговому сервісу і ін..

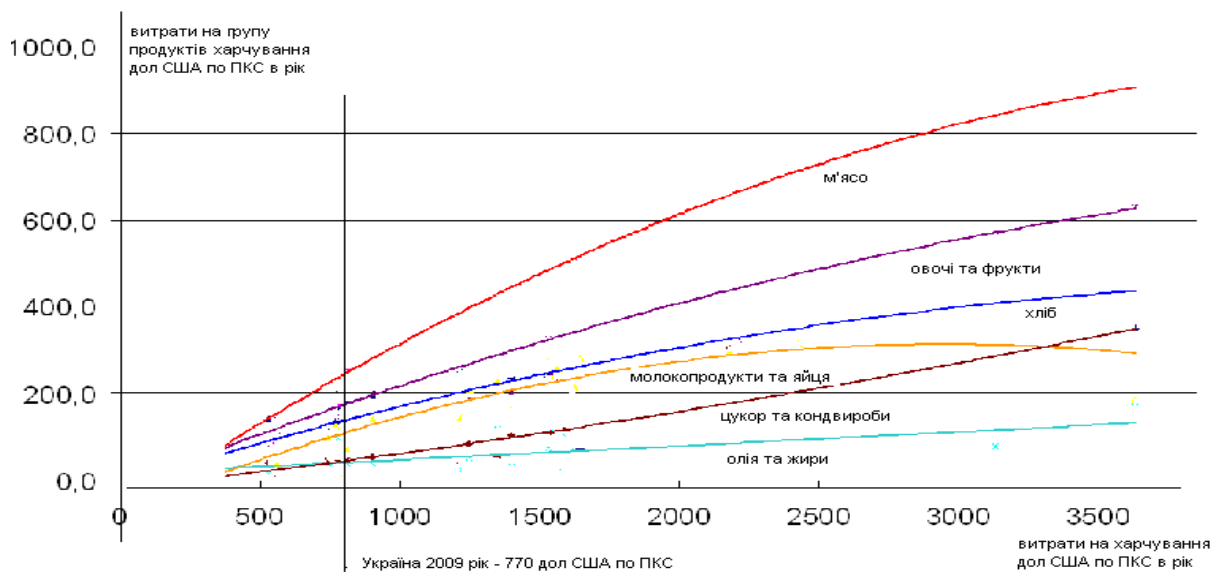


Рис. 2. Витрати на основні групи продуктів по мірі зростання витрат на харчування

За останні десятиліття відбулися значні зміни у споживанні окремих продуктів харчування. Споживачі у своєму раціоні замінювали одні продукти іншими. Тому, споживання одних продуктів зростає, інших зменшується, третіх – залишається на тому ж рівні [4, с. 16].

Зміни у споживанні продуктів харчування відбуваються під впливом зміни динаміки чисельності населення, його рухливості, урбанізації, змін у віковій структурі та рівні освіти. Останнім часом населення України надає перевагу харчуванню в домашніх умовах за рахунок ведення домашнього господарства.

Споживання основних продуктів харчування за останні роки наблизилось до показників мінімального споживчого кошика, який не завжди відповідає мінімальним та раціональним нормам споживання (табл. 1).

Протягом 2005-2013 рр. споживання хлібопродуктів населенням України характеризується незначним зменшенням, проте відповідає мінімальній нормі споживання. У 2000 році з розрахунку на одну особу в Україні було спожито 124,9 кг хліба та хлібопродуктів, в 2005 році – 123,5 кг, відповідно у 2013 році – 108,0 кг, що на 21,4 кг менше ніж у 2000 році.

Споживання основних видів харчових продуктів населенням України у 2005-2013 рр., кг/особа

Продукти	Мінімальна норма споживання	Раціональна норма споживання	Рік								
			2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Хлібні продукти	94	101	123,5	119,5	115,9	115,4	111,7	111,3	110,4	111,6	108
М'ясо та м'ясопродукти	52	83	39,1	42,0	45,7	50,6	49,7	52,0	51,2	54,4	55,3
Молоко та молочні продукти	280	341	225,6	234,7	224,6	213,8	212,4	206,9	204,9	214,9	217,3
Цукор	32	38	38,1	39,5	40,0	40,9	37,9	37,1	38,5	38	38
Яйця	231	290	238	251	252	260	272	290	310	305	307
Олія	8	13	13,5	13,6	14,3	15	15,4	14,8	13,7	13	13
Картопля	96	124	135,6	133,6	130,4	131,8	133	128,9	139,3	140	140
Овочі та баштанні продовольчі культури	105	161	120,2	126,7	118,4	129,2	137,1	143,5	162,8	161	161

Вважаємо, що стабільність доходів населення України та незначне зростання цін на м'ясо та м'ясопродукти сприяли дотриманню мінімальних норм споживання м'яса та м'ясопродуктів.

Під впливом негативних процесів у сфері аграрного виробництва споживання молока та молочних продуктів значно скоротилось у 2013 році становило 217,3 кг на особу, що менше ніж у 2005 році на 18,3 кг.

Перевищення норм споживання хлібопродуктів та картоплі, зокрема за період 2005-2013 рр., є свідченням незбалансованості харчування населення, яке намагається забезпечити власні енергетичні потреби за рахунок економічно доступних продуктів.

Отже, суттєве зростання цін на основні види харчових продуктів в умовах сьогодення, на нашу думку, змусить українців ще більшою мірою переорієнтувати попит на більш доступні за ціною продукти харчування.

Література

1. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 05.01.2013 р., стаття 1.
2. Постанова КМ «Про оптові продовольчі ринки» від 09.06.1999 №997.
3. Смольнякова Н.М. Цінова ситуація на продовольчому ринку України/ Н.М. Смольнякова, А.М. Волосов // Економічна стратегія і перспектива розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип.1.(1) – С. 323-331.
4. Похилюк В.В. Амбівалентність економічних відносин і економічна безпека / В.В. Похилюк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – №6 (51), ч.2. – С. 15-19.
5. Інформаційний сайт Державної служби статистики України.

УДК 338.28

Бортнік С.М.,

доцент кафедри економіки та безпеки підприємства,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУРИ АНАЛІЗУ Й ОЦІНЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Покращення використання персоналу підприємства є стратегічним завданням кожного господарюючого суб'єкта, адже саме від рівня продуктивності праці на підприємстві залежить ефективність використання усіх видів ресурсів (сировини і матеріалів, обладнання, коштів підприємства), собівартість продукції, а отже і прибуток підприємства, як кінцевий результат. Тому важливим завданням управління на будь-якому підприємстві є створення ефективної системи аналізу і контролю усіх показників використання персоналу.

Сучасні реалії в економіці України викликають необхідність не просто раціонально та ефективно використовувати наявні у підприємств ресурси, в першу чергу трудові, а й вживати випереджувальних заходів щодо забезпечення стійких конкурентних переваг у майбутньому. В умовах розвитку соціально орієнтованого суспільства виникає необхідність врахування поряд з результатами праці здібностей працівників, їхніх соціально-психологічних якостей, інтелектуального рівня, можливостей інноваційної діяльності, активізація яких дає можливість більш повно реалізувати трудовий потенціал підприємства. Саме планування й аналіз трудових показників підприємства забезпечує реалізацію даної мети. Проблема полягає в тому, що традиційні системи трудових показників орієнтовані на оцінювання власне результатів використання персоналу, а не максимальне використання усіх потенційних можливостей персоналу, їх активізацію і розвиток. Тому вони мало відповідають об'єктивним потребам сьогодення. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується наукомісткістю, мобільністю, прискореним розвитком технологій, активним впровадженням різного роду інновацій, тому система

трудових показників має бути адаптивною до сучасних змін. Тобто використання системи трудових показників, яка дає найбільш повну інформацію про ефективність кадрової політики, стан соціально-трудових відносини в колективі та функціонування персоналу дасть змогу підприємству отримати конкурентні переваги й раціонально організувати власну діяльність.

Над проблемами покращення використання персоналу працювала велика кількість вітчизняних та зарубіжних вчених, які своїми дослідженнями створили умови для становлення менеджменту персоналу загалом і управління продуктивністю зокрема як наук та їх подальшого розвитку. Серед відомих науковців та практиків проблемами, пов'язаними з використанням персоналу займалися Б.Генкін, О. Германов, Ю.Кокін, В.Ракоті, Г.Слезінгер та інші. Серед сучасних вітчизняних науковців слід виділити Д.Богиню, О.Грішнову, Г.Завіновську, В.Весніна, Г.Дмитренка, А.Калину, А.Колота, Г.Кулікова, Ю.Куценка, В.Лагутіна, В.Сладкевича, О.Уманського, та інших. Вони концентрували увагу на розкритті поняття ефективності праці, аналізі її показників, визначенні факторів та резервів її підвищення. Однак поза увагою вчених залишилось дослідження цих проблем в контексті сучасної специфіки діяльності виробничих підприємств, що працюють в умовах нестабільності, необхідності забезпечення високої гнучкості й адаптивності персоналу до нових вимог. Тому існує об'єктивна необхідність у подальшому поглибленні теоретичних досліджень і методичних розробок пов'язана зі з'ясуванням змісту показників використання персоналу, формуванням адаптованої до сучасних умов системи трудових показників, визначенням зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на їх значення, удосконаленням методичних підходів до комплексної оцінки резервів покращення трудових показників підприємства.

Метою дослідження є розвиток теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення аналізу й оцінювання показників використання персоналу підприємства.

Заінтересованість підприємства в ефективному використанні персоналу зумовлена, насамперед, наявністю витрат на його утримання і прагненням максимізувати їх віддачу. Ефективність використання трудового ресурсу, тобто ефективність роботи персоналу, полягає в досягненні підприємством максимальних результатів при використанні наявної кількості працівників.

З метою отримання уявлення про рівень використання персоналу і пошуку резервів його зростання аналіз і оцінювання використання персоналу необхідно здійснювати у такій послідовності: 1) оцінка забезпеченості підприємства персоналом; 2) оцінка ефективності роботи персоналу; 3) оцінка ефективності витрат підприємства на персонал [1, с. 134].

Оцінка може проводитися за допомогою таких груп показників: показники, які характеризують рівень забезпеченості підприємства персоналом; показники, що безпосередньо оцінюють ефективність роботи персоналу; показники, які характеризують ефективність витрат підприємства на персонал.

Деталізуємо зазначені етапи у конкретні кроки методики, тобто алгоритм здійснення аналізу й оцінки використання персоналу підприємства.

Алгоритм аналізу й оцінки використання персоналу підприємства, на нашу думку, повинен мати такі етапи:

1. Етап: *Аналіз забезпеченості підприємства персоналом.*

На першому етапі визначається забезпеченість підприємства персоналом за кількісними та якісними параметрами. Здійснюється оцінювання кваліфікаційного рівня персоналу підприємства та змін у його складі за віком, стажем роботи, освітою. Вивчається динаміка показників руху і причин плинності персоналу.

2. Етап: *Аналіз ефективності використання персоналу.*

Другий етап оцінювання включає декілька підпунктів, а саме:

2.1 Аналіз використання робочого часу на підприємстві.

На цьому етапі, по-перше, виконується аналіз показників, що характеризують повноту використання персоналу за часом. По-друге, здійснюється аналіз непродуктивних втрат робочого часу, та визначення об'єктивних і суб'єктивних причини їх утворення.

2.2. Аналіз продуктивності праці й трудомісткості продукції.

На цьому етапі здійснюється розрахунок і аналіз узагальнюючих, індивідуальних і допоміжних показників продуктивності праці. Виконується аналіз зміни середньорічного, середньоденного і середньогодинного виробітку працівників підприємства. Визначається трудомісткість продукції та здійснюється аналіз її динаміки.

2.3. Аналіз рентабельності персоналу.

На цьому етапі розраховуються показники прибутковості діяльності персоналу та здійснюється розрахунок впливу факторів зміни річного виробітку на рівень рентабельності персоналу.

3. Етап: *Оцінка ефективності витрат підприємства на персонал.*

Цей етап включає, по-перше, аналіз структури і динаміки фонду заробітної плати. По-друге, вивчення співвідношення між темпами зростання продуктивності праці і рівня її оплати. По-третє, розрахунок показників ефективності використання фонду заробітної плати.

4. Етап: *Резерви підвищення ефективності використання персоналу та коштів на оплату праці.*

На цьому етапі здійснюється розрахунок резервів зростання продуктивності праці. Визначаються резерви випуску продукції за рахунок скорочення витрат робочого часу. Вишукуються резерви зниження питомої трудомісткості продукції підприємства. Розраховуються резерви підвищення ефективності використання коштів на оплату праці

Процедура аналізу й оцінювання використання персоналу підприємства, здійснювана у викладеній послідовності, має постійно діючий циклічний характер. Це пов'язано, головним чином, з динамічністю самого процесу використання персоналу, який перманентно перебуває в русі, в силу чого в процесі використання персоналу підприємства завжди утворюються нереалізовані резерви покращення ефективності його роботи.

Підприємство витрачає певну суму коштів, пов'язану з залученням до роботи персоналу, тобто здійснює витрати на персонал. До таких витрат належить заробітна плата; нарахування на заробітну плату у вигляді відрахувань на соціальне і пенсійне страхування, страхування на випадок безробіття, обов'язкове державне

страхування від нещасного випадку на виробництві; витрати підприємства на соціальні виплати і пільги, на навчання та підвищення кваліфікації персоналу, на виплату дивідендів тощо.

Пошук напрямків економії витрат на персонал можна здійснити через аналіз рівня ефективності його праці. Безпосередньо ефективність роботи персоналу оцінюють за допомогою показників, які відображають рівень продуктивності праці на підприємстві.

Порівнюючи результативні показники діяльності персоналу з витратами на його утримання та аналізуючи їх динаміку, можна здійснити оцінку ефективності витрат на персонал. З цією метою слід розрахувати: вартість виготовленої продукції на одиницю загальних витрат на персонал; суму доходу підприємства на одиницю витрат на персонал; вартість виробленої продукції на 1 грн. фонду оплати праці; суму доходу підприємства на одиницю фонду оплати праці; суму прибутку підприємства на одиницю витрат на персонал; суму прибутку підприємства на одну гривню фонду оплати праці.

На основі аналізу динаміки наведених показників, а також порівняння динаміки продуктивності праці з динамікою витрат на персонал, можна зробити висновки щодо ефективності використання персоналу як ресурсу підприємства та рівня ефективності витрат на персонал.

Отже, підсумовуючи усе вищесказане варто додати, що підприємства, особливо у період розгортання кризових явищ, потребують досконалої, різносторонньої та найбільш повної системи показників використання персоналу. Використовуючи при аналізі й оцінці показники, які найкраще характеризують використання персоналу, існує більша ймовірність здійснити його ефективно і на основі отриманої інформації сформулювати рекомендації щодо покращення існуючої ситуації й вдосконалення організації праці на підприємстві.

Література

1. Бортнік С.М. Формування підходу до комплексного оцінювання персоналу підприємства / С.М.Бортнік, М.В.Саган // Економічний форум: науковий журнал. – Луцький НТУ, 2013. – № 2. – С. 131–138.
2. Економіка підприємства [Текст] : навч. посіб. / [Ліпич Л. Г. та ін. ; за заг. ред. Л. Г. Ліпич] ; Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк : РВВ Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2010. – 492 с.

Бровкіна Ю.О.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної теорії
та фінансово-економічної безпеки,*

Одеська національна академія харчових технологій

ПРІОРИТЕТНІ ПРИНЦИПИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Побудова ефективної системи економічної безпеки підприємства – запорука успіху в конкурентній боротьбі, досягнення та закріплення позицій на ринку і можливість їх утримання в довготривалій перспективі. Дослідження проблеми економічної безпеки на мікрорівні неможливе без визначення принципів на яких вона базується. Особливої уваги потребують підприємства тих галузей, які зайняті у виробництві продукції щоденного вжитку, до яких належить виробництво хліба та хлібобулочних виробів.

Існують різні підходи до побудови системи принципів економічної безпеки підприємств. Деякі вчені-економісти пропонують при розробці принципів розділення діяльності підприємства на функціональні складові, та в межах кожної визначення групи принципів, яким вони підпорядковуються. Інші пропонують узагальнену систему принципів для всього підприємства.

Будь-які зміни на підприємстві повинні проводитися за певними принципами. Під принципами побудови пріоритетних напрямків економічної безпеки хлібопекарських підприємств будемо розуміти правила визначення пріоритетів структурних перетворень.

Пріоритети реструктуризації хлібопекарських підприємств повинні в першу чергу базуватися на принципі орієнтації на кінцеву мету. З цього принципу випливає, що формування системи пріоритетів структурних перетворень обґрунтовується тільки при наявності кінцевої мети існування на ринку. При цьому мета може корегуватися в залежності від впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Особливе значення при встановленні та корегуванні мети відіграє поточний стан підприємства. Кожне підприємство прагне переходу від найменш ефективного положення на ринку до найбільш високого рівня розвитку, використовуючи відповідні реструктуризаційні заходи та змінюючи систему пріоритетів.

В умовах мінливості зовнішнього середовища особливої уваги потребує узгодженість встановлених цілей. Враховуючи те, що підприємство представляє собою систему, в якій функціонують різні структурно-функціональні елементи (департаменти, підрозділи, цеха) необхідно постійно координувати результати діяльності всіх підсистем в одному центрі та формувати відповідні гнучкі та адекватні змінам цілі. Тому наступним принципом формування системи пріоритетів реструктуризації повинен стати принцип сумісності цілей.

Для здійснення багатьох напрямків економічної безпеки підприємства необхідно користуватися принципом обмеженості пріоритетів. Враховуючи обмежену кількість фінансових ресурсів та орієнтацію хлібопекарських підприємств перш за все на власні кошти необхідно формувати чітку систему першочергових заходів в залежності від поточного стану підприємства та у межах стратегічних пріоритетів. Пріоритети структурних перетворень повинні обмежуватися 3-5 основними внутрішніми пріоритетами на рівні підприємства та обов'язково мати взаємозв'язок з державними програмами та планами розвитку галузей. Принцип набуває особливої актуальності в

сучасних умовах прояву кризових явищ, підвищення відсоткової ставки за банківськими кредитами, суттєвого скорочення термінів повернення боргів, складності отримання державної допомоги.

Процеси побудови системи економічної безпеки на хлібопекарських підприємствах повинні підпорядковуватися принципу системності, який означає формування заходів з урахуванням інтересів всіх підсистем об'єкта дослідження. Цей принцип вказує на необхідність використання комплексного підходу щодо всіх напрямків діяльності підприємства в їх взаємозв'язку. Принцип має особливу актуальність для хлібопекарського бізнесу, оскільки йому притаманні безперервність виробництва (перш за все для великих підприємств), необхідність своєчасної реалізації продукції (наслідок її швидкого псування) і як наслідок, своєчасне поповнення обігових коштів.

Виробництво хліба та хлібобулочної продукції має соціальну спрямованість, тому наступним принципом слід позначити принцип соціальної орієнтованості виробництва. Незважаючи на те, що головною метою існування підприємства в ринковій економіці є максимізація прибутків, власники хлібопекарських виробництв повинні враховувати підвищену соціальну значущість виробленої продукції. Тому в рамках цього принципу головна задача хлібопекарських підприємств полягає в узгодженості інтересів споживачів з власними інтересами та інтересами держави, яка виконує в цьому процесі регуляторну функцію.

Незважаючи на соціальну спрямованість хлібопекарського виробництва, його діяльність повинна бути ефективною. Принцип ефективності поєднує у собі можливості та здатності підприємців отримувати позитивні результати від своєї діяльності у будь-яких умовах. Отриманий ефект від правильності та своєчасності встановлених та реалізованих пріоритетів реструктуризації повинен перевищувати обсяг витрачених ресурсів на проведення відповідних заходів.

Два останні принципи підпорядковуються принципу поєднання механізмів державного та ринкового регулювання. Він передбачає більш дієвий характер співробітництва між державою та бізнесом. Перевага повинна залишатися за ринком та ринковими методами господарювання. Ефективні структурні зрушення можуть бути отримані тільки при умовах відповідальності держави за розвиток ринкової та промислової інфраструктури. З боку держави також необхідно забезпечити розвиток системи державних гарантій та стимулів щодо кредитування хлібопекарських підприємств під реалізацію інноваційних проєктів.

Будько С.О.,

*науковий співробітник з інтелектуальної власності
відділу економіки, інтелектуальної власності та маркетингу інновацій,
Інститут сільськогосподарської мікробіології та агропромислового виробництва НААН,
м. Чернівці*

ПРОБЛЕМИ ПАТЕНТУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ, СТВОРЕНИХ У ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ МІКРОБІОЛОГІЇ

Інтелектуальний капітал став домінуючим чинником економічного розвитку, сьогодні він визначає темп і рівень розвитку як окремої фірми, так і національної економіки [1, с. 5]. У сучасних умовах економічної, фінансової і політичної кризи в Україні посилюється актуальність ефективного використання вітчизняного інтелектуального продукту.

Процес створення інтелектуального капіталу після здобуття незалежності нашою державою і до сьогодні проходив досить складно. Він супроводжувався постійним зменшенням фінансування, відтоком висококваліфікованих кадрів за кордон, відсутністю на державному рівні системи впровадження інтелектуального продукту у виробництво, що призвело до зниження конкурентоспроможності інтелектуальних продуктів, виникнення протиріч і проблем при набутті права власності на них і, як наслідок, до низької ефективності використання інтелектуального капіталу в цілому в країні.

В Україні збереглась система наукових установ, що працюють у напрямку науково-практичного вирішення суспільних проблем, володіють значним інтелектуальним капіталом. Велика частина створених ними інтелектуальних продуктів знаходить практичне застосування, але частина їх залишається не використаною, що знижує ефективність використання бюджетних коштів і заміщенню вітчизняних інноваційних розробок іноземними аналогами.

На базі Інституту сільськогосподарської мікробіології та агропромислового виробництва НААН проводяться наукові дослідження ефективності використання інтелектуального капіталу в галузі сільськогосподарської мікробіології.

Набуття права власності на об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ) у галузі сільськогосподарської мікробіології відбувається на загальних підставах. Багатогранність і унікальність кожного інноваційного продукту, створеного у даній галузі, унеможлиблює оформлення матеріалів заявки на отримання охоронного документу за єдиним алгоритмом.

Зокрема, часто виникають складності при представленні особливостей і характеристик того чи іншого ОІВ, висвітленні переваг знайденого технічного рішення порівняно з аналогами та прототипом, доведенні технічного результату й можливості його практичного застосування. Підготовка матеріалів заявки до подання їх до закладу експертизи вимагає ретельної тривалої спільної роботи спеціалістів у галузі сільськогосподарської мікробіології і фахівців з інтелектуальної власності.

Найбільш поширеними і типовими продуктами, що створюються в даній галузі, є індивідуальні штами мікроорганізмів або консорціуми штамів мікроорганізмів. Безперечно, штами мікроорганізмів - унікальний об'єкт патентування. Він являє собою чисту культуру мікроорганізмів певного виду, у якій вивчені морфологічні і фізіологічні особливості. Процес створення штамів мікроорганізмів довготривалий і кропіткий. Він передбачає виділення з природних умов великої кількості ізолятів, вивчення їх властивостей і характеристик, відбір найкращих зразків, встановлення оптимального складу живильного середовища, температурного режиму, визначення способів зберігання [2, с. 3-4]. Ці аспекти повинні знайти своє відображення у матеріалах заявки на отримання охоронного документа.

Обов'язковою умовою патентування штамів мікроорганізмів є їх депонування у депозитарії з метою здійснення патентної процедури. В Україні сьогодні не створено офіційного Депозитарію для депонування штамів вірусів рослин, що суттєво ускладнює отримання охоронних документів на них.

Залишається законодавчо неврегульованим питання щодо мінімального розміру винагороди винахідникам винаходів і корисних моделей. Як наслідок, автори не отримують матеріального заохочення, що призводить до відсутності мотивації винахідницької діяльності в наукових установах.

У сучасних умовах гострої фінансово-економічної кризи та скорочення державного фінансування науково-дослідні установи повинні самостійно займатися впровадженням наукоємної продукції. За таких умов інтелектуальний продукт стає самостійним товаром, що безпосередньо позиціонує на ринку. Без належного маркетингового супроводу (за всіх інших рівних умов), неможливе досягнення високих позицій конкурентоспроможності та перспективності нового товару. Зокрема, інноваційна продукція обов'язково повинна мати головні ринкові атрибути: «обличчя» - торгову марку; «походження» (розробника та виробника) - комерційне найменування; «пристойний зовнішній вигляд» - упаковку, пакування, тарний матеріал. Безперечно, зовнішній вигляд є одним із вирішальних факторів збуту.

Встановлено, що власністю установ мережі НААН є 59 знаків для товарів і послуг, зареєстрованих в Україні, два промислових зразки і одне кваліфікаційне зазначення походження товару. Двадцять чотири свідоцтва України видані на ОІВ, які відносять до комерційних найменувань, решта - товарні знаки [3, с. 3].

Отже, серед установ мережі НААН торгові марки не користуються популярністю, а наукоємна продукція втрачає конкурентні переваги на ринку. На нашу думку, дана ситуація обумовлена високими ставками зборів ДП «Український інститут промислової власності».

Змушені констатувати, що в Україні час від часу виникають факти грубого порушення прав власності на інтелектуальні продукти, а саме: викрадення і присвоєння чужих розробок, суперечки щодо особистого внеску авторів у створення ОІВ, паразитування на відомих торгових марках і комерційних найменуваннях.

Чинні охоронні документи, нажаль, не є підставою для терміново припинення правопорушення.

Вищенаведений огляд дозволяє запропонувати наступні заходи для усунення проблем патентування інтелектуальних продуктів і підвищення ефективності їх використання науковими установами у галузі сільськогосподарської мікробіології в Україні:

1. Створити Депозитарій для депонування штамів вірусів рослин з метою патентної процедури;

2. Доповнити Постанову Кабінету Міністрів України №1716 від 23 грудня 2004 р. «Про затвердження Порядку сплати зборів за дії, пов'язані з охороною прав на об'єкти інтелектуальної власності» пунктами щодо надання пільг неприбутковим установам при оплаті зборів за дії, пов'язані з охороною прав на знаки для товарів і послуг, промислові зразки, регламентувати мінімальний розмір винагороди авторам за використання винаходів (корисних моделей).

3. Підвищити відповідальність за несанкціоноване використання об'єктів права інтелектуальної власності; запровадити обов'язкове генетичне маркування штамів мікроорганізмів під час їх депонування; створити єдиний спеціалізований експертний орган для ідентифікації штамів мікроорганізмів і проведення експертизи об'єктів біотехнології.

Література

1. Жарінова А.Г. Теоретико-економічні підходи до визначення феномену інтелектуального капіталу / Жарінова А.Г. // Актуальні проблеми економіки. - 2011. - №1(115). - С. 5-14.
2. Каталог культур мікроорганізмів. - Ч. : ЦНТЕІ, 2007. - 46 с.
3. Діючі об'єкти права інтелектуальної власності науково-дослідних установ Національної академії аграрних наук України: збірник / [В.Ф. Петриченко, А.В. Балян, Л.А. Пилипенко та ін.]. - К. : Аграрна наука, 2014. - 264 с.

УДК 336.531.2

Буслаєва Г.В.,

старший викладач кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

ОЦІНКА РОЗВИТКУ СИСТЕМИ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ЗАКЛАДІВ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

У сфері соціально-значущих послуг в Україні особливе місце займає рекреаційний сектор, важливим регіоном якого є Одеська область, що має різноманітні природно-рекреаційні ресурси.

Розподіл в регіоні санаторно-курортних і оздоровчих закладів за видами у 2013 році був такий: 28 санаторіїв (з них 8 дитячих), 10 санаторіїв-профілакторіїв, 9 будинків та пансіонатів відпочинку, 385 баз та інших закладів відпочинку (рис. 1).

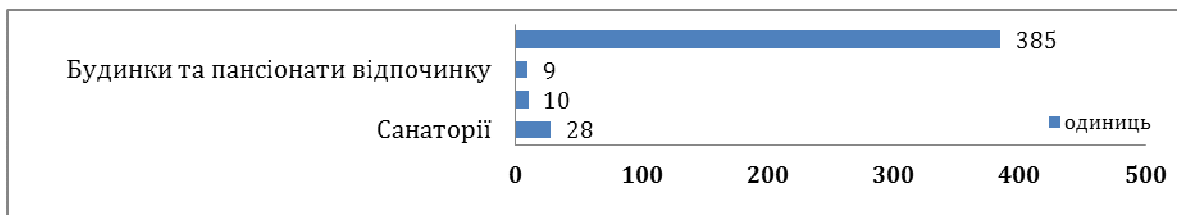


Рис. 1. Структура санаторно-курортних і оздоровчих закладів Одеської області у 2013 році, одиниць
Джерело: розроблено автором на підставі [1, с. 7]

Показники, що характеризують функціонування санаторно-курортних і оздоровчих закладів в Одеській області, в останні роки мають тенденцію до зниження (рис. 2). Так, у 2013 році у спеціалізованих засобах розміщування – юридичних особах було розміщено 202375 осіб, що на 9,97 % (на 22416 осіб) менше, ніж у 2012 році, а у спеціалізованих засобах розміщування – фізичних особах – 70005 осіб, що на 5,31 % (на 3930 осіб) менше, ніж у 2012 році.

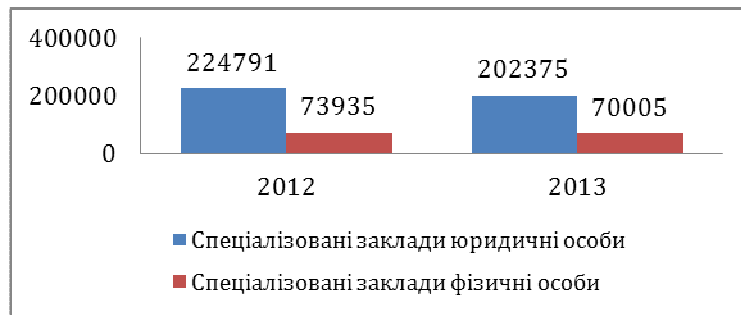


Рис. 2. Динаміка розміщення у спеціалізованих засобах розміщування – юридичних та фізичних особах у 2012-2013 роках, осіб

Джерело: розроблено автором на підставі [2-3]

У спеціалізованих засобах розміщування – юридичних особах області за звітний період було розміщено 12110 осіб, які постраждали внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, що становило 5,98 % від загальної кількості розміщених осіб, з яких переважна більшість (76,99 %) була розміщена у санаторіях.

За 2013 рік кількість дітей у віці 0 – 17 років, які перебували у спеціалізованих засобах розміщування – юридичних особах в Одеській області, складала 60256 осіб, що на 4,71 % (на 2979 осіб) менше, ніж у 2012 році, а у спеціалізованих засобах розміщування – фізичних особах – 13728 осіб, що на 6,07 % (на 888 осіб) менше, ніж у 2012 році (рис. 3).

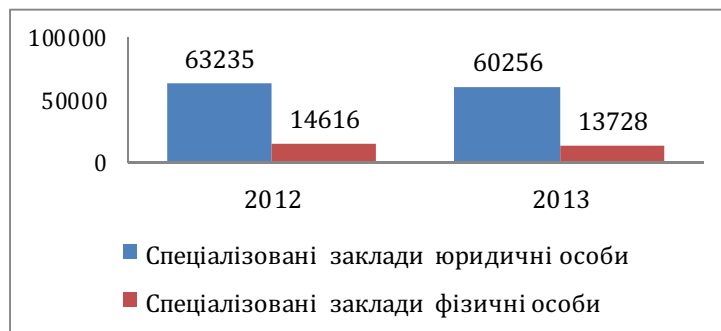


Рис. 3. Динаміка розміщення дітей у спеціалізованих засобах розміщування – юридичних та фізичних особах у 2012-2013 роках, осіб

Джерело: розроблено автором на підставі [2-3]

За звітний період в області було обслуговано 31609 осіб-іноземців у спеціалізованих засобах розміщування – юридичних особах, що на 10,61 % (на 3753 осіб) менше, ніж у 2012 році, а у спеціалізованих засобах розміщування – фізичних особах – 23413 осіб-іноземців, що на 11,02 % (на 2900 осіб) менше, ніж у 2012 році (рис. 4).

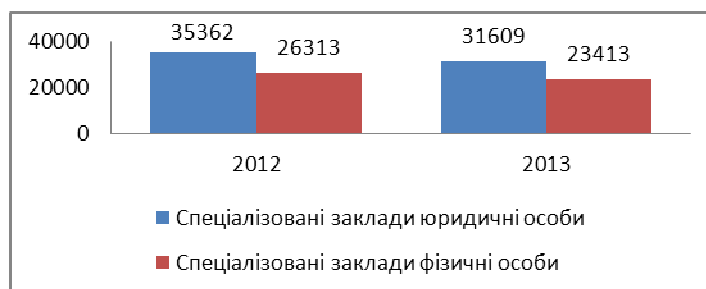


Рис. 4. Динаміка розміщення іноземців у спеціалізованих засобах розміщування – юридичних та фізичних особах у 2012-2013 роках, осіб

Джерело: розроблено автором на підставі [2-3]

Для створення доступного ринку оздоровчих послуг для населення та підвищення функціонування санаторно-курортних і оздоровчих закладів треба усунути низку проблем, до яких відносяться: недостатність коштів на експлуатацію закладів; низька платоспроможність населення, що обумовлює неможливість оплачувати відпочинок у санаторно-курортних закладах; зниження якості санаторно-курортних послуг; відсутність ефективною державної політики, як у сфері соціальної підтримки населення, так і в напрямі економічного та податкового сприяння діяльності закладів даного сектору; військові конфлікти в місцях традиційних рекреаційних регіонів України тощо.

Література

1. Діяльність колективних засобів розміщування в Одеській області у 2012 році: Стат. бюлетень ГУ статистики в Одеській області ДКСУ. – Одеса: ГУ статистики в Одеській області, 2013. – 91 с.
2. Статистичний щорічник Одеської області за 2013 рік: Стат. щорічник ГУ статистики в Одеській області ДКСУ. – Одеса: ГУ статистики в Одеській області, 2014. – 502 с.
3. Діяльність колективних засобів розміщування в Одеській області у 2013 році: Статист. бюлетень ГУ статистики в Одеській області ДКСУ. – Одеса: ГУ статистики в Одеській області, 2014. – 90 с.

УДК 336.6

Буханець В.В.,
*докторант, доцент кафедри економіки,
організації та управління підприємствами,
ДВНЗ «Криворізький національний університет»*

ВИЗНАЧЕННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ГІРНИЧО-МЕТАЛУРГІЙНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку модернізація вітчизняної економіки набула статусу національної ідеї. Вирішення проблем економічного і соціального розвитку України у сучасних умовах потребує безперервного руху й оновлення факторів виробництва. Також неабияке значення набуває динамічний характер розвитку потенційних можливостей підприємств гірничо-металургійного комплексу (ГМК) у відповідності до стратегічних цілей їх існування на поточному продуктовому ринку. Сприятливий вплив процесів глобальної економічної відкритості паралельно проявляє проблеми, що пов'язані з підривом конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, тому питання їх модернізації та капіталізації стають основою економічної безпеки країни. За таких обставин актуалізується проблема забезпечення ефективності формування та використання усіх різновидів потенціалу підприємств, основою розвитку яких є капітал.

Однією із основних сучасних тенденцій розвитку світової економіки є посилення концентрації капіталу крупними корпораціями, що обумовлено значними резервами ефективності цієї форми організації бізнесу, які проявляються на основі наявності потенціалу зростання величини акціонерного капіталу на фондовому ринку. При цьому зростання капіталізації підприємств стає передумовою для залучення інвестицій, оскільки вона є індикатором рівня кредитоспроможності, що відкриває доступ до інвестиційних ресурсів.

Проблематика дослідження умов капіталізації представлена у наукових працях А.І. Амоші, А.А. Гриценка, В.М. Гейця, М.А. Козоріз. Розкриття сутності процесів капіталізації на макрорівні здійснюється науковцями Інституту економіки промисловості НАН України. Системного розкриття проблемні аспекти капіталізації промислових підприємств набули у наукових працях Н.Е. Брюховецької, І.П. Булеєва, І.І. Яремко, Н.В. Шевчук.

В роботах сучасних науковців-економістів змістовне наповнення теорії капіталізації підприємства відбувається в контексті розвитку теорій вартості, капіталу, ресурсів, вартісно-орієнтованого управління та набуває наступного трактування: це процес перетворення доходів (або певної їх частини) у капітал [1]; це процес залучення ресурсів у кругообіг та створення доданої вартості [2]; це система відносин, які виникають в процесі накопичення капіталу [3]; це процес утворення фіктивного капіталу [4]; це оцінка вартості підприємства [5].

В ринковій економіці процес капіталізації розглядається як двоїсте явище: з одного боку – це процес накопичення реального капіталу, з іншого – це зростання ринкової вартості на фондовому ринку. Розкриття сутності розвитку процесу капіталізації дозволяє показати, яким чином долається двоїстість цього економічного явища як «основної структурної закономірності економічних явищ ринкового характеру» [6].

Відбувається включення в зміст капіталізації практично усіх процесів, що протікають в сучасній економіці, - «...капіталізація охоплює всю економіку і модифікується в залежності від того, на якому рівні, в якій сфері і за допомогою яких механізмів вона відбувається» [1, с.30]. Подібний підхід є правомірним, якщо визначати капіталізацію з одного боку як процес перетворення різних видів ресурсів на капітал, тобто вартість, що створює додану вартість, з іншого – як результат, який проявляється у стимулюванні збільшення вартості бізнесу. Кінцевим результатом капіталізації має бути приріст вартості, за рахунок якої підприємство зможе посилити опір до зовнішніх загроз та формує стратегічний резерв майбутнього зростання

З метою виявлення тенденцій капіталізації вітчизняних підприємств ГМК можна використати відомий підхід, який розробив д.е.н. А.Р. Белоусов [7]. Відповідно фактографічного матеріалу щодо розподілу рівня капіталізації досліджуваних 115 промислових компаній України на частку експорто-орієнтованого сектору (24% від вибірки) припадає 65% ринкової вартості. Найбільшою у даній виборці була вартість металургійних підприємств – 32,5% ринкової вартості (кількість підприємств – 19). Частка досліджуваних гірничо-збагачувальних комбінатів у загальній кількості підприємств становила 4,4%, а частка ринкової капіталізації – 14,6%.

Проведене дослідження щодо високої ринкової вартості експорто-сировинного комплексу пояснює структурні деформації національної економіки, які пов'язані з його функціонуванням та зменшують вплив процесів

капіталізації на розвиток інших секторів. Сприятливими факторами щодо зростання капіталізації підприємств ГМК є високі світові ціни на енергоресурси, паливну сировину, метал. Негативний вплив має той факт, що надлишок капіталу у цьому секторі використовується не для оновлення основного капіталу на інноваційній основі, а для розширення обсягу експорту сировини.

Тенденції капіталізації національних промислових підприємств виявлені нами у 2010-2013 роках корелюють з динамікою активізації цього процесу у світовій економічній системі, однак за темпами та обсягами капіталізації промислові підприємства України є аутсайдерами. Нарощення капіталу стримується низьким рівнем розвитку фондового ринку, високою ризикованістю нагромадження капіталу та його використання у реальному секторі економіки. Низький рівень капіталізації підприємств ГМК знижує їх інвестиційну привабливість, кредитний рейтинг, призводить до зниження фінансових можливостей їх діяльності.

Література

1. Капитализация предприятий: теория и практика: коллект. моногр. / Под. ред. д.э.н., проф. И. Булеева, д.э.н., проф. Н. Брюховецкой; НАН Украины, Ин-т экономики промышленности; ДонУЭП. – Донецк, 2011. – 328 с.
2. Гриценко А.А. Капитализация и социализация экономики в ретроспективе и перспективе / А.А. Гриценко // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. – Вип. 15. – 2009. – С. 191-195.
3. Брюховецька Н. Підходи до визначення капіталізації підприємств / Н.Брюховецька // *Наукові праці ДонНТУ*. Серія: економічна. 2007. – Випуск 31-1. – С. 224 – 229.
4. Мендрул О. Управління вартістю підприємств : монографія / О. Мендрул. – К. : КНЕУ, 2002. – 272 с.
5. Дедкова М.В. Капитализация компании: теоретический аспект / М.В. Дедкова // *Вестник МГУС*. Серия «Экономика». – 2007. – № 1. – С. 48–50.
6. Афанасьев В. Структура экономических явлений / В. Афанасьев // *Экономист*. – 2006. – № 6. – С. 47.
7. Белоусов А.Р. Долгосрочные тренды российской экономики. Сценарии экономического развития России до 2020 года / А.Р. Белоусов. – М. : Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, 2005.

Agnieszka Wala,

dr, adiunkt,

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Gorzowie Wielkopolskim

im. Jakuba z Paradyża,

Polska

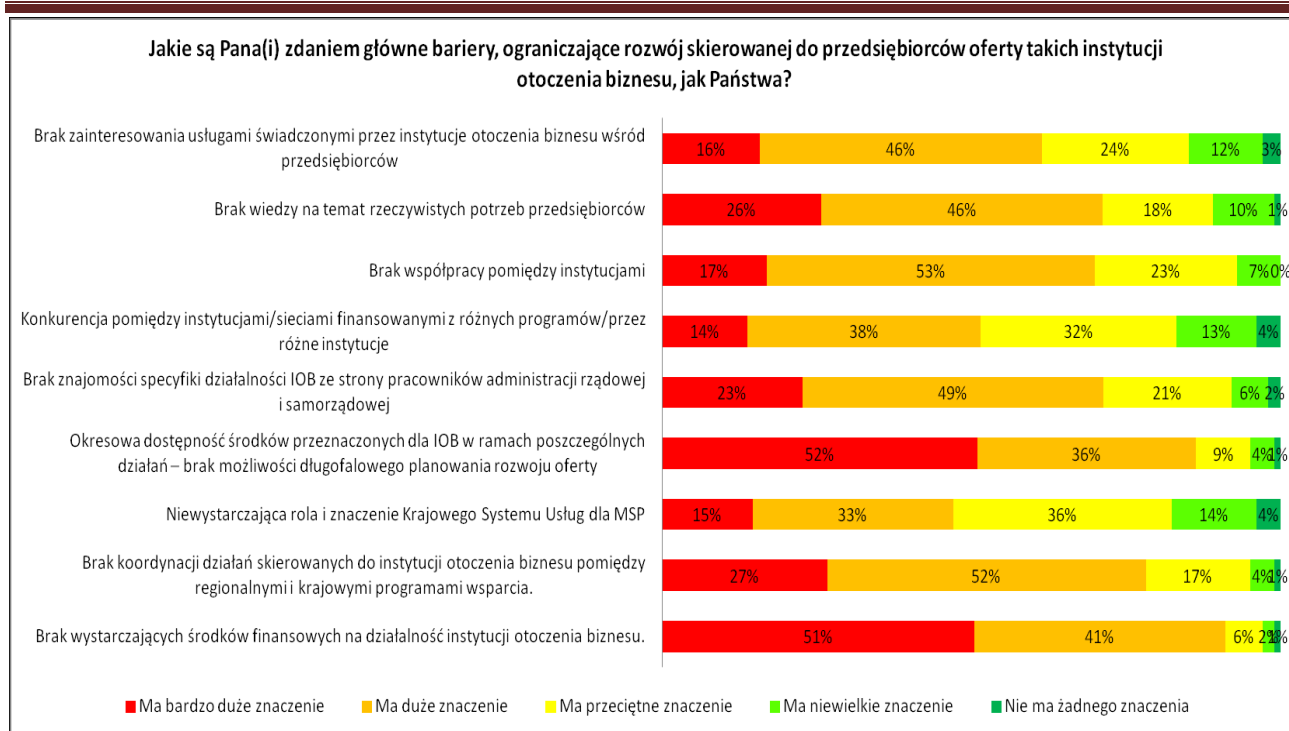
KLUCZOWE OBSZARY BARIER W KOMUNIKACJI W PROCESIE TRANSFERU WIEDZY MIĘDZY INSTYTUCJAMI OTOCZENIA BIZNESU A PRZEDSIĘBIORCAMI

Słowa kluczowe : instytucje otoczenia biznesu, przedsiębiorca, komunikacja.

Wstęp. Wiele problemów i wyzwań stanowi komunikacja w kooperacji między samymi instytucjami otoczenia biznesu (IOB), w kontekście procesu wsparcia przedsiębiorców. Kluczowy obszar działań powinien być skierowany na budowanie zaufania społecznego wobec tego typu instytucji w szczególności wśród przedsiębiorców, by w procesie transferu wiedzy i dyfuzji innowacji podejmowali oni współpracę z tego typu jednostkami o zasięgu lokalnym czy krajowym. Niewystarczający poziom zaufania, brak specjalizacji, niska ocena kompetencji IOB ograniczają wśród przedsiębiorców wolę korzystania z usług świadczonych te instytucje. W ujęciu regionalnym obserwuje się zróżnicowaną intensywność relacji w ramach sieci współpracy IOB.

Podstawowe kategorie Jednostek Otoczenia Biznesu (IOB). Można zidentyfikować jedenaście podstawowych kategorii Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB) : “1. Jednostki administracji rządowej oraz im podlegające jednostki, (m.in. : Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Narodowe Centrum Nauki, Ośrodek Przetwarzania Informacji); 2. Jednostki samorządu terytorialnego, (w tym publiczne służby zatrudnienia, instytucje pomocy społecznej, zespoły obsługi inwestora, instytucje zarządzające i wdrażające programy pomocowe dla przedsiębiorców); 3. Agencje rozwoju regionalnego i lokalnego; 4. Zaplecze badawczo-rozwojowe, m.in. Polska Akademia Nauk, jednostki badawczo-rozwojowe (JBR), centra doskonałości, centra zaawansowanych technologii; 5. Organizacje pracodawców i pracobiorców, (np. związki zawodowe); 6. Izby i stowarzyszenia producentów, (np. izby gospodarcze, przemysłowe i handlowe); 7. Instytucje szkoleniowe, konsultingowe i doradcze, niepubliczne instytucje rynku pracy; 8. Uczelnie (publiczne i niepubliczne); 9. Instytucje wspierające przedsiębiorczość, m.in. inkubatory i akceleratorzy przedsiębiorczości, podmioty wspierające firmy typu spin-off i spin-out, parki przemysłowe, technologiczne, naukowo-technologiczne; 10. Sieci wspierające przedsiębiorczość i innowacyjność, (np. Krajowy System Usług, punkty konsultacyjno-doradcze, Sieć Informacji dla Biznesu, Centra Euro Info, Regionalne Centra Informacji Europejskiej, Krajowe Punkty Kontaktowe, Naczelna Organizacja Techniczna, Enterprise Europe Network, Krajowa Sieć Ośrodków Informacji Patentowej, centra transferu technologii, sieci doradcze i konsultingowe); 11. Instytucje finansowe, (np. banki, fundusze inwestycyjne, fundusze pożyczkowe, fundusze venture capital, fundusze poręczeń kredytowych)” [1, s. 45].

Wśród barier we współpracy IOB a przedsiębiorcami jest z jednej strony oczekiwanie wsparcia przez przedsiębiorców ze strony instytucji otoczenia biznesu, przy czym one same nie podejmują się wystarczającej aktywności i chęci kooperacji w obszarze własnych stowarzyszeń i organizacji. Analizy relacji między IOB a przedsiębiorcami prezentują twierdzenie, że “pośrednictwo w zakresie transferu technologii, wsparte solidną wiedzą usługodawcy o charakterze branżowym jest częściej poszukiwane i cenione przez bardziej wymagających klientów” [1, s. 45].



*Źródło: Ewaluacja komplementarności i efektywności wsparcia instytucji otoczenia biznesu świadczących usługi dla przedsiębiorców – raport końcowy, PAG Uniconsult, Laboratorium Badań Społecznych, Warszawa 2012, s. 62.

Wykres 1. Podstawowe bariery w rozwoju oferty instytucji otoczenia biznesu

Komunikacja w transferze wiedzy pomiędzy oboma grupami jako fundamentalnym filarem relacji. Najbardziej powszechnie źródłem informacji jako rozmowy z klientami IOB – 81 % badanych instytucji wskazuje zawsze lub bardzo często korzystanie z tego typu działania w pozyskiwaniu informacji. Relatywnie często stosowane są także kontakty i rozmowy z innymi współpracującymi IOB (48 % badanych stosuje je zawsze lub bardzo często), badania realizowane wśród klientów danej instytucji (53 %), a także informacje i opracowania Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (32 %). Powszechnie rzadkim w badanej grupie IOB jest realizowanie badań własnych wśród przedsiębiorców nie stanowiących klientów tych instytucji (jako takie źródło informacji stosowane było rzadko, bardzo rzadko lub nigdy przez 63 % badanych) [1, s.60]. Do najczęściej wymienianych barier należą: nie wystarczające środki finansowe na działalność instytucji otoczenia biznesu (dla aż 92 % badanych to bariera o duży lub bardzo dużym znaczeniu), okresowość w dostępności do środków finansowych przeznaczonych dla IOB (88 %), brak koordynacji działań kierowanych do IOB między krajowymi i regionalnymi programami wsparcia (79 %) [1, s.60]. Na uwagę zasługują także dwie dodatkowe bariery często wskazywane przez instytucje biorące udział w przywoływanym badaniu, a są to: brak współpracy między ośrodkami, brak znajomości specyfiki funkcjonowania IOB ze strony pracowników administracji rządowej i samorządowej. Większość IOB podejmuje się kontaktów z instytucjami spoza swojego województwa (76 %). Najczęściej takie działania charakteryzuje instytucje współpracujące z KSU, przynależne do sieci KSI oraz instytucje świadczeniodawcy usług finansowych – wejścia kapitałowe i usługi w zakresie udostępniania lokali do prowadzenia działalności gospodarczej. Partnerem we współpracy nabierającym coraz większego znaczenia we wsparciu przedsiębiorców szczególnie w procesie generowania i upowszechniania innowacji jest park technologiczny jako IOB. Raport Benchmarking Parków technologicznych w Polsce wskazuje, że “wzrosła otwartość parków na współpracę z firmami doradczymi i niezależnymi ekspertami, na poszerzenie sieci współpracy” [2, s. 21].

Regionalne zróżnicowanie wiązek relacji między instytucjami otoczenia biznesu. Poza obszar swojego województwa, w odniesieniu do pozostałych województw, najpowszechniej wychodzą instytucje z podlaskiego i lubuskiego (w przypadku tych województw kontakty z instytucjami poza województwem deklaruje 100 % badanych instytucji) oraz podkarpackiego, warmińsko-mazurskiego i wielkopolskiego [2, s. 127]. Można zidentyfikować przeważające wiązki relacji między instytucjami otoczenia biznesu w obszarach województw, w sposób wyraźny kształtujące podsieci wojewódzkie. Sieci wojewódzkie obejmując kilka sąsiednich województw formują się w podsieci makroregionalne. Do najmocniej wyraźnych podsieci makroregionalnych należą: 1. Podsieć centralno-wschodnia: woj. podlaskie, warmińsko-mazurskie, lubelskie oraz mazowieckie; 2. Podsieć południowo-wschodnia: woj. małopolskie, podkarpackie i świętokrzyskie; 3. Podsieć północno-zachodnia: pomorskie, kujawsko-pomorskie, zachodniopomorskie i wielkopolskie; 4. Podsieć południowo-zachodnia: woj. lubuskie i dolnośląskie. Podsieci o największej gęstości stanowią: sieć województwa lubelskiego (40 % wykorzystanych możliwych relacji), lubuskiego (38,8 %) i opolskiego (34,8 %). Drugą wyraźną pod względem gęstości relacji grupę stanowią sieci województw: podkarpackiego (28,6 %), warmińsko-mazurskiego (26,5 %), podlaskiego (25 %) oraz świętokrzyskiego (25 %).

Inicjatorzy relacji to instytucje, które inicjujące dość znaczną liczbę kontaktów, same jednakże – w ocenie innych – nie są postrzegane jako ważne źródła wiedzy. Tutaj przydatnym będzie rozpoznanie, czy inicjowane z ich strony działania (kontakty), bazują na potrzebie poszukiwania informacji przez nie i na ile należy je uwzględnić w relacjach jako ogniwo komunikacji.

Oprócz komunikacji między IOB w sieci makroregionalnej, swoje znaczenie mają kontakty z instytucjami z tego samego miasta. Tego typu relacje przeważają w sferze instytucji z województw: lubuskiego, mazowieckiego, podlaskiego i

wielkopolskiego. Obszary kontaktów IOB z innymi instytucjami to przede wszystkim dwustronna wymiana wiedzy – dla niemal połowy relacji (48 %) stanowi to główny cel kontaktów. Następnie cele relacje dotyczyły pozyskiwania wiedzy, informacji od instytucji, korzystania z wybranych usług, wspólnego realizowania projektu unijnego, a także świadczenia drugiej stronie relacji określonych usług [1, s. 152]. Najwyższy stopień sformalizowania charakteryzuje relacje w ramach sieci KSU, w szczególności kontakty instytucji należących do sieci KSI oraz fundusze poręczeniowe. Tak wysoki stopień sformalizowania relacji widoczny jest w relacjach instytucji z województw: podkarpackiego, lubuskiego, łódzkiego i opolskiego. “Wyłącznie nieformalne relacje natomiast najczęściej posiadają instytucje nienależące do KSU oraz IOB z województwa lubelskiego, opolskiego, dolnośląskiego i mazowieckiego” [1, s. 153].

Podsumowanie. Skuteczne wsparcie przedsiębiorców poprzez transfer wiedzy dzięki działalności Instytucji Otoczenia Biznesu wymaga profesjonalizacji i rozwoju ich aktywności w sferze kształtowania relacji bazującej na efektywnej komunikacji. Obejmować ona powinna zarówno: sferę badań identyfikujących potrzeby przedsiębiorców; wymianę informacji między IOB na rzecz tworzenia kompleksowej i atrakcyjnej oferty; ukierunkowane działania informacyjne prezentujące ofertę z wykorzystaniem właściwych kanałów i form komunikacji z przedsiębiorcami. Następować powinien proces większego specjalizowania się IOB we świadczeniu poszczególnych form wsparcia przedsiębiorców i podejmowanie komunikacji zorientowanej na przełamywanie barier we współpracy, kształtowanie zaufania w środowisku biznesu. “Brak takiego zaufania jest przyczyną dość ograniczonej współpracy między IOB a przedsiębiorcami, to także wyraz niskiej oceny kompetencji kadry i sposobu świadczenia usług. Zwraca się także uwagę na często zbyt ogólną ofertę IOB, nie dostarczającą wystarczającej wiązki korzyści przedsiębiorcom” [3].

Bibliografia

1. Ewaluacja komplementarności i efektywności wsparcia instytucji otoczenie biznesu świadczących usługi dla przedsiębiorców – raport końcowy, PAG Uniconsult, Laboratorium Badań Społecznych, Warszawa, 2012.
2. Kowalak B., Hołub Iwan, Benchmarking Parków technologicznych w Polsce – Rozwój Parków Technologicznych w Polsce, PARP, Warszawa, 04.10.2012.
3. Wala A., Cywiński M., Rola parków technologicznych w kształtowaniu relacji kooperacyjnych w procesie upowszechniania innowacji, wyd. Berdyański University of Management And Business, Ukraina, 2015.
4. Dorożyński T., Urbaniak W., Rola instytucji otoczenia biznesu we wspieraniu inwestorów zagranicznych w woj. łódzkim, raport częściowy, PARP, Warszawa 2011.

Тадеуш Вавак,

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри прикладної економіки та якості управління,
Ягеллонський університет,
м. Краків, Польща*

РОЗВИТОК ПЕРСПЕКТИВНОГО ЛІБЕРАЛЬНО-ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Стаття написана на основі результатів численних публікацій [1] та дослідницьких робіт, які автор проводив протягом кількох років. Ці дослідження дозволяють поставити наступні тези :

– університет повинен бути храмом знань, який веде наукові дослідження, поширює знання та дає освіту високого рівня;

– адміністрація вузу повинна розвивати творчість, підприємництво, інноваційність і активність серед усіх співробітників та створювати умови для розвитку і представлення результатів наукових досліджень;

– тільки перспективний, тобто ліберально-підприємницький університет дасть можливість постійного вдосконалювання і досягнення високого, європейського рівня якості досліджень та навчання;

– тільки зрівноважений розвиток університету, що є результатом синергії ресурсів вузу, можливості їх використання та розуміння впливу факторів, які блокують і підтримують цей розвиток, дає гарантію досягнення успіху на науковому і дидактичному рівні й призведе до оптимального розвитку вузу.

Основна мета даної статті – показати на фоні прикмет ліберального і підприємницького університету, можливості оптимального розвитку направлено на удосконалювання пропонованої концепції перспективного, тобто ліберально-підприємницького університету. Споглядаючи назад можна виділити чотири основні концепції університету: середньовічний університет (релігійний) та його заперечення – ліберальний університет (В. фон Гумбольдт), державний університет (соціалістичний) та його заперечення – підприємницький університет (Бертон Р. Кларк) [2]. Крім того можна виділити ще чотири проміжні (змішані) концепції університетів : столичний університет, тобто державно-ліберальний; перспективний університет, тобто ліберально-підприємницький; церковний університет, тобто релігійно-підприємницький та традиційний університет, тобто державно-середньовічний (феодально-соціалістичний), який порушує академічну автономію. Польські та українські університети постійно покращуючи своє функціонування, в тому числі в ділянці управління, водночас повинні також розвивати те, що було найкраще в ліберальних університетах (висока якість наукових досліджень, зростання рівня якості навчання, академічна автономія та ієрархія цінностей) та в підприємницьких університетах (уміння залучувати кошти з різних джерел, необхідні для фінансування розвитку вузу з одночасним нівелюванням можливості попадання в залежність від тих джерел; розвиток підприємництва і творчості серед співробітників та студентів; прагнення досягнення найвищої конкурентної позиції на ринку послуг, пропонованих вузом, який постійно удосконалює свою діяльність).

Ліберально-підприємницький університет повинен бути ліберальним і характеризуватися ознаками концепції університету Гумбольдта, зокрема він повинен мати наступні властивості [3] :

– університет є незалежним від держави та місцевих органів влади, релігії (церкви, костюлу, мечеті і т.д.), політичних партій, громадських об'єднань і фондів та виявляє рівну повагу до людей, незалежно від статі, кольору шкіри, походження, громадянства;

– основною мовою навчання і офіційною мовою вузу є польська мова (у Польщі), а додатковими мовами будь-які сучасні мови;

– університет є водночас науковим і дидактичним, тобто проводить наукові дослідження та займається навчанням і консультуванням; тому істотна частина його співробітників повинна займатися науково-дидактичною роботою, вести наукові дослідження та проводити дидактичні заняття, навчати і управляти вузом, його факультетами, кафедрами; про якість праці академічних викладачів свідчать їх наукові, дидактичні та організаційні (не плутати з адміністративною роботою) досягнення;

– навчання I рівня (бакалаврат) повинно давати студентам професію, підготувати випускника виконувати щонайменше дві професії; обов'язковою передумовою допуску до II рівня (магістратура) навчання повинно бути завершення навчання I рівня; магістратура повинна підготувати майбутніх випускників до самостійної науково-дослідної роботи; студенти повинні брати участь в наукових дослідженнях;

– університет повинен приймати на роботу добре оплачуваних, найвидатніших професорів і докторів, визначних учених і викладачів-дидактиків та навчати студентів й аспірантів, які будуть потрібні економіці й самим університетам сьогодні і в майбутньому;

– безпосереднім керівником академічного викладача повинен бути завідувач кафедри, а завідувач кафедри – декан, якщо вуз розділений на факультети (не повинно бути інститутів в їх нинішній формі); завідувач кафедри повинен мати далекосяжні повноваження, а кафедра – організаційну та фінансову незалежність;

– посади ректора, деканів, завідувачів кафедр повинні займати академічні викладачі, які мають: задокументовані знання, управлінські кваліфікації та навички, необхідні для управління даною організаційною одиницею; ці посади повинні займати особи, вибрані у відкритому конкурсі на період 4 роки;

– усі інші університетські посади повинні займати особи вибрані у відкритому конкурсі на період 5 років, з можливістю продовження в установленому порядку.

Ліберально-підприємницький університет повинен бути ліберальним, виділятися ознаками концепції підприємницького університету Кларка та, зокрема, мати наступні властивості [4] :

– перспективний університет повинен бути підприємницьким, але він не може бути підприємством; він повинен зі своїх доходів покривати витрати на своє функціонування і приносити постійний економічний надлишок, необхідний для фінансування програм розвитку; основний дохід повинен походити від продажу дослідницьких, освітніх і консультативних послуг університету;

– академічні викладачі, виконуючи свої наукові і дидактичні обов'язки повинні бути свідомі, що надаючи свої наукові та дидактичні послуги вони повинні “заробити” на свою заробітну плату, тобто принести вузу виручку, яка забезпечить його самофінансування;

– держава безпосередньо, або за посередництвом призначених для цієї мети установ, замовляє на вітчизняному, або зарубіжному ринку певні дослідницькі і освітні послуги на основі договірної ціни, узгодженої з вузами; дотеперішні бюджетні асигнування на дослідження та дидактику повинні замінити державні закупівлі;

– держава фінансує інвестиції, які, на її думку, вважає необхідними для розвитку науки та вищої освіти, фінансує частину витрат на утримання основних засобів державних вузів;

– вузи прагнуть розширити можливості продажу своїх дослідницьких, освітніх і консалтингових послуг, тобто своїх продуктів призначених для продажу; з цією метою створюють і розвивають інституційні зв'язки із зовнішніми зацікавленими сторонами, особливо з бізнес-колами і органами місцевого самоврядування;

– вуз повинен бути готовий на зміни, іноді вони будуть нав'язуватися ззовні, що зв'язане з виконанням розпоряджень уряду, який надає вузам цільові субсидії на розвиток і фінансування детально визначених міністерством завдань; підприємницький університет повинен самостійно шукати причин і можливостей для введення змін і правильно їх використовувати; він повинен реагувати на ініціативи знизу (які є основною формою змін у вузі) й зовнішні фактори;

– керівництво вузу повинно постійно підвищувати якість управління, бути відкритим для інноваційні форми організації праці; повинна змінитися роль керівництва як адміністратора ресурсів вузу в напрямку ринкового і менеджерського підходу;

– необхідно захищати якість навчання та підвищувати якість наукових досліджень і публікацій, тому також підприємницька діяльність вузу повинна бути керована і, таким чином, частково обмежена державою, яка повинна керувати ринком вузівських послуг; очевидно, це обмежує автономію вузів, але водночас забезпечує більш високу якість роботи вузів в країні;

– необхідно посилити позицію академічних викладачів, але керівники вузу і факультетів не можуть це робити за рахунок позбавлення кафедр та закладів права приймати самостійні рішення про ключові напрямки розвитку; навпаки, керівництво вузу повинно розвивати підприємництво, інноваційність та активність співробітників вузу;

– щоб університет міг стати підприємницьким, підприємницькими і активними повинні бути його співробітники, вони повинні думати і діяти з метою досягнення економічної незалежності кафедри, факультету, вузу. Співробітники мусять хотіти бути ініціативними та творчими, а їх керівники не можуть їм у цьому перешкоджати. Співробітники не повинні боятися нового, тому що вони створюють нове, вони не можуть побоюватися завтрашнього дня, бо вони є його творцями. Фінансова самостійність організаційних одиниць вузу визначає самофінансування і розвиток університету.

Університет повинен бути храмом знань, вести наукові дослідження, поширювати знання, динамічно розвиватися, навчати на високому, європейському рівні студентів та поширювати отримані знання в країні. Витрати

на своє функціонування і розвиток вищі навчальні заклади повинні покривати зі своїх доходів. Тільки перспективний, тобто ліберально-підприємницький університет, забезпечить підвищення рівня якості управління, самофінансування своєї діяльності, створить умови для сталого удосконалення і розвитку, а також досягнення високого, європейського рівня майстерності.

Література

1. T. Wawak, Jakość zarządzania w szkołach wyższych, // Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, – Kraków 2012.
2. K. Leja, Konceptje zarządzania współczesnym uniwersytetem, // Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, – Gdańsk 2011.
3. Wyzwania zarządzania jakością w szkołach wyższych, // monografia pod redakcją naukową T. Wawaka, // Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, – Kraków 2011.
4. CURRENT PROBLEMS OF UNIVERSITY MANAGEMENT, // edited by Tadeusz Wawak, // Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, – Kraków 2013.

УДК 658

Ванькович Л.Я.,

аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,
Національний університет «Львівська політехніка»

СУТПЧ-ХАРАКТЕРИСТИКА ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ

Поняття «дифузія інновацій» та «дифузія результатів інноваційної діяльності» було і залишається предметом дослідження багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених. Однак вивчення літературних джерел і нормативно-правових актів показав, що наразі немає єдності у виділенні сутнісних ознак поняття «дифузія інновацій». Аналізування визнання поняття «дифузія інновацій» та його синонімічних варіантів різними авторами дає змогу стверджувати, що це поняття дефініціюється не завжди однозначно, оскільки базується на кількох взаємопов'язаних характеристиках, які формують його СУТПЧ-характеристику. Таких характерів в означеннях можна виділити як мінімум п'ять [1, с. 34]:

1. Соціальний характер (С) – дифузія інновацій розглядається як акт спілкування між двома і більше особами, який базується на взаємному обміні і передачі інформації, коли інновація через певні канали поширюється серед членів соціальної системи [2, с. 25-26; 3, с. 665; 4, 5].

2. Управлінський характер (У) – дифузія інновацій розглядається як процес обміну інформацією між суб'єктів господарювання і їхньою готовністю сприймати цю інформацію та практично використовувати [6, с. 73]. На основі здійсненого інформаційного та інноваційного обміну менеджери отримують дані, необхідні для прийняття управлінських рішень [7, 8].

3. Технічний характер (Т) – дифузія інновацій розглядається як комплекс технічних засобів для передачі нововведення; інформаційний процес, форма і швидкість якого залежать від комунікаційних каналів [6, с. 73; 9]; процес передавання нововведення по комунікаційних каналах [10, с. 294].

4. Просторовий характер (П) – дифузія інновацій розглядається як процес переміщення (поширення) нових ідей, інформації, знань, технологій у географічному розумінні (просторова дифузія) [11, 12].

5. Часовий характер (Ч) – дифузія інновацій розглядається як процес передавання нововведення в часі – з моменту появи нових продуктів і послуг до моменту їх прийняття, споживання [10, с. 294].

Погляди авторів щодо тлумачення поняття «дифузія інновацій» можна звести до декількох груп: дифузія інновацій як процес, як теорія, як зміна.

Дифузію інновацій як процес розглядають як процес, що складається із декількох етапів; як послідовне чи циклічне протікання визначених етапів; у вигляді комунікацій, поширення нової ідеї, продукту, технології, методу управління; послідовна зміна предметів і явищ, що відбувається закономірним порядком; сукупність ряду послідовних дій, спрямованих на досягнення певного результату; послідовна зміна станів об'єкту в часі.

Дифузію інновацій як теорію формують в якості концепції, закономірностей поширення соціальних, економічних, інформаційних та інших явищ – новин, ідей, інформації, товарів.

Дифузію інновацій як зміну можна розуміти, наприклад, як настання зміни в структурі та функціях соціальної системи, коли старі товари, ідеї, методи управління поступаються місцем новим.

Література

1. Ванькович Л. Я. Про значення дифузії результатів інноваційної діяльності в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства / Л. Я. Ванькович // Тези доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика і системі менеджменту», (Львів, 6-8 листопада 2014 р.) / НУ «Львівська політехніка» [та ін.]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки. – 2014. – С. 34-35.
2. Роджерс Е. Дифузія інновацій / Е. М. Роджерс // Пер. з англ. Василя Старка. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 591 с.
3. Ryan B., Gross N. The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities. *Rural Sociology*, 8 (March), 1943, p. 708. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?filename/article/1029/Acceptance and Diffusion of Hybrid Corn Seed in Two Iowa Communities.pdf](https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?filename/article/1029/Acceptance%20and%20Diffusion%20of%20Hybrid%20Corn%20Seed%20in%20Two%20Iowa%20Communities.pdf).
4. Baran S. J. Teorie komunikowania masowego / Baran S. J. Dennis K. D. // Kraków : Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. – 2007. – Режим доступу : http://www.wuj.pl/page,produkt,prodid,58,strona,Teorie_komunikowania_masowego,katid,27.html.

5. Schumpeter J. A. Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy. – Harvard Press, 1992, p. 540.
6. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник / Н. В. Краснокутська – К. : КНЕУ, 2003. – 505 с.
7. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : підручник, 2-ге вид., доп. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник . – К. : “Академвидав”, 2007. – 464 с.
8. Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность / Э. Мерманн. – М. : Гуманитарный центр, 2007. – 296 с.
9. Zarządzanie innowacjami technicznymi i organizacyjnymi : praca zbiorowa / pod red. Marka Brzezińskiego. – Warszawa : Centrum Doradztwa i Informacji Difin, 2001. – 347 s.
10. Шамота Г. М. Дифузія інновацій в Україні на сучасному етапі [Електронний ресурс] / Г. М. Шамота // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2011. – № 31. – С. 288-296. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pprbsu/2011_31/11_31_32.pdf.
11. Bogdanienko J. W pogoni za nowoczesnością : wybrane aspekty tworzenia i wprowadzania zmian / Jerzy Bogdanienko. – Toruń : Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa „Dom Organizatora”, 2008. – 236 s.

Величко О.В.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства ім. проф. І.Н. Романенка,
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Добробут населення України та покращення становища нашої держави на світовому ринку залежить від рівня розвитку сільського господарства. Збільшення обсягів виробництва валової продукції та підвищення її конкурентоспроможності на вітчизняному і міжнародному ринках, передусім, зумовлено наявністю економічного потенціалу аграрних підприємств. В умовах розвитку сільськогосподарських підприємств, дещо порушується їх здатність до швидкого реагування на зміни та адаптацію до складних ситуацій, що в свою чергу впливає на якісну динаміку використання і розвитку економічного потенціалу. Тому, виникає необхідність у розробці рекомендацій щодо розвитку та підвищення ефективності використання економічного потенціалу в сільськогосподарських підприємствах, що в найближчій перспективі в умовах глобалізації економіки дасть можливість поновити пріоритети аграрній сфері щодо виробництва і збуту вітчизняної продукції, що і зумовлює актуальність проведення даного дослідження.

Економічний потенціал є складною системою можливостей підприємства, і сукупністю його виробничих ресурсів, які дозволяють здійснювати виробничий процес. Головна проблема економічного потенціалу аграрних підприємств полягає в тому, що всі його елементи функціонують одночасно і в сукупності. Тобто, економічний потенціал є системою, причому складною і динамічною, оскільки саме взаємозв'язки між окремими складовими здійснюють безпосередній вплив на його елементи, модифікуючи вихідні властивості і закономірності їх функціонування, сприяючи тим самим переходу потенціалу у якісно новий стан як єдиного цілого, тобто системи вищого порядку. Таким чином, лише з відомих особливостей функціонування окремих елементів економічного потенціалу неможливо виявити закономірності його функціонування як системи загалом [1-2].

У більшості аграрних підприємств формування економічного потенціалу відбувається досить неорганізовано, без урахування напрямку та умов діяльності. Для них характерно кількісні, якісні та структурні диспропорції в забезпеченості ресурсами, і як наслідок, спостерігаємо низьку платоспроможність даних суб'єктів господарювання. Підприємству важливо мати необхідну, а інколи й максимальну, величину економічного потенціалу, яка б забезпечувала безперерйну його діяльність. З цієї метою необхідно постійно здійснювати контроль величини і способів ефективного використання наявних ресурсів, обґрунтовано підходити до раціонального їх формування.

Економічний потенціал аграрного підприємства представляє собою сукупність земельних, матеріально-технічних, трудових, фінансових, нематеріальних ресурсів, включаючи здатність працівників підприємства використовувати ефективно дані ресурси для досягнення стратегічних та поточних цілей сільськогосподарських підприємств. З самого трактування даного поняття випливає його багатокomпонентність. Крім зазначених, до його складу входять ще й такі складові, як: мінеральні, водні, лісові та інші ресурси.

Ресурси аграрної сфери залежно від їх походження поділяють на дві групи: первинні ресурси – ті, що створені природою незалежно від волі та бажання людини, але використовуються в суспільному виробництві; вторинні – це продукти процесу виробництва, які прямо чи опосередковано використовуються у виробництві матеріальних благ. До першої групи віднесено земельні та трудові ресурси, до другої – основні й оборотні матеріальні засоби, фінансові й інформаційні ресурси [3]. Доведено, що в сучасних умовах становлення ринкових відносин, в аграрному секторі, незалежно від форм власності на засоби виробництва, структуру аграрного ресурсного потенціалу визначає не співвідношення фізичних обсягів наявних ресурсів, а частка їх сукупних властивостей у загальній величині потенціалу як окремих господарств, так і галузі в цілому.

У сільськогосподарському виробництві земля є головним засобом виробництва. Від характеру і рівня ефективності її використання залежить розвиток продуктивних сил і масштаби сільськогосподарського виробництва. Ефективність використання земельних ресурсів – відображенням ступеня проведеної на ній господарської діяльності, результатом якої є вихід продукції з одиниці земельної площі й обсяг затрат на її виробництво. Варто відмітити, що за 2009-2013 рр. площа сільськогосподарських угідь у користуванні одного підприємства збільшилася на 65 га (7,1%) і у 2013 р. становила 984,1 га.

Недостатня забезпеченість хоча б одним з ресурсів створює певні труднощі у виробничій діяльності підприємства. Ефективність використання економічного потенціалу, насамперед, залежить від системи факторів, які

певним чином впливають на нього. В такій системі розрізняють економічні, організаційні й технологічні фактори впливу. Так, економічні включають інвестиційну, податкову, фінансово-кредитну політику щодо аграрного виробництва. До організаційних факторів належать [4]: форми власності, структура управління, система відповідальності та зацікавленості у результатах виробництва. До факторів технологічного впливу відносять: технології виробництва продукції, кількісне та якісне забезпечення аграрного виробництва матеріально-технічними засобами, технологічна дисципліна якісного і своєчасного виконання робіт.

Одним із головних ресурсів сільськогосподарського виробництва є персонал підприємства. Він як певна сукупність працівників підприємства становить ресурс, який залучається для здійснення господарської діяльності. Інтерес власників підприємства до ефективного використання персоналу зумовлена, насамперед, наявністю витрат на його утримання і прагнення максимізувати їх віддачу. Протягом останніх років чисельність працівників у сільськогосподарських підприємствах Київської області має тенденцію до зменшення. Слід відмітити, що середньоблікова чисельність працівників, зайнятих у сільському господарстві зменшилася на 7% до 37491 тис. осіб, у тому числі на одне підприємство – 71 особу.

Важливим напрямом зростання ефективності сільськогосподарського виробництва є підвищення рівня забезпеченості господарств технічними засобами та поліпшення їх використання. Варто відзначити, що за 2009-2013 рр. забезпеченість сільськогосподарських підприємств тракторами зменшилася з 9,3 тис. шт. до 8,3 тис. шт., що негативно впливає на ефективність використання економічного потенціалу аграрних підприємств.

Таким чином, можна стверджувати, що в аграрних підприємствах Київської області зростає величина матеріально-технічного забезпечення, при цьому кількість зайнятих працівників має стійку тенденцію до зменшення, що негативно впливає на величину трудового потенціалу.

Формування економічного потенціалу відбувається як процес ідентифікації та створення напрямків підприємницьких можливостей, його структуризації й побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку та ефективного ресурсного відтворення. Використання економічного потенціалу підприємства відбувається як процес залучення у роботу ресурсів, виявлених під час формування економічного потенціалу. Відтворення економічного потенціалу підприємства орієнтовано на постійне поновлення виробництва продукції з меншою ресурсоемістю та вищою якістю продукції, що є необхідною складовою загальної структури економічного потенціалу підприємства [5].

Отже, вирішальним напрямком підвищення ефективності аграрного виробництва в умовах його інтенсифікації є раціональне формування та використання наявного економічного потенціалу підприємства. У зв'язку з тим, що формування економічного потенціалу підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію з зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, важливо визначити, які саме чинники обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їх збалансованість.

Таким чином, у ринкових умовах для ефективного функціонування і забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств необхідно якісно розвивати всі елементи економічного потенціалу. Вирішення проблеми вимагає збільшення виробництва валової продукції, за рахунок підвищення продуктивності праці, що в свою чергу забезпечить зростання фінансових надходжень, які будуть направлені на якісний розвиток всіх елементів економічного потенціалу аграрних підприємств.

Література

1. Березін О.В. Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку / О.В. Березін, О.Д. Плотник. – Полтава: Інтер Графіка, 2012. – 221 с.
2. Лапін Є.В. Економічний потенціал підприємств промисловості: формування, оцінка, управління / Є.В. Лапін // Вісник СумДУ. Серія: Економіка. – Т. 2. – 2007. – № 1. – С. 63-71.
3. Лагун М.І. Економічний потенціал як основа розвитку бізнесу / М.І. Лагун // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 5. – С. 77-82.
4. Плотник О.Д. Техніко-технологічні аспекти формування потенціалу аграрних підприємств / О.Д. Плотник // Вісник Степу. Науковий збірник. – Вип. 7. – Кіровоград: КОД, 2010. – С. 282-286.
5. Тарасенко І.О. Оцінювання економічного потенціалу підприємств в контексті сталого розвитку / І.О. Тарасенко // Легка промисловість. – 2009. – № 4. – С. 40-43.

УДК 339.137

Весперіс С.З.,
к.е.н., доцент кафедри економіки і управління,
Котопський інститут СумДУ

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Економічні перетворення, що здійснюються в Україні, суттєво вплинули на ринок промислової продукції, а також на структуру підприємств машинобудування. Динамічний розвиток вітчизняного промислового ринку, який обумовлюється розширенням асортименту імпортової промислової продукції і послуг, приводить до загострення конкурентної боротьби серед українських виробників. Як результат цих змін, відбувається зростання вимог до якості виробленої промислової продукції і послуг, що пропонуються вітчизняними виробниками. Крім цього, формування і реалізація адекватної стратегії, спрямованої на досягнення їх стійкої конкурентоспроможності, а також забезпечення постійного моніторингу ринку, стає основною умовою стабільного розвитку підприємств машинобудування.

У зв'язку з цим актуальною є і залишається проблема розробки програми забезпечення стабільного і ефективного функціонування промислового підприємства в умовах змінного зовнішнього середовища. Така програма має ґрунтуватись на активній співпраці всіх суб'єктів виробничого процесу – споживачів, персоналу, посередників, партнерів і конкурентів. Все це обумовлює необхідність пошуку промисловими підприємствами нових конкурентних переваг на основі поєднання підходів менеджменту якості, маркетингу стосунків та сучасного ефективного інформаційного забезпечення.

Теоретичні і методологічні аспекти визначення конкурентоспроможності знайшли відображення у наукових роботах Г.Л. Азоєва, І. Ансоффа, Е.В. Ареф'євої, Л.В. Балабанової, Ф. Котлера, М.М. Лепи, М. Мескона, М. Портера, А.А. Томпсона, Х.А. Фасхієва, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова та інших вітчизняних і зарубіжних економістів. Але теоретичні основи дослідження формування стратегії конкурентоспроможності підприємств вимагають більш комплексного аналізу і обґрунтування.

Працюючи в конкурентному середовищі, керівництву промислових підприємств сьогодні постійно доводиться трансформувати свої підприємства, отримуючи нові знання як із зовнішніх, так і з внутрішніх джерел. Глобалізація ринкового простору, насиченість ринків товарів і послуг, скорочення життєвого циклу досягнутої конкурентної переваги припускає необхідність розробки нового ефективного підходу до формування стратегії організації, що сприяє досягненню стійкої конкурентоспроможності [1].

Ґрунтуючись на концепціях існуючих шкіл стратегічного управління, визначають п'ять найбільш поширених підходів до розробки стратегії - формальний, стихійний, підхід позиціонування, маркетинговий і підхід, заснований на концепції TQM [2]. Кожен з існуючих підходів до формування стратегії розвитку підприємства має певну самостійність. Проте їх застосування на практиці носить обмежений характер, оскільки дані підходи відображають тільки одну із сторін процесу розробки стратегії.

На наш погляд, найбільш ефективним є інтегрований підхід до процесу формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства, заснований на дослідженнях А. А. Томсона, А. Дж. Стрікланда, Ф. Котлера і концепції TQM, оскільки розроблені ними підходи до формування стратегії, в своїй сукупності, відображають всі можливі напрямки розвитку підприємства з урахуванням стану галузі і місця, яке підприємство займає в даній галузі в умовах динамізму зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства [3].

Інтегрований підхід передбачає дії керівництва організації з досягнення стійкої конкурентної переваги, а також дії, спрямовані на запобігання можливим атакам конкурентів і безперервний розвиток підприємства як основний принцип TQM. Очевидно, що реалізація інтегрованого підходу до формування стратегії розвитку підприємства на практиці дозволить його керівництву концентрувати свої зусилля одночасно на декількох напрямках діяльності організації, тим самим покриваючи все поле ринкових можливостей і сприяючи досягненню стійкої конкурентної переваги. Використання інтегрованого підходу сприятиме здійсненню оптимального стратегічного вибору з урахуванням ресурсних можливостей підприємства, скорочує ризик ухвалення помилкових рішень, дозволяє значно скоротити тимчасові і матеріальні витрати в процесі розробки стратегії [4].

Інтегрований підхід припускає дії, спрямовані на зміцнення взаємин із споживачами, внутрішнім персоналом, постачальниками і посередниками, тим самим сприяючи створенню нових конкурентних переваг, які не є доступними конкуруючим підприємствам, і ґрунтується на концепції TQM та маркетинговій теорії взаємодії. За своїм змістом і метою маркетинг взаємин схожий з концепцією TQM і її базовими принципами, в основі яких знаходяться чотири "Р". В зв'язку з цим, використання якісної маркетингової складової в процесі формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства є однією з основних умов її розвитку і досягнення стійкої конкурентної переваги.

Література

1. Лепа Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / Н. Н. Лепа ; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк : ООО "Юго-Восток Лтд", 2003. – 296 с.
2. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М., 2000. – 459 с.
3. Томпсон А.А. Организационные преобразования / А. А. Томпсон. – М. : АСТ, 2003. – 814 с.
4. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга : монография / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк : ДонДУЭТ, 2004. – 147 с.

Vynokurova O.I.,

*postgraduate student of Economics' Analysis department,
Odessa National Economics University*

STRATEGIC ASPECTS OF CRISIS MANAGEMENT OF THE ENTERPRISE

The danger of crisis occurrence always exists in the present-day social-economic realities, and its circumstances may be unpredictable. That is why it is important to predict, forecast, recognize and determine the peculiar character of the crisis on time. The understanding of the character and peculiarities of the crisis helps to decrease the sharpness of its occurrence, to reduce the time of its course, to provide the painless progress and elimination of the effects.

There are two points of view prevail in the literature as for the essence of "crisis" definition, namely:

- crisis as the extremely negative phenomenon, the destructive power of which brings disparities to the development of any system;
- crisis as the phenomenon, oriented to the destruction of the old and consequently to the building of the new, that is, crisis phenomena may be even positive, have renewing, mobilizing properties, which are manifested when the processes of qualitative changes in the society are arising and activated, when are taken as the springboard for restructuration.

Some academic economists consider this phenomenon peculiar only to the processes of macroeconomic development, but in the scopes of firm or enterprise for instance, may exist more or less acute problems only, caused by errors or unprofessional management. These problems do not allegedly testify the development crisis, they are not provoked by the objective tendencies, though caused by some external reasons. Such conceptions are one-sided and may have the negative consequences in organization management. When management inside enterprise is viewed from these positions, it is not necessary to predict and take into account the possibility of crisis, designing for example, its development strategy [1]. It is unacceptable in conditions of influence the destabilizing effects and factors emerging in the environment of business entities.

Ukraine has seen the sharp increase of crisis for the past 20 years. Inflationary processes were covering the total system of credit, finance and banking activity, there was a decline in business activity of enterprises, increase in labor migration flows to other countries, growth of the shadow economy part [2]. The crisis had a system character, dealt with all the spheres of society: economic, political and social life. The current crisis originated in Ukraine due to many factors, including the impenetrability, inability to predict, prevent and resist the destructive impact of crisis on the macro- and microeconomics.

Macroeconomic crisis, which has acquired the permanent nature in Ukraine, inevitably influenced the position of business entities on the micro level. Thus, due to the stable payment crisis, the majority of industrial enterprises in Ukraine easily fit the criteria of recognition them bankrupt. Causes of industrial enterprises crises are in many respects similar to the causes of crises for the enterprises of other industrial branches. But there are some specific features of business entities, peculiar only for the enterprises of this very branch of Ukraine. The main features include low level of profitability, significant run-out of installations and equipment, low level of capital productivity, absence of established resource base.

In the conditions of sustainable economic crisis in Ukraine, it is especially relevant to use theoretical and practical aspects of anti-crisis management. The main goal of anti-crisis management is to boost the effectiveness of business entities and their competitiveness by the way of development and implementation the measures preventing the appearance of negative crisis effects in any economic shocks. Herewith the goal set will be implemented by the way of detection and minimizing the risks, i.e. by reducing or overcoming the contradictions in external and internal business environment.

In the conditions of functioning market changes, any enterprise management, including anti-crisis, must have the strategic character. The strategy of anti-crisis management is the strategy of enterprise development, directed primarily at the crisis preventing to ensure the further sustainable enterprise development.

Taking into account the results of researches made in theoretical and practical aspects of anti-crisis enterprise management, we may draw the conclusion that any anti-crisis programme can be effective without using such tools as restructuring and diagnosis. As a means of implementing the anti-crisis enterprise management and with the help of restructuring and diagnosis, it is possible to conduct complex transformation of internal enterprise environment and to ensure its competitiveness in external market environment.

To make the anti-crisis management effective, first of all it is necessary to make diagnosis of enterprise condition, i.e. to identify the existing situation, and afterwards to determine its crisis-stage, which helps to prevent the chance of negative effects occur, to make timely and effective control in enterprise management.

Diagnostics of the enterprise supposes focused evaluation of retrospective, current and prospective states of enterprise with the purpose to reveal troubles, threatens and capabilities of environment of functioning, to elaborate the appropriate managing modes and to take the adequate decision. Diagnosis is an integral component in enterprise management system and is realized with management functions, and is also the base of creation the management modes, decision-making, also forms the information base of different enterprise spheres functioning. The quality and accuracy of troubles' "diagnosis" determines the nature of further actions and measures, which causes the exceptional importance to the received results interpretation [3].

It is necessary to clarify, that in the borders of anti-crisis management the diagnostics should have the preventing character, i.e. to be focused at the non-stop observation of the business entity and its major elements state with the aim to forecast and predict the crisis effects, which may bring dysfunctions into enterprise and its separate elements activity and hinder the achievement of general strategic goals. That is why, according to the author, the diagnostics has the preventing character in the process of strategic anti-crisis management.

Restructuring is the complex of organization, legal, financial, economic, industrial and technical measures, boosting the competitiveness and efficiency of business entity in accordance with the requirements of internal and external environment and generated development strategy. This approach has a complex character concerning the implementation of restructuring measures aimed at preventing and managing the crisis in all spheres of activity, but not carrying out single reorganization measures, which need the national enterprises to be adapted for the changing market conditions [4, P. 24].

According to the author, while implementation of anti-crisis management we should distinguish strategic and operational (reactive) restructuring. Strategic restructuring provides the long-term competitiveness, but it is necessary to define the strategic enterprise goal, to work out the strategic development concept, trends and tools to achieve it. While implementation of structural restructuring we should begin with the definition of company's mission, which helps to ground its existence, direction of development, specific sphere of activity. Operational (reactive) restructuring presupposes significant change in the structure of company in case of existing and escalating the crisis in the enterprise under the risk of bankruptcy. The aim of operational (reactive) restructuring is a financial recovery and improvement or restoration of solvency in the enterprise with financial and economic crisis, by the way of reactive response and application of effective measures to overcome crisis in the company.

Strategic restructuring implies such means of its implementation as: adaptive restructuring, organizational restructuring, re-engineering restructuring. Operational restructuring is provided with the help of restructuring the functions of current management, financial sanative restructuring. Depending on the type and mode of restructuring planned, the company's management may choose and implement the great number of anti-crisis management tools, which suits the best the aim of strategic transformation.

It is necessary to mention that the most topical in the current situation is the adaptive enterprise restructuring as the complex of measures to preserve competitiveness of national enterprises at the market by changes in the conditions of

internal and external environment under the influence of globalization processes in Ukrainian economy. Adaptive restructuring is a range of "soft" corrections in current enterprise activity according with the changing market demands, involves some changes in the organization, aimed at creating a functional structure of company, adequate functional structure of macroeconomic system and permits to achieve optimal balance among efficiency and stability of organization position in the market. The essence of adaptive restructuring lies in transformation of such management system components as production, marketing, human resources, and accordingly includes carrying out marketing, personnel and production potential restructuring.

Thus, every enterprise should have the acting anti-crisis management system, which will be focusing on the non-stop research the exogenous and endogenous factors, company adaptation to the constantly changing operating conditions, and improvement all the business processes to make business entity abilities better, and also resistance to the impact of adverse factors. It proves once again that crises have warning properties, and force the enterprise management to keep abreast of the latest developments.

References

1. Korotkov Ye.M. Antikrizisnoe upravlenie / Ye.M. Korotkov. – М. : INFRA-M, 2003. – 432 s.
2. Pro vnutrishnye ta zovnishnye stanovy`shhe Ukrainy` v 2013 roci : Shhorichne Poslannya Prezy`denta Ukrainy` do Verhovnoyi Rady` Ukrainy`. – К. : NISD, 2013. – 576 s.
3. Mel`ny`k O.G. Sy`stemno-oriyentovana diagnosty`ka diyal`nosti pidpry`emstva // Aktual`ni problemy` ekonomiky`. – 2010. – № 1 (103) – S. 143-150.
4. Kovalev A.I. Upravlenie restrukturizaciej predpriyatija / A.I. Kovalev. – Kiev: AVRIO, 2006. – 368 s.

УДК 338.242:691

Витвицький Я.С.,

доктор економічних наук, професор,

Андрусів У.Я.,

аспірант кафедри економіки підприємства,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ВИРОБНИЦТВА БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Ресурсне забезпечення розвитку підприємства можна визначити як сукупність певних видів ресурсів (матеріальних, технологічних, трудових, фінансових, інформаційних, інтелектуальних) і джерел їх формування, що безпосередньо беруть участь у процесах функціонування та розвитку підприємства або можуть бути мобілізовані з метою забезпечення найбільш ефективного використання його потенційних можливостей та переходу підприємства до якісно нового стану. Дефініція ресурсного забезпечення покликана не тільки враховувати наявні ресурси, але і можливості розширення, поповнення і відтворення існуючих джерел ресурсів, а також альтернативного їх використання у функціонуванні та розвитку підприємства, що і формує його ресурсний потенціал. У загальному, елементами ресурсного забезпечення розвитку підприємства можна вважати всі види ресурсів, які чинять вплив на функціонування та розвиток підприємства. Особливо гостро постають проблеми ресурсного забезпечення перед підприємствами сфери виробництва будівельних матеріалів, які, у свою чергу, є основою для ресурсного забезпечення багатьох важливих галузей економіки будь-якої країни.

Розвиток сучасних будівельних технологій у країнах з високим рівнем технічного розвитку спрямований на розроблення ефективних матеріалів, використання яких є економічно доцільним і дає змогу скоротити витрати енергетичних та сировинних ресурсів. Проблема зниження енергоємності виробництва будівельних матеріалів, зокрема, цементу - одне з головних завдань цементної промисловості, яка є чи не найбільшим споживачем як природної сировини, так і енергії [1].

Аналізуючи мінерально-сировинну базу Івано-Франківської області, треба зазначити, що у цьому регіоні промисловість будівельних матеріалів є потужною і достатньо розвинутою та має високий потенціал до зростання. Завдяки значним запасам мінеральної сировини та наявних виробничих потужностях, частка регіону в загальному обсязі виробництва промисловості будівельних матеріалів України становить більш ніж 5%, а у обсязі виробництва продукції і послуг економіки області - близько 3%. Мінеральна сировинна база промисловості будівельних матеріалів у загальному природно-ресурсному потенціалі області складає 14% [2].

Досліджувані підприємства використовують сировинну для виробництва, яку видобувають із кар'єрів відкритим способом. Кар'єр (фр. *carriere*) - сукупність гірничих виробок, утворених при видобутку корисних копалин відкритим способом [3]. Гірниче підприємство - це підприємство, яке видобуває корисні копалини відкритим способом.

Гірничі підприємства Івано-Франківської області видобувають сировину на таких кар'єрах як: ТзОВ Надвірнянський кар'єр "Карпати", ПКНК "Нерудник", філія ПАТ "Івано-Франківськцемент" (щебінь різної фракції), "Гірничий цех" с. Дубівці (видобування маргелю та вапняку), які входять до складу корпорації "Укрбудматеріали", що спеціалізується на виробництві щебеню і супутніх при його виробництві гран-відсіву і бутового каміння.

На підприємствах, що виробляють будівельні матеріали, виконують також роботи з обслуговування кар'єру: водовідведення, утримання внутрішніх шляхів, комунікацій, інфраструктури.

Раціональне використання природних ресурсів і охорона оточуючого середовища мають розглядатися разом з проблемами оптимізації розвитку і розміщення суспільного виробництва. Методологічною основою такої єдності виступає економічна оцінка управлінських рішень з позиції їх загальної суспільно-господарської ефективності, через

те, що запаси природних ресурсів обмежені, а промислове забруднення спричиняють частина недовикористаної сировини й відходи виробництва [4].

Враховуючи тенденцію до суттєвого зростання цін на природний газ, важливе місце належить проблемі раціонального і комплексного використання природних та паливно-енергетичних ресурсів на всіх стадіях технологічного процесу виробництва будівельних матеріалів, що змушує активніше впроваджувати заходи із вдосконалення технологічних процесів при випалюванні портландцементного клінкеру та вести пошук альтернативного природному газу палива (кам'яного вугілля та горючих відходів), а також, одночасно, зменшити вміст високоенергоємної клінкерної складової змішаних цементів за рахунок ширшого введення мінеральних добавок [5].

Щодо умов праці, то працівникам досліджуваних підприємств була запропонована анкета опитувань, що стосувалася ефективності системи управління персоналом. Зокрема, за шкалою від «1» до «10» оцінювались: умови праці; трудові відносини; кадрова політика; рівень стимулювання праці; організація соціальної інфраструктури.

В опитуванні приймали участь працівники з різних структурних підрозділів підприємств. Для якісної оцінки результатів шкалу від «1» до «10» було поділено на 3 групи: «1-4» – незадоволені; «5-7» – нейтральні; «8-10» – задоволені. Результати анкетування подано на рисунку 1.

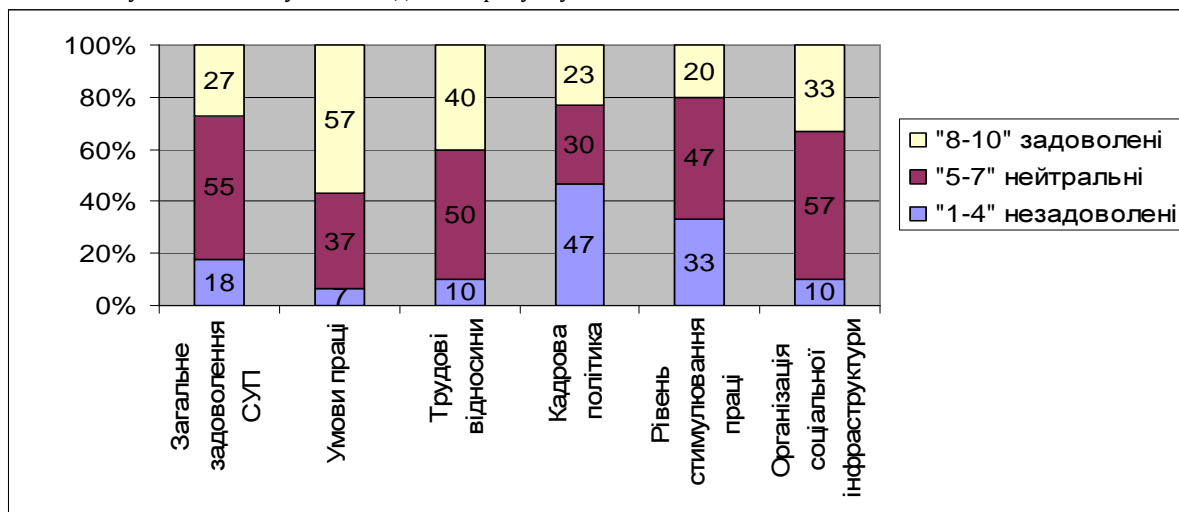


Рис.1. Рівень задоволеності системою управління персоналом

Із рисунка 1 видно, що лише 27% опитаних респондентів задоволені системою управління персоналом. На наш погляд, цей показник надто низький, що свідчить про необхідність удосконалення системи управління трудовими ресурсами, а саме: необхідно покращити кадрову політику підприємства, оскільки вона є визначальною в системі управління персоналом і значна частина опитаних респондентів незадоволені саме нею. Потребує змін та вдосконалення і система мотивації праці.

Важливою складовою у ресурсному забезпеченні підприємств виробництва будівельних матеріалів є фінансові ресурси. Вони є необхідною умовою розвитку будь-якої організації, і управління ними зорієнтоване, у першу чергу, на забезпечення поступлень стабільних і життєво важливих фінансових потоків, пошук зовнішніх джерел фінансування (при необхідності), оптимізацію структури капіталу.

Відомо, що у сучасних умовах функціонування і розвитку підприємств конкурентні позиції та виживання у довгостроковій перспективі забезпечують інноваційні процеси. Тому доцільно здійснити аналіз інноваційної складової розвитку досліджуваних нами підприємств. Слід зазначити, що з точки зору рівня інноваційності аналізовані підприємства постійно працюють над пошуком інноваційних технологій та їх впровадженням.

Для прискорення розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств виробництва будівельних матеріалів у Прикарпатському регіоні нами запропоновано використовувати інноваційний механізм управління, який полягає у комплексному використанні сучасних інформаційних технологій, поєднанні кластерного підходу з метою горизонтальної інтеграції підприємницьких структур регіону на мезорівні для використання існуючих регіональних переваг, застосуванні класичних технологій реінжинірингу окремих недосконалих бізнес-процесів на мікрорівні, а також застосуванні концепції бенчмаркінгу при здійсненні стратегічного управління [6].

Підсумовуючи викладене, можна виділити такі напрямки вдосконалення діяльності підприємств виробництва будівельних матеріалів у Прикарпатському регіоні на основі оптимізації управління їх ресурсним потенціалом: зменшення витрат на ресурсне забезпечення діяльності підприємства шляхом їх раціонального використання; згоргання малоефективних напрямків діяльності, що вимагають залучення додаткових ресурсів; створення конкурентних переваг на основі пошуку та вибору такої структури ресурсного забезпечення, яка б найбільш повно і всебічно дозволила використовувати внутрішній потенціал розвитку організації; покращення умов праці та мотивації персоналу; застосування комплексного механізму управління інноваційними процесами.

Література

1. Schneider M. Sustainable cement production-present and future / M. Schneider, M. Romer, M. Tschudin, H. Bolio // Cement and Concrete Research. - 2011. - V. 41. - P. 642-650.
- 2 Мінерально-сировинна база України [Електронний ресурс] / Державний інформаційний геологічний фонд України. – Режим доступу: <http://www.geoinf.kiev.ua/base.htm>

3 Гірничий закон України : за станом на 1 вересня 2008 р./ Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1999. – N 50. – ст.433.

4. Андрусів У. Я. Кластери як форма територіальної організації мінерально – сировинного комплексу будівельної галузі в умовах посилення процесів глобалізації / У. Я. Андрусів // Інноваційна економіка. – 2012. – 10 [36]. – С. 128-133.

5. Голиков А.П. Стратегія регіонального розвитку: європейський контекст / А. Голиков, Н. Казакова – Харьков: Екограф, 2008. – 180 с.

6. Андрусів У.Я. Концептуальні засади формування ефективного механізму управління підприємствами / У. Я. Андрусів // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'ячук . – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2013. – Випуск 24. – С. 8-14.

Вишневецька О.В.,

*к.е.н., старший науковий співробітник
відділу ринку матеріально-технічних ресурсів,
ННЦ "Інститут аграрної економіки", м. Київ*

ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУЧАСНОГО СІЛЬСЬКОГО ДОМОГОСПОДАРСТВА

Особисті селянські господарства є однією з складових сектору сільського господарства, що здійснюють сільськогосподарську діяльність як з метою самозабезпечення, так і виробництва товарної продукції. Важливою умовою успішного функціонування господарств населення є наявність відповідної матеріально-технічної бази, забезпеченість механізованими знаряддями, особливо тракторами, культиваторами, боронами тощо. Саме їх технічне забезпечення є основою для виконання робіт у задані агротехнічні строки та гарантією зниження затрат на вирощування урожаю.

Порівняно з 2010 р. кількість особистих селянських господарств у 2013 р. скоротилася з 4540,4 до 4241,6 тис. одиниць, площа їх земельних ділянок – відповідно з 6655,4 до 6445,8 тис. га. [2, 3]. Питома вага виробництва валової продукції сільського господарства в ОСГ знизилася з 51,7% до 46%. При цьому чітко простежується тенденція до покращення їх техніко-технологічного забезпечення (рис. 1, табл. 1).

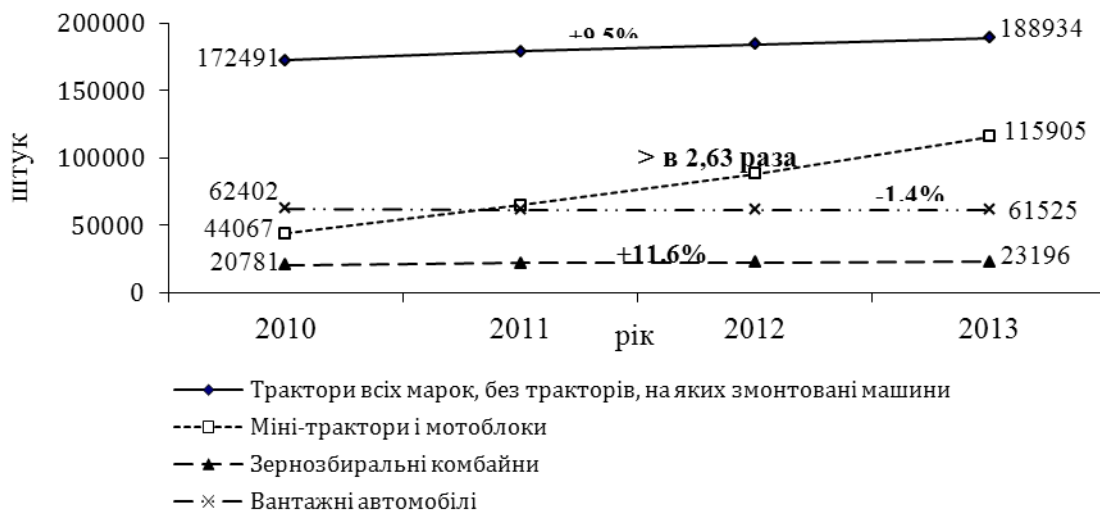


Рис. 1. Наявність сільськогосподарської техніки в особистих селянських господарствах [1]

Таблиця 1

Наявність сільськогосподарської техніки в особистих селянських господарствах, штук на 1000 домогосподарств [1]

Найменування техніки	Рік				2013 р. до 2010 р., %
	2010	2011	2012	2013	
Трактор	25,9	26,1	24,6	34,6	133,6
Зернозбиральний комбайн	3,2	2,7	2,5	3,8	115,6
Вантажний автомобіль	5,3	4,5	5,0	5,1	96,2
Плуг	59,2	61,9	55,2	62,8	106,1
Сівалка	16,7	18,0	13,9	18,2	109,0
Культиватор	20,4	20,1	20,4	24,8	121,6
Борона	88,5	88,5	47,3	86,4	97,6

В 2010 році на 1 трактор (включаючи міні-трактори і мотоблоки) припадало 30 га земель сільськогосподарського призначення, в 2013 – 21 га. Покращення очевидне, однак це вдвічі більше ніж в Польщі, де цей же показник становить 9 га. Наявне техніко-технологічне забезпечення дозволяє 75% домогосподарств використовувати для обробки землі трактор, в основному це ті, що мають у користуванні більше 1 га сільськогосподарських угідь. Паралельно з трактором значним є використання ручної праці – до 93% та до 30% коней, що зумовлює високу трудомісткість вирощування сільськогосподарських культур.

Існує декілька причин не надто швидкого техніко-технологічного забезпечення особистих селянських господарств. Хоча ринок насичений міні технікою хоча й іноземного виробництва (переважно китайською) – високі ціни на неї, невідповідні з платоспроможністю сільського населення. Цінові перетворення 2014 року зумовили стрімкий ріст цін, зокрема на сільськогосподарську техніку. Так, міні-трактор китайського виробництва разом з навісним обладнанням коштував в 2013 році близько 60–70 тис. грн, а в 2014 – майже вдвічі дорожче. За таких цін кошти, вкладені в міні-техніку, можливо, ніколи не окупляться, оскільки виробництву сільськогосподарської продукції в особистих селянських господарствах характерне переважно споживче, а не товарне спрямування. Інша причина – слабо розвинений ринок вітчизняної та недостатньо налагоджена система сервісного обслуговування іноземної міні-техніки.

Українські фермери та власники особистих селянських господарств не віддають перевагу певному бренду міні-тракторів. Явного лідера немає. Покупці міні-тракторів обирають переважно техніку китайського або українського виробництва – вони недорогі, простої конструкції, ремонтпридатні і недорогі в обслуговуванні. Лідером з продажу техніки у сегменті міні-тракторів (до 40 к.с) були китайські трактори DongFeng з 8,9% ринку, Xingtai – 4,3% та українські ДТЗ – 4,3%. Всього в даному сегменті в 2014 році було представлено понад 30 брендів. Однак в цей сегмент останнім часом почали заглядати імениті виробники, але ціна на європейські аналоги заставляє замислитися.

Невисокі ціни і доступність китайських міні-тракторів позитивно впливають на зростання їх продажів на території України. Найбільш поширеною міні-технікою в українських селян стали міні-трактори 22–24 к.с. Модельний ряд міні тракторів з 2013 року практично не змінився, оскільки і так достатньо широкий. Найпопулярнішими марками серед китайських міні-тракторів є: XINGTAI (Синтайський тракторний завод), Dong Feng (Чжанчжоуський тракторний завод), Jipma (Яньченський тракторний завод); серед українських міні-тракторів: ХТЗ (Харківський тракторний завод); ДТЗ (Філія №5 ДП "ВО "Південний машинобудівний завод" "Дніпропетровський тракторний завод"); серед білоруських міні-тракторів: Беларус (Мінський тракторний завод); серед російських міні-тракторів: Агромаш (ТОВ "Володимирський мото-тракторний завод").

Всі ці трактори популярні в українських користувачів і добре продаються в Україні. Зовнішній вигляд та технічні характеристики міні-тракторів схожі між собою. Завдяки цьому окремі вузли і деталі взаємозамінні, в деяких випадках на різних машинах вони збігаються на 60%.

Абсолютна більшість продавців техніки прив'язана до курсу долара, тому, як правило, вартість китайських міні-тракторів в Україні змінилася пропорційно. Виключення становлять міні-трактори, випущені в минулому році. В 2014 році мінімальна вартість нових міні-тракторів Foton (24 к.с.) стартувала від 80 тис. грн, хоча восени 2013 року становила приблизно 48 тис. грн. Міні-трактори українського виробництва на ринку можна було придбати від 100 тис. грн (ХТЗ-2511) та від 150 тис. грн – ХТЗ-3512.

Китайські міні-трактори утримують другу сходинку рейтингу в імпорті тракторів. В 2014 році в Україну було ввезено 4237 міні-тракторів китайського виробництва на 46 млн дол. Лідером у грошовому вираженні були США з кількістю тракторів 2589, на суму 81,7 млн дол.

Іноземні виробники сільськогосподарської техніки проявляють значне зацікавлення українським ринком. Основною формою співробітництва таких компаній є імпорт техніки в Україну і створення спільних підприємств з вітчизняними виробниками зі складання машин. Зараз в Україні немає спільних підприємств з виробництва міні-тракторів. В 2013 році планувалося створити спільне виробництво тракторів українським ПМЗ з китайським УТО, навіть було визначено модельний ряд, але далі намірів ситуація не зайшла. В тому ж році проводилися переговори щодо українсько-білоруської співпраці в галузі тракторного машинобудування – результат переговорів такий самий. На сьогодні спільне виробництво міні-тракторів лише в комплектації тракторів ХТЗ-3512 білоруськими (ММЗ), італійськими (Lombardini) та тракторів ДТЗ китайськими двигунами.

В Україні особисті селянські господарства потребують державної уваги. Державне регулювання діяльності ОСГ, як сектору економіки, передбачає свідоме формування державними структурами правових, економічних та організаційних умов розвитку особистих господарств, а також – створення стимулів, використання матеріальних і фінансових ресурсів, які мають залучатися на пільгових засадах або безкоштовно. Їх варто включити в програми лізингу, допомагати придбавати техніку за програмами часткової компенсації та пільгового кредитування, розвивати вітчизняне виробництво міні-техніки для села.

Література

1. Наявність сільськогосподарської техніки та енергетичних потужностей у сільському господарстві (за відповідні роки). Статистичний бюлетень. – К. : Держстат.
2. Особисті селянські господарства в Україні станом на 1 січня 2011 року: Експрес-випуск від 18.03.2011р. №60 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
3. Особисті селянські господарства в Україні станом на 1 січня 2014 року: Експрес-випуск від 19.03.2014 102/0/06.3вн-14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Вініченко О.М.,
к.е.н., доцент, докторант,
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля

ВИЗНАЧЕННЯ КРИТЕРІЇВ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Довгострокова діяльність підприємства залежить від його розвитку, який, в свою чергу, залежить від якості управління. Управління це цілеспрямований процес, який включає в себе п'ять основних функцій до яких належать: планування, організація, мотивація, контроль, регулювання. Найважливіша функція управління це контроль. Отже, побудова ефективної системи контролю є необхідною умовою успішного функціонування і розвитку підприємства.

З метою розробки ефективності системи контролю необхідно визначити критерії ефективності системи контролю. Сьогодні підприємства знаходяться в жорстких економічних умовах функціонування з великою долею власного ризику. А отже, такий контроль не може бути мінімальним і ефективним одночасно. Таким чином, необхідно визначити широкий перелік критеріїв ефективності, який умовно слід поділити на дві групи: якісні і кількісні (рис. 1).

Якісні показники підтверджують або заперечують дотримання підприємством відповідних умов функціонування. Дотримання умов підтверджує ефективне функціонування системи контролю з точки зору організації системи.

Кількісні показники дають змогу оцінити соціально-економічний розвиток підприємства, а отже і ефективність системи контролю, на основі відображення динаміки об'єкта. Це базується на провадженні в роботу підприємства метода динамічних еталонів (критеріїв) за яким фактичний порядок показників порівнюється з еталонним з використанням інструменту кореляційного аналізу. Таким чином, оцінка соціально-економічного розвитку підприємства визначаються не за рівнем того чи іншого показника, а за рівнем його прирощення.



Рис. 1 Критерії ефективності системи контролю

Для впровадження зазначеного методу необхідно сформувати еталонні показники соціально-економічного розвитку. З цією метою необхідно визначити наступні обмеження:

- побудова системи показників оптимальних для оцінки соціально-економічного розвитку;
- встановлення еталонного порядку зміни темпів росту показників.

Можливими критеріями включення показників в систему показників, що розробляються, будуть:

- динамічність показників і зв'язок з середовищем;
- відсутність дублювання;
- індивідуалізація профілю.

НЕОБХІДНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Перехід України до ринкових відносин, багато в чому, залежить від функціонування матеріальної основи економіки – підприємства. На рівні підприємства створюється суспільний продукт та надаються відповідні послуги, тобто фактично існування підприємств забезпечує існуванню усій економічній системі держави як такої.

Підприємства поєднують з виробничим процесом кваліфіковану робочу силу, використовують високопродуктивну техніку, здійснюють менеджмент та маркетинг.

Стан будь-якої економічної системи в значній мірі обумовлена діяльністю суб'єктів, що її формують. У зв'язку з цим, головною характеристикою будь-якого господарюючого суб'єкта, що діє в умовах ринкової економіки, є здійснення ним виробничої діяльності. При цьому виробнича діяльність здійснюється в різноманітних формах, у різних галузях економіки фізичними особами та юридичними особами. Це діяльність з виробництва не тільки матеріальних благ, але й нематеріальних (в освіті, охороні здоров'я, культурі, науці та ін), включаючи надання різних послуг у всіх сферах життєдіяльності людини.

Виробнича діяльність підприємства являє собою складний багатогранний процес, що охоплює техніку, технологію, організацію виробництва в усіх її різновидах і знаходиться в стані безперервної зміни і розвитку. У виробничій діяльності підприємства серед усіх його підприємницьких функцій головною функцією є виробництво, а збут виробленого продукту є наступним етапом, який повинен стати підґрунтям у отриманні прибутку і забезпеченні наступного циклу виробничої діяльності [4].

Виробничу діяльність можна визначити як сукупність дій працівників із застосуванням засобів праці, необхідних для перетворення ресурсів в готову продукцію, що включають в себе виробництво та переробку різних видів сировини.

Будучи центральним процесом для будь-якої організації, виробнича діяльність в значній мірі визначає економічну ефективність підприємства. Тому актуальним завданням для будь-якого підприємства є аналіз виробничої діяльності та оцінка її ефективності, а також пошук шляхів її вдосконалення. В даний час проблема управління, аналізу та оцінки виробничої діяльності широко розглянута в працях багатьох російських і зарубіжних авторів. Однак, незважаючи на те, що в практично у всій літературі, пов'язаній з управлінням та економікою підприємства, підкреслюється виняткова значимість ефективної виробничої діяльності, велика частина дослідників обмежується аналізом окремих, приватних показників виробничої діяльності, і не надає комплексного підходу.

З позицій мікроекономіки виробнича діяльність – це цілеспрямована діяльність, результатом якої є перетворення окремих компонентів в корисний продукт або зміна властивостей, форми продукту.

Виробнича діяльність організації складається з виробничих процесів, які складаються з господарських операцій: постачальницько-заготівельної, безпосередньо виробничої, фінансово-збутової та організаційної діяльності.

Для реалізації всі сукупності виробничих процесів і здійснення виробничої діяльності на підприємстві формується виробнича система, що складається із сукупності взаємопов'язаних і взаємозалежних компонентів, під якими зазвичай розуміють різні ресурси, необхідні для виробництва, і результат виробництва. Продукт як мета створення і дії виробничої системи виступає в процесі виготовлення в різних видах щодо свого вихідного матеріалу та готовності. Виробництво продукту є певна технологія, відповідно з якої завершується трансформація витрат в продукцію.

Можна виділити вісім сфер удосконалення виробничої діяльності: 1) доступ підприємства до нових матеріалів; 2) стан (сучасність) технологій; 3) можливість виробництва товарів (послуг) за більш низькою ціною, ніж у конкурентів; 4) структура витрат; 5) сезонні коливання попиту. Залежить чи ні продукція підприємства від коливань попиту, що може викликати тимчасове звільнення робітників; 6) можливість обслуговування тих ринків, на яких не спроможні працювати підприємства-конкуренти; 7) здатність підприємства знижувати матеріальні запаси і час реалізації замовлення; 8) ефективність і результативність системи контролю якості продукції. За перерахованими факторами можна визначити критичні параметри, що суттєво впливають на майбутню діяльність підприємства [3].

В умовах функціонування виробничих підприємств в системі ринкових відносин найбільш важливої ваги набуває питання здійснення ефективного управління підприємством.

Система управління виробничою діяльністю являє собою сукупність взаємопов'язаних функцій і структурних елементів, що забезпечують реалізацію підприємством виробничих завдань і цілей.

Основні завдання виробничого управління полягають в управлінні розвитком підприємства (розширення асортименту продукції, поліпшення її якісних та споживчих характеристик, застосування вдосконалених технологій, автоматизація виробництва); підвищенні конкурентоспроможності продукції; забезпеченні більш ефективного використання устаткування, наявних виробничих площ; зниженні всіх видів виробничих витрат; підвищенні продуктивності праці; управлінні технологічною підготовкою виробництва продукції та ін.

Щоб забезпечити функціонування організації, нею необхідно управляти. Поняття «управління організаціями» неоднозначне трактують у зарубіжній та вітчизняній літературі. Більшість учених погоджується, що воно означає «робити що-небудь за допомогою людей з людьми». Американський дослідник президент Міжнародної Академії управління Гарольд тлумачить поняття «управління» як «створення ефективного середовища для людей, які діють у формальних організаційних групах» [1].

Функції управління виробництвом різнобічні, їх можна класифікувати за такими ознаками:

- керованого об'єкта: підприємство, цех, виробнича дільниця, бригада, агрегат (робітник);
- виду діяльності: економічна, організаційна, соціальна;
- змісту робіт: наукові дослідження, постачання і збут, оперативне управління, техніко-економічне планування і аналіз, бухгалтерський облік, управління кадрами, планування і облік фінансів тощо. [2].

Всі ці аспекти управління виробничою діяльністю в сучасних умовах господарювання повинні здійснюватися з урахуванням довгострокових перспектив і на інноваційній основі задля якнайповнішого задоволення потреб споживачів і ефективного функціонування підприємства в умовах глобалізованої конкурентної світової економіки.

Література

1. Березін О. В. Економіка підприємства: навч. посібник / О. В. Березін, Л. М. Березіна, Н. В. Бутенко. – К. : Знання, 2009. – 390 с.
2. Дацій О. І. Економіка підприємства : навч. посіб. / О. І. Дацій // Гуманітарний ун-т «Запорізький ін-т держ. та муніципального управління». – Запоріжжя : ГУ «ЗІДМУ», 2004. – 224 с.
3. Економіка підприємства: підручник / Грецак М. Г., Колот В. М., Мендрул О. Г., Олексюк О. І., Рєпіна І.М., Соболев С. М. ; під ред. Г. О. Швиданенко / Державний вищий навчальний заклад «Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана». – Вид. 4-те, перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2009. – 816 с.
4. Саннікова С. Ф. Особливості управління виробничою діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / С. Ф. Саннікова, А. Г. Константинова // Економічні науки / Маркетинг і менеджмент. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/27_NII_2013/Economics/6_146419.doc.htm

Волошина О.П.,

аспірант кафедри менеджменту ЗЕД,

Житомирський національний агроекологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Сучасні тенденції розвитку підприємств харчової промисловості використовують різноманітні прийоми логістики, які вважаються найефективнішими методами управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками. Застосування таких прийомів дозволяє підприємствам вийти на якісно новий рівень виробничо-господарської діяльності. Водночас, зважаючи на ратифікацію Україною угоди про зону вільної торгівлі та інтеграція до світової економічної системи на правах рівноправного партнера ідентифіковано проблеми, зумовлені тривалою «інертною» роботою, використанням концепцій логістичного управління минулого століття та гострою необхідністю зміни цільової орієнтації діяльності підприємств. Відповідно імплементація сучасних і ефективних підходів до формування логістичних систем підприємств харчової промисловості максимально наближає продукцію виробника до споживача за рахунок надання йому можливості отримання товару потрібної кількості та високої якості.

Дослідженням особливостей формування логістичних систем присвячені праці вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема: Б. Анікіна, Д. Бауерсокса, А. Гаджинського, Є. Крикавського, Р. Ларіної, М. Окландера, А. Роднікова, В. Стаханова та ін. Однак недостатньо уваги приділяється специфічним особливостям функціонування логістичних систем в окремих галузях, зокрема у харчовій, агропромисловій та інших, що спонукає до проведення подальших наукових досліджень.

Сучасні тенденції розвитку підприємств харчової промисловості Житомирської області свідчать, що загальна кількість таких підприємств у 2013 р. скоротилася відносно 2009 р. на 5,8%, однак фактично діючих підприємств станом на кінець 2014 р. нараховується лише 75. Основними проблемами при цьому, як визначають керівники підприємств, є такі як: обмежена кількість оборотних засобів (34,4 % відповідей респондентів), незначні виробничо-складські площі (28,1%), нестача відвантаженого товару (6,3 %) та ін (рис. 1).

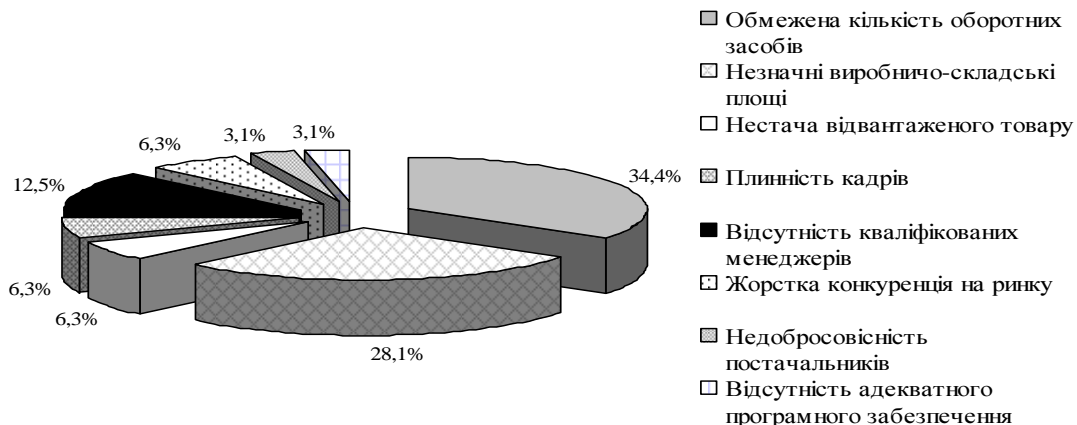


Рис. 1. Ключові чинники, що перешкоджають розвитку підприємств харчової промисловості у Житомирській області (за результатами соціологічного опитування), 2013 р.

Об'єктом логістичного управління підприємств харчової промисловості є матеріальні потоки, які циркулюють в процесі виробництва та реалізації продукції, а предметом є оптимізація процесів, що формують економічні потоки, інтегровані в адаптивній мікро- або макроекономічній системі на основі їх безпосередньої взаємодії, синхронізації і використання синергійних зв'язків для досягнення поставлених перед цією системою цілей. Ефективність логістичного управління забезпечується системою загальних принципів управління, яке повинно спрямовуватися на забезпечення мінімуму неузгодженості між структурою виробництва і структурою споживання..

Проаналізувавши відповіді представників апарату управління підприємств харчової промисловості встановлено, що при виборі постачальника ресурсів та сировини найбільш впливовими є такі чинники як: відповідальність за виконання термінів поставок (28,1%), вартість матеріальних ресурсів (21,8%) та строки виконання замовлень (18,7%). Водночас, при закупівлі ресурсів та сировини підприємства харчової промисловості найчастіше застосовуються такі форми, як: придбання в мережі роздрібних установ (21,8 % відповідей респондентів); 18,7 % – використовують послуги гуртових посередників і 15,6 % респондентів застосовують прямі зв'язки з виробниками ресурсів та сировини (рис. 2).

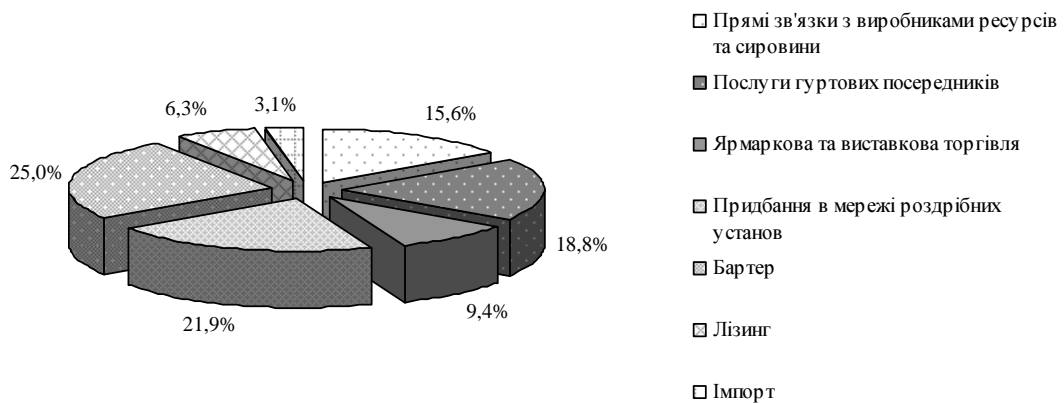


Рис. 2. Форми постачання ресурсів та сировини до підприємств харчової промисловості Житомирської області (за результатами соціологічного опитування), 2013 р

Економічні результати від формування дієвої логістичної системи підприємства визначається не лише через окремі функції, які вона виконує, а через інтеграцію цих функцій у єдиний механізм, яким передбачено скорочення логістичних витрат при забезпеченні високого рівня задоволення ринкового попиту. За таких умов, логістичний менеджмент підприємств харчової промисловості зорієнтований на суттєве підвищення ефективності діяльності таких підприємств у порівнянні з традиційними методами управління. Ключовою ідеєю, що лежить в основі формування логістичної системи постає в інтеграції всіх її складових, що безпосередньо проявляється у тому, що потоки матеріалів, фінансів та інформації на технологічно самостійних етапах і стадіях є взаємопов'язані у загальній системі управління.

Волянська-Савчук Л.В.,
здобувач, старший викладач
кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницького національного університету

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У КРИЗОВИХ УМОВАХ

У процесі трансформаційних змін вітчизняної економіки багато підприємницьких структур опинились у критичному стані через недосконалу систему управлінських, організаційних, економічних та фінансово-кредитних механізмів господарювання, які потребують відповідних змін з метою забезпечення ефективного функціонування господарюючих суб'єктів. Проте на будь-якому етапі розвитку економічних відносин їх результативність опосередковується існуючою системою управління персоналом, тобто «людським фактором». Це, відповідно, обумовлює необхідність проведення подальших наукових розробок в напрямку забезпечення сталого та ефективного механізму управління персоналом вітчизняних підприємств в умовах кризи.

Основні підходи до управління персоналом висвітлені в працях Котлера Ф., Девіса Ф., Завадського Й. С., Крушельницької О. В., Лукянихіна В. О., Мескона М., Мурашко М. І., Щокіна Г. В. та ін.

Значну увагу принципам управління персоналом на рівні організації приділяють такі вітчизняні та зарубіжні учені й практики, як Р. Беннетт, Х.Т. Грехем, В.М. Данюк, А.П. Єгоршин, Дж.М. Іванцевич, Л.В. Карташова, А.Я. Кібанов, А.А. Лобанов, Е.В. Маслов, Ю.Г. Одегов, Г.В. Савицька, С.В. Шекшня та інші.

Принципи управління персоналом — правила, основні положення і норми, яких повинні дотримуватися керівники і фахівці в процесі управління. Принципи управління персоналом відбивають об'єктивні тенденції, соціальні й економічні закони, наукові рекомендації суспільної психології, теорії менеджменту й організації. Вони базуються на всьому арсеналі наукового знання, що визначає можливості ефективного регулювання і координації людської діяльності [1, с. 120].

Так, принципи антикризового управління персоналом класифікують, враховуючи характер їх використання [2, с. 34]:

а) загальні, дотримання яких є обов'язковим у будь-якій ситуації: системності; рівних можливостей; поваги людини і його достоїнств; командної єдності; горизонтального співробітництва; правової і соціальної захищеності; готовності до реагування; превентивності дій; терміновості реагування на окремі кризові явища в діяльності підприємства; диференціація індикаторів кризових явищ по рівню їх безпеки для підприємства;

б) специфічні: оптимізації кадрового потенціалу; підвищення різномірної роботи; прийняття персоналом етичних цінностей підприємства; компліментарності управлінських ролей; запрошення на роботу на підприємство спеціалістів найвищого класу; прогнозування результатів прийнятих рішень відносно персоналу на довгостроковий період; мотивація і розвиток творчого потенціалу робітників; формування унікального кадрового потенціалу; зворотного зв'язку; повної реалізації творчого потенціалу робітників для виходу підприємства із кризового стану; розвиток усесторонньої культури, не пов'язаної із професійною діяльністю;

в) локальні [2, с. 68]: обліку довгострокової перспективи підприємства; інтеграції і згуртованості; участі робітників в прийнятті рішень; опір на професійне ядро кадрового потенціалу; дотримання балансу інтересів керівників та підлеглих працівників; співробітництво з профсоюзом і громадськістю.

Балабанова Л.В, Сардак О.В. у своїй роботі [2, с. 71] виокремлюють, що принципи, покладені в основу ефективного управління персоналом в умовах кризи, носять багаторівневий характер (загальні, часткові, спеціальні, окремі) поширюються на різні сфери діяльності. Серед загальних принципів управління персоналом в умовах кризи виділяють: науковість, плановість, системність, безперервність. Нормативність, економічність, зацікавленість, відповідальність і т.п. До часткових принципів управління персоналом належать: відповідність функцій управління цілям виробництва, індивідуалізація роботи з кадрами, інформатизація кадрової роботи, забезпечення її рівня, достатнього для прийняття обґрунтованих рішень, підбір кадрів для первинного виробничого колективу та ін.

На нашу думку за сучасних умов основним в управління персоналом у кризових умовах варто виділити принцип підбору і розставлення кадрів. Даний принцип передбачатиме:

- забезпечення умов для постійного підвищення ділової кваліфікації персоналу;
- чітке визначення прав, обов'язків і відповідальності кожного працівника;
- ротацію кадрів;
- поєднання досвідчених працівників з молодими кадрами;
- забезпечення умов для професійного і посадового просування кадрів на основі обґрунтованих критеріїв оцінки їхньої діяльності та особистісних якостей;
- поєднання довіри до кадрів з перевіркою виконання ними робочих завдань.

Усе різноманіття принципів управління персоналом доцільно розділити на загальні, базисні принципи, що регулюють діяльність підприємства в цілому; специфічні принципи, що визначають управління кадровим потенціалом у господарських організаціях; приватні принципи, що регулюють функціонування окремих сторін діяльності управлінського персоналу. До загальних принципів кадрової політики ряд авторів відносить науковість, конкретно-історичний підхід, моральність, законність, демократизм, наступність і змінюваність.

Як специфічні принципи, що визначають управління кадровим потенціалом у господарських організаціях, у вітчизняній літературі називають принципи оптимізації кадрового потенціалу підприємства; принципи формування унікального кадрового потенціалу кризового підприємства; принцип компліментарності (несуперечності і підтримки) управлінських ролей на підприємстві.

У зарубіжній літературі цю групу принципів поділяють на дві підгрупи.

У першу підгрупу включають [3, с. 85]:

- принципи, що відносяться до переконань, що створюють довіру між працівниками;
- поділювані працівниками етичні цінності;
- політику повної зайнятості;
- підвищення розмаїтості роботи;
- особисте стимулювання;
- розвиток неспеціалізованої кар'єри;
- особиста (на основі консенсусу) участь у прийнятті рішень;
- неявний (встановлення системи цінностей) контроль замість явного (заснованого на цифрових показниках)

контролю; розвиток всебічної культури; холистичний підхід до оцінки працівників.

Друга підгрупа включає десять «передових принципів» [4, с. 98]:

- сильну (офіційно визнану) віру в індивідуалізм (повага до особистості);
- робота з кадрами, що дозволяє здійснити на практиці цю віру;
- єдиний статус усіх працівників;
- запрошення на роботу в компанію фахівців найвищого класу;
- тривале навчання працівників, особливо вищих керівників;

- делегування максимально покладеної відповідальності на найнижчі рівні управління;
- навмисні обмеження, що накладаються на діяльність лінійних керівників;
- заохочення розбіжностей;
- розвиток горизонтальних зв'язків;
- інституціоналізацію змін.

Ці принципи варто розглядати як базові серед загальних концептуальних у процесі формування механізму управління трудовими ресурсами на рівні підприємства з урахуванням конкретної ситуації і специфіки його діяльності. Принципи діють ефективно тоді, коли вони взаємодіють і доповнюють один одного, будучи інтегрованими в цілісну систему. Таким чином, управління персоналом в умовах хиткого, а часом і кризового стану підприємства являє собою різнобічну, ретельно сплановану і продуману діяльність, що спирається на систему науково обґрунтованих принципів, мистецтво і здоровий глузд підприємців і менеджерів.

Література

1. Менеджмент персоналу : навч. посібник. Вид. 2-ге, без змін / В.М. Данюк, В.М. Петюх, С.О. Цимбалюк та ін. ; за заг. ред. В.М. Данюка, В.М. Петюха. – К. : КНЕУ, 2006. – 398 с.
2. Цимбалюк С.О. Технології управління персоналом : навч. посіб. / С.О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2009. – 399 с.
3. Подольчак Н. Формування та використання типових змін на етапах ЖЦП / Н. Подольчак, С. Стеців // Вісник ТНЕУ. – 2011. – № 4. – С. 84–93.
4. Даниленко О.А. Особливості діагностики системи управління персоналом на стадіях життєвого циклу організації в умовах конкурентного середовища / О.А. Даниленко // Актуальні проблем економіки. – 2010. – № 8 (110). – С. 97–102.

Воронкова І.Ю.,

*аспірант кафедри міжнародної економіки,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»*

НАУКОВИЙ ПІДХІД ДО КЛАСТЕРОУТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ПОЛІГРАФІЇ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

Процеси трансформації в економіці України зумовлюють актуальність розвитку інноваційної політики держави. Книговидання в Україні має творчі, інтелектуальні, організаційні та технологічні ресурси, доцільне використання яких забезпечить швидкий розвиток поліграфічної промисловості. Стан ринку видавничої справи України свідчить про необхідність напрацювання чіткої стратегії його розвитку [1]. Одним із стратегічних організаційних напрямків інноваційної політики є кластероутворення на основі поліграфічних підприємств. З цим пов'язуються позитивні зрушення на книжковому ринку України та збільшення обсягів випуску і чисельності споживачів вітчизняної книги.

Кластероутворення в економіці досліджували науковці різних країн світу, за саме А. Маршалл, Й. Шумпетер, М. Портер, А.А. Мигранян, М.П. Войнаренко, С.І. Соколенко та ін. Але, низка аспектів цієї актуальної проблеми в умовах ринкових економічних відносин залишаються недостатньо вивченими і потребують більш глибоких досліджень, зокрема у частині кластерного аналізу підприємств поліграфії.

Поліграфічні підприємства є матеріально-технічною базою видавничої справи щодо виготовлення друкованої продукції та задоволення суспільних потреб [2]. Стан та зміни поліграфічної галузі України характеризуються офіційними даними Державного комітету статистики України, Державного комітету телебачення та радіомовлення України, Державної наукової установи «Книжкова палата України ім. І. Федорова».

Розробка стратегії інноваційного розвитку підприємств поліграфії ґрунтується на виявленні типових рис, особливостей та розбіжностей між суб'єктами галузі. Визначення структури кластера, його внутрішніх та зовнішніх зв'язків полягає в застосуванні комплексного аналізу даних, що характеризують об'єкти досліджуваного бізнес-напряму.

Стан поліграфічної галузі можна оцінити за допомогою наступних показників:

- динаміка кількості підприємств видавничо-поліграфічного комплексу;
- розподіл суб'єктів видавничої справи за видами діяльності;
- регіональна структура видавничо-поліграфічної галузі;
- обсяги випуску видавничо-поліграфічної продукції;
- обсяги реалізації видавничо-поліграфічної продукції;
- обсяги імпорту, експорту друкованої продукції;
- динаміка грошового обороту підприємств видавничої справи.

Огляд зарубіжних та вітчизняних літературних джерел з економіки дає підстави для опрацювання наявних даних інструментами кластерного аналізу. Сутність даного методу полягає в розподілі загальної генеральної сукупності взаємодіючих компонентів на кластери таким чином, щоб у кожному знаходились найбільш близькі за

ознаками об'єкти. Основні завдання, що виконуються за допомогою кластерного аналізу: розробка типології або класифікації; дослідження концептуальних схем групування об'єктів; породження гіпотез на основі дослідження даних; перевірка гіпотез або досліджень з метою визначення присутності в наявних даних виділених типів або груп.

Викремлюють наступні етапи кластерного аналізу:

- формування системи змінних;
- визначення способу обчислення відстані між об'єктами або групами об'єктів;
- групування об'єктів;
- представлення результатів;
- визначення якості отриманого групування.

Теорія кластерного аналізу включає низку методів [3, с. 127], на основі яких виділяють наступні групи підходів [4].

Ймовірнісний підхід - передбачається, що кожен об'єкт відноситься до одного з k класів; включає методи K -середніх (K -means); K -medians; EM-алгоритм; алгоритми сімейства FOREL; дискримінантний аналіз.

Підходи на основі *систем штучного інтелекту* - умовна група, оскільки методів багато і вони методично різні. Серед них: метод нечіткої кластеризації C -середніх (C -means); нейронна мережа Кохонена; генетичний алгоритм тощо.

Логічний підхід - побудова дендрограми здійснюється за допомогою дерева рішень.

Підхід на основі *теорії графів*. Найбільш відомий алгоритм цього сімейства - алгоритм найкоротшого незамкненого шляху.

Ієрархічний підхід. Результати групування представляються у вигляді дерева групування (дендрограми).

Інші методи, які не ввійшли в попередні групи: статистичні алгоритми кластеризації; ансамбль кластеризаторів; алгоритми сімейства KRAB; алгоритм, заснований на методі просіювання; DBSCAN та ін.

В економічних дослідженнях набули поширення такі: ієрархічна кластеризація (дендрограми), алгоритм k -середніх (k -means), нечітка кластеризація (Fuzzy C -means) тощо.

Обраний методичний інструментарій може бути основою для визначення регіональних рівнів розвитку поліграфічної діяльності в Україні, сегментації ринку поліграфічної продукції, згрупування підприємств на кластери та становити підґрунтя для аналізу кожної групи з метою виявлення притаманних їй особливостей і тенденцій.

Література

1. Афонін О. Звіт про результати дослідження видавничого ринку України [Електронний ресурс] / Олександр Афонін – Режим доступу до ресурсу: http://uabooks.info/ua/book_market/analytics/?pid=4135.
2. Закон України про видавничу справу [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР), N 32, ст.206. – 1997. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/318/97-вр>.
3. Дюран Б. Кластерный анализ / Б. Дюран, П. Оделл. – Москва: Статистика, 1977. – 128 с.
4. Бериков В.С. Современные тенденции в кластерном анализе [Електронний ресурс] / В.С. Бериков, Г.С. Лбов // Всероссийский конкурсный отбор обзорно-аналитических статей по приоритетному направлению «Информационно-телекоммуникационные системы». – 2008. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ict.edu.ru/ft/005638/62315e1-st02.pdf>.
5. Смачило І.І. Кластерний аналіз показників сталого розвитку підприємств / І.І. Смачило // Технологический аудит и резервы производства. – 2013. – No2/2(10) – С. 36-40.

УДК 35.073.5

Гарасимків Ю.Л.,
викладач циклової комісії облікових дисциплін,
Івано-Франківський державний коледж технологій та бізнесу

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ринкові відносини супроводжуються посиленням конкуренції, що призводить до необхідності впровадження сучасних методів, форм та інструментів управління діяльністю підприємства. Необхідність розвитку системи управління обумовлена розумінням підприємства як відкритої системи, котра активно взаємодіє із зовнішнім середовищем, отримуючи в ньому ресурси на вході та очікуваний результат діяльності на виході. Це спрямовує зусилля з побудови процесу управління таким чином, щоб забезпечити найбільш повне використання ресурсів при досягненні цілей діяльності підприємства, тобто найвищого результату його функціонування.

Дослідження теорії стратегічного управління має важливе значення, оскільки світова практика бізнесу показує, що більшість організацій, які досягли значних результатів в бізнесі, завдячують саме впровадженню системи стратегічного управління. Україна пройшла шлях від, майже абсолютної відмови від державного регулювання, за виключенням макроекономічного, і досягла загальнодержавного розуміння необхідності створення системи стратегічного управління. На даний час стратегічне управління є важливим фактором успішного функціонування в складних ринкових умовах, але не можна спостерігати в діяльності підприємств відсутність

стратегії, що і призводить їх до поразок в конкурентній боротьбі [1, с. 198].

Стратегічне управління – це процес розробки стратегій і управління організацією для успішної її реалізації. Керівники, які мислять стратегічно, дивляться вперед і визначають напрямок, в якому вони хочуть рухатися. Не дивлячись на свою впевненість, що бізнес, як і керівники, повинен працювати добре і прямо зараз, щоб добре розвиватися в майбутньому. Їх цікавить більш широкий спектр проблем, з якими вони зустрічаються, і загальний напрямок, в якому вони повинні рухатися, щоб вирішувати ці проблеми.

Фундаментальна задача стратегічного управління полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями організації в умовах змінного економічного середовища. Стратегічне управління стосується й цілей, і засобів. В площині цілей воно вимальовує загальні контури майбутнього організації; в якості засобів – показує, як ця ціль повинна досягатися. Отже, стратегічне управління – це прогнозне управління, пов'язане з розробкою і концептуалізацією уявлень про те, куди прямує організація. Стратегічне управління повинне суміщатися з практикою поточного управління. Завжди необхідно пам'ятати, що стратегія це засіб для створення додаткової вартості.

Стратегічне управління, як й інші сфери управлінської діяльності, являє собою поєднання різних функцій (видів діяльності), які виокремлюються із загального управлінського процесу внаслідок поділу управлінської праці. За таких умов, спеціалізовані види різноманітних робіт, пов'язані з формуванням, реалізацією та контролем виконання стратегічних настанов підприємства будемо називати "функціями стратегічного управління". Без узагальнення основних функцій і визначення спеціальних функцій, які повинне виконувати стратегічне управління, неможливо вести розробку сучасних підходів щодо довгострокового розвитку суб'єктів господарювання в умовах нестабільності й невизначеності середовища функціонування [2, с. 36].

Зважаючи на це, можна стверджувати, що функції стратегічного управління доцільно досліджувати окремо у рамках кожної стратегічної школи, оскільки їх наукові погляди значною мірою різняться. За таких умов, сформувати цілісну модель змістовних функцій стратегічного менеджменту, як сфери управлінської діяльності можливо лише на основі їх узагальнення за усіма десятима науковими течіями [3, с. 120].

Аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища вважається початковим процесом стратегічного управління, адже він забезпечує базу для визначення місії і цілей та вироблення стратегії поведінки, що дозволяє підприємству здійснити свою місію і досягти поставлених цілей. Тому вкрай важливою при аналізі середовища є діагностика усіх значущих факторів, що впливають на систему стратегічного управління підприємства [4, с. 258].

До основних факторів, що впливають на систему стратегічного управління підприємства можна віднести:

- внутрішнє середовище – належать всі види ресурсів, якими володіє підприємство;
- зовнішнє середовище – ділиться на середовище безпосереднього впливу (мезосередовище) – різні групи, інтереси яких зачіпає діяльність підприємства, і середовище непрямого впливу (макросередовище);
- економічні чинники – фінансові та комерційні. Фінансові – це в основному чинники непрямого впливу. Комерційні фактори пов'язані з підприємницькою діяльністю підприємства;
- неекономічні чинники: стихійні лиха, політичні рішення, робота транспорту, порушення виробничого процесу;
- прогнозовані чинники – в процесі управління підприємством менеджери роблять прогноз макроекономічної ситуації та змін бізнес-середовища, оцінюючи ступінь ймовірності їхнього настання, і приймають управлінські рішення, виходячи з такого прогнозу;
- не прогнозовані (випадкові) чинники – такі елементи ринкового середовища, як ризики, які не можна передбачити заздалегідь;
- керовані чинники – змінні, на які підприємство може впливати з метою мінімізації негативного ефекту від їхньої зміни або збільшення позитивного ефекту;
- некеровані чинники – не піддаються впливу з боку підприємства, а знизити негативний ефект від їхньої дії підприємство може тільки шляхом врахування їхнього впливу в стратегіях розвитку [4, с. 259].

При аналізі факторів зміни середовища вони повинні оцінюватися в комплексі. При цьому особлива увага повинна бути приділена некерованим і не прогнозованим факторам. З цієї точки зору, стратегічне управління підприємства повинне включати оцінку "запасу міцності" підприємства, що забезпечує у разі настання несприятливої події або декількох подій беззбиткове реагування, і розробку заходів для його підвищення.

Отже, стратегічне управління в сучасних умовах є новою науковою дискусією, яка має свій об'єкт і предмет дослідження, а також виконує ряд важливих функцій в процесі управління господарюючими суб'єктами. Важливість стратегічного підходу в управлінні значною мірою посилюється в умовах триваючої фінансової кризи, коли усі зусилля системи менеджменту мають бути спрямовані на підтримку стійкого балансу внутрішніх сил і зовнішнього середовища вітчизняних підприємств.

Література

1. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский – М. : Гардарики, 2002. – 296 с.
2. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент / А. Н. Люкшинов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 375 с.
3. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий: пер. с англ. / [под ред. Ю. Н. Каптуревского]. – СПб. : Питер, 2000. – 336 с.
4. Черниш Т. О. Діагностика факторів, що впливають на систему стратегічного управління підприємства / Т. О. Черниш, А. Е. Черниш // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2011. – № 7(161). – С. 257–263.

**ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ АДАПТАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНИХ АГРАРНИХ ФОРМУВАНЬ
ДО УМОВ СЬОГОДЕННЯ**

Характерною умовою сьогодення є мінливість як економічної, так і політичної ситуації в Україні, яка вимагає перегляд та зміни пріоритетних напрямків та механізмів економічного розвитку господарюючих суб'єктів. Сьогодні вітчизняний аграрний сектор забезпечує 13% в загальному обсязі ВВП та 27% вітчизняного експорту. В результаті він відноситься до найважливіших галузей національної економіки України, та забезпечує значну частину сільського населення робочими місцями. Попри це, нині не створено дієвої системи фінансового забезпечення розвитку аграрного сектору, яка б дала можливість не тільки створити сприятливі умови для нарощування конкурентоспроможності аграрних підприємств на внутрішніх і на європейських ринках, але й гарантувати продовольчу безпеку держави.

Останніми роками аграрна політика України, поки, що є не оптимальною, не забезпечує ефективного розвитку аграрної галузі та не дає можливості залучати до аграрного сектору необхідні йому фінансові ресурси, інвестиції, щоб створити стабільні передумови для поступального конкурентного розвитку аграрної економіки. Варто відмітити, що фінансово-економічна криза 2008-2009 років, ще більше ускладнила ситуацію в вітчизняному аграрному секторі на тлі застарілих проблем, зокрема диспаритету цін на аграрну продукцію, низькі темпи технічного оновлення виробництва, мінливі конкурентні позиції вітчизняної сільськогосподарської продукції, фінансове забезпечення та політична нестабільність в країні.

З метою підвищення рівня продовольчої безпеки держав доцільним є використання процесу адаптації діяльності аграрних формувань до умов сьогодення, зокрема євроінтеграційних перетворень.

Процес адаптації діяльності аграрних формувань варто розуміти як внесення змін у функціонування внутрішніх систем і діяльності підрозділів, що супроводжують адаптивну реакцію. Слід зазначити, що адаптивна реакція аграрних підприємств може потребувати фінансової підтримки, при цьому, витрати на адаптацію можуть відшкодуватись за рахунок витрат виробництва й інвестиційних ресурсів.

Серед джерел фінансування процесу адаптації аграрних формувань до умов сьогодення слід вказати такі, як:

- активізація власних зусиль щодо укріплення фінансового стану, реалізується в максимальному використанні всіх ресурсів, при створенні цілеспрямованої стратегії поведінки, що дає можливість стабілізувати доходи і зменшити витрати;
- звернення до державної підтримки в різних формах, що може здійснюватися підприємством з метою пошуку джерела дешевих грошей, при цьому не претендуючи на частину власності й контролю;
- пошук іноземних інвесторів, що є досить привабливим джерелом інвестицій;
- пошук нетрадиційних фінансових джерел, які можна було б використовувати тривалий час, наприклад, різні форми об'єднання коштів (пайова участь, товариства, акціонерні товариства) [1, С. 186].

Одним із основних джерел фінансового забезпечення процесу адаптації аграрних формувань до умов сьогодення залишаються все ж таки власні кошти аграрних формувань. До них відносять нерозподілений прибуток та амортизаційні відрахування, але ймовірність використання даних грошових ресурсів на процес адаптації їх діяльності досить низька, оскільки дані кошти зазвичай направляються на покриття основних витрат агропідприємства, а на модернізацію обладнання чи закупівлю нових основних фондів коштів не залишається. До того ж, враховуючи сезонність агробізнесу, то є ризик отримання низького прибутку або навіть отримання збитків у результаті діяльності, для покриття яких, знову ж таки потрібно залучати додаткові фінансові ресурси через різні канали фінансового ринку.

Основним фактором притока інвестицій для забезпечення процесу адаптації аграрних формувань до умов сьогодення є банківський капітал. Основними інститутами кредитування служать комерційні банки. Динаміка зміни обсягів банківського кредитування сільгоспвиробників є досить строкатою і тісно пов'язаною із врожайністю сільськогосподарських культур. Своєчасне підключення позикових засобів до процесу адаптації аграрних формувань до умов сьогодення усуває небезпеку його призупинення з причини відсутності фінансових ресурсів на придбання основних і оборотних засобів.

Важливим завданням поліпшення фінансового забезпечення процесу адаптації аграрних формувань до умов сьогодення є гарантування рівнодоступності державної підтримки, адже відомо, що доступ до окремих програм мають не всі товаровиробники: дрібні підприємства, фермерські господарства, індивідуальні виробники, як правило, обмежені в такому фінансуванні. Одним із способів розв'язання цієї проблеми є підвищення ролі та значимості кредитних кооперативів та спілок, державних іпотечних банків, лізингових компаній та інших фінансово-кредитних установ [2, С.163].

Отже, в умовах сьогодення, зокрема євроінтеграційних перетворень, фінансове забезпечення процесу адаптації діяльності аграрних формувань, можливе лише при комплексному використанні всіх видів і методів фінансування аграрних підприємств, що дасть їм можливість розвивати та розширювати спектр своєї діяльності.

Література

1. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: монографія / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко. – К.: Лібра, 2003. - 280 с.
2. Комарова І.В. Фінансове забезпечення аграрного сектора України за рахунок бюджетних коштів / І.В. Комарова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - № 4(16). – 2011. – С. 161-165.

Гаврилюк Н.М.,
аспірант кафедри економіки,
Національний транспортний університет, м. Київ,
Ріщук Л.І.,
к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ФОРМУВАННЯ ТА ОБГРУНТУВАННЯ ЗМІСОВОЇ МОДЕЛІ ЛОГІСТИЧНОГО КОНТРОЛІНГУ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах глибокої фінансово-економічної кризи підприємства всіх галузей економіки повинні мобільно й адекватно реагувати на всі зміни, які відбуваються навколо та запроваджувати новітні методи управління, які б забезпечували сталий інноваційний розвиток підприємства. Проблема ефективного логістичного управління потребує нових науково обґрунтованих шляхів, методів та інструментів, а також дієвої системи аналізу, оцінки та контролю логістичної діяльності підприємства. Комплексні розробки науковців щодо логістичного управління підприємством на основі контролінгу мають фрагментарний характер. Тому особливої уваги набуває проблематика дослідження теоретичних, практичних і методичних аспектів логістичного контролінгу.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних аспектів, формування та обґрунтування змістової моделі логістичного контролінгу для забезпечення управління логістичними процесами і подальшої адаптації та впровадження в управління логістичною системою на українських підприємствах.

Логістичне управління підприємством полягає в управлінні матеріальними і супутніми потоками з метою максимального задоволення вимог споживачів, мінімізації витрат і узгодження інтересів всіх учасників товароруку [4, с. 47]. Логістичне управління дозволяє за рахунок оптимізації потокових процесів і раніше не задіяних резервів в значному ступені знизити витрати на виробництво й розподілення продукції [5, с. 5]. Дослідник Стефан Абт пропонує таку структуру сфери логістичного управління на підприємстві (рис. 1):



Рис. 1. Сфери логістичного управління на підприємстві [6, с. 34]

Предметом логістичного управління виступають всі логістичні процеси, пов'язані із зміною параметрів розміщення, часу, форми матеріальних, інформаційних і фінансових потоків на підприємствах [3, с. 55]. Оптимізація логістичних процесів обумовлює підвищення ефективності управління підприємством на основі логістичного контролінгу.

На основі досліджень інтеграції функцій логістики та контролінгу розроблено змістову модель логістичного контролінгу в управлінні діяльністю підприємства (рис. 2). Змістова модель складається з трьох блоків: блок контролінгу в управлінні діяльністю підприємства, блок логістичного управління, які формують блок логістичного контролінгу.



Рис. 2. Змістова модель логістичного контролінгу в управлінні діяльністю підприємства

Блок контролінгу в управлінні діяльністю підприємства базується на застосуванні інструментарію стратегічного та оперативного управління. Стратегічний контролінг забезпечує ефективне стратегічне управління, яке покликане до відстежування намічених цілі розвитку та досягнення довгострокової стійкої переваги перед конкурентами.

Основою блоку логістичного управління є логістичні процеси: транспортування, складування, маніпуляції, пакування, знакування, опрацювання замовлень тощо, які в свою чергу складаються з логістичних операцій в різних логістичних потоках. Логістичне управління як циклічний процес потребує розгляду з позиції двох підходів до класифікації видів логістичної діяльності: функціонального та ресурсного, які є основою для управління логістичною діяльністю підприємства.

Інтегрований блок логістичного контролінгу конкретизує його зміст та виділяє основні елементи: об'єкт, предмет, мета, завдання, функції, принципи. Суть логістичного контролінгу як інструменту управління підприємством, полягає в адаптації системи контролінгу до управління логістичними процесами на основі постійного моніторингу показників діяльності логістичної системи.

Аналіз та узагальнення теоретичних основ логістики та контролінгу дозволили обґрунтувати основні елементи змістової моделі логістичного контролінгу, розвиток та впровадження якої дасть змогу зменшити витрати, підвищити рівень конкурентоспроможності та дохідності підприємства. Реалізація ідеї логістичного контролінгу може бути багатоваріантною і залежить від концептуального вирішення моніторингу відхилень показників та прийняття коригуючих рішень. Тому перспективи подальших досліджень будуть спрямовані на розробку системи логістично-контролінгових показників, а також концептуальної схеми управління логістичними процесами на основі контролінгу

Література

1. Ткачова А. В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств : монографія / А.В. Ткачова, Т. О. Загорна. – Донецьк: Видавництво «Ноулідж» (донецьке відділення), 2012. – 260 с.
2. Моделі і методи логістичного управління суб'єктами господарювання й економікою регіону: монографія / Р. Р. Ларіна, О. Г. Череп, І. Ю. Грішин, А. О. Ілаєва. – Сімферополь: ВД «АРИАЛ», 2011. – 234 с.
3. Stefan A. Zarzadzanie logistyczne w przedsiębiorstwie / Abt Stefan. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 1998. – 366 s.
4. Крикавський Є.В. Логістика. Для економістів : підручник / Є.В. Крикавський. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2004. – 448 с.

Гарматюк О. В.,

аспірант кафедри економіки,

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»

м. Київ

ПРОЦЕС ОРГАНІЗАЦІЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ АПК

Трансформаційні зміни в економічному механізмі господарювання товаровиробників аграрного сектору економіки призвели до порушення організаційних зв'язків у ланцюзі «виробник-споживач», недосконалості ціноутворення, монополізму заготівельних, переробних підприємств і торгівлі, що стримує розвиток конкуренції на внутрішньому ринку. Сільськогосподарські підприємства як основні постачальники агропродовольства, що забезпечують продовольчу безпеку країни, функціонують в умовах невизначеності. Ринкові відносини пов'язані зі створенням інфраструктури, яка базується на різноманітності форм збуту, що дозволяє сільськогосподарським товаровиробникам переорієнтуватися на альтернативні канали.

Господарська діяльність великих підприємств і дрібних виробників аграрного сектору охоплює собою цілеспрямовану, з метою забезпечення реалізації і одержання прибутку, організацію збуту (продажу) виробленої сільськогосподарської продукції. Здійснення збуту (продажу) готової продукції та сільськогосподарської сировини становить собою, по-перше, реалізацію виробником належного йому права власності на цю продукцію, реалізацію його права розпорядження нею; по-друге, організація збуту (продажу) своєї продукції є проявом його права на підприємницьку діяльність; по-третє, раціональна організація збуту (продажу) продукції забезпечує одержання її власником відповідного прибутку (доходу), без чого виробничо-господарська діяльність була б недоцільною і непотрібною.

Розвивають тему організації збуту сільськогосподарської продукції у вітчизняних умовах науковці: О. Варченко, А. Даниленко, С. Дусановський, О. Єраркін, С. Кваша, Д. Крисанов, Х. Махмудов, Л. Михайлова, Л. Молдаван, Т. Осташко, П. Саблук, І. Соловйов, М. Солодкий, Г. Шевченко, О. Шпикуляк, О. Шпичак та інші вчені. Зазначені наукові праці стали основою для побудови теоретичної бази дослідження.

Мета дослідження – запропонувати теоретичні засади формування ефективної збутової політики сільськогосподарських підприємств з урахуванням існуючих процесів реформування аграрної економіки.

Виробництво і збут аграрної продукції має ряд особливостей соціально-економічного, організаційно-технічного й специфічного характеру, які впливають на організацію ефективної системи збуту продукції, що вимагає вивчення особливостей її організації, розробки принципів і пошуку ефективних управлінських рішень.

На нашу думку, до соціально-економічних особливостей можна віднести: багатокладність сільської економіки, в основі якої лежать різноманітні форми власності й організаційно-правові форми господарювання; зростання масштабів виробництва й ускладнення соціально-економічних зв'язків; посилення інтеграції та кооперування; зміна пропорцій централізованого й децентралізованого регулювання; невідповідність між рівнем виробництва і споживання аграрної продукції в розрахунку на одну особу по території країни; граничні величини споживання продукції, зумовлені фізіологічними, історичними, національними, територіальними, кліматичними, віковими особливостями; подолання монополізму в усіх ланках просування продукції від виробника до споживача, високий рівень внутрішньої та зовнішньої конкуренції; самостійність і незалежність суб'єктів ринку у виборі структури виробництва, каналів реалізації і купівлі продукції, встановлення рівня цін і розпорядження своїми доходами; наявність елементів ринкової інфраструктури.

Організаційно-технічними особливостями можна вважати: розвиток виробництва сільськогосподарської продукції, що базується на використанні біокліматичного потенціалу; незамінність головних засобів виробництва – землі та води; залежність виробництва сільськогосподарської продукції від природно-кліматичних умов; просторове розміщення виробництва, його сезонність; особливості спеціалізації й концентрації виробництва; локальний характер виробництва окремих видів сільськогосподарських культур, що зумовлює об'єктивну необхідність організації транспортування сільськогосподарських культур або продуктів їх переробки; зміна змісту й організації виробничо-збутової діяльності. До специфічних особливостей слід віднести: пріоритет сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки для гарантування продовольчої безпеки; неоднорідність аграрної продукції, якісні показники якої не підлягають певній стандартизації; відсутність стартових умов підвищення конкурентоспроможності; наявність резервних фондів і перехідних запасів сировини; швидку окупність витрат; конкурентоспроможність на світовому ринку; використання сільськогосподарської продукції для внутрішньовиробничого споживання (на насіння, корм худобі, громадське харчування).

Особливості організації збуту сільськогосподарської продукції є різноманітними, їх перелік тісно пов'язаний зі специфікою й умовами функціонування сільськогосподарських товаровиробників у ринковому середовищі. Із викладеного вище випливає перша особливість організації збуту сільськогосподарської продукції, яка передбачає підвищення рівня товарності й пов'язана із проявом у конкретному господарстві трьох необхідних до виконання умов: задоволення потреб власного виробництва, розвиток підприємницької ініціативи його членів і підвищення рівня розширеного відтворення. Проте, враховуючи непередбачуваність ринкового попиту та пропозиції на сільськогосподарську продукцію, ринок, у свою чергу, ставить перед товаровиробником досить жорсткі умови й орієнтує його на виробництво продукції, яка користується у споживачів попитом [2]. Отже, виробник повинен постійно відслідковувати ринкову ситуацію: яку продукцію, коли і в яких кількостях необхідно виробити, щоб вона знайшла ефективні канали збуту; за якою ціною й кому вигідніше реалізувати; як оперативно і з найменшими витратами здійснювати її доставку і т.д. З урахуванням складних ринкових умов сільськогосподарському товаровиробникові необхідно вносити відповідні зміни в організацію виробництва.

Наступна особливість полягає в тому, що невеликі сільськогосподарські товаровиробники є більш гнучкими й мобільними за можливостями зміни структури виробництва, ніж великі підприємства, зокрема, фермерські господарства та особисті селянські господарства. Так, на цю особливість сімейного виробництва звернув увагу О.В. Чаєнов: «... за падіння ринкової кон'юнктури завдяки механізму трудових розрахунків негативні величини (збиток) з'являються у селянському господарстві набагато пізніше, ніж у «великому підприємстві» (звідки виняткове виживання і стійкість селянських господарств), і часто умови внутрішньої основної рівноваги сімейного господарства роблять для нього прийнятними дуже низькі оплати одиниці праці, що дають можливість існувати в умовах, які призводять «великі сільськогосподарські підприємства» до безсумнівної загибелі» [3]. Адаптуючи висловлені класиком ідеї до сучасної економіки, можна відзначити, що у нинішніх умовах, маючи порівняно непогану матеріально-технічну базу й дещо кращі можливості для її створення (оренда, у т.ч. лізинг, пільгове або іпотечне кредитування і т.д.), необхідно сформувати таку ринкову структуру виробництва, де один вид продукції ніби підстраховує інший. Цим досягається вища економічна стабільність господарства. Третя особливість – багатоканальність збуту продукції – зумовлена, передусім, відсутністю гарантій укладання і продовження договорів на її поставку й виконання взятих зобов'язань. Це, природно, впливає на розвиток структури виробництва. У невеликих за розмірами господарствах більші витрати на реалізацію в розрахунку на одиницю продукції, ніж у більш потужних. Отже, зниження високого рівня реалізаційних витрат на одиницю продукції можливо лише за умови їх оптимізації через використання ефективних інфраструктурних відносин. Зазначимо, що у вітчизняних умовах розвиток ринкової інфраструктури дрібних товаровиробників ще слабо розвинений і не відповідає сучасним вимогам, особливо господарських суб'єктів, які базуються на кооперативних принципах. У цьому зв'язку власники багатьох дрібних господарств зазначають, що не можуть стати повноправними економічними агентами, не розв'язавши завдання зберігання, переробки та транспортування продукції.

Важливу роль в організації збутом продукції підприємств відіграють критерії вибору каналу її розподілу. До найбільш поширених критеріїв щодо вибору каналів збуту, які використовуються при обґрунтуванні стратегії розподілення, належать: витрати, зокрема, оплата поточної діяльності посередників; контроль фірми за діяльністю посередника і, відповідно, його контроль за станом охоплення ринку. У міжнародній практиці сукупність цих критеріїв дістала назву концепції «3С» збуту: cost – витрати, control – контроль, coverage – охоплення.

Ґрунтовніший підхід до вибору каналу збуту дістав назву «6С», згідно з яким до елементів «3С» додаються: capital – необхідні інвестиції для створення (побудови) каналу; character – характер каналу, його відповідність вимогам товару, фірми-продавця на ринку; continuity – стабільність, орієнтація посередника на довгострокові відносини, що дає можливість проведення більш повного аналізу вибраних каналів розподілу [5].

Аналізуючи продукцію агропромислового комплексу України, заслуговують на увагу фактори, що визначають вибір маркетингового каналу підприємствами цієї галузі: 1) витрати реалізації; 2) збереження якості товару; 3) особливості товару; 4) характер ринку збуту; 5) ефективність діючих і потенційних каналів маркетингу; 6) стан і можливості виробника товару; 7) цілі та ресурси підприємства. Все це обумовлено характеристиками, притаманними сільськогосподарській продукції, що визначаються видом, призначенням, середньою ціною одиниці товару і сезонністю виробництва.

Під час вибору каналу збуту витрати на реалізацію доцільно аналізувати в розрізі витрат на транспортування, торгове обслуговування, стимулювання збуту, зберігання, однак вітчизняні підприємства сфери

АПК такий аналіз практично не проводять. Оскільки вид товару дає інформацію про тривалість його максимального зберігання, товари тривалого зберігання (наприклад, зерно), можуть розподілятися через довгі непрямі канали маркетингу, що мають ряд посередницьких ланок, а розподіл товарів, які швидко псуються (наприклад, молоко), має здійснюватися через найкоротші канали. Всі ці особливості агропромислової продукції ставлять спеціальні вимоги до каналів розподілу, а саме: проведення ретельного дослідження ринку, формування розвиненого складського господарства та побудова оптимальної логістичної системи [4].

Отже, рівень впливу всіх зазначених факторів у рамках сільськогосподарського товаровиробника визначається ефективністю його збутової діяльності (вмінням організувати збут), яку оцінюють із позиції конкурентних переваг продукції та її виробника за такими показниками: рівень товарності господарств, норма прибутку (максимальна або оптимальна для певної сфери комерційної діяльності), частка на ринку, виручка від реалізації, імідж підприємства або його товару на ринку, зміна якості й структура асортименту і т.д.

Література

1. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємства / Монографія Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. - Донецьк, 2009. - 245 с.
2. Гайдуцький П.І. Формування та розвиток аграрного ринку / Гайдуцький П.І. // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 4-15.
3. Чаянов А.В. Крестьянское хозяйство. / А.В. Чаянов – М.: Экономика, 1989. – 251 с
4. Tkachova A. V. (2009), "Logistics costs as a criterion for optimization of logistic management", Naukovi pratsi DonNTU, vol.36-2
5. Tsyhankova T. M. (2005), Mizhnarodnyj marketynh [International Marketing], KNEU, Kyiv, Ukraine

Гвиниашвили Т.З.,

*аспірант кафедри економіки управління підприємством,
Днепрпетровський національний університет імені Олеся Гончара*

ОБОБЩЕНИЕ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ К КЛАССИФИКАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

Современные тенденции развития мировой экономики диктуют необходимость поиска новых форм, методов, подходов и технологий управления предприятием. Традиционные методы и подходы к управлению становятся недостаточно эффективными и препятствуют успеху предприятия, которое функционирует в условиях постоянно изменчивой окружающей среды.

На сегодняшний день, одной из наиболее важных задач в рамках практики управления становится разработка кардинально новых моделей, механизмов, а также инструментов управления организационными преобразованиями и изменениями, которые в свою очередь позволят повысить эффективность функционирования субъектов хозяйствования, их конкурентоспособность, и как следствие, позволят создать основу для технологического и инновационного развития.

Вопросам типологии изменений на предприятиях в своих научных трудах уделяли внимание большое количество отечественных и зарубежных ученых. Существенный вклад в развитие классификации изменений сделали такие зарубежные ученые экономисты как Ташмен, Ньюман и Романэли, Гроад и Местон, Ханан и Фримен, Дамерс, Маэс, Гринвуд, Акерман, Хайнинг, Дафт и др.

Различные подходы к классификации изменений на предприятиях также предлагают такие ведущие отечественные исследователи: Г. Широкова, Т. Андреева, Г. Надежина, В. Распопов, Д. Найпак и др.

Но несмотря на огромное количество предложенных подходов к классификации изменений на предприятиях в экономической литературе, на сегодняшний день не существует единого мнения среди ученых экономистов касательно типологии изменений и четкой их идентификации на предприятиях.

Анализ исследований по данной проблематике дал возможность утверждать, что типология всех изменений на предприятии базируется на делении между эволюционными и революционными. Такое разграничение впервые было сделано в 1970 году Ватцлавиком, Уикландом и Фиршем, которые выделили изменения первого и второго порядка. Под изменениями первого порядка понимали изменения - «вариации вокруг основной темы», а под изменениями второго порядка было предложено определять кардинальный прорыв, который не имеет связи с прошлым [10, с. 254]. В дальнейшем, при изучении данного вопроса, исследователя только дополняли и раскрывали данную классификацию исходя из каких-либо классификационных признаков. Например, Л. Грейнер, который предложил модель развития предприятия на основе таких составляющих как размер и возраст предприятия, этап эволюции, этап революции и роста отрасли, утверждает, что безусловно существует связь между типом изменения и этапом эволюции развития предприятия [5, с. 42].

М. Ханнан и Дж. Фримен выделили коренные и периферийные структурные изменения [7, с. 157], Б. Гроад и Ф. Местон - вынужденные и спровоцированные [6, с. 336], а Дж. Джонсон и К. Скоулз – наследственные, ступенчатые, колебательные и глобальные [8, с. 29]. Ж.-П. Дюпуиз и А. Кузьминский предложили подход к классификации изменений на предприятии, который предполагает наличие критерия предварительного плана осуществления, в рамках которого различают запланированные и спонтанные изменения [4, с. 500].

На основе разграничения изменений между эпизодическими и постоянными Л. Акерман выделяет три вида изменений: изменения развития, переходные и трансформационные изменения [2, с. 248]. В свою очередь, Ричард Л. Дафт выделяет четыре типа изменений, возникающие внутри организации: изменения товаров и услуг; изменения

стратегии и структуры; изменения культуры; изменения технологии [3, с. 741]. Обобщение различных типологий изменений представлено в таблице 1.

Таблица 1

Обобщение существующих подходов к классификации изменений

№	Классификационный признак	Виды изменений	№	Классификационный признак	Виды изменений
1	2	3	4	5	6
1	Характер возникновения:	- регулярные; - случайные.	2	Характер реализации:	- эволюционные; - революционные.
3	Масштаб:	- локальные; - комплексные.	4	Степень планирования:	- запланированные; - незапланированные.
5	Направления инициативы:	- «сверху – вниз»; - «снизу – вверх»; - горизонтальные.	6	Временной интервал:	- краткосрочные; - среднесрочные; - долгосрочные.
7	Уровень возникновения сопротивления:	- индивидуальные; - групповые; - комплексные.	8	Способность к распространению:	- единичные; - диффузные.
9	Степень формализации:	- абстрактные; - конкретные.	10	Стиль управления:	- директивные; - партисипативные.
11	Назначение:	- усовершенствование; - дополнение; - замещение; - ликвидация.	12	Причины:	- изменения внешней среды; - изменения внутренней среды.
13	Реакция на внешнее воздействие:	- активные; - пассивные; - смешанные.	14	Глубина:	- коренные; - радикальные; - умеренные.

Источник: составлено автором на основе [3, 6, 7, 9, 10]

На основе всего вышеприведенного можно согласиться с утверждением Г. Широковой, что на сегодняшний день все существующие подходы к классификации изменений на предприятии представляют собой континуум диаметрально противоположных типов изменений, в основе которых лежат те или иные классификационные признаки, такие как продолжительность изменений, скорость изменений, стратегический подход к изменениям и др.

Но, не смотря на огромное количество представленных в экономической литературе типов изменений, ученые так и не пришли к общему и единому мнению касательно идентификации типа того или иного изменения [1, с. 212].

Следует отметить, что в современных условиях хозяйствования представляется очень сложным следовать той или иной определенной концепции изменений. Иными словами, просто не представляется возможности использовать тот или иной подход к классификации изменений на предприятиях в силу постоянно изменчивой окружающей среды. Также, следует обратить внимание на то, что предприятие должно меняться для осуществления постоянного и устойчивого экономического развития. Пренебрегая данной аксиомой, эффективное функционирование организации ставится под угрозу.

Литература

1. Широкова Г.В. Управление изменениями в российских компаниях : учебник / Г.В. Широкова, 2-е изд. – СПб. : Изд-во «Высшая школа менеджмента»; Издат. Дом С.-Петербур. гос. ун-та, 2008. – С. 210-216.
2. Ackerman L. Development, transition or transformation: the question of change in organizations / L. Ackerman, D. F. Van Eynde, J. C. Hoy, D. C. Van Eynde. – San Francisco: Organization Development Classics, Jossey Bass, 1997. – 248 p.
3. Daft R. L., 2001. Organization Theory and Design. South-Western College Pub. – 741 p.
4. Dupuis J.-P. Sociologie de l'economie, du travail et de l'entreprise / J.-P. Dupuis, A. Kuzminski – Boucherville: Gaëtan. Morin, 1998. – 500 p.
5. Greiner L. Evolution and Revolution as Organizations Grow / L. Greiner // Harvard Business Review. – 1972. – Vol. 50. July-August. № 4. – 42 p.
6. Grouard B. L'Entreprise en mouvement: conduire et reussir le changement / B. Grouard, F. Meston. – Paris: Dunod, 1998. – 336 p.
7. Hannan M., Freeman J. 1984. Structural Inertia and Organizational Change // American Sociological Review, Vol. 29, - 157 p.
8. Johnson J., Scholesk. Mw roles for planners. "Rehhinking strategie planning", long Rand Planning. Vol 28. 1995, № 56. - 29 p.
9. Maes G. 2008. Towards a dynamic description of the attributes of changes // Organisational Change & Development: Bucharest, 2008. URL: http://www.eiasm.org/frontoffice/event_announcement.asp?event_id=586
10. Watzlawick P., Weakland J., Firsh R. 1974. Change. New York: Norton, - 254 p.

Георгіаді Н.Г.,
д.е.н., професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва,
Лучко Г.Й.,
к.е.н., асистент кафедри адміністративного та фінансового менеджменту,
Національний університет «Львівська політехніка»

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Торгівля є одним із видів економічної діяльності, що найбільш динамічно розвивається і від якої багато в чому залежить економічне піднесення кожного регіону та країни в цілому. Сьогодні її вплив на розвиток вітчизняної економіки набуває все більшого значення. На фоні світової фінансової кризи, а також політичної та економічної криз 2013-2014 рр. в Україні, що зумовлюють посилення ринкової конкуренції і загострення проблеми виживання, перед багатьма торговельними підприємствами постає питання підвищення їх конкурентоспроможності на ринку. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є розроблення інноваційних стратегій та їх реалізація на практиці.

Динамічна діяльність торговельних підприємств вимагає застосування ефективних інновацій. Інновації та інноваційний розвиток передбачають створення нових ідей, розробок. Однак, у сучасних умовах важливо не лише бути генератором нових ідей, але й знайти шлях втілення нововведень у діяльність підприємства. Для якісного функціонування торговельного підприємства необхідно цілеспрямовано управляти його інноваційним розвитком. Стратегічне управління інноваційною діяльністю дозволить торговельним підприємствам протистояти негативним змінам зовнішнього середовища, оптимально використовувати внутрішній потенціал та забезпечить ефективне функціонування організації в майбутньому.

В основі стратегічного управління лежить розробка та реалізація інноваційних стратегій. Вдало розроблені інноваційні стратегії дозволяють враховувати та поєднувати потреби як споживачів, так і виробників на ринку. Як показують дослідження, до найпоширеніших видів інноваційних стратегій підприємства можна віднести традиційну, імітаційну, залежну, опортуністську, оборонну, наступальну. При цьому, не існує єдиної моделі інноваційної стратегії для всіх торговельних підприємств, оскільки вибір стратегій залежить від індивідуальних виробничих, технічних, ринкових, соціальних та інших факторів. В умовах підвищеного ризику торговельним підприємствам доцільно використовувати одну з наступних стратегій: імітаційну, опортуністську або оборонну [3]. Вибір однієї з них ґрунтується на залученні інноваційних технологій, які не вимагають великих витрат на дослідження і впровадження. Від управління інноваційними стратегіями залежить ефективність результатів та позиціонування фірми на ринку.

Дослідження методологічних основ формування стратегій організацій [1, 2] та вивчення практичного досвіду діяльності торговельних підприємств дозволило виділити наступні етапи стратегічного управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства:

1. Формування місії та цілей торговельного підприємства.
2. Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища та визначення рівня інноваційного потенціалу торговельного підприємства.
3. Формування системи цілей і альтернатив інноваційних стратегій торговельного підприємства з врахуванням ризику.
4. Вибір інноваційної стратегії торговельного підприємства з урахуванням ризику та її узгодження з іншими стратегіями організації.
5. Конкретизація абсолютних і відносних показників, які характеризують інноваційний розвиток підприємства, а також критеріїв, яким вони повинні відповідати.
6. Виявлення та оцінювання факторів, які впливають на інноваційний розвиток торговельного підприємства.
7. Формування системи способів посилення дії факторів, які позитивно впливають на інноваційний розвиток, і зниження (нівелювання) сили впливу факторів, які носять негативний характер.
8. Реалізація організаційних змін для реалізації обраної інноваційної стратегії торговельного підприємства.
9. Інформаційне, технічне, фінансове та інше забезпечення реалізації обраної інноваційної стратегії.
10. Контролювання та регулювання процесу реалізації розробленої інноваційної стратегії торговельного підприємства.

Вибір і реалізація правильної стратегії забезпечить сприятливі умови для ефективного функціонування підприємства в умовах фінансової кризи. Однак, необхідно не лише розробити стратегічний план розвитку та контролювати процес його виконання, але й постійно корегувати та вдосконалювати його. Запропоновані етапи стратегічного управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства сприятимуть забезпеченню сталого розвитку з максимальним урахуванням та використанням його інноваційного, технологічного, кадрового та ресурсного потенціалів.

Література

1. Подольчак Н.Ю. Стратегічний менеджмент : навч. посібник / Н.Ю. Подольчак. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 400 с.
2. Рошка М.С. Управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства / М.С. Рошка // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницьк, 2009. – № 4, т.2. – С. 123-127.
3. Харук К. Б. Інноваційні стратегії розвитку торговельних підприємств / К. Б. Харук // Проблеми економіки та управління. - Л. : Вид-во Нац. ун-ту "Львів. політехніка", 2009. – № 640. – С. 421-425.

MARKETING INNOVATION AS AN IMPORTANT DIRECTION IN INNOVATIVE POLICY OF ENTERPRISE

Development and implementation of marketing innovations in market conditions is the only way to improve its competitiveness and to support high rates of development in organizations. Marketing innovations are designed to satisfy the needs of customers in full, to open new markets in order to increase sales. It's the key to successful development of the organization.

Commercialization of innovations necessitates application of marketing innovations. There are a number of approaches to the definition of marketing and innovation in the scientific literature. To perform system management of marketing innovation at enterprises, it is essential, first of all, to define the essence of the notions of «innovation» and «marketing» (table 1).

Table 1

Combining categories of «innovation» and «marketing» [1, с. 23-30; 3; 4; 5]

Author	Essence	Notes
Syrotynska N.	Marketing innovation is an activity aimed at commercializing innovations and it is preceded by the establishment of full-scale market research customers' expectations, market opportunities, market segment definition, the needs of which will be focused on innovation.	Improving the marketing of a product
Zagorna T.	Innovative Marketing in the conditions of Ukrainian enterprises provides a way out of difficult economic conditions through production and sales of new products	The traditional marketing concept is used, that's satisfaction of consumer needs by better way than competitors at the production of new products (it is not indicated if it is innovation or not)
Kostina O.	Innovative Marketing as a concept is broader than marketing of innovations, it includes mission, philosophy thinking, scientific research, management style and behavior	Innovative marketing is different from marketing of innovation. It is a philosophy of doing business.
Balabanova L.	Innovative Marketing is enlightened marketing principle, according to which the company must constantly make real improvements to their products and marketing	Improving the production and marketing
Kuznietsova N.	Marketing innovation is a complex of organization, management and analysis	The traditional marketing, but innovative
Yongmin Chen	Innovation in marketing is the creation of new marketing tools and techniques	Innovation in the «heart» of marketing
Druker Piter	Since the purpose of business is the conquest and saving consumers, its main function is marketing and innovation. The main task of marketing is to attract and retain customers while ensuring profits	Marketing and innovation are the two main functions of business

For a more complete understanding of the importance of innovation in marketing definitions should be cited as to the problem of the research. According to Professor Illiashenko S., marketing innovations and innovation in marketing imply the using of improved and new methods and tools of marketing in the creation and distribution of certain products (technologies, services) in order to meet the needs and demands of consumers and producers more efficiently [1; 2].

Management of Oslo determines that marketing innovation is the introduction of a new method of sale, including significant changes in the design or packaging of the product, its packaging, promotion product on the market or in the appointment of the sale price that aim to better meet customer needs, to open new markets or gain new positions for products on the market in order to increase sales.

There is a bilateral comprehensive approach to the study of the functioning and implementation of marketing innovation in the publications of J.-J. Lamben, D. Dey, N. Rychkov, B. Kisieliev, Ye. Golubkov and other authors engaged in the study of marketing innovation features. On one hand, marketing innovation is developed for the consumer (either to meet their needs or to organize marketing support, for example, to draw attention to the product). On the other hand, it appears to be a product or a technology of innovation marketing for the company which deals with the phased implementation of marketing innovation and evaluation of the effectiveness of such an implementation.

Marketing innovations are implemented new or significantly improved marketing methods that cover significant changes in the design and packaging of products, the use of new techniques and sales presentations of goods and services; their presentation and promotion on markets, developing new pricing strategies. Marketing innovations are aimed at better meeting the needs of consumers, expanding their staff, opening new markets in order to increase sales. Changes in product design, which is a part of a new marketing concept mean changes in the form and appearance of the product and they do not affect the functionality and user characteristics. They also include changes in the package.

Using new methods of sales and products presentation is connected with expansion of sales and does not include methods of logistics (transport and storage). Using new methods of presentation and promotion of products (services) means the application of the relevant new concepts. Innovation in the price formation involves using new pricing strategies. Seasonal, regular and other current changes in marketing instruments are generally not marketing innovations.

In addition, in the modern domestic innovation policy there is no single conceptual approach to the formation of type characteristic of marketing innovations.

Therefore, to maximize using of environment opportunities, businesses need constant work on new products, technologies, relations with the outside world. The innovative marketing activity helps solve these tasks. It is the core of corporate competitive strategies.

References

1. Illiashenko N. Organizational and economic principles of innovative marketing industry : monograph / N. Illiashenko. - Sofia: Izd SSU, 2011. - 192 p.
2. Innovation and marketing - the driving force of economic development: monograph / Ed. Doctor of Economics, Professor S. Illiashenko. - Sumy LLC "“Printing House” papyrus”, 2012. - 536 p.
3. Syrotynska N. Innovations and its marketing support / N. Syrotynska // Bussiness-Inform. - № 4. - 2014. - P. 465-469.
4. Drucker P. F. The practice of management / P. F. Drucker. - London: Heinemann, 1963. - 187 p.

УДК 65.012.34

Герелиця Н.Є.,

к.е.н., асистент кафедри менеджменту організацій,
Житомирський національний агроекологічний університет

ДО ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Динаміка розвитку економіки та науковий прогрес сучасності забезпечують інтегрування логістичних процесів не лише в маркетингову діяльність, а й в загальне управління підприємствами. Виокремлення логістичної складової в систему менеджменту є нагальною потребою часу та вимагає всебічного дослідження, зокрема і що стосується ефективності управлінських рішень в системі логістичного менеджменту підприємств. Специфіка логістичної діяльності, її зв'язок з матеріально-технічним забезпеченням та маркетингом, зачасти, унеможливають використання деяких елементів загальної методики оцінювання управлінською діяльністю або ж лише наближено відображають фактичну дійсність.

Процес управління має працювати на основі інформаційних потоків і зв'язків з усіма галузями підприємства. Сам процес управління зводиться до визначення розмірів запасів в матеріальному та фінансовому вимірі для забезпечення безперебійної роботи всіх підрозділів господарства.

За твердженнями Кальченко А.Г. [1, с.123], джерела задоволення потреб у матеріальних ресурсах поділяються на складові: залишки матеріальних ресурсів на початок планового періоду; мобілізація внутрішніх резервів; закупівля; власне виробництво. З метою виявлення внутрішньовиробничих резервів економії ресурсів слід провести аналіз ефективності їх використання:

- індекс витрат [1, с. 124]:

$$I_H = \frac{H_{B1}}{H_{B0}}, \quad (1)$$

де H_{B1} , H_{B0} - відповідно витрати матеріалів в базисному та звітному роках (од./на од. продукції).

- ступінь повноти використання матеріалу [1, с. 125]:

$$K_H = \frac{B_B}{H_B}, \quad (2)$$

де B_B - вага одиниці маси матеріалу;

H_B - норма витрат матеріалу, од. маси.

- показник ресурсозабезпеченості виробництва [1, с. 125]:

$$Q_{OB} = \frac{M_P}{M_n}, \quad (3)$$

де M_P - отримано ресурсів протягом року,

M_n - потреба в ресурсах протягом року (нормативна).

Безпосереднє відображення результати логістичної діяльності та логістичного менеджменту знаходять у величині фактичних витрат виробництва. Визначення планових витрат складає основне завдання планування бюджету підприємства. Вважаємо за доцільне оцінювати ефективність управління логістичною діяльністю на підприємстві за величиною показників оцінювального характеру (рис. 1).



Рис. 1. Показники оцінки ефективності логістичного менеджменту

Джерело: власні дослідження

Оскільки виокремлення служби логістики в спеціалізованій підрозділ ми не передбачаємо, то про ефективність логістичної діяльності та управління нею свідчать показники продуктивності та прибутковості підприємства. До економічних відносяться показники в грошовому вимірі, що характеризують витрати на виробництво продукції в цілому (собівартість), а також на окремі логістичні операції виробничого процесу. Показники продуктивності свідчать про рівень виробництва, характеризують повноту використання логістичних переходів (ступінь використання матеріалів, втрати матеріалів). Логістичним сервісом називають рівень виконання підприємством допоміжних робіт на замовлення інших підприємств, зокрема підприємств матеріально-технічного забезпечення і збуту [2, с. 79].

Інформаційне забезпечення матеріалопотоків, низькі затрати часу на самодоставку продукції, якість складського логістичного процесу визначено одними з головних конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, сформованих за рахунок впровадження логістичної концепції. За даними Європейської логістичної асоціації, застосування логістичних розробок дозволяє скоротити час виробництва товарів на 25 %, понизити собівартість виробництва продукції на 30 %, скоротити об'єми матеріально-технічних запасів від 30 до 70 % тощо [3, с. 102].

Підводячи підсумки, зазначимо, що Міністерство аграрної політики України та Делегація Європейської Комісії в Україні започаткували Проект «Покращання систем логістики та маркетингу для малих та середніх підприємств (МСП) у сільському господарстві». Схема впровадження Проекту була розроблена Програмою технічної допомоги Європейського Союзу з метою підвищення доходів приватних фермерів, малих та середніх підприємств виробників сільськогосподарської продукції, покращання соціального та економічного добробуту сільського населення, сприяння приватизаційним процесам у сільському господарстві, раціоналізації маркетингових каналів та забезпечення балансу інтересів учасників ринку. Впровадження проекту розпочалося в березні 2005 року [4, с. 18].

Отже, зазначимо, що виокремлення логістичної діяльності в системі менеджменту сільськогосподарських підприємств є нагальною потребою за вимогою часу. Прискорення темпів розвитку інформаційних технологій, інтеграція вітчизняної економіки у світове економічне середовище та стрімке зростання вартості засобів виробництва зумовлюють керівників до пошуку резервів економії витрат коштів, енергії та праці для досягнення конкурентоспроможності. Розвиток маркетингу в наукових та прикладних аспектах зумовлює розширення логістичних завдань з транспортного та складського забезпечення до обґрунтування стратегічних планів як в маркетинговій так і у виробничій діяльності.

Література

1. Кальченко А. Г. Логістика : навч. посібник / А. Г. Кальченко, В. В. Кривещенко. – Вид. 2-ге. – К. : КНЕУ, 2008. – 472 с.
2. Кошій О. В. Особливості надання та оцінювання логістичного сервісу / О. В. Кошій // Логістика: теорія та практика / Луцький нац. техн. ун-т. – 2011. – № 1. – С. 78-83.
3. Павлюк Л. В. Щодо важливості використання логістики для успішного ведення бізнесу в аграрній сфері / Л. В. Павлюк // Логістика: теорія та практика. – 2011. – № 1. – С. 101-105.
4. Покращання системи логістики та маркетингу у сільському господарстві : проект ЄС // Євробюлетень. – 2005. – № 4. – С. 18.

ІННОВАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДТВОРЕННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Очевидно, що стабільний розвиток фермерства потребує достатнього виробничого потенціалу. Економічне зростання і забезпечення відтворення виробничого потенціалу фермерства в значній мірі може бути зумовлене ефективним впровадженням інновацій. Більш адаптованою до вимог сьогодення, на нашу думку, може бути позиція коли інноваційну діяльність фермерського господарства розглядати як здатність фермера сприймати нову інформацію, нарощувати свої професійні знання та навички, висувати нові конкурентноздатні ідеї, знаходити вирішення нестандартних завдань. Хоча це досить обмежене і вузьке визначення, однак такий підхід може бути успішно реалізований в малих господарствах, де управління діяльністю здійснює голова родини.

Аналізування літературних джерел дає підстави стверджувати, що більшість науковців орієнтується на виробничу концепцію інноваційного розвитку, в якій основний акцент робиться на продуктивні та технологічні інновації [2, 3, 4]. Автором економічної категорії «інноваційний розвиток» вважається австрійський вчений Й.А. Шумпетер. Поняття «інновація» ним трактується як зміна з метою впровадження і використання нових видів товарів для споживання, виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації у промисловості [5, с. 174]. Й.А. Шумпетер вважав, що в основі економічного розвитку лежить «здійснення нових комбінацій факторів виробництва» [5, с. 178]. Як слушно зауважує О. Луців, різноманіття джерел технологічних знань і зв'язків полегшує комбінування факторів виробництва і є передумовою появи будь-якої інновації та її виробничого застосування [3, с. 33].

Теоретичні узагальнення дають можливість сформулювати власне тлумачення терміну інновації як інструменту відтворення виробничого потенціалу фермерства. На нашу думку, він являє собою системну сукупність матеріально-технічних, інтелектуальних, інформаційних, інших ресурсів, що приводяться у рух фінансовими та кадровими рушійними силами, скерованими відповідними компетенціями, і спрямовані на реалізацію інноваційної діяльності, метою якої є задоволення нових потреб учасників ринку та посилення конкурентних переваг фермерського господарства. Компетенції є тими здібностями, які дозволяють мобілізувати всі складові інноваційного потенціалу фермерського господарства у здійсненні комплексу бізнес-процесів.

Інноваційний шлях розвитку, що є перманентним для фермерських господарств, за своєю суттю орієнтований на збільшення доходів, на відміну від екстенсивного і інтенсивного шляхів розвитку, орієнтованих на збільшення обсягів виробництва і зниження витрат відповідно [3, с. 31]. Отже, інноваційна діяльність в умовах господарювання фермерських господарств потребує узгодженого вирішення завдань формування технологічної, інституційної, організаційної та інших структур, здатних об'єднати всі необхідні компоненти виробничого потенціалу в загальний відтворювальний контур зростання нового технологічного укладу, створити передумови для модернізації, економічного зростання та зміцнення конкурентоспроможності фермерських господарств.

В кінцевому результаті інновації призводять до появи: нових технологій (зміна технології здатна створити можливості для розробки товару, нових способів маркетингу, виробництва або доставки та покращення супутніх послуг); зміни вартості виробництва; нового сегменту галузі (освоївши новий сегмент ринку, підприємство значно змінює ланцюжок цінностей). Таким чином можна вважати, що інновація являє собою зміну технології виробництва, і разом з тим визначається значною трудомісткістю процесу її здійснення, та безпосередньо впливає на продуктивність і способи поєднання факторів виробництва, а отже, забезпечує видозміну виробничих процесів [3, с. 35-36]. Тобто, інновація є способом якісно більш ефективного, раціонального та економічного використання виробничого потенціалу для забезпечення відтворювального процесу і як наслідок створення конкурентних переваг фермерських господарств.

Інновації забезпечують нові риси та пріоритети в діяльності фермерських господарств. Так, виробництво стає більш зорієнтованим на вузькі ринки та специфічні потреби окремих індивідів. Поступово відмирають застарілі енерго- та матеріалоємні виробництва і виникають нові ресурсозберігаючі. В іншому випадку інновації виступають особливим інструментом відтворення виробничого потенціалу фермерських господарств, оскільки призводять до еволюційних змін у поліпшенні стану і якості діючих технологій і техніки; оновлення, модернізації та раціонального використання основних засобів.

Література

1. История экономических учений (современный этап) : учебник. – М. : ИНФА, 1999. – 495 с.
2. Липчук В.В. Інноваційний потенціал в господарському механізмі фермерських господарств / В.В. Липчук, Л.Б. Гнатишин, Я.С. Янишин. – Наукові записки Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ : збірник наукових праць. – Чернівці, 2010. – [Випуск 1]. – С. 183-189.
3. Луців О. Виробничий потенціал регіону: інноваційний вимір : монографія / О. Луців / НАН України ІРД. – Львів, 2008. – 242 с.
4. Шостак Л. Макроекономічна модель зростання в рамках природоресурсних обмежень / Л. Шостак, О. Бодрак // Економіка України. – 2000. – №12. – С. 46-52.
5. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития: исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита и цикла конъюнктуры / Й.А.Шумпетер. – М. : Прогресс, 1992. – 455 с.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ОСНОВНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ВЕЛИЧИНУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах динамічного розвитку економіки України вітчизняні підприємства прагнуть максимізувати прибуток у короткостроковому періоді, не здійснюючи при цьому фінансових вкладень у розвиток виробництва. Головними причинами цього є, насамперед, нестача економічних знань керівництва підприємств, а також нестабільність економічної ситуації в нашій державі.

Раніше підприємства орієнтувалися, перш за все, на максимізацію прибутку в кожному періоді, а тепер їх орієнтація змінилася на необхідність досягнення гідного рівня конкурентоспроможності як у процесі поточної діяльності так і у майбутній перспективі.

Прибуток є одним з найбажаніших результатів діяльності будь-якого підприємства. Саме тому забезпечення ефективного управління прибутком підприємства є важливою ланкою у процесі його діяльності. Вирішення цього завдання можливе лише шляхом побудови комплексної системи управління прибутком, яку необхідно розглядати як інтегровану систему управління факторами, які впливають на фінансовий результат підприємства.

Проблемам управління прибутком підприємств присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: І.О. Бланка, Л.Д. Бураяка, Ф.Ф. Бутинця, І.В. Зятківського, Є.В. Мниха, А.М. Поддєрьогіна та ін. Не дивлячись на велику кількість досліджень з даної тематики, потребують подальшого розгляду та узагальнення фактори впливу на процес формування прибутку, що необхідні для ефективного управління ним та виявлення резервів його зростання.

Прибуток є головним фінансовим джерелом розвитку вітчизняних підприємств, стимулом до науково-технічного удосконалення їх матеріальної бази та продукції, а також реалізації усіх можливих форм інвестування.

Процес формування прибутку підприємства перебуває у залежності від багатьох факторів, які впливають на його величину. Ці фактори можна поділити на зовнішні та внутрішні.

Так, Г.І. Міакова серед зовнішніх факторів виокремлює три групи: загальноекономічні фактори, до яких відносять побудову на основі власності виробничих відносин, формування організаційно-правових структур ринкового типу, створення інфраструктури ринку; ринкові фактори (коливання попиту і пропозиції, рівень реальних доходів населення, нестабільність фінансового ринку) та інші фактори, а саме: політична нестабільність, негативні демографічні тенденції та ін.

Серед внутрішніх факторів автор виокремлює три групи: виробничі фактори – використання матеріально-технічної бази виробництва, використання трудового потенціалу; інвестиційні фактори – впровадження у виробництво нових засобів праці, витрати інвестиційних ресурсів); фінансові фактори – формування фінансової стратегії, планування діяльності, структура джерел фінансування). [2, с.16]

Управління формуванням прибутку є складовою системою загального управління прибутком. Ця система виконує такі завдання: збільшення обсягу прибутку за рахунок збільшення обсягів виробництва або підвищення цін на продукцію; зниження витрат у процесі його формування; забезпечення стабільності в одержанні прибутку [1].

Прибуток підприємства формується під впливом факторів, основні з яких наведені на рис. 1.

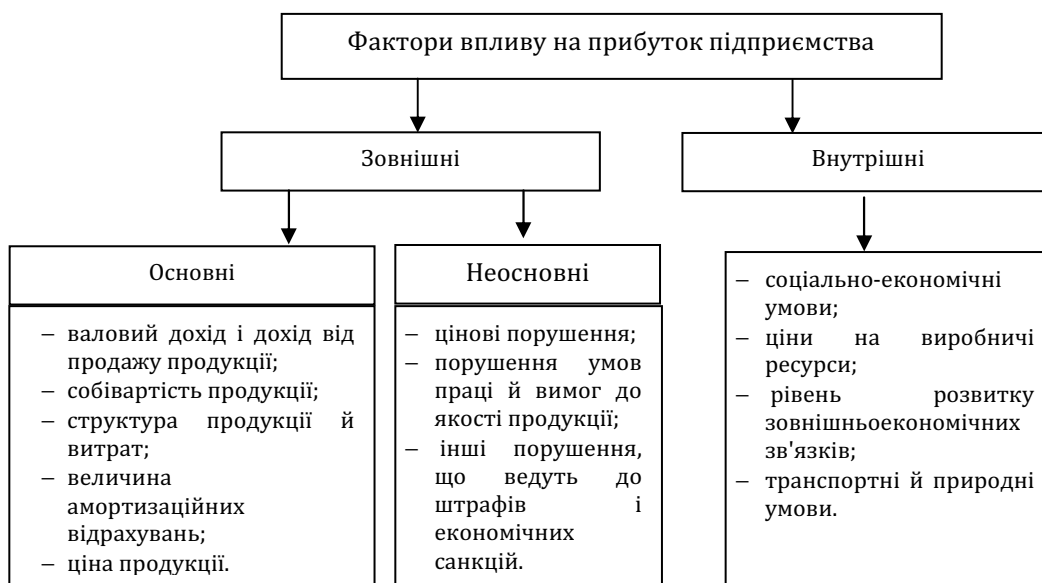


Рис. 1. Фактори впливу на прибуток підприємства

Джерело: складено автором на основі [3]

Розглянемо детальніше зовнішні основні фактори впливу на прибуток підприємства.

Зростання обсягу виробництва й продажу продукції, впровадження науково-технічних розробок, підвищення продуктивності праці, поліпшення якості продукції. При цьому основним джерелом грошових накопичень підприємств є дохід від продажу продукції (частина прибутку, яка залишається за винятком витрат на матеріальні, трудові й інші грошові витрати, пов'язані із проведенням і продажем цієї продукції).

Дохід від продажу продукції є одним з найважливіших показників діяльності підприємств, він створює зацікавленість працівників підприємства не стільки у зростанні кількості виробленої продукції, скільки у збільшенні обсягу проданої продукції підприємства. Це зумовлює необхідність у виробництві таких виробів й товарів, які б відповідали вимогам споживачів та користувалися попитом на ринку. Зацікавленість підприємств у виробництві та реалізації якісної продукції, що користується попитом на ринку, прямо відображається на величині прибутку підприємства.

Витрати на виробництво і реалізацію продукції, що визначають собівартість, складаються з вартості використовуваних у виробництві продукції природних ресурсів, сировини, основних та допоміжних матеріалів, палива, енергії, основних фондів, трудових ресурсів та інших виробничих витрат.

Таким чином, прибуток залежить від таких факторів як: зниження витрат на виробництво продукції, від збільшення обсягу продажу продукції підприємства, обсягу валового доходу підприємства.

Розмір прибутку підприємства залежить не тільки від кількості і якості виготовленої та реалізованої продукції, але й від ціни цієї продукції. В системі ринкових відносин питання ціноутворення займає досить важливе місце, бо через високу ціну продукції підприємство отримує більше прибутку.

Ще одним фактором впливу на прибуток підприємства є амортизація основних засобів і нематеріальних активів.

Основними факторами, що зумовлюють розмір амортизаційних відрахувань на підприємстві є: обсяги основних фондів та нематеріальних активів, що амортизуються; напрями та обсяги руху основних фондів та нематеріальних активів; механізм державного регулювання амортизації; структура основних фондів та нематеріальних активів; метод нарахування амортизації, що використовується підприємством; вік основних засобів та нематеріальних активів та ступінь їх амортизації [3].

Можна стверджувати, що прибуток підприємства формується під впливом валових доходів, доходу від продажу продукції, валових витрат, рівня діючих цін на продукцію, що реалізується та суми амортизаційних відрахувань.

Таким чином, для ефективного управління прибутком підприємства необхідно:

- оцінити всі внутрішні та зовнішні фактори впливу на його прибуток;
- враховувати доходи від усіх видів діяльності підприємства та розробити таку стратегію управління прибутком, яка дозволить досягти запланованих цілей;
- при використанні прибутку орієнтуватися насамперед на потреби самого підприємства у формуванні джерел власного фінансування, що в майбутньому призведе до максимізації його прибутку;
- з метою недопущення перевищення витрат над доходами треба проводити політику оптимізації витрат підприємства;
- обрати стратегію управління прибутком, направлену на максимізацію рентабельності підприємства за наявних у нього фінансових ресурсів тощо.

Література

1. Галушка О. Р. Особливості формування прибутку підприємства / О. Р. Галушка // Управління розвитком. - 2013. - № 14. - С. 131-134.
2. Міакова Г.І. Фактори впливу на прибуток / Міакова Г.І., Мяло В.В. // Наукові праці КНТУ. – 2005. – Вип. 74. – С. 15-17.
3. Фактори, які впливають на прибуток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.finalearn.com/lifers-557-1.html>

Головко І.О.,

*аспірант кафедри економіки та фінансів підприємства,
Київського національного торговельно-економічного університету*

ОРЕНДА НА РИНКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ НЕРУХОМОСТІ. СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Серед усіх сегментів комерційної нерухомості торговельна нерухомість є найбільш стійкою до різного роду коливань ринку та економіки країни. Проте, такі наслідки фінансової кризи, як зниження купівельної спроможності значно вплинули на рівень попиту на торговельну нерухомість, що автоматично призвело до збільшення вакантних площ та падіння вартості оренди.

Слід відмітити, що всі основні зміни які стосуються ринку торговельної нерухомості найкраще можна прослідкувати на прикладі Києва як столиці, оскільки прояв всіх і позитивних і негативних тенденцій сконцентровано саме тут. В таблиці 1 прослідкуємо основні параметри ринку торговельної нерухомості столиці.

Основні параметри та прогноз ринку торговельної нерухомості міста Києва

Основні ринкові показники	2013	2014	Зміни	Прогноз
Загальна пропозиція, м.кв.	1000000	1073939	+8%	↑
Нова пропозиція, м.кв.	164420	80620	-50%	↑
Середня орендна ставка, у.г.о./за 1 м.кв./місяць	70	49,7	-20,3%	←→/↓
Вакантність, %	1,7	7,5	+5,8%	←→/↑
Відвідуваність, осіб на 1000 м.кв.	945	867	-9%	←→

Джерело: складено автором за матеріалами [1, 2]

Очевидним є той факт, що нова пропозиція торговельних площ хоч і з'явиться, але вона не буде досить суттєвою виходячи із реалій сьогодення. Ситуація в Україні, що склалася з початку 2014 року є непростюю як з політичної, так і з економічної точки зору. Все це призвело до зниження купівельної спроможності населення та обсягів роздрібного товарообороту. Девальвація гривні сприяла суттєвому зниженню орендних ставок в доларовому еквіваленті у всіх категоріях торговельних приміщень в Україні в попередньому році.

Щоб утримати якісних ритейлерів-орендарів, багато орендодавців погодилися переглянути умови оренди з кожним орендарем індивідуально, а саме:

- надати знижки на оренду приміщень у розмірі 20-50% від початкових договірних умов (до 30-100 доларів за кв. м. залежно від розташування ТРЦ, кількості якірних орендарів і т.д);
- фіксація орендної плати за курсом гривні до долара США до девальвації української валюти;
- визначення максимального курсу гривні та інші варіанти співпраці, що обумовлюються в індивідуальному порядку з орендарями.

Отже, орендні ставки в доларовому еквіваленті знизилися в більшості торгових центрів України, адже жоден торговий центр не зацікавлений у втраті оператора, так як це матиме наслідком зміну рівня вакантності торговельного центру [3].

Показники рівня вакантності на ринку якісних приміщень в об'єктах торговельної нерухомості зріс до 10% у грудні 2014 року, а прогнози експертів є досить невтішними, щодо подальшого зростання вакантності до 20% вже у 1 кварталі 2015 року. Зазначений показник вакантності є найвищим за всю історію ринку торговельної нерухомості. Зростання його було обумовлено виходом на ринок нової пропозиції торговельної нерухомості при досить обмеженому попиті з боку ритейлерів [4].

Виходячи із перспектив значної вакантності торговельних площ, актуальні фінансові показники також не задовольняють більшість ритейлерів. Виходячи із невисокої купівельної спроможності населення і появи інших пріоритетів, ціни на товари різних груп практично у всіх магазинах мають стабільну тенденцію до зростання. І запобігти цьому не змогла навіть досить лояльна цінова політика орендодавців стосовно орендарів (розглянуто вище).

Про негативну динаміку може свідчити рівень відвідуваності якісних торговельних об'єктів. Вона, в середньому по ринку знизилася на 9% (табл.1). Навіть при складних економічних умовах ведення бізнесу і перерозподілу у структурі споживання є способи підтримати і навіть створити додатковий потік споживачів, а саме [5]:

Низькі ціни. Ціни були і продовжують бути дуже серйозним привабливим аргументом, навіть для заможних покупців.

Широкий асортимент. Покупець повинен мати можливість задовольнити кілька різних потреб у товарах і послугах в одному місці.

Глибокий асортимент в одній або декількох товарних категоріях. Покупці мають намір відправитися туди, де існує максимальний вибір товарів і послуг, а також обмежити пошуки мінімальною кількістю відвідувань.

Зручність і безпека при відвідуванні магазину. Покупці цінують зручну стоянку, можливість спокійно залишити дітей у дитячій кімнаті, гарантовану безпеку і збереження їх особистих речей.

Нааявність унікальних товарів.

Нааявність складових, що роблять поїздку в магазин або торговий центр більш цікавою.

Незважаючи на негативні тенденції, які спостерігалися в 2014 році, в довгостроковій перспективі український ринок роздрібною торгівлі як і раніше має хороший потенціал для подальшого розвитку і може в майбутньому бути в центрі уваги операторів торгівлі. Для цього вже створено основні передумови, такі як адекватна логістика, чимала кількість якісних торговельних площ, а також ємний і на даний момент ще не до кінця освоєний великою кількістю мереж ринок.

У довгостроковій перспективі більша частина торговельних операторів мають очікування, що економічна і політична ситуація стабілізується, і вони знову зможуть розширити свою присутність на ринку.

Література

1. Обзор рынка торговой недвижимости Киева и регионов Украины. Итоги 2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://utgcompany.com/static/content/download3/obzor-rynka-torgovoy-2014-5.pdf>
2. Ритейл в I полугодии 2014: выгодно ритейлерам, не на руку рантье [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kansas.ua/overview_advertisement/page_view/Riteil-v-I-polugodii-2014-vygodno-riteileram-ne-n-16-07-2014/
3. Арендные ставки в качественных ТЦ останутся на прежнем уровне [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://delo.ua/business/arendnye-stavki-v-kachestvennyh-tc-ostanutsja-na-prezhnem-urovne-241664/?supdated_new=1421244871

4. Головка І.О. Орендні операції в контексті сучасних змін у роздрібній торгівлі України [Електронний ресурс] / І.О. Головка // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. - №2. – Режим доступу:<http://global-national.in.ua/>

5. Кира Канаян. Проекты торговых центров: как обеспечить привлечение покупателей «Розничный магнит» [Электронный ресурс] / Кира Канаян, Рубен Канаян. – Режим доступа:http://www.usconsult.ru/b_072.html

Гончаренко О.Г.,
к.е.н., доцент,
Чернігівський юридичний коледж
Державної пенітенціарної служби України

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне виробництво характеризується залежністю кожного суб'єкту господарювання від зовнішнього середовища, тому успішне функціонування і розвиток підприємств виробничого комплексу Державної кримінально-виконавчої служби України суттєво залежить від ефективності використання наявного ресурсного потенціалу. На сьогодні ефективне управління матеріально – технічними ресурсами є необхідною умовою раціональної організації виробничої системи, чинником визначення технічної та економічної життєздатності будь-якого підприємства [1, с. 48].

Основною метою діяльності підприємства, яке функціонує в народному господарстві є отримання прибутку і нарощування власного капіталу. Від того наскільки структура ресурсного потенціалу раціональна і відповідає напрямку спеціалізації залежить ефективність діяльності підприємства [2, с. 21]. В Статуті державного підприємства установи виконання покарань визначено, що воно створене з метою залучення засуджених до суспільно-корисної праці і забезпечення їх професійно-технічного навчання. Виробничий процес – є системою заходів, спрямованих на свідоме відновлення засуджених в соціальному статусі повноправних членів суспільства, залучення їх до суспільно-корисної праці, отримання ними професійних навичок, забезпечення відшкодування вартості свого утримання та збитків заподіяних громадянам в разі скоєння злочину [4, с. 119].

У галузі промисловості одним із найважливіших факторів збільшення обсягів виробництва є їх матеріально-технічне забезпечення в необхідній кількості і асортименті та ефективне використання.[3, с. 296]. Висока забезпеченість підприємств матеріальними ресурсами сприяє підвищенню продуктивності праці, ефективному використанню оборотних засобів, збільшенню обсягів виробництва і зниженню собівартості продукції. В той же час, деякі з державних підприємств установ виконання покарань мають сільськогосподарський напрям виробництва, тому здійснення безперервного відтворювального процесу у аграрній виробничій сфері об'єктивно пов'язане з постійним використанням матеріально-ресурсних засобів, з необхідністю їх системної заміни новими, більш досконалими, що є закономірною умовою функціонування суспільного виробництва, обов'язковим чинником самого існування та розвитку людської спільноти [5, с. 98].

Традиційно показник фондозабезпеченості (фондооснащеності) виробництва розраховується шляхом порівняння фактичної вартості фондів до їх планової потреби. Проте, саме для державних підприємств виправних колоній, де головним компонентом є суспільно-корисна праця засуджених, вважаємо за доцільне визначити рівень фондозабезпеченості шляхом розрахунку вартості матеріально-технічного потенціалу на одного засудженого, в результаті чого отримаємо показник фондоозброєності їх праці.

Найбільш важливим показником ефективності з точки зору використання всього ресурсного потенціалу (включаючи матеріально-технічний, трудовий та фінансовий), є показник його віддачі. Розрахунки показали, що зі зростанням рівня фондозабезпеченості, зростає рівень віддачі ресурсного потенціалу за товарною продукцією (рис. 1). При чому між цими двома показниками існує тісний зв'язок ($R^2 = 0,7452$).

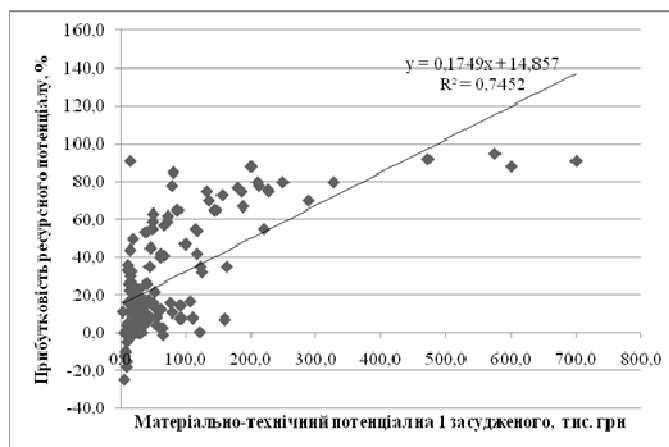


Рис. 1. Вплив фондоозброєності праці на прибутковість ресурсного потенціалу виробничого комплексу ДКВС України у 2013 р.

Джерело: побудовано автором на підставі зведеної річної звітності державних підприємств УВП Державної кримінально-виконавчої служби України.

Основними проблемами, які стримують технічне переозброєння і оновлення майнового комплексу підприємств установ виконання покарань полягають в обмеженості фінансових ресурсів, які могли б бути спрямовані на оновлення основних засобів.

Проведені дослідження показують, що більшість підприємств виробничого комплексу Державної кримінально-виконавчої служби України не мають можливості відновити або зміцнити наявну ресурсну базу. Ступінь зношення основних засобів державних підприємств установ виконання покарань не тільки не відповідає вимогам сучасного виробництва, але і не здатна задовольнити потреби виправних колоній і зовнішніх замовників по причині великого фізичного зносу активної частини основних виробничих фондів (знос будівель і споруд досяг 62,2%, обладнання 72,5%) [6].

Проведений аналіз дозволяє зазначити, що одним з факторів зниження фондовіддачі є збільшення строку служби основних фондів, у результаті чого відбувається їх зношення, втрачаються їх виробничі можливості, знижується їх продуктивність. Знижують фондовіддачу також затрати на ремонтні роботи для підтримання основних фондів у робочому стані.

Зниження ефективності виробництва напряму пов'язане зі зниженням використання основних фондів підприємства. Низький рівень фондооснащеності державних підприємств установ виконання покарань зумовлює потребу у вирівнюванні і нарощуванні основних виробничих фондів. В них же творена певна матеріально-технічна база. Але, значний моральний і фізичний знос основних виробничих фондів заважає веденню виробництва в необхідних обсягах.

Література

1. Богацька Н.М. Аналіз матеріально-технічного забезпечення підприємства / Н.М.Богацька // Економічні науки: економіка підприємства, 2010. – № 10. – 48 с.
2. Костюченко Л.В. Удосконалення механізму управління системою матеріально-технічного забезпечення підприємств залізничного транспорту України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук за спец. 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (залізничний транспорт) / Л.В. Костюченко. – Дніпропетровськ, 2009. – 24с.
3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учеб.пособие / Г.В. Савицкая. – 7-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2002. – 704 с.
4. Матвеева Н.С. Особенности организации производства в уголовно-исполнительной системе России / Н.С. Матвеева // Человек: преступление и наказание. – Вологда, 2010. – № 4 (71). – С. 118–122.
5. Мате Э. Материально-техническое обеспечение деятельности предприятий [текст] / Э. Мате, Д.Дискье / пер. с француз. (общ. ред. В.С. Загашвили). – М. : Прогресс, 1993. – 160 с.
6. Загальна характеристика Державної пенітенціарної служби України [станом на 01.01.2015] [Електронний ресурс] Державна пенітенціарна служба України. — URL : <http://www.kvs.gov.ua/peniten/control/main/uk/publish/article/628075>.

УДК 330.131.7:316.662.5:331.109

Гринів Л.В.,
к.е.н., доц. кафедри менеджменту і маркетингу,
Вачіль О.П.,
магістрант,
ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника",
м.Івано-Франківськ

ОСОБЛИВОСТІ ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Проблеми пов'язані з прийняття рішень у підприємницькій діяльності спостерігалися завжди, але за останні роки їхня важливість зросла. Причини цього процесу зумовлені нестабільністю зовнішнього середовища та ускладненням процесів в середині організацій. Питання пов'язані з прийняттям та реалізацією управлінських рішень вимагають все більше уваги, це пов'язано з тим, що від їх правильності і обґрунтованості залежить ефективність всіх господарських процесів.

Кожний керівник у процесі своєї роботи стикається з питаннями прийняття рішень. «Правильність» вибраної альтернативи не тільки позитивно впливає на організацію, а й визначає компетентність та професійний рівень особи, яка його приймає.

Рішення – це процес, який одночасно виступає і вибором альтернативи яка повинна забезпечити найкращий вихід з поставленої проблеми і забезпечити максимальну ефективність [2, с.126].

Прийняття рішень характеризується двозначністю, адже воно виступає процесом, який супроводжує кожну людину в повсякденному житті і виступає функцією будь-якого керівника в процесі його професійної діяльності. Основною відмінністю управлінського рішення є те, що воно приймається за наявності певної проблеми.

Процес прийняття рішень є складним процесом. Який враховує низку факторів: кваліфікацію керівника, його стиль керівництва, ситуації, культури організації тощо [1, с.89].

Найкраще модель прийняття управлінських рішень можна подати графічно як блок-схему (рис.1), на якій доцільно відобразити конкретні дії (процедури), зв'язки між ними та логічні переходи. Дані схеми показують стратегію прийняття рішення в складній системі. Саме з аналізу зв'язаної сукупності головних процедур починають процес вирішення складної проблеми.

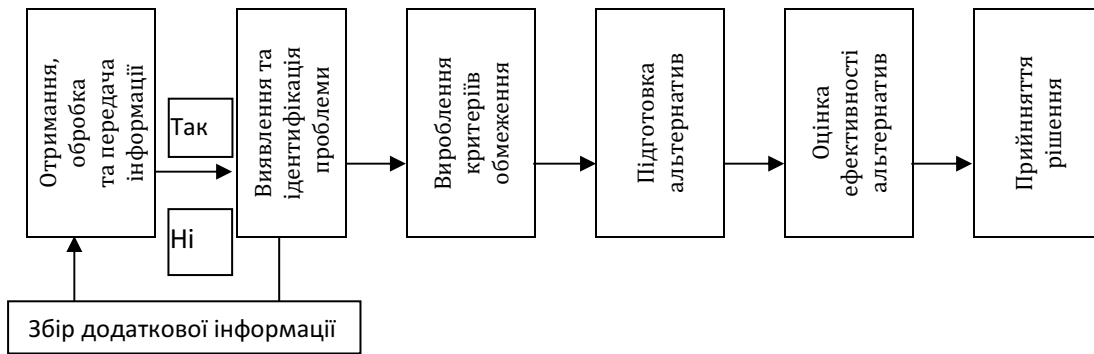


Рис. 1. Модель прийняття управлінських рішень

Фактор невизначеності та його вплив на розвиток суб'єктів господарювання та економіку загалом часто цікавить науковців, це зумовлено тим, що вплив даного фактору не можна кількісно визначити і тому науковці намагаються удосконалити і повніше вивчити його і тому щоб рішення були раціональними в даних умовах треба визначити суть поняття невизначеності.

Ф. Найт був одним з перших хто зробив значний вклад в теорію прийняття управлінських рішень за умов невизначеності та ризику. Єдиним ризиком, що веде до прибутку, – відмічав Ф. Найт, – є унікальна невизначеність, що витікає від здійснення функції відповідальності у останній інстанції. Ця невизначеність за своєю природою не може бути ні застрахована, ні капіталізована, ні сплачена у формі заробітної плати [2, с.154].

Й. Пфєффер (J. Pfeffer) визначив відношення між ризиком і невизначеністю наступним чином: «Ризик ... являє собою комбінацію декількох видів азарту, він вимірюється ймовірністю; невизначеність вимірюється рівнем віри. Ризик – це стан світу; невизначеність – стан уяви»[4].

Можна виділити наступні групи причин виникнення невизначеності і спричиненого нею ризиків: індетермінованість багатьох процесів і явищ, які впливають на економіку; неповнота, неточність і суперечливість інформації, які викликані як технічними утрудненнями при її одержанні й обробці, так і суто економічними причинами; асиметрія інформації; багатокритеріальність і конфліктність в оцінці рішень.

Приймати рішення в умовах невизначеності важке завдання, адже на кожному кроці управлінця чекає імовірність невірності вибору, тому йому слід вибрати спосіб прийняття рішення, який би найкраще підходив до таких умов. Найдоцільніше використовувати принцип раціональності, який ґрунтується на твердженні, що вибрати правильне рішення за умов невизначеності та ризику неможливо, через обмеженість інформації. Проте, за окремих умов менеджер вибирає альтернативу, яка вважається раціональною, тобто такою, яка незалежно від умов в яких може опинитися об'єкт управління є кращою і передбачає позитивний результат [1, с. 16]

Не уникати ризику, а передбачити його і намагатися зменшити його до максимально можливого низького рівня – це не тільки одне з основних правил управлінської діяльності, а й умова раціонального управління ризиками, тобто, своєчасного передбачення, передчасного виявлення як невизначеностей так і їх наслідків на діяльність господарського об'єкта і розробити та реалізувати управлінські рішення по їхньому зменшенню.

Отже, невизначеність середовища це умова, яка є нероздільною із поняттям ринкової економіки, і яка завжди пов'язана з ризиком. Приймаючи рішення за даних умов потрібно прийняти не тільки одну з альтернатив а й визначити всі можливі результати, до яких вона приведе. Варто зазначити, що процес прийняття ефективних та обґрунтованих рішень в організації можливий за ефективною системи забезпечення інформаційних процесів їх розробки та реалізації.

Література

1. Вітлінський В.В. Фінансовий ризик і методи його вимірювання / Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.І. // Фінанси України. – 2000. – № 5. – С. 13–23.
2. Кігель В.Р. Методи і моделі прийняття підтримки прийняття рішень у ринковій економіці : монографія / Кігель В.Р. – К. : ЦУЛ, – 2003. – 202 с.
3. Макарюк О.В. Оптимізація господарської діяльності як основа для забезпечення стабільного розвитку за умов невизначеності / О.В. Макарюк // Вісник Сумського державного університету. – 2007. – №1. – С. 85-93.
4. Pfeffer J. Insurance and Economic Theory, Irvin Inc., Homewood, Illinois, 1956. p.42

MANAGEMENT OF ENTERPRISE'S DEVELOPMENT ON THE BASIS OF STRATEGIC APPROACH

In the modern understanding the economic growth is based on ensuring economic efficiency of enterprises, that is the main driving force of global competitiveness of any particular country. Enterprise development means a qualitative change, its economic system and the organizational structure update, improving the functioning on the basis of technical development, technology and work organization in all structural units, improving the quality of products and services provided. To ensure a continuous process of economic development every enterprise should strive for rational use of resources, improvement of product quality, meet the social needs of its employees and the people of the region in which it operates, and, finally, increase profitability. Thus, the problem of managing the enterprises' development in modern conditions is relevant and requires further study.

Enterprise development is a difficult economic category, which should be understood as a set of processes of quantitative and qualitative changes in the enterprise's activity, which lead to the improvement of its condition by increasing the capacity of enterprises to adapt to the external environment and internal integration, enhances the ability of the enterprise to counteract the negative influences of the environment and its sustainability. External factors set the strategy of organizations development and pursue the search for adequate (to the existing conditions) methods and mechanisms for managing enterprise's changes, including a reasonable combination of internal growth potential of the company and the desire for a change in its external environment in order to make the most of opportunities in reliance on strengths.

Basing on the current conditions prevailing in the two types of development strategies (strategies for long-term presence in the market, the strategy of capital accumulation), the major problem of modern economic entities is to provide and implement effective mechanisms for implementation of changes in the enterprises. In this case, any changes include the contradictions between the desire of the enterprise as an economic system to maintain stability on the one hand, and the need for its continuous development - on the other, so the company's development is based on the violation of the equilibrium state in which there are new quality characteristics and attractors. At the same time changes are not so important as an effective management of the enterprise does. In the current literature, there are 2 approaches to this problem: according to the first one the management tools are initially focused on the preservation and not to change and therefore development management is seen as a spontaneous process; According to the other approach the process of enterprise management is seen as one based on analytical methods of experimental and self-development.

In modern conditions the successful development of the enterprise depends not only on the resource potential, but also on the managers' skill level. Selecting the direction of development and the development strategy of the company will be successful if managers master methods of analysis of the enterprise's external environment; the main procedures of strategy development; methods of evaluation and monitoring of the strategy; methods of risk assessment; able to predict the effectiveness of strategic change; can assess the conformity of elemental strategies main objectives of the enterprise. All decisions related to the choice of the development direction should be taken with regard to the objectives, the actual and potential state of the external and internal environment and opportunities for businesses in a timely manner to adapt to the ever-changing demands of the external environment.

Methods that allow predicting the quantitative or qualitative parameters are considered to be classic analytical ones.

In the context of a post-industrial economy the management activity moves from adaptive to the creative development, from the adaptation to the environment to its formation.

The content of the development process is to achieve the desired stability and adaptation strategies based on overcoming the dependence on the external environment due to its active transformation and management of sequential decay and the creation of institutional order based not on the planning hierarchy, commands and orders, and the recognized rules of conduct and interaction, experience and knowledge [1]. Management process in terms of solving economic problems consists of the following steps [2]: 1) definition of the development objectives; 2) identification of threats and opportunities of the enterprise; 3) diagnosis of the enterprise's state, situations, events; 4) identification of problems in the enterprise's development; 5) identification of alternative paths of the enterprise's development; 6) analysis of the consequences; 7) the choice of the best alternative; 8) design (adjustment) of the development strategy, project management decisions and their implementation; 9) implementation of decisions; 10) monitoring, evaluation and tracking trends.

It should be noted that in spite of these standard stages, controlling mechanism of the enterprise's development depends on the organization types and methods of administrative influence, such as the response of the enterprise, the nature of attracting staff to the formation of development directions and specific activities. Managing the development of the enterprise is a cyclical process, which should be based on a systematic and strategic approach. Managing the development of the enterprise is a strategic control of relationship with the environment, ensuring adequate compliance of internal resources and capabilities to the needs and conditions of the external environment.

The first stage of development management of the enterprise is an organizational diagnosis and identification of the need for changes, the second is the development and approval of the project. Start of change begins with the implementation of the strategy, which is accompanied by the formation of a new organizational culture in the company. Managing the development of enterprises is aimed at achieving a common goal and affects all aspects of the enterprise's life.

Thus, the management of the enterprise's development is a set of targeted actions for planning, monitoring and management of strategic change, which involves the development and implementation of strategic management decisions, future-oriented and constant changes in the external and internal environment of the enterprise, which are characterized by flexibility and the ability to provide fast adaptation to the changing conditions of the enterprise market environment.

References

1. Бережков Г.В. Инструменты управления развитием предприятия / Г.В. Бережков// Российское предпринимательство – 2003. – №(11)47. – С. 34-39.
2. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання : навч. посіб. / В.Г. Герасимчук. – К. : КНЕУ, 2000. – 360 с.

УДК 338.242

Гросул В.А.,
д.е.н., завідувач кафедри прикладної економіки та інформаційних систем,
Филипенко О.М.,
професор кафедри прикладної економіки та інформаційних систем,
Рачкован О.Д.,
здобувач кафедри прикладної економіки та інформаційних систем,
Харківський державний університет харчування та торгівлі

ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Висока непередбачуваність змін і постійне прискорення різноманітних процесів, що спостерігаються в сучасному ринковому середовищі, загострюють проблему пошуку підприємствами адекватних способів набуття та зміцнення конкурентних переваг. Найпоширенішою концепцією, на основі якої можливе вдале виконання цього завдання, є стратегічне управління. Стратегічний підхід полягає в перетворенні будь-яких змін у позитивні можливості їх використання, а план при цьому сприймається як система організації праці, адекватно адаптивна до змін зовнішнього середовища. Саме стратегічне управління дозволяє вирішувати більше складні завдання вибору перспективних видів бізнесу в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Сучасні підприємства змушені функціонувати в умовах постійно мінливих факторів навколишнього середовища, тому стратегії, що ними розробляються повинні відповідати умовам їх діяльності. Нові специфічні умови господарювання визначають необхідність розробки стратегії адаптації, спрямованої насамперед на вдосконалення управління з метою задоволення споживчого попиту якісною й конкурентоспроможною продукцією, що неможливо без використання адаптивних механізмів.

Основна принципова відмінність стратегії адаптації від інших полягає в її готовності до змін внутрішнього і зовнішнього середовища у вигляді готового набору можливих варіантів поведінки. Стратегія адаптації підприємства повинна поєднувати кілька варіантів стратегії, урахувати особливості вітчизняної макроекономічної ситуації, стан галузі, регіональне оточення підприємства й внутрішній потенціал.

Для того щоб виявляти зміни в навколишньому середовищі діяльності підприємства, необхідно проводити постійний моніторинг її факторів. Ґрунтуючись на даних моніторингу, підприємства повинні міняти свої стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринках.

Стратегія адаптації підприємства повинна передбачати програму дій, спрямовану на досягнення стратегічних цілей і вигідної конкурентної позиції підприємства з урахуванням адаптивного потенціалу в умовах мінливого навколишнього середовища. При цьому зміни можуть бути як ті, що адаптують до сформованої ситуації, так і ті, що попереджають, створюючи нові умови діяльності. Концепція припускає, що стратегія діяльності підприємства повинна бути гнучкою, тобто змінюватися відповідно до змін як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Стратегії повинні відрізнятися в різних умовах діяльності (при сприятливих умовах - посилення позицій, а при несприятливих може бути стратегія скорочення). Для цього необхідно враховувати, як зміни факторів навколишнього середовища впливають на показники діяльності підприємства. Ухвалення рішень, з одного боку, не слід відкладати, щоб не спізнитися й не програти конкурентну боротьбу, а з іншого, занадто рано не вживати дії, оскільки одержуючи додаткову інформацію із часом, можна розкрити невизначеність факторів навколишнього середовища. Адаптація заснована на комбінації раціонального й інтуїтивного підходів.

Для сучасного підприємства першочергового значення набуває не просто розроблення й формулювання стратегії адаптації, а передусім – проблема створення та запуску дієвого механізму реалізації стратегічних рішень. Це завдання реалізується за допомогою стратегічного процесу – циклічного процесу формулювання, розробки й реалізації стратегії підприємства, що характеризується спрямованістю на створення відмітних характеристик підприємства або підвищення рівня його компетентності у спільноті подібних суб'єктів певної діяльності.

Головна мета стратегічного процесу полягає у формуванні внутрішньофірмового механізму безперервного та динамічного процесу виявлення, продукування, використання та оновлення джерел конкурентних переваг і відповідного уточнення стратегії, які дозволять: у короткостроковому періоді досягти підприємству заданих цільових показників діяльності, у середньостроковій перспективі досягти стратегічних цілей підприємства, а в довгостроковій – забезпечити виживання підприємства.

Розглядаючи стратегічний процес за послідовністю його здійснення на підприємстві, необхідно визначити такі ключові етапи: формування цілей і завдань; аналіз і оцінка зовнішнього середовища; аналіз і оцінка внутрішньої структури; розробка й аналіз стратегічних альтернатив, вибір стратегії; реалізація стратегії; оцінка й контроль стратегії.

Реалізація стратегії адаптації як комплексу технічних, організаційних, інформаційних і управлінських структурних заходів управління дозволить утримувати підприємство на шляху стійкого розвитку, адекватно й швидко реагуючи на стан й зміни зовнішнього середовища, забезпечити оперативну перебудову діяльності всіх структурних одиниць, а також внести відповідні зміни у функціональні стратегії підприємства.

Побудова ефективного стратегічного процесу потребує розробки та впровадження відповідних стратегічних змін в організації. Успішне здійснення стратегічного процесу на підприємстві дозволяє підприємству отримувати дієву стратегію, що забезпечує набуття ним усталених конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

УДК 338.2

МАТРИЦЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ ЯК МЕТОДИЧНА ОСНОВА УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Визначення контролю загалом та фінансового контролю зокрема має у науковців багато тлумачень та різного роду класифікації. З огляду на це виникає ситуація, що веде до неоднозначного розуміння та використання термінів даної сфери і відповідно до дезінтеграції роботи системи фінансового контролю на підприємстві. Це зумовлює необхідність формування універсального підходу до групування елементів системи фінансового контролю, її цілей та рівнів. Враховуючи вищезазначене виникає необхідність у формуванні уніфікованої матричної моделі системи фінансового контролю підприємства, яка сприятиме розв'язанню окреслених вище проблем.

За версією О.Г. Мельник, однією із найпоширеніших форм представлення економічної інформації є матрична модель, яка може бути представлена у вигляді таблиці, матриці [2]. Необхідною, основоположною передумовою для побудови економічно-математичних моделей та здійснення інших аналітичних і діагностичних процедур є двовимірна чи багатовимірна матриця. В.А. Василенко стверджує, що матриця допомагає систематизувати масив даних, що у свою чергу полегшує вибір оптимального варіанту управлінського рішення [1].

Фінансовий контроль як елемент організаційно-економічної функції управління підприємства забезпечує зворотній зв'язок між керівником та виконавцями, спостереження за об'єктом контролю з метою перевірки відповідності дійсного стану до запланованого і підтримує реалізацію заданої програми на підприємстві на оптимальному рівні. Фінансовий контроль як один із різновидів контролю сприяє досягненню поставлених перед підприємством цілей. Система фінансового контролю забезпечує процес здійснення фінансового контролю на підприємстві. Вона здійснює методичну організацію фінансового обліку, аналізу та контролю на підприємстві, надає своєчасне і достатнє інформаційне забезпечення усіх елементів процесу управління. Крім того, система фінансового контролю на підприємстві повинна забезпечувати виконання встановлених форм і методів реалізації фінансових відносин, аналізу їх ефективності та розробки пропозицій по їх вдосконаленню у межах даного суб'єкту господарювання.

Беручи до уваги те, що контроль є однією із функцій системи управління, розрізняють три основні наукові підходи до процесу управління загалом та до контролю зокрема: системний, процесний та ситуаційний [3].

Системний підхід розглядає об'єкт дослідження як систему, тобто як цілісну множину елементів між якими існують зв'язки. Отже застосовуючи такий підхід до дослідження системи фінансового контролю підприємства розглядаємо цю систему як економічний об'єкт із сукупністю взаємопов'язаних елементів котрий є частиною більш складної динамічної системи (підприємства), яка під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів перебуває у стані постійних змін. Перевагами системного підходу є: багатоаспектне уявлення про структуру системи фінансового контролю на підприємстві та одночасне охоплення великої кількості структурних об'єктів, максимальна стандартизація прийнятих рішень, можливість локального чи системного впровадження та збільшення функціональних задач. В рамках системного підходу зазвичай використовуємо метод моделювання, який забезпечує висвітлення взаємозв'язку окремих параметрів явищ і процесів, що відбуваються на підприємстві.

Вивчивши зарубіжний досвід стосовно питання удосконалення системи внутрішнього фінансового контролю візьмемо за основу нашого дослідження концепцію COSO (Комітет організацій-спонсорів Комісії Тредвей) [6]. Тисячі компаній за кордоном використовують цю концепцію для розробки облікової політики, правил та процедур, для того щоб підвищити якість внутрішнього контролю на шляху досягнення компанією своїх цілей. В методиці COSO передбачено, що внутрішній контроль розуміється як трьохосова система, що включає складові внутрішнього контролю, цілі, які стоять перед внутрішнім контролем та рівні на яких цей процес здійснюється.

Загалом система контролю із п'яти взаємозалежних елементів забезпечує ефективну основу для опису та аналізу системи контролю компанії і сприяє досягненню всіх категорій бізнес-цілей компанії (стратегічних, тактичних та оперативних). Це зокрема:

- контрольне середовище, яке є основою для всіх інших елементів внутрішнього контролю;
- інформаційні системи та комунікації, які забезпечують рух інформаційних потоків між елементами в контрольному середовищі;
- процедури та засоби контролю, це ті дії, які допомагають забезпечити менеджменту реалізацію своїх рішень у досягненні цілей компанії та усунення ризиків, які можуть цьому завадити;
- оцінка ризиків, що полягає у виявленні та аналізі ризиків пов'язаних із досягненням поставлених перед підприємством цілей;
- моніторинг системи фінансового контролю, тобто постійна оцінка якості роботи цієї системи протягом певного періоду часу.

Разом з тим, І.П. Савельєва зазначає, що моделі ризику і контролю запропоновані COSO, послужили основою для ряду інших моделей ризику та контролю, що були розроблені в інших країнах організаціями, аналогічними COSO та різноманітними консультативними фірмами [5]. Враховуючи перманентний процес інтеграції нашої держави у світове співтовариство в Україні Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР) в 2003 році прийняла рішення № 571 "Про затвердження Принципів корпоративного управління". За даними ДКЦПФР

Принципи корпоративного управління викладені на підставі загальноприйнятих міжнародних стандартів корпоративного управління з урахуванням національних особливостей і покликані допомогти подолати українським підприємствам "кризу довіри" вітчизняних та іноземних інвесторів та залучати фінансові ресурси на вітчизняному і міжнародному фондових ринках. Потенційно – це публічні акціонерні товариства, акції яких торгуються на фондовому ринку, проте, документ містить універсальні принципи та рекомендації щодо ефективного управління компанією, тому його положення можуть застосовувати як акціонерні товариства, так й інші види товариств у частині, яка відповідає нормам чинного законодавства, що регулює їх діяльність [4]. На нашу думку, особливо доцільним у процесі управління системою фінансового контролю на будь-якому підприємстві буде використання п'ятого розділу Принципів корпоративного управління – "Контроль за фінансово-господарською діяльністю товариства", що визначає систему внутрішнього контролю підприємства, як основу для забезпечення здійснення стратегічного, оперативного та поточного контролю за фінансово-господарською діяльністю підприємства. Принципи корпоративного управління дозволяють визначити засади контролю інвесторів за діяльністю менеджерів, тобто чи доцільно менеджери використовують інвестиції для фінансово-господарської діяльності та міру відповідальності, яку несуть останні перед інвесторами за результати діяльності компанії.

Запропонована матрична модель системи фінансового контролю на підприємстві пропонує універсальний підхід до оцінки та постановки роботи системи фінансового контролю на підприємстві. Для того щоб матриця була ефективним та дієвим інструментом управління вона повинна бути представлена у документальній формі та затверджена керівництвом підприємства. Така матриця допомагає систематизувати класифікацію елементів системи фінансового контролю, отримати чітке уявлення про її структуру загалом та кожен елемент зокрема.

Література

1. Василенко В.А. Теорія і практика розроблення управлінських рішень: навч. посібник / В.А. Василенко. –К. : ЦУЛ, 2002. – 420 с.
2. Мельник О.Г. Механізм формування та використання діагностичної матриці на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/7804>
3. Осовська Г. В. Основи менеджменту : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Г.В. Осовська. – К. : «Кондор», 2003 – 556 с.
4. Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку «Про затвердження Принципів корпоративного управління» № 571 від 11.12.2003 [Електронний ресурс]. – Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. – Режим доступу: <http://www.nssmc.gov.ua/law/13308>
5. Савельєва І.П. Управление рисками предпринимательской деятельности в современных экономических условиях / И.П. Савельева, Л.Б. Мартиросян, Н.А. Беляев // Вестник ЮУрГУ. – 2012. – № 9 (268). – С. 147-152. – (Серия: Экономика и менеджмент).
6. Improving Organizational Performance and Governance How the COSO Frameworks Can Help [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coso.org/documents/2014-2-10-COSO%20Thought%20Paper.pdf>

УДК 338.512

Гринюк О.І.,
аспірантка кафедри фінансів,
Фадєєва І.Г.,
Науковий керівник: д.е.н., проф., зав. каф. фінансів
ІФНТУНГ,
м. Івано-Франківськ

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НАФТОГАЗОВИДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НГВП) ЗА ЦЕНТРАМИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Ефективність діяльності сучасного нафтогазовидобувного підприємства значною мірою залежить від прийняття рішень з оптимізації витрат, що стає важливим фактором збереження його конкурентних позицій, та забезпечення економічного розвитку. В даний час має місце облік витрат тільки на рівні основного, допоміжного та обслуговуючого виробництва, тоді як бригади, безпосередньо зайняті у виробництві, залишаються поза увагою. Внаслідок такої ситуації, ускладнюється процес аналізу діяльності окремих виробничих служб, не досягається релевантний рівень облікової інформації, що негативно впливає на прийняття управлінських рішень.

В рамках концепції контролінгу, управління витратами на виробництво найбільш ефективне у процесі виробничого споживання ресурсів, тобто безпосередньо в момент виробництва або обслуговування виробничого процесу. Як зазначено у [1, с. 43], розподіл підприємства за центрами відповідальності й класифікація витрат є фундаментом для створення системи управлінського обліку, а центри відповідальності є фундаментом управління і представляють собою найважливіший елемент усієї системи контролінгу [2, с. 148].

При цьому важливого значення набувають такі об'єкти формування і обліку витрат, як: «місця виникнення витрат» та «центри відповідальності».

У процесі дослідження нами виявлено, що у нафтогазовидобувних підприємствах не достатня увага приділяється обліку витрат за центрами відповідальності. Слід зазначити, що наявність великої кількості місць виникнення витрат на нафтогазовидобувному підприємстві вимагає їх систематизації. Відповідно до [3, с. 87],

враховуючи чітко визначену послідовність здійснення процесу видобутку нафти і газу, в якості місця виникнення витрат виступають не тільки структурні підрозділи основного виробництва і допоміжні цехи нафтогазовидобувного управління, але й певні види ресурсів. Відомо, що зазначає наступне: групування витрат за технологічними процесами дозволяє оцінити результати роботи окремих бригад, які в цьому випадку являються місцем виникнення витрат [4, с. 80]. Із зазначеного вище пропонується під місцем виникнення витрат на нафтогазовидобувному підприємстві розуміти ряд технологічних та бізнес-процесів, які відбуваються на ньому.

Таким чином, всі витрати виробництва при їх відповідній локалізації є витратами конкретних цехів, задіяних у бізнес-процесі, і у кожному випадку вони формуються під впливом осіб, у компетенції яких знаходяться окремі види діяльності та пов'язані з ними ресурси. Тобто поряд з поняттям «місце виникнення витрат» потрібно розглядати і дефініцію «центр відповідальності».

Відповідно до [4, с. 80] облікова практика вертикально-інтегрованих компаній вказує на те, що центром відповідальності для нафтогазовидобувних підприємств будуть виробничі підрозділи – цехи видобутку нафти і газу – із різними способами видобування.

Видобуток нафти і нафтового газу ведеться нафтогазовидобувними управліннями, які складаються з цехів основного та допоміжного виробництва, кожен з яких виконує покладені на нього функції. На рис. 1 наведено склад цехів основного та допоміжного виробництв. Основне та допоміжне виробництва нафтогазовидобувних управлінь поділяються на цехи, а цехи на внутрішньоцехові виробництва.

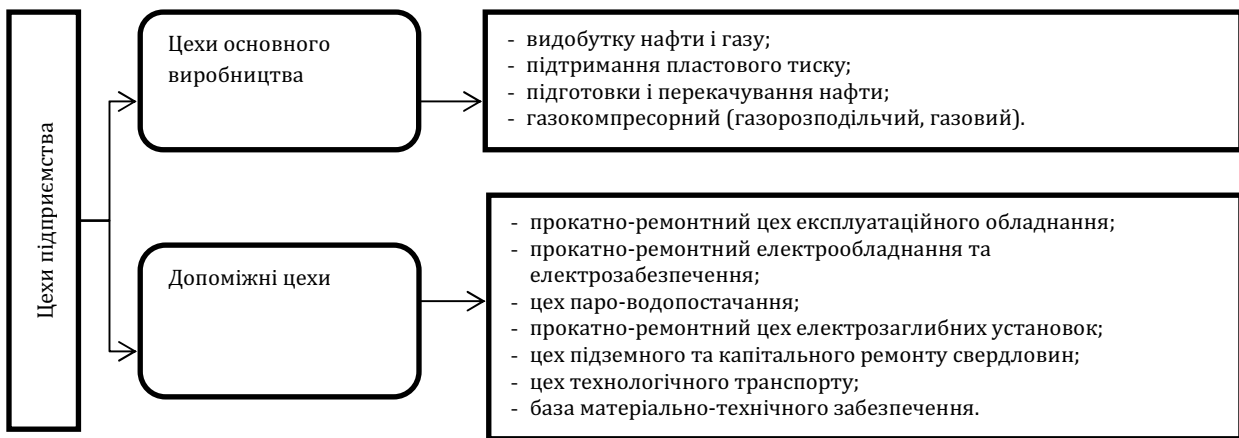


Рис. 1. Склад цехів основного та допоміжного виробництв нафтогазовидобувного підприємства

Слід зазначити, що при визначенні центрів відповідальності необхідно врахувати як горизонтальний, так і вертикальний розрізи технологічної структури досліджуваних підприємств [5]. Перший обмежується колом діяльності кожної особи, відповідальної за центр (начальники цехів, відділів), другий зумовлює ієрархічну сходинку повноважень осіб, які приймають управлінські рішення (для прикладу, головний енергетик НГВУ здійснює управління прокатно-ремонтним цехом електрообладнання та електро-забезпечення, електролабораторією та цехом паропостачання).

У зв'язку з цим, пропонуємо здійснювати організацію обліку та контролю витрат на підприємствах нафтогазовидобувної промисловості за центрами відповідальності, в межах кожного технологічного етапу бізнес-процесу видобутку нафти і газу із окремих свердловин. На основі організаційної структури НГВУ «Долина нафтогаз» нами виділено шість рівнів центрів відповідальності (рис. 2).

Центри відповідальності першого рівня – технологічні послуги (внутрішньоцехові виробництва). До центрів відповідальності другого рівня можна віднести виробничі цехи нафтогазовидобувних підприємств: цехи видобутку нафти і газу № 1, 2; цех підготовки і перекачування нафти; цех підтримання пластового тиску; цех паропостачання; прокатно-ремонтний цех експлуатаційного обладнання; прокатно-ремонтний цех електрообладнання та електрозабезпечення та інші. Третій рівень відповідальності передбачає об'єднання цехів на рівні виробництва: основного, допоміжного та обслуговуючого.

Центром відповідальності четвертого рівня є служби, котрим підпорядковуються наведені вище цехи і керівництво якими здійснюють головний енергетик, головний механік, головний технолог. П'ятий рівень відповідальності об'єднує заступників начальника НГВУ, що керують відповідними службами. Шостий рівень відповідальності – це саме підприємство, яке забезпечує всі види діяльності.

З точки зору підвищення ефективності діяльності підприємства управління витратами за центрами відповідальності дасть змогу централізувати управління витратами, здійснювати контроль за їх формуванням на всіх рівнях управління, встановлювати винних за виникнення непродуктивних витрат та, в кінцевому результаті, суттєво підвищувати економічну ефективність господарювання, підвищувати якість планування у нафтогазовій сфері.

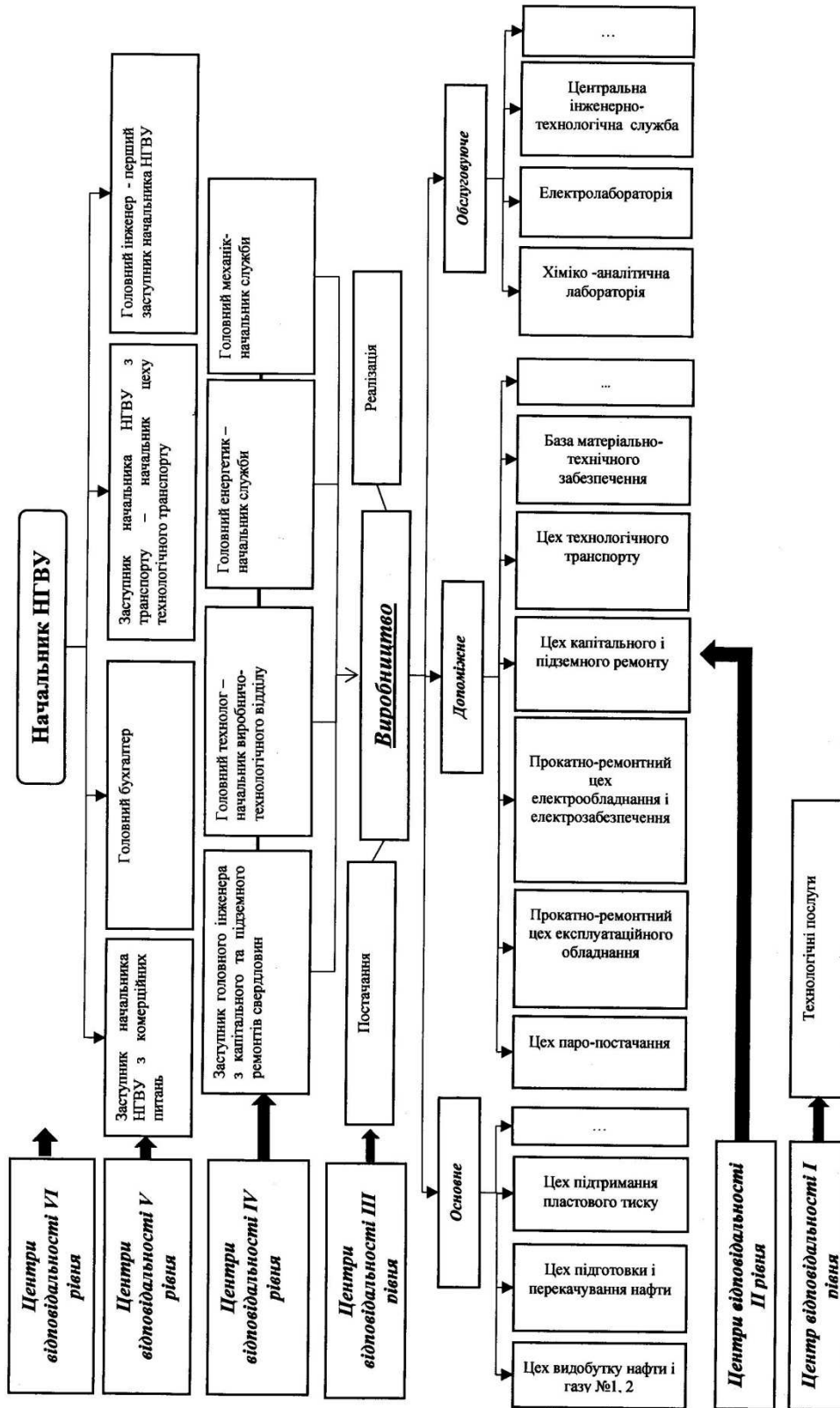


Рис. 2. Структура нафтогазовидобувного підприємства за центрами відповідальності [розробка автора]

1. Савицька О. М. Система контролінгу як ефективний механізм управління інноваційно-активним підприємством / О. М. Савицька // Економіка: реалії часу. – 2014. – №4(14). – С. 37-44.
2. Помайба Л. Ю. Впровадження системи внутрішньої звітності за центрами відповідальності / Л. Ю. Помайба, А. Г. Корбутяк // Кримський економічний вісник. – 2014. – №1(08) – Частина 2. – С. 144-150.
3. Лейберт Т. Б. Современные аспекты управленческого учета затрат в нефтедобывающих компаниях / Т. Б. Лейберт, Э. А. Халикова // Экономика и управление. – 2013. – №5. – С. 85-89.
4. Сюткина М. Г. Классификация затрат как инструмент управления вертикально-интегрированными компаниями (ВИК) / М. Г. Сюткина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия : Экономика и менеджмент. – 2012. – № 30. – С. 79-81.
5. Миронюк О. В. Облік витрат за центрами виникнення і сферами відповідальності – основа контролю за витратами. [Електронний ресурс] / О. В. Миронюк. – Режим доступу : http://zbirnuk.bukuniver.edu.ua/ed_work/n_5/13.pdf.

Гуменюк О.О.,
*к.е.н., доцент кафедри обліку і правового забезпечення
агропромислового виробництва,
Тернопільський національний економічний університет*

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інформаційне забезпечення аналітичної діяльності загалом охоплює такі рівні:

Перший рівень інформаційного забезпечення аналітичної діяльності. На цьому рівні відбувається фрагментарний опис стану об'єкта дослідження. Відображена тільки часткова вихідна інформація, яка може слугувати основою для власне аналітичної роботи. При цьому реалізується лише функція аналітичної діяльності, котра полягає у зборі інформації про досліджуваній об'єкт або процес. На цьому рівні є відсутніми чіткі уявлення про інформаційне забезпечення аналізу, а вся аналітична діяльність здійснюється на рівні констатації фактів. У цьому випадку описовий рівень інформаційного забезпечення аналітичної діяльності характеризується наданням статистичної інформації.

Другий рівень інформаційного забезпечення аналітичної діяльності. Він передбачає використання інформації, котра забезпечена першим описовим рівнем, при цьому передбачається не тільки порівняння результатів, але і їх узагальнення, екстраполяція. Цей рівень є емпіричним за своєю суттю. На емпіричному рівні інформаційного забезпечення аналітичної діяльності встановлюються зовнішні зв'язки між окремими фактами, що характеризують виробничо-фінансові аспекти досліджуваного явища. Відбувається певне упорядкування фактів, виділення з них найбільш істотних, групування і узагальнення, завдяки чому здійснюється обґрунтування висновків про господарські процеси, його властивості і відносини.

Третій рівень інформаційного забезпечення аналітичної діяльності. Цей рівень інформаційного забезпечення характеризується відображенням у якісних і кількісних показниках діяльності господарської системи і здійснюється на підставі системного підходу, завдяки якому визначаються всі види і виробничі ресурси, котрі є необхідними для забезпечення аналізу. Все це дає змогу здійснити співвідношення між початковими цілями та отриманими результатами. Представлені якісні та кількісні показники дозволяють проаналізувати результативність виробничо-фінансового та управлінського процесів, визначити зміни, виникнення і розвиток тенденцій і закономірностей. Це дає можливість своєчасно розкривати причини негативних явищ, а також здійснити прогноз на перспективу.

Під інформаційно-аналітичним забезпеченням управління слід розуміти визначення такого обсягу інформації з її подальшим аналізом, який є необхідним для здійснення управління на певному ієрархічному рівні в конкретний період часу для досягнення цілей і завдань, що стоять перед керованою системою. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління – це зв'язок системи зовнішньої і внутрішньої інформації з системами управління підприємством і управлінським процесом в цілому. Вся інформація ретельно відбирається, обробляється та аналізується, що згодом призводить до отримання конкретних показників та рекомендацій для кожного рівня управління підприємством з перерахуванням конкретних дій управлінця в тій чи іншій ситуації. До інформаційно-аналітичного забезпечення відноситься і програмне забезпечення, без якого є неможливим провести швидкий збір, якісний аналіз та обробку інформації без допомоги програмних продуктів і пристроїв. Включення в систему обліково-аналітичного забезпечення підсистеми інформаційного забезпечення, на наш погляд є виправданим, оскільки саме вона створює необхідні умови функціонування системи управління підприємством, забезпечує засоби отримання, пошуку, зберігання, накопичення, передачі, обробки інформації, організацію бази облікових і позаоблікових даних.

Аналітична функція реалізується у формуванні великих масивів інформації про стан і рух виробничо-фінансових активів підприємства. Саме аналітична підсистема являє собою основу для вироблення оптимальних економічних рішень для управління. Вона дає змогу вчасно побачити тенденції розвитку як негативних, так і прогресивних явищ. На основі різних методик аналізу розробляються варіанти управлінських рішень, які дозволяють загальмувати розвиток негативних тенденцій і створити сприятливі умови для прогресивного розвитку.

Отже, для реалізації системи обліково-аналітичного забезпечення існує принципова схема організації аналітичної діяльності. На перше місце слід поставити інформаційну базу, при цьому можливою є побудова аналітичних групвань і таблиць, отримання аналітичних показників і висновків для прийняття управлінських рішень.

Таким чином, сучасному інформаційному забезпеченню аналізу господарської діяльності є притаманним низка проблем, вирішення яких вимагає раціонального підходу з урахуванням міжнародних вимог. Організація

інформаційного забезпечення обліку і аналіз є складним багатогранним процесом, що включає в себе фінанси і управлінський облік, облікову політику, звітність, аналітичне забезпечення, аудит, комунікативні відносини між підрозділами, інформаційну систему, сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів (включаючи обрану організаційну структуру), набір програмних продуктів, котрі забезпечують автоматизацію процесу, графік документообігу, обрану методологію для аналізу і прийняття управлінських рішень, стратегічні цілі підприємства. Слід відзначити, що ці елементи будуть успішно функціонувати тільки при застосуванні системного підходу. Створення інформаційного забезпечення залежить від рівня взаємодії розробників і кінцевих користувачів аналітичної системи, забезпечення оптимальної індивідуалізації засобів інформаційно-аналітичного інструментарію керівного апарату з урахуванням класичних підходів прийняття рішень і культурного середовища менеджменту. Це передбачає формування новітньої інформаційної культури у роботі фахівців обліково-аналітичного напрямку діяльності.

Література

1. Бруханський Р.Ф. Аналіз вимог системи стратегічного менеджменту до побудови стратегічно-орієнтованої системи бухгалтерського обліку / Р.Ф. Бруханський // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 1. – С. 163-169.
2. Пуцентейло П.Р. Аналітичне забезпечення діяльності підприємства / П.Р. Пуцентейло // Сталий розвиток економіки. – 2015. – № 1. – С. 168-174.
3. Пуцентейло П.Р. Особливості функціонування аналітичного забезпечення підприємств / П.Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. – 2015. – № 1. – С. 194-198.

УДК 631.11: 330

Гурмак Н.Д.,

аспірант кафедри обліку і аудиту,

ДВНЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаніка",

м. Івано-Франківськ

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АГРОЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах розвитку АПК України важливим є налагодження ефективної системи агрологістики. Агрологістика займає вагомe місце в структурі агробізнесу європейських країн. Застосування функцій агрологістики дозволяє збільшити конкурентоспроможність товарів сільськогосподарського призначення за рахунок: зменшення витрат на їх транспортування, складування, пакування; утворення ефективної логістичної мережі й оптимізацію товароруку; наближення показників якості сільськогосподарської продукції до європейських стандартів. Але на даний час впровадження логістики в АПК відбувається досить повільно, що зумовлюється рядом факторів, які впливають на цей процес. У результаті, виникає потреба в чіткому визначенні основних негативних факторів, які здійснюють вплив на розвиток агрологістики в Україні, дослідження яких забезпечить підґрунтя для подальшого вирішення проблеми неефективного впровадження логістичних методів на аграрних підприємствах країни.

Т. В. Косарева визначає агрологістику як "частину процесу в агроланцюзі постачання, у ході якого здійснюються планування, реалізація і контроль за тим, наскільки продуктивно й ефективно проходить потік і зберігання товарів (послуг), відповідної інформації в агропромисловому комплексі від точки виникнення до точки споживання, заради задоволення потреб споживачів" [1].

Агрологістика використовується більшістю розвинених країн світу, таких як США, Канада, Західна Європа, Австралія. Така поширеність агрологістики зумовлена визнаним позитивним впливом її методів та їхньою ефективністю в агробізнесі [2]. В Україні агрологістика перебуває на стадії розвитку. Така ситуація зумовлює пошук тих проблемних моментів, які на цей розвиток впливають негативно. Такими несприятливими факторами можна вважати:

По-перше, відсутність розвинутої транспортної інфраструктури.

По-друге, недостатнє забезпечення складськими приміщеннями та висока ціна за послуги, які ними надаються.

По-третє, низький ступінь комунікації між всіма учасниками ринку (виробниками, компаніями-експедиторами, посередниками, переробними підприємствами, державними контролюючими органами), що впливає на терміни доставки товарів та зумовлює збільшення витрат.

По-четверте, психологічний фактор, який проявляється в небажанні аграріїв сприймати логістику, як значущий елемент в загальногосподарській діяльності підприємства.

По-п'яте, не розвинена кооперація та інтеграція агроформувань, враховуючи те, що елемент кооперації в сфері логістики є достатньо поширеним за кордоном та значно зменшує витрати на логістику, сприяючи підвищенню ефективності сільськогосподарських підприємств.

По-шосте, високі затрати на логістику внаслідок використання послуг посередницьких структур; висока вартість послуг елеваторних потужностей, овочесховищ, картоплесховищ; затрати на транспортування, загрузку та відвантаження продукції; витрати на сертифікацію при відправленні продукції з внутрішніх елеваторів до портів, внутрішню сертифікацію ветеринарної і фіто-санітарної служб, та інші інспекції щодо якості продукції, які в значній мірі дублюються.

Вищеперахований ряд факторів спричиняє негативний вплив на розвиток агрологістики в Україні. Важливим на даний час є пошук шляхів вирішення даних проблем і забезпечення сприятливих умов для подальшого розвитку системи агрологістики на сільськогосподарських підприємствах. Адже саме логістика дозволяє зменшити затрати на транспортування та складування продукції; забезпечує ефективне матеріально-сировинне постачання; оптимізує канали збуту продукції; виступає одним з основних елементів ефективної маркетингової системи

підприємства; сприяє зменшенню комерційних затрат на одиницю продукції; скорочує терміни доставки та постачання, що є дуже важливим саме для сільськогосподарських товарів, якісні характеристики яких тісно пов'язані з термінами зберігання; забезпечує підприємство та маркетинговий відділ необхідною інформацією щодо переміщення товару від точки виготовлення до точки споживання, а саме до безпосереднього покупця.

Для налагодження ефективної агрологістичної системи на підприємстві необхідним є сприйняття всіма учасниками агрологістичного ланцюга (виробники, посередники, державні контролюючі органи, компанії-експедитори, безпосередні перевізники, переробні підприємства та інші) логістики як цілісної системи, яка відіграє вагомую роль у налагодженні ефективної діяльності сільськогосподарських підприємств за рахунок зменшення витрат, та забезпеченні конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Література

1. Косарева Т. В. Агрологістика та агроланцюги постачання в АПК / Т.В. Косарева [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://dspace.nuft.edu.ua/jsui/bitstream/123456789/2758/1/5.pdf>.
2. Смирнов І. Г. Логістика в агропромисловому бізнесі: досвід Нідерландів / І. Г. Смирнов [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/31_PRNT_2008/Economics/36302.doc.htm

Гуцал О.П.,

викладач-стажист кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Для сучасного етапу розвитку управління персоналом характерні такі тенденції [1]:

- зміна підходів до управління персоналом (стають актуальними: концепція управління людськими ресурсами та концепція управління людиною);
- розвиток руху за компетентність;
- увага до підвищення ефективності управління персоналом (як економічної, так і соціальної);
- усвідомлення і підвищення значимості корпоративної культури.

Особливу увагу слід звернути на підвищення економічної ефективності управління персоналом, адже сучасні умови господарювання вимагають від підприємств більш раціонального використання наявних ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових) внаслідок їхньої обмеженості.

Управління персоналом можна розглядати як вплив керуючої системи на керовану. Як і будь-який процес впливу керуючої системи на керовану, управління персоналом здійснюється за допомогою певних методів.

Під методом розуміють спосіб досягнення якої-небудь мети, вирішення конкретного завдання або ж сукупність прийомів освоєння дійсності [2, с. 184]. Звідси випливає, що методи управління персоналом - це способи впливу на колектив і окремих працівників з метою здійснення координації їх діяльності в процесі функціонування організації [3, с. 109].

В економічній науці та практиці найчастіше виділяють три групи традиційних методів управління персоналом. До них відносять адміністративно-організаційні, соціально-психологічні та економічні [4, с. 21]. Досить часто, для зручності аналізу, соціально-психологічні методи розбивають на дві групи, виділяючи, таким чином, окремо соціологічні та психологічні методи управління [5, с. 550]. На нашу думку таке розмежування є умовним, оскільки як соціологічні, так і психологічні методи передбачають вплив на колектив чи особистість з метою формування в них установок щодо їх трудової діяльності.

Адміністративно-організаційні методи управління персоналом засновані на прямому впливі керівництва на персонал, передбачають жорстку дисципліну та неухильне дотримання вказівок керівництва. Соціально-психологічні методи - це методи непрямого впливу на персонал. Вплив на персонал здійснюється за допомогою соціального механізму (взаємовідносини в колективі, соціальні потреби) та індивідуального підходу до особистості [6]. Економічні методи, так як і соціально-психологічні, є методами непрямого впливу. Економічні методи передбачають застосування економічних інструментів для здійснення управлінського впливу на персонал.

Оскільки управлінці застосовують одночасно різноманітні інструменти, що належать до кожної з груп методів, слід їх детальніше розглянути.

Адміністративно-організаційні методи управління персоналом слугують передумовою успішного застосування економічних та соціально-психологічних методів. За допомогою адміністративно-організаційних методів на підприємстві формується організаційна структура управління. Прямий вплив адміністративно-організаційних методів на персонал здійснюється за допомогою наказів, розпоряджень, інструкцій, положень, стандартів. До цих методів відноситься правове регулювання діяльності персоналу.

В межах організації можливі три форми вияву організаційно-адміністративних методів [7]:

- обов'язкові приписи (наказ, заборона і т.д.);
- погоджувальні дії (консультація, досягнення компромісу);
- рекомендації, побажання (порада, роз'яснення, пропозиція, спілкування і т.д.).

При розгляді соціально-психологічних методів, як ми вже зазначали, для зручності аналізу їх часто розділяють на дві групи, виділяючи соціологічні та психологічні методи [3, с. 114; 5, с. 550]. Соціологічні методи відіграють важливу роль в управлінні персоналом, вони дозволяють встановити призначення і місце працівників в колективі, виявити лідерів і забезпечити їх підтримку, пов'язати мотивацію працівників з кінцевими результатами виробництва, забезпечити ефективні комунікації і вирішення конфліктів в колективі. Психологічні методи, на відміну від соціологічних, які спрямовані на колектив, є безпосередньо направлені в сторону особистості

працівника. До основних результатів використання психологічних методів відносять формування команд на основі психологічної відповідності, сприятливий психологічний клімат в колективі, мінімізація психологічних конфліктів, формування корпоративної культури [3, с. 115-116].

Соціально-психологічні методи передбачають застосування таких заходів та процедур [8]:

- соціальна підтримка персоналу;
- розвиток потенціалу колективу і працівників;
- формування і підтримка сприятливої соціально-психологічної атмосфери в організації;
- залучення працівників до прийняття рішень;
- підвищення якості трудового життя;
- індивідуальний підхід до працівників.

Економічні методи управління включають широке використання таких процедур, як планування, облік, контроль, економічний аналіз, оцінювання персоналу, мотивація і стимулювання [9]. Одним з найважливіших економічних методів управління персоналом виступає техніко-економічне планування. За допомогою планування формується програма діяльності організації [3, с. 113]. Планування діяльності персоналу забезпечує взаємозв'язок стратегії підприємства з стратегією управління персоналом. Планування має цільову та адресну спрямованість [10, с. 87]. Це означає, що планове завдання адресується конкретному виконавцю, з зазначенням результатів чи показників, яких необхідно досягнути за визначений період часу. Планування безпосередньо пов'язане з таким елементом, як встановлення економічних норм і нормативів діяльності.

Важливою складовою економічних методів управління персоналом є матеріальне стимулювання працівників. Найчастіше воно здійснюється через заробітну плату, різноманітні доплати та надбавки. Також до економічних методів відносять елементи соціального забезпечення працівників. Не менш важливим елементом економічних методів управління є фінансування. Оскільки досить часто нестача фінансових коштів є обмежувачим фактором при здійсненні заходів з управління персоналом. Тому важливо не просто планувати заходи з управління персоналом, але також враховувати фінансові можливості підприємства.

Реалізація заходів з управління персоналом передбачає здійснення цілого комплексу витрат на персонал. Управління витратами на персонал, як правило, може здійснюватися за допомогою таких механізмів [11, с. 73]:

- через чисельність персоналу;
- через бюджет витрат, які піддаються коригуванню (зазвичай витрати соціального характеру);
- через зміну завдання організації.

Одним із найефективніших способів управління витратами на персонал є бюджетування витрат на персонал. Бюджетування витрат на персонал належить до економічних методів управління персоналом, оскільки передбачає і планування заходів з управління персоналом, і фінансування цих заходів за допомогою використання таких фінансово-економічних інструментів, як бюджетування витрат на персонал здійснюється на основі комплексного підходу, забезпечуючи тим самим реалізацію усіх процедур, що лежать в основі управління витратами на персонал починаючи з планування і завершуючи контролем.

Література

1. Балабанова Л.В. Управління персоналом : навч. посіб. / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2006. – 457 с.
2. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.
3. Управление персоналом организации : учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 695 с.
4. Рульев В.А. Управління персоналом : навч. посіб. / В.А. Рульев, С.О. Гуткевич, Т.Л. Мостенська. – К. : КОНДОР, 2012. – 324 с.
5. Егоршин А.П. Управление персоналом : учебник для вузов / А.П. Егоршин. – 4-е изд., испр. – Н. Новгород : НИМБ, 2003. – 720 с.
6. Бычкова А.В. Управление персоналом : учеб. пособие / А.В. Бычкова. – Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2005. – 200 с.
7. Гавренкова В.И. Управление персоналом : учеб. пособие / В.И. Гавренкова, Ю.Г. Гудин. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2003. – 96 с.
8. Спивак В.А. Управление персоналом : учебное пособие / В.А. Спивак. – М. : Эксмо, 2010. – 336 с.
9. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / В.М. Данюк, В.М. Петюх, С.О. Цимбалюк та ін. – К. : КНЕУ, 2004. – 398 с.
10. Шатун В.Т. Я - начальник, ты - ... О менеджменте популярно и конкретно [Текст] : учеб.-практ. пособие / В.Т. Шатун. - Николаев : Издательство НГГУ им. Петра Могилы, 2005. – 344 с.
11. Экономика и социология труда : метод указания / сост. Е. С. Козина. – М. : Директ-Медиа, 2013. – 85 с.

КОГНИТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В современных экономических условиях фундаментальной основой любой эффективной системы управления предприятием является стратегическое управление. Как правило, управление предприятием осуществляется только благодаря функционированию оперативного и текущего управления. Это приводит к неспособности гибкого реагирования объекта управления на изменения внешней среды. В результате происходит снижение конкурентоспособности, ухудшение финансового состояния, потеря рыночных позиций. Поэтому предприятию необходимо определять стратегию своего развития в определенной временной перспективе.

Стратегическое управление - это практическая деятельность, связанная с постановкой целей и задач организации, а также с поддержанием взаимоотношений между организацией и окружением, которые позволяют ей добиться своих целей, соответствуют ее внутренним возможностям и позволяют оставаться восприимчивой к внешним изменениям [1].

Выбор эффективной стратегии развития предполагает комплексный учет многочисленных факторов внешней и внутренней среды предприятия, а также определение наиболее важных среди них, в зависимости от поставленных целей. Также для стратегического управления необходимо динамическое прогнозирование дальнейшей деятельности предприятия. Для моделирования и управления сложными системами в рамках теории поддержки принятия решений существует направление когнитивное моделирование. Достаточно широко используется когнитивное моделирование для анализа таких сложных систем как система образования, система качества жизни населения, система здравоохранения, однако практически нет работ по комплексному рассмотрению такой сложной системы как предприятие.

В рамках когнитивного моделирования существует возможность определения стратегии развития предприятия с учетом основных процессов, происходящих как внутри предприятия, так и в его внешней среде. Когнитивное моделирование в задачах анализа и управления - это исследование функционирования и развития слабоструктурированных систем и ситуаций посредством построения модели на основе когнитивной карты, которая отражает субъективные представления (индивидуальные или коллективные) исследуемой проблемы, ситуации. Основными элементами когнитивной карты являются базисные факторы (или просто факторы) и причинно-следственные связи между ними. Содержательно базисные факторы - это факторы, которые определяют и ограничивают наблюдаемые явления и процессы в слабоструктурированных системах и окружающей ее среде и интерпретированы субъектом управления как существенные, ключевые параметры, признаки этих явлений и процессов. При становлении когнитивного подхода общее представление когнитивной карты было в виде знакового графа, то есть ориентированного графа, вершинам которого сопоставлены факторы, а дугам - знаки (+ или -). В последнее время когнитивная карта представляется в виде взвешенного графа, в котором вершинам соответствуют факторы, а дугам - веса в той или иной шкале [2]. Различные интерпретации вершин, ребер и весов на ребрах, а также различные функции, определяющие влияние связей на факторы, приводят к различным модификациям когнитивных карт и средствам их исследования. При этом интерпретации могут различаться как в содержательном плане, так и в математическом.

Поведение (состояние) системы может быть описано на основе значений системных переменных, что делает возможным использование классических подходов из теории систем, в частности, для моделирования, анализа динамики, управления. Достоинство подхода заключается в том, что анализ когнитивной карты позволяет выявить структуру проблемы (системы), найти наиболее значимые факторы, влияющие на нее, оценить воздействие факторов (концептов) друг на друга. Если в когнитивной карте выделены целевые и входные концепты, на которые можно воздействовать, то возможно оценить достижимость целей, разработать сценарии и стратегии управления, осуществить поиск управленческих решений. Когнитивный анализ такой сложной социально-экономической системы как предприятие позволит:

- проводить комплексный анализ всех факторов, оказывающих влияние на функционирование предприятия;
- учитывать трудно формализуемые качественные факторы, а также количественные факторы;
- проводить анализ динамики развития предприятия;
- формировать и проверять гипотезы о функционировании предприятия;
- осуществлять сценарный анализ развития предприятия.

Этапы когнитивной технологии и их результаты, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Этапы когнитивной технологии и результаты ее применения

Наименование этапа	Форма представления результата
1. Когнитивная (познавательная-целевая) структуризация знаний о предприятии и внешней среды на основе PEST-анализа и SWOT-анализа. Анализ исходной ситуации вокруг объекта с выделением базисных факторов, характеризующих экономические, политические и другие процессы, протекающие в нем и в его макроокружении и влияющих на его развитие. 1.1 Выявление факторов, характеризующих сильные и слабые стороны предприятия. 1.2 Выявление факторов, характеризующих возможности и угрозы со стороны внешней среды предприятия. 1.3 Построение проблемного поля исследуемого объекта.	Отчет о системном концептуальном исследовании объекта и его проблемной области
<i>продолжение таблицы 1</i>	
2. Построение когнитивной модели развития предприятия - формализация	Компьютерная

знаний, полученных на этапе когнитивной структуризации. 2.1 Выделение и обоснование факторов. 2.2 Установление и обоснование взаимосвязей между факторами. 2.3 Построение графовой модели.	когнитивная модель в виде ориентированного графа (и матрицы взаимосвязей факторов)
3. Сценарное исследование тенденций развития ситуации вокруг исследуемого объекта (при поддержке программных комплексов "СИТУАЦИЯ", "КОМПАС", "КИТ"). 3.1 Определение цели исследования. 3.2 Задание сценариев исследования и их моделирование. 3.3 Выявление тенденций развития предприятия в его макроокружении. 3.4 Интерпретация результатов сценарного исследования.	Отчет о сценарном исследовании ситуации, с интерпретацией и выводами
4. Разработка стратегий управления ситуацией вокруг исследуемого объекта. 4.1 Определение и обоснование цели управления. 4.2 Решение обратной задачи. 4.3 Выбор стратегий управления и упорядочивание их по критериям: возможности достижения цели; риска потери управления ситуацией; риска возникновения чрезвычайных ситуаций.	Отчет о разработке стратегий управления с обоснованием стратегий по разным критериям качества управления
5. Поиск и обоснование стратегий достижения цели. Для стабильных ситуаций: а) выбор и обоснование цели управления; б) выбор мероприятий (управлений) для достижения цели; в) анализ принципиальной возможности достижения цели из текущего состояния ситуации с использованием выбранных мероприятий; г) анализ реальных ограничений на реализацию выбранных мероприятий; д) анализ и обоснование реальной возможности достижения цели; е) выработка и сравнение стратегий достижения цели по: близости результатов управления к намеченной цели; затратам (финансовым, физическим и т.п.); по характеру последствий (обратимые, необратимые) от реализации этих стратегий в реальной ситуации; по риску возникновения чрезвычайных ситуаций.	Отчет о разработке стратегий достижения цели в стабильных или изменяющихся ситуациях
Для изменяющихся ситуаций: – выбор и обоснование текущей цели управления; – справедливы предыдущие п. п. б-е; – анализ изменений, происходящих в ситуации, и их отображение в графовой модели ситуации (переход к п. а).	
6. Разработка программы реализации стратегии развития предприятия на основе динамического имитационного моделирования (при поддержке программного пакета Ithink) 6.1. Распределение ресурсов по направлениям и во времени. 6.2 Координация. 6.3 Контроль за исполнением.	Программа реализации стратегии развития предприятия. Компьютерная имитационная модель развития

Когнитивное моделирование на основе проведенного ситуационного анализа позволяет подготовить альтернативные варианты решений по снижению степени риска в выделенных проблемных зонах, прогнозировать возможные события, которые могут отразиться на положении моделируемого объекта.

Таким образом, с помощью теории моделирования когнитивных карт существует возможность проводить поддержку стратегических решений в управлении предприятием, рассматривая предприятие как сложную динамическую систему и учитывая факторы внешней и внутренней среды.

Литература

1. Тойменцева И.А. Стратегическое управление предприятием в условиях неопределенности с применением экономико-математических методов моделирования / И.А. Тойменцева // Проблемы современной науки: сборник научных трудов: выпуск 5. Часть 2. – Ставрополь: Логос, 2012. – С. 211.
2. Авдеева З.К. Когнитивное моделирование для решения задач управления слабоструктурированными системами / З.К. Авдеева // Тр. 66-й междунар. конф. "Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций" (CASC'2006). – М.: ИПУ РАН, 2006. – С. 45.
3. Коврига С.В. Методические и аналитические основы когнитивного подхода к SWOT-анализу / С.В. Коврига // Проблемы управления. – 2005. – № 5. – С. 58–63.

ІНФРАСТРУКТУРА ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

В умовах розвитку сучасного суспільства, одним із основних напрямів економічного зростання малих суб'єктів господарювання є їх інноваційний розвиток, що передбачає використання принципово нових прогресивних технологій, перехід до випуску високотехнологічної продукції та розробку механізмів реалізації управлінських рішень в інноваційній діяльності. Проте, сьогодні економічні умови вимагають інтенсивної інноваційної діяльності, ефективної організації досліджень та розробок, нововведень, зниження інноваційних ризиків, стратегічного управління в інноваційній діяльності кожного малого підприємства. Тому, щоб не втратити свої позиції на ринку та здійснювати ефективну інноваційну діяльність, малі підприємницькі структури змушені шукати нові джерела й форми інвестування та систему заходів щодо його фінансово-кредитної підтримки.

Варто відзначити, що вирішенням проблем ресурсного забезпечення малого інноваційного підприємництва є збільшення кількості об'єктів інфраструктури інноваційної підприємницької діяльності, здатної спрямувати ринкові ресурсні потоки на реалізацію інноваційних проектів та сприяти ринковій адаптації інноваційної продукції малих підприємницьких структур.

Інституціональна інфраструктура малого підприємництва – сукупність установ, організацій, фірм, структур, які забезпечують процес підготовки, створення та розвитку малих інноваційних підприємницьких структур. Завдяки унікальності причин, а також з урахуванням термінових та фінансових обмежень формування цілісної інфраструктури малого підприємництва, доцільно використовувати в стратегічному плануванні скориговану модель такої інфраструктури [3, с. 10].

Світова практика свідчить, що ефективними є такі інноваційні структури, як технопарки, технополіси, бізнес-інкубатори, наукові та науково-технологічні парки, які спеціалізуються на створенні сприятливих умов для ефективної інноваційної діяльності малих підприємницьких структур, що реалізують оригінальні науково-технічні ідеї. Головне призначення таких структур – сприяння малим інноваційним підприємствам через надання їм у тимчасове користування виробничих площ, матеріально-технічної бази, інформаційних мереж, забезпечення дослідними приладами і устаткування та надання консультативної допомоги з широкого кола науково-технологічних, економічних і правових питань [6, с. 359-360].

Потенційними носіями передових технологій підтримки інноваційного розвитку малого підприємства є бізнес-інкубатори. Саме вони є носіями тих можливостей, що підштовхують розвиток інноваційних процесів серед представників малих підприємницьких структур і водночас є інструментом економічної, соціальної, структурної й інноваційної політики [1, с. 33].

Організаційна структура бізнес-інкубаторів зорієнтована на якісні послуги малим інноваційним утворенням, так як їх успіх, на пряму, залежить від того щоб малі інноваційні структури якомога швидше ставали рентабельними, що гарантує бізнес-інкубатору значну частку в їхніх майбутніх прибутках. Вони мають можливість проводити експертизу інноваційних проектів, патентні дослідження, здійснювати пошук інвесторів, страхувати й гарантувати захист діяльності малих підприємницьких структур [4].

Основні цілі та завдання бізнес-інкубатора полягають у підтримці, створенні й упровадженні нових технологій та інформаційних систем, конкурентоспроможних на світовому ринку, сприянні створенню, становленню та розвитку малих інноваційних підприємницьких структур через надання їм навчально-тренінгової й консультаційної допомоги, а також організацію професійної підготовки спеціалістів [5, с. 12].

Відносно новим інститутом підтримки малих підприємницьких структур є бізнес-центри, функції яких полягають у наданні підтримки у вигляді консультативної допомоги, організації професійної підготовки та перепідготовки кадрів для малого підприємництва. Бізнес-центри – це установи, які надають інформаційні, консалтингові, маркетингові, тренінгові та інші послуги суб'єктам підприємництва та особам, які бажають займатися підприємницькою діяльністю. Бізнес-центри можуть надавати приміщення для ділових зустрічей, засоби зв'язку, комп'ютерну та оргтехніку. Набір послуг в різних бізнес-центрах значно коливається. На відміну від бізнес-інкубаторів, бізнес-центри надають послуги, як правило, фізичним особам та за комерційними розцінками.

Сьогодні на найбільшу увагу заслуговують ті бізнес-центри та бізнес-інкубатори, основними завданнями яких є створення умов для становлення малого підприємництва й створення нових робочих місць в секторі малих виробничих, інноваційних підприємницьких структур. А також ті, що працюють за такими напрямками: підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів; проведення маркетингових досліджень; інформаційне забезпечення; консалтингові послуги; допомога в реєстрації підприємств; юридичні послуги; аудиторські послуги; надання в оренду (на пільгових умовах) офісних та виробничих приміщень; надання офісних послуг (розмноження матеріалів, надання засобів зв'язку, оргтехніки тощо); сприяння в отриманні інвестицій та кредитів; надання обладнання в лізинг; реклама продукції тощо.

В сучасних умовах найбільш ефективною формою інтеграції інновацій у виробництво є створення організаційно-економічних умов та можливостей в «наукових та технологічних парках» для одночасного формування, з метою комерціалізації результатів наукових розробок, на базі університетів численних малих фірм. Головним питанням формування та функціонування цих структур є пошук джерел їх фінансування.

Завданням технопарків є не тільки стимулювання формування та розвитку нових малих інноваційних підприємницьких структур із використанням результатів наукових досліджень університетських, академічних та інших дослідницьких центрів, а й, головне, створення для цих підприємств умов, які б дозволяли їм у більш стислі терміни і з меншими витратами проходити всі стадії циклу просування наукових знань у матеріальну сферу, сприяння трансферу технологій [2].

Найбільш укрупненою структурною одиницею серед інших інноваційних форм ведення бізнесу є технополіс, який являє собою масштабний науково-промисловий комплекс з розвинутою інфраструктурою сфери обслуговування, орієнтовані на створення та комерційне освоєння результатів фундаментальних і науково-прикладних досліджень, підтримку малих науково-дослідних та дослідно-виробничих підприємницьких структур у сфері високих технологій.

Технополіси орієнтовані на активізацію інноваційного процесу за допомогою регіональних центрів розробки та виробничого освоєння продукції високого технічного рівня. У сучасних умовах формування технополісів є одним з головних напрямів наукової діяльності. Вони сприяють більш активному створенню, впровадженню та широкому комерційному використанню науково-технічних нововведень, і як наслідок, прискоренню науково-технічного прогресу та підвищенню ефективності національної економіки.

Отже, ефективне функціонування малих підприємницьких структур, як показують проведені нами дослідження, повною мірою залежить від створення сприятливого середовища, основна частка якого припадає на приватний сектор інфраструктури. Однак, головним завданням у розвитку інфраструктури підтримки підприємництва має стати не тільки зростання кількості об'єктів інфраструктури підтримки малих підприємницьких структур, а їхнє рівномірне розміщення, зосередження не лише в обласних, а й у районних центрах, а також підвищення якості роботи, поліпшення кваліфікаційного рівня персоналу й розробки інноваційної моделі діяльності та співпраці з малими підприємствами.

Література

1. Данилків Х.П. Бізнес-інкубатори як інфраструктура складової підтримки малого підприємництва / Х.П. Данилків // Потенціал стійкого розвитку та фінансова безпека соціально-економічних систем : І всеукр. наук.-практ. конф., 17-18 жовтня 2013 р. – Сімферополь, смт Гурзуф, 2013. – С. 32-35.
2. Денисюк В. Розвиток інноваційних територіальних структур як важливої складової української інноваційної системи. Інтернет-холдинг Олега Соскіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://soskin.info/ea/2003/7-8/20030712.html>.
3. Мамдух Т. А. З. Розвиток малого підприємництва в умовах перехідної економіки (на прикладі України та Йорданії) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Мамдух Тайє Аль Зіадат. – Донецьк, 1999. – 15 с.
4. Немченко А.Б. Бізнес-інкубатори в сфері сучасної державної підтримки розвитку регіональної інноваційної інфраструктури / А.Б. Немченко, Т.Б. Немченко // Економічні науки – 2010. Вип. 17. – С. 36-42.
5. Пивоваров М. Розвиток інституту інфраструктури малого підприємництва: проблеми та шляхи його покращення / М. Пивоваров // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2013. – Вип. 1(8). – С. 6–18.
6. Шайдюк І.Є. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності малих підприємств в Україні / І.Є. Шайдюк, Ю. І. Черкасова // Бюлетень міжнародного Нобілевського економічного форуму. – 2010. – № 1(3). Том 2. – С. 357-362.

УДК 330.341

Данилович-Кропивницька М.Л.,
доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Національний університет «Львівська політехніка»

ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ОСНОВИ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

На шляху до інформаційного суспільства країни - технологічні лідери системно сприяють розвитку та поглибленню в міжнародних економічних відносинах лібералізації та вільній конкуренції. Підтримка цих принципів дозволить їм повністю реалізувати власні конкурентні переваги. Головні зусилля країн концентруються на створенні глобальної електронної та комунікаційної інфраструктури і підготовці на її основі подальших глобальних ініціатив, таких як всесвітня зона вільної електронної торгівлі і глобальне інформаційне суспільство.

Технологічні прориви в сфері інформатизації дають можливість говорити про особливий матеріальний базис інформаційного суспільства, основу якого складає «мережева економіка». Як відомо, економічні епохи відрізняються не тим, що виробляється, а тим якими засобами виробництва виробляється.

Найважливішою умовою становлення «мережевої економіки» стало витіснення з 80-х рр. ХХ ст. четвертого технологічного укладу п'ятим, при якому лідируючі позиції займають комп'ютерні та інформаційні технології, нові організаційні структури, засоби космічного зв'язку, опто-волоконні та біотехнології тощо. У результаті в мережевій економіці автоматизоване виробництво, завдання, прилади, пристрої, машини та люди пов'язані між собою новими зв'язками. У 2010 р., паралельно зі світовою фінансово-економічною кризою, наступив кінець стадії швидкого росту п'ятого технологічного устрою і почався перехід до технологій та формування відтворювального контуру шостого технологічного устрою, період домінування якого очікується, починаючи з 2018 року.

В той же час, в українській економіці домінують низько технологічні галузі виробництва, які природно відносяться до мало наукоємних галузей: добувна і паливна – 0,8-1%; харчова, легка промисловість, аграрна

промисловість – 1,2%. У цілому в Україні домінує відтворення виробництва 3-го технологічного укладу (гірнична металургія, залізничний транспорт, багатотоннажна неорганічна хімія та ін.). Відповідно майже 95% вітчизняної продукції належить до виробництв 3-го та 4-го технологічних укладів [1].

Інфраструктура інноваційного розвитку України перебуває в початковому стані. У ній представлено лише окремі типи інноваційних структур, зокрема технопарки, наукові центри, бізнес-інкубатори, науково-технічні підприємства, фонди. Причому діяльність лише їх незначної частини відповідає завданням, які мають вирішуватися, виходячи зі світового досвіду організації різних типів інноваційних структур. Одночасно назріла необхідність реалізації концепції «технологічного прориву» на базі формування нових форм локальних утворень – кластерів, особливих економічних зон, технополісів та побудови нової мережевої форми економіки.

Залежно від того, яка властивість нової економічної системи розглядається більш глибоко, вживають терміни: «інформаційна економіка» (information economy), «мережева економіка» (network economy), «Інтернет-економіка» (Internet economy), «економіка знань» (cognitive economy), «нова економіка» (new economy) та інші, близькі за суттю. Множинність властивостей сучасної економіки дає підстави вживати їх у певній послідовності і підпорядкованості, бо поява вищевказаних назв свідчить про ту чи інше домінуючу силу, яка впливає на розвиток економічної системи у конкретний період часу.

Глобальні комп'ютерні мережі підготували умови для перебудови на якісно новій основі не тільки корпоративного управління, а й створили умови для бурного переходу від ієрархічних та ринкових систем управління до прямих горизонтальних зв'язків. В мережевій економіці створюються сприятливі умови для глобалізації ринків фінансів, товарів, робочої сили. Це ще більше загострює конкуренцію, створюючи різні наслідки для розвинутих та країн, що розвиваються. Оскільки найбільшими є два основних ресурси – інтелект та фінанси, то вони швидко перетікають в епіцентри світової економіки.

Адаптуючись до постіндустріальної парадигми, економічні системи змінюють не тільки усталені моделі розвитку, але й свій традиційний організаційний код - переходять до кластерної побудови та мережевого способу координації. Практично не вивченими залишаються питання зв'язку нових мережевих форм взаємодії та механізму інноваційного розвитку країн в умовах глобалізації.

Хвиля інтересу до цього питання стала проявлятися у світовій науці зовсім недавно, причому не тільки в області економічного аналізу, але й в сфері соціології, менеджменту та економічної географії. Сукупність міждисциплінарних розробок з цієї тематики утворює цілісний кластер теоретичних та прикладних досліджень, які автор називає «мережевою економікою». На фоні цілого спектру близьких за змістом вказаних вище термінів, дане поняття виділяється своєю ємністю, яка проявляється у таких найважливіших аспектах:

- висвічує органічний взаємозв'язок технологічної (віртуальні мережі) та інституціональної специфіки укладу життя, що безперервно оновлюється (мережеве соціальне середовище);
- накопичення і нарощування нових знань відбуваються шляхом їх мережевого поділу, а сам інноваційний ріст є результатом становлення в економіці та суспільстві нової, мережевої моделі координації зв'язків [2].

Мережевий ефект взаємодії породжує нове явище зростаючої граничної корисності та зростаючої граничної продуктивності. Чим більший масштаб діяльності в таких умовах, тим більша ефективність використання додатково залучених ресурсів. Особливо яскраво ефект масштабу проявляється в межах мережі, яка використовує вироблені нею стандарти. Мережева структура сприяє підвищенню компетентності членів організації. Стандарти в економіці знань стають основним фактором конкурентоспроможності.

Очевидно, що для переходу до мережевої економіки недостатньо створити новітню виробничу інфраструктуру (бізнес-інкубатори, технологічні платформи, технопарки, венчурні фонди, тощо), за відсутності необхідної щільності соціальної кооперації, при дефіциті демократичних інститутів і низькому рівні суспільної довіри така інфраструктура буде працювати вхолосту.

Отже, створення та розвиток різних форм мережевої взаємодії являє собою новий підхід до вирішення проблеми конкуренції в умовах глобалізації світової економіки та ринків. Подібна тенденція є наслідком стрімкого розвитку та розповсюдження високотехнологічних продуктів і комплексних рішень в сучасній економіці, процесів швидкого вдосконалення технологій та високого рівня ризику на нових ринках.

Перехід до інформаційного суспільства створює нові економічні та технологічні реалії, які необхідно усвідомити та врахувати в інноваційній стратегії національного розвитку. На сьогодні у всіх провідних країнах, що використовують інформаційні технології в національних інтересах, розробляються і діють державні програми про виходження в глобальне інформаційне суспільство.

Україна не може ігнорувати такий стратегічний напрямок розвитку економіки, бо ще більше закріпить за собою статус країни-аутсайдера з цілим спектром негативних наслідків. Серед яких, в кращому випадку, зниження рівня національної інформаційної безпеки, подальше зменшення конкурентоспроможності вітчизняних виробників, зменшення доходів в бюджет, загострення соціальних проблем, ослаблення національної держави.

Тому Україна має розробляти свою стратегію із врахуванням захисту національних інтересів, надбання нових ключових технологій та завоювання нетипових для себе сегментів світового ринку. Поруч із пріоритетною підтримкою передових технологій та секторів, а також створенням найновішої виробничої інфраструктури, найважливішим напрямком інноваційної політики повинен стати розвиток мережевої кооперації та мережевих взаємодій.

Література

1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс] / Авт.упоряд.: Г. О. Андрощук, І. Б. Жилияєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. К: Парламентське вид-во, 2009. – 632 с. – Режим доступу: <http://kno.rada.gov.ua/komosviti/doccatalog/document?id=48719> (дата звернення 18.02.2015).
2. Катуков, Д.Д. Институциональная среда глобализированной экономики: развитие сетевых взаимодействий / Д.Д. Катуков, В.Е.Малыгин, Н.В. Смородинская; Научный доклад под. ред. Н.В. Смородинской. – М. : Институт экономики РАН, 2012. – 45 с.

Дашевська Н.С.,
здобувач кафедри фінансів і кредиту,
Полтавська державна аграрна академія

ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА

В умовах інтеграції сільського господарства України у світовий економічний простір гостро постає питання забезпечення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку. Одним із елементів сучасного управління конкурентоспроможністю та засобом забезпечення максимальної ефективності фінансово-господарської діяльності є маркетинг. Проте, для керівників та менеджерів сільськогосподарських підприємств України, розробка маркетингових заходів та планування маркетингової діяльності не є пріоритетними аспектами управління.

Дуже часто зустрічаються випадки формального підходу до планування та проведення маркетингових заходів або сліпого копіювання маркетингових концепцій країн Західної Європи та США. В першому випадку, маркетинг на підприємстві фактично зведений до вивчення окремих показників діяльності ринку продукції та проведення рекламних кампаній. Такий підхід до застосування маркетингових методів значно звужує їх ефективність і не дає можливості досягти максимально можливого рівня ефективності виробництва і реалізації продукції тваринництва. З іншого боку, без урахування специфіки діяльності окремого підприємства та галузі в цілому, будь-які маркетингові стратегії і концепції приречені на невдачу.

З метою уникнення помилок при розробці маркетингових заходів, доцільно більш значну увагу приділяти процесу маркетингового планування. В загальному вигляді маркетингове планування являє собою неперервний процес комплексного та системного процесу планування результатів, методів досягнення поставлених цілей, який періодично повторюється й вдосконалюється.

Початком маркетингового планування є всебічний маркетинговий аналіз показників діяльності підприємства. Маркетингове планування повинне спиратися на системних дослідженнях з метою забезпечення неперервного інформаційного потоку оцінки внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства (фірми).

Початком планування системи маркетингових заходів є аналіз діяльності підприємства. Для цього доцільно використовувати матриці, зокрема матрицю SWOT, матрицю МСС, матрицю векторного розвитку підприємства.

Основними складовими маркетингового планування є:

- аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів, що визначають кінцевий результат діяльності підприємства (фірми);

- визначення слабких сторін та конкурентних переваг підприємства;

- оцінка ринку та основних характеристик продукції;

- визначення основних цілей у поточному та перспективному періодах;

- розробка деталізованого плану із зазначенням ключових аспектів: маркетингового бюджету, технології виробництва, збутової політики, ціноутворення, формування іміджу товару (фірми), рекламних заходів;

- розробка системи показників для оперативної оцінки виконання плану.

План маркетингової діяльності має відображати інформацію, як для керівників підприємства, так і для інвесторів – наявних чи потенційних. Етапи маркетингового планування повинні бути пов'язаними між собою та логічно поєднаними для більш точного виконання потреб ринкового середовища.

При складанні маркетингового плану керівники та власники повинні керуватися наступними принципами:

- системність та комплексність;

- конкретність;

- безперервність процесу планування;

- контрольованість.

Дотримання вищезазначених принципів дозволить забезпечити якість процесу планування маркетингової діяльності. Якість маркетингового планування – це сукупність властивостей та характеристик, що визначають ступінь здатності процесу планування виконувати головну функцію, тобто розробляти такий маркетинговий план, який забезпечить реалізацію намічених цілей [1, с. 91]. Для забезпечення ефективного процесу маркетингового планування слід особливу увагу приділяти таким аспектам:

- визначення конкретних цілей маркетингової діяльності з визначенням конкретних термінів їх реалізації;

- формування адекватного інформаційного потоку, який дозволяє точно визначити основні показники ефективності маркетингового планування;

- визначення ступеня впливу негативних чинників зовнішнього середовища та заходів його нейтралізації;

- встановлення відповідальних осіб, термінів виконання, ступеню відповідальності.

Доцільним також є враховувати витрати пов'язані із процедурами контролю та стимулювання досягнення поставлених цілей. Ступінь вразливості маркетингового плану визначається рівнем ризику та ступенем його контролю з боку керівництва. Для цього слід визначити загальний рівень ризику, чинники його формування та внутрішніми можливостями його нейтралізації.

Крім того слід розробити компенсуючу систему позитивних чинників, які здатні нейтралізувати негативні та зменшити рівень ризику. На основі системи позитивних та негативних чинників слід розробити інтегральний показник ризику значення якого міститься в межах від -1 до 1. Маркетинговий план вважається ефективним, якщо значення інтегрального показника перевищує 0.

Запорукою ефективності процесу маркетингового планування є діюча система контролінгу. Механізм маркетингового контролінгу забезпечить своєчасне розв'язання комплексу цілей забезпечення ефективної діяльності господарюючого суб'єкта шляхом своєчасного внесення коректив у плани маркетингових заходів.

Інформаційне та методичне забезпечення процесу маркетингового планування та ефективна система

маркетингового контролінгу дозволить створити досконалу стратегію діяльності підприємства, яка дозволить забезпечити ефективність процесів виробництва та реалізації продукції.

Література

1. Єрмошенко М.М. Маркетинговий менеджмент : навч. посібник / М.М. Єрмошенко. – К. : НАУ, 2001. – 204 с.
2. Овдіюк О.М. Проблеми маркетингової діяльності на малих переробних підприємствах АПК / О. М. Овдіюк // Збірник наукових праць Харківського національного аграрного університету. – 2004. – № 4. – С. 215-219.

УДК 502.1

Джемелінська Л.В.,
к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

ВИКОРИСТАННЯ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ ТЕХОЛОГІЙ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Глобалізація, швидка індустріалізація великої кількості країн, зміна стилю життя їх населення обумовила підвищення глобального попиту на ресурси, погіршення стану довкілля.

Екологічне підприємництво пов'язано з виробництвом і реалізацією товарів, проведенням робіт і послуг, спрямованих на запобігання шкоди навколишньому середовищу й здоров'ю населення.

Концепція чистого виробництва з'явилась в США на початку 70-х років. Вона означала, що запобігання забрудненню навколишнього середовища буде надавати підприємству більші вигоди, ніж виплати штрафних санкцій за це забруднення. Важливим є підтримка цієї концепції на державному та міжнародних рівнях, зміна менталітету виробників і населення, бізнес-моделей разом з ефективним екологічним управлінням і чітким дотриманням стандартів. На рівні підприємства використання стратегії чистого виробництва дозволяє створити промислове виробництво з мінімізацією відходів. Екологічно спрямовані зміни виробничого процесу здійснюються шляхом зниження споживання матеріалів та енергії на одиницю продукції.

Ресурсно-ефективне та більш чисте виробництво – це інтегрований підхід до підвищення ефективності виробництва за рахунок підвищення продуктивності виробництва та продуктивного використання природних ресурсів і мінімізації утворення відходів, який базується на використанні стратегій управління та інструментарію більш чистого виробництва [1, с. 88].

До інструментарію більш чистого виробництва відносять: ефективність виробництва, екологічне управління, людський розвиток.

Людський розвиток охоплює мінімізацію ризиків для людей та спільнот і підтримку їх розвитку, екологічне управління передбачає мінімізацію впливу на природне середовище через зменшення відходів, ефективність виробництва пов'язана з оптимізацією продуктивного використання природних ресурсів [1, с. 90]. Для підвищення корпоративної соціальної відповідальності за забруднення навколишнього середовища використовується стандарт з адміністративного управління ISO 26001.

Згідно з законом України « Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», до стратегічного пріоритетного напрямку інноваційної діяльності промислових підприємств України відносять широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища. Важливого значення набуває узгодження національного законодавства з законодавством Європейського Союзу у сфері охорони навколишнього середовища.

ЮНІДО та інші міжнародні організації надають технічну, інформаційно-методологічну та консультативну підтримку для впровадження в Україні екологічно чистого виробництва.

Світовий банк виділяє Україні позику Міжнародного банку реконструкції та розвитку у сумі 330 млн. дол. США та позика Фонду чистих технологій у сумі 48,425 млн. дол. США, спрямовуються на підвищення рівня надійності постачання електроенергії [2].

За даними [3], у 2013 р. питома вага промислових підприємств, що впроваджували інновації в Україні від їх загальної кількості становила 13,6%. У 2013 р. було впроваджено 1576 нових технологічних процесів, у тому числі 502 маловідходних, ресурсозберігаючих. В країні впроваджується недостатньо маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів на промислових підприємствах.

Більшість вітчизняних промислових підприємств працюють за витратною технологією використання ресурсів. Практично на кожному підприємстві України є потенціал підвищення продуктивності чистого виробництва.

Для ефективного використання чистих технологій на вітчизняних промислових підприємствах доцільно розробити екологічну політику, використовувати об'єкти інтелектуальної власності для створення нових екологічно чистих технологій, управляти впровадженням ресурсозберігаючих та маловідходних технологій, підвищувати кваліфікацію працівників підприємства у сфері охорони навколишнього природного середовища і раціонального використання природних ресурсів, сприяти покрощенню знань працівників у даній сфері за допомогою забезпечення довідковою інформацією, навчальними засобами, удосконалювати обладнання.

Сприятиме просуванню чистих технологій перехід вітчизняних промислових підприємств на міжнародні стандарти у сфері охорони навколишнього середовища, взаємодія з міжнародними організаціями, залучення іноземних інвестицій, збільшення інвестицій у природоохоронну діяльність, залучення нових постачальників екологічної сировини, матеріальне та моральне заохочення працівників підприємства.

Література

1. Мусіна Л.А. Взаємний вплив економіки та природного середовища в сучасному світі: політика, стратегії, технології: монографія / Л.А. Мусіна, А.В. Ямчук, Т.К. Кваша. – К. : УкрІНТЕІ, 2012. –260 с.
2. Інформаційно-аналітичний вісник «Реформи» 25-31 грудня 2014 року. Укрінформ, 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrainaworldcongress.org./userfiels/file>
3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 332.3.003.13:631.11

Дивнич О.Д.,
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства,
Полтавська державна аграрна академія

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЛІ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНА СКЛАДОВА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливою економічною категорією, яка властива діяльності сільськогосподарських підприємств в ринкових умовах господарювання, є рентабельність. Вона означає доходність, прибутковість підприємства. У процесі виробничо-комерційної діяльності господарства мають відшкодувати свої витрати виручкою від реалізації продукції і одержати прибуток. Тому рентабельність – показник економічної ефективності сільськогосподарського виробництва, який свідчить про те, що господарство від своєї діяльності одержує прибуток.

У 2013 р. порівняно з 2000 р. рівень рентабельності виробництва сільськогосподарської продукції збільшився на 12,2 %, а порівняно з 2009 р. зменшився 2,6 %. При цьому рівень рентабельності галузі рослинництва зменшився з 30,8 % у 2000 р. до 11,1 % у 2013 р. У рослинництві найвищу рентабельність має виробництво зернових культур та соняшнику.

Чіткої залежності між урожайністю та рівнем рентабельності сільськогосподарських культур не спостерігається. Це пояснюється тим, що трансформаційні процеси в економіці України призвели до викривлення вартісних співвідношень у сфері розподілу і, відповідно, показників ефективності операційної діяльності суб'єктів господарювання. Так, при зростанні собівартості виробництва сільськогосподарської продукції на 40 – 60 %, середньореалізаційні ціни збільшилися лише на 10 – 15 %. Така ситуація зумовлена як об'єктивними причинами – політикою уряду щодо стримування цін на сільськогосподарську продукцію, неадекватністю розподілу доходу між виробниками і переробниками або продавцями, агресивною імпоротною політикою, так і суб'єктивними причинами – неефективністю системи менеджменту, порушенням технологічних процесів, застарілістю техніко-технологічної бази сільськогосподарських підприємств тощо.

Оскільки саме земля є незамінним фактором при виробництві сільськогосподарських культур, то важливо визначити яким чином між собою пов'язані ефективність використання землі та ефективність виробництва продукції рослинництва. Для оцінки ефективності використання землі існує велика кількість натуральних та вартісних показників, які мають частковий характер, їх зміна різнонаправлена і не дає достовірного уявлення про тенденції та ефективність використання природного ресурсу.

З цією метою нами запропоновано для оцінки ефективності використання сільськогосподарських угідь використовувати такий показник як рентабельність використання землі:

$$P_z = \frac{\text{Пр}_{\text{рос}}}{\text{ОР}} \cdot 100 \%,$$

де P_z – рівень рентабельності використання землі, %;

$\text{Пр}_{\text{рос}}$ – валовий прибуток від реалізації продукції рослинництва, грн.;

ОР – сума орендної плати за використання земельних ресурсів, грн.

В якості знаменника можна використовувати номінальну суму орендної плати або витрати, пов'язані з використанням земельних ресурсів (орендна плата, витрати на поліпшення земельних ділянок). В умовах мораторію на операції купівлі-продажу земель сільськогосподарського призначення, орендна плата виступає в якості компенсатора за користування земельними ділянками сільськогосподарського призначення.

Як свідчать дані рис. 1, існує тісний кореляційний зв'язок між рентабельністю використання землі та рентабельністю виробництва продукції Коефіцієнт кореляції дорівнює 0,982, що за критерієм Фішера вказує на 95 % достовірність моделі.

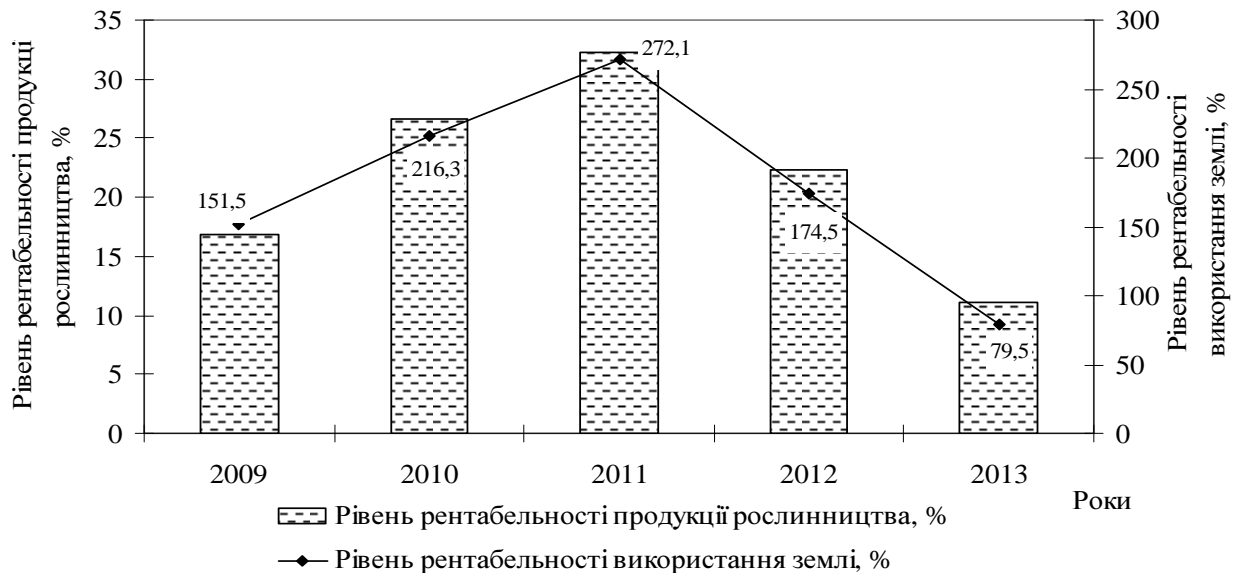


Рис. 1. Залежність рівня рентабельності виробництва продукції рослинництва від рівня рентабельності використання землі у сільськогосподарських підприємствах України, 2009–2013 рр.

Джерело: розраховано автором за даними [1; 2]

Відповідно до наведеної моделі між рівнем рентабельності галузі рослинництва та рентабельністю використання землі спостерігається прямо пропорційний зв'язок. Так, при збільшенні рівня рентабельності використання землі на 1 %, рівень рентабельності виробництва продукції рослинництва збільшиться на 0,114 %.

Таким чином, підвищення ефективності використання землі як засобу та предмету праці у сільському господарстві виступає основою підвищення рівня ефективності виробництва продукції рослинництва.

Література

1. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах України за 2013 рік: [статистичний бюлетень] / Відповідальний за випуск О. М. Прокопенко. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 84 с.
2. Сільське господарство України за 2013 рік: [статистичний збірник] / За ред. Н. С. Власенка. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 399 с.

УДК 338.433:005.21:631.11(477)

Добровольська О.В.,
аспірант кафедри менеджменту,
Білоцерківський національний аграрний університет

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО РИНКУ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЧНИЙ ВИБІР СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Кожне підприємство функціонує у певному середовищі, вплив якого безпосередньо повинен враховуватися під час вибору стратегії. Зокрема це стосується сільськогосподарських підприємств, оскільки аграрне виробництво має ряд специфічних особливостей, що значною мірою впливають на результати діяльності підприємства.

Більшість вітчизняних вчених виділяють такі ключові фактори стратегічного вибору сільськогосподарських підприємств, як:

- 1) світові тенденції попиту та пропозиції і, відповідно, цін на сільськогосподарську продукцію;
- 2) інвестиційна забезпеченість аграрного сектору;
- 3) рівень державної підтримки;
- 4) забезпеченість сучасною сільськогосподарською технікою та іншими ресурсами;
- 5) природно-кліматичні умови функціонування;
- 6) екологічна ситуація в країні [2].

Особливої уваги при виборі стратегії потребує врахування світових тенденцій зростання цін та попиту на сільськогосподарську продукцію [3].

Основною метою функціонування будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку від своєї діяльності. Значною мірою прибутковість сільськогосподарської діяльності залежить від зовнішніх умов, зумовлених високим ступенем монополізації галузі, нееластичністю попиту на сільськогосподарську продукцію, низькою купівельною спроможністю споживачів [1].

Тенденції розвитку світового аграрного ринку за 2003-2013 роки характеризуються наступним:

- стійке зростання світових цін реалізації основних видів сільськогосподарської продукції, зокрема, ціни реалізації зернових зросли на 54,6%, олійних – 145,2%, цукрового буряку – 78,4%;

- зростання обсягів виробництва в галузі рослинництва, зокрема виробництво зернових та зернобобових культур зросло на 22,4% у 2013 році порівняно із 2003, цукрового буряку на 17,8%, соняшнику на 31,9%, картоплі – 17,6%, овочів – 11,7%;

- зростання обсягів виробництва у галузі тваринництва: виробництва м'яса зросло на 21,8%, молока – 19,1% та яєць – 21,1% [14].

Схожі тенденції спостерігаються і на внутрішньому ринку сільськогосподарської продукції України:

- зростання середніх цін реалізації на всі основні види сільськогосподарської продукції, зокрема, за досліджуваний період ціни реалізації зернових культур зросли в середньому на 142,9%, олійні – 253,4%;

- зростання обсягів виробництва зернових та зернобобових культур зросло на 211,6%, соняшнику – 159,8%, картоплі – 20,6%, овочів – 51,0%;

- збільшення виробництва м'яса на 38,5% та яєць на 70,9% [15].

В процесі наукового дослідження, окрім позитивних тенденцій зростання обсягів виробництва на вітчизняному ринку, було також виявлено і негативні тенденції, а саме:

- зменшення обсягів виробництва цукрового буряку на 19,4%;

- зменшення виробництва молока на 15,9%, оскільки виробництво цієї продукції зорієнтовано на внутрішній ринок та ринки країн СНД;

- скорочення поголів'я худоби.

Таким чином, тенденції розвитку світового і внутрішнього ринку аграрної продукції спрямовують сільськогосподарські підприємства України в напрямку збільшення виробництва зернових та олійних культур, м'ясного скотарства та зменшення виробництва цукрових буряків, молока, продукції. Наслідком цього є не раціональна структура посівних площ, де питома вага олійних культур значно вища за науково обґрунтовані норми. Спостерігається тенденція до надмірного використання мінеральних добрив та засобів захисту рослин. Все це негативно відображається на якості і родючості ґрунтів, екологічному стані навколишнього середовища, безпечності продуктів харчування [11].

Очевидно, що протидіяти цьому може лише ефективна регуляторна політика держави, яка б спрямовувала виробників на виробництво безпечної для здоров'я продукції, збереження довкілля і родючості ґрунтів.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер, 1999. – 415 с.
2. Бородіна О.М. Державна підтримка сільського господарства: концепція, механізми, ефективність / О.М. Бородіна // Економіка і прогнозування. – 2006. – №1. – С. 109-125.
3. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / О.С. Виханский. – М. : Гардарики, 2002. – 296 с.
4. Дем'яненко М.Я. Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможного аграрного виробництва / М.Я. Дем'яненко, Ф.В. Іванина // Економіка АПК. – 2009. – № 9.– С. 3–9.
5. Карлоф Б. Деловая стратегия / пер с англ.; ред. и авт. послесл. В.А. Приписнов. – М. : Экономика, 1991. – 239 с.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер; [пер. с англ. В.Б. Боброва] – М. : Прогресс, 1991. – 702 с.
7. Олійник В. Нашу птицю – «за границю» б ... / Валентина Олійник // Агробізнес сьогодні. – 2007. – № 15–16. – С. 30–32.
8. Портер М. Стратегія конкуренції [текст] : методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер, Е. Майкл, [пер. с англ.]. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
9. Томпсон-мл А.А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анали за: пер. с англ. / А.А. Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд. – М., 2006. – 12-е изд. – 928 с.
10. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Дело, 2001. – 448 с.
11. Юрчишин В.В. Сільські території як системоутворюючі фактори розвитку аграрного сектора економіки / В.В. Юрчишин // Економіка АПК. – 2005. – № 3(125). – С. 3-10.
12. [http://me.kmu.gov.ua/file/link/229593/file/Mmo_1%20\(98\).pdf](http://me.kmu.gov.ua/file/link/229593/file/Mmo_1%20(98).pdf)
13. <http://www.apk-inform.com>
14. <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>
15. <http://www.ukrstat.gov.ua>

УДК 331
JEL: J101; J20

Domkina O.V.,
*PhD student at department of economics of enterprise,
Kyiv National Taras Shevchenko University*

MANAGEMENT OF RISKS OF INVESTMENT IN IT SPECIALISTS AS A WAY TO HIGHTEN COMPETITIVENESS OF ECONOMY

Modern economy is a knowledge economy, in which the highest growth in employment takes place in knowledge-based professions that are characterized by the highest role of human capital in the structure of value creation by different capital forms. Thus development of the human capital is becoming a major factor of economic growth.

Nowadays, science and engineering occupations are at the leading edge of economic competitiveness in an increasingly globalized world, consequently existence of science and engineering human capital of sufficient size and quality is essential for any 21st century economy to prosper. This is especially relevant for Ukraine, because the conditions of current economic and political crises prompt to seek growth in alternative to industrial branches of economy.

According to the “Exploring Ukraine: IT Outsourcing Industry 2012”, during the last decade Ukraine has been the leading provider of software development and IT outsourcing services in the Central and Eastern European region (excluding Russia). Ukraine is ranked first in the volume of IT outsourcing and software development services provided, in the number of IT specialists working in the industry, and in the number of IT graduates [2]. Moreover, the level of technical education in Ukraine remains high, and according to the “Human Capital Report 2013”, Ukraine was ranked 24th out of 122 countries in the category of quality of math and science education [1].

Information technology sphere in the country and around the world is growing rapidly, and now Ukraine comes to the understanding of the importance of IT as an important sector of the economy. The volume of exports of services in the field of telecommunications, computer and information services in 2013 amounted to 10.1 % of total exports of services in Ukraine [4]. According to official data of the State Agency for Science, Innovations and Information, the number of IT professionals in Ukraine in early 2014 was about 250 thousand people, 40 thousand of whom were certified highly qualified specialists that create competitive export-oriented products [5]. And according to the IT community Developers of Ukraine, the number of employees working in the top 25 software development companies in Ukraine over the past three years has almost doubled, and a significantly increase in the number of employees in the future was also predicted [6]. Highly qualified IT specialists represent an important part of the human capital of the country, and in case of the effective management and development of this resource, Ukraine has the potential to improve its economic conditions. According to the State Agency for Science, Innovation and Informatization, the growing shortage of IT professionals in the world is the reason to invest in their training and development in Ukraine [5].

Highly qualified personnel is at the core of the software development business. Companies are one of the main sources of human capital development through investment in it, and the presence of educational institutions for IT personnel training and education plays a very important role in the industry's evolution. However, one of the open questions is how to develop highly-demanded IT workers while handling the possible risks.

We define risks of investment in the development of personnel of a firm as both objective and subjective category of the firm's activity that constitutes the probability of receiving additional competitive benefits and economic gain, as well as the likelihood of partial or complete loss of invested resources, depending on how effective is the company's management of the factors of uncertainty. We adhere to the positive approach to the phenomenon of risk which emphasizes the opposite side of risk – the potential success of business activity as a result of effective human resource and firm management and favorable external conditions. The sources for the transition from threats to opportunities in this direction comprise new methods and approaches to personnel management, effective training and development policies, improvement in the corporate culture, deep and considerate market analysis and adequate planning according to it.

We single out four main risks that occur in connection with the investment in the development of IT specialists:

1. *Risk of premature voluntary termination* – a risk that an employee trained by the enterprise will leave it before the invested resources are recovered.

2. *Risk of ineffective training* – a risk that personnel of a firm will not reach the target results of training. Typically, the reason in this case is insufficient level of learning skills, competencies, and motivation of employees. Although, it also can be caused by poor HR training or external provider performance.

3. *Risk of wrong development strategy* – a risk that enterprise will choose an inappropriate employee development plan, which will have only short-term effect or will not give competitive advantages. We consider two factors that influence this kind of risk: 1) consistency in general firm's strategy and HR policy – development program should agree with a general goal and strategy that the firm has; 2) correspondence of personnel development plan to employees' real needs based on the results of their assessment.

4. *Risk of non-investment* – a risk that can occur if enterprise does not invest in development of its human capital or investment activity is not sufficient.

Risk management is an activity related to the determination of risks, establishing the acceptable level of risk, and applying the methods to prevent losses and decrease the risk. In case of effective risk management, the company could obtain additional profit and competitive advantages, moreover, receive positive economic and social effect in the long term period.

The competitiveness of a country is directly determined by the presence in it of enterprises and industries that are competitive on the global market. Therefore, improving the competitiveness of domestic producers should become the top priority of social and economic policy of Ukraine.

Undoubtedly, the combination of both efforts of companies to build effective human resources management policy and risk management, as well as government support in creating favorable conditions for performing IT business in Ukraine will lead to the best results and increase the competitiveness of national economy.

References

1. Economic Forum: The Human Capital Report 2013 [Electronic version]: Access mode: <http://reports.weforum.org/human-capital-index-2013/>

2. Exploring Ukraine: IT Outsourcing Industry 2012 Report, [Electronic version]: Access mode: <http://hi-tech.org.ua/wp-content/uploads/2012/08/Exploring-Ukraine-IT-Outsourcing-Industry-20121.pdf>

3. Startup Outlook Report 2013, [Electronic version]: Access mode: <http://www.svb.com/startup-outlook-report/>

4. Statistical Yearbook of Ukraine for 2013]. Kyiv: State Department of Statistics of Ukraine, 2012.

5. The growth of IT specialists shortage is a motivation to increase it development in Ukraine [Electronic version]: Access mode: <http://news.finance.ua/ua/~1/2014/01/13/316559>

6. TOP-25 main IT companies in Ukraine, July 2014: growth in the conditions of crisis, [Electronic version]: Access mode: <http://dou.ua/lenta/articles/top-25-july-2014/?from=doufp>

ПЕРСПЕКТИВИ ВИРОБНИЦТВА БІОПАЛИВА В КОНТЕКСТІ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Україна володіє значними обсягами земельних ресурсів для ведення сільськогосподарського виробництва і здатна не лише забезпечити власні потреби в продовольстві, але й вирощувати енергетичні культури для подальшої переробки на біопаливо. Ціни на паливо щороку зростають, особливо в квітні та вересні, що співпадає з основними польовими роботами в сільському господарстві – посівною та збиральною компаніями. В умовах низької платоспроможності підприємств АПК це може негативно вплинути на ритмічність виробничих процесів. Тому вихід полягає у виробництві і використанні альтернативних видів палива.

Розвинені країни світу докладають великі зусилля по заміщенню традиційних видів палива – біопаливом. Директива Європейського Союзу RED 2009/28/EC в якості обов'язкових показників встановлює 10 % використання відновлюваної енергії на транспорті і 20 % відновлюваної енергії в структурі загального споживання енергії до 2020 р. [1]. Законом України “Про альтернативні види палива” передбачено з 2013 р. додавання не менш як 5 % біоетанолу до бензину, обов'язковий вміст біоетанолу в бензинах моторних, що виробляються та/або реалізуються на території України, становитиме з 2016 р. не менш як 7 % [2].

Виробництво біоетанолу можливе з крохмаленосних культур, зокрема з кукурудзи та пшениці, продукція переробки яких використовуються для харчування людей. За наростаючої проблеми нехватки в світі продуктів харчування недоцільно здійснювати виробництво біоетанолу з кукурудзи та пшениці. Побічна продукція переробки цукрових буряків не використовуються напряму для харчування, що є підтвердженням доцільності використання її для виробництва біоетанолу. При цьому собівартість виробництва 1 т біоетанолу з меляси становить 935 дол. США або 0,74 дол. США за 1 л, відповідно з кукурудзи – 1184 дол. США або 0,94 дол. США за 1 л, пшениці – 1313 дол. США або 1,04 дол. США за 1 л, цукрових буряків – 1447 дол. США або 1,14 дол. США за 1 л біоетанолу.

Виробництво біодизелю можливе з насіння сої, ріпаку чи соняшнику. Проте, соняшник та соя є продовольчими сільськогосподарськими культурами, тому їх використання для виробництва біодизелю є недоцільним. Собівартість виробництва 1 т біодизелю з ріпаку становить 1070–1370 дол. США, тому його доцільно виробляти і використовувати для власних потреб сільськогосподарських підприємств, цим самим зменшивши їх залежність від ринкової ціни та імпорту дизельного пального.

Україна лише частково забезпечує себе власними енергоресурсами і змушена імпортувати близько 65 % викопних енергоносіїв [3, с. 5]. Так, за 2013 р. було імпортовано понад 30 млрд куб. м природного газу, 93 % якого з Російської Федерації. Тому нині дуже гостро стоїть питання виробництва біогазу на сільськогосподарських підприємствах.

Сировиною для біогазових установок є сільськогосподарські субстрати, такі як рідкий та стійловий гній або енергетичні культури (цукрові та кормові буряки, кукурудза, цукрове сорго, міскантус тощо). Найбільш перспективними сільськогосподарськими культурами, сировина яких може використовуватись для отримання біогазу є цукрове сорго (вихід біогазу – 17,6 тис. куб. м/га), кукурудза на силос (16,0 тис. куб. м/га), цукрові (10,9 тис. куб. м/га) та кормові (10,8 тис. куб. м/га) буряки [4, с. 6].

Більш економічно вигідним є вирощування силосної кукурудзи як сировини для виробництва біогазу, ніж вирощування кукурудзи на зерно. Проте, використання кукурудзи на енергетичні цілі загрожує зменшенням продуктів харчування та кормів. Тому необхідно використовувати кукурудзу на силос для відгодівлі великої рогатої худоби, а кукурудзу на зерно – відгодівлі свиней. В такому випадку забезпечується виробництво м'яса ВРХ та свинини, а також біогазу.

Отже, задоволення потреби сільськогосподарських виробників паливом за нижчою ціною сприятиме забезпеченню конкурентоспроможного виробництва продукції сільського господарства, а також підвищить ефективність діяльності підприємств, які вироблятимуть біопаливо. Виробництво і використання біогазу, біоетанолу та біодизелю з субстратів і сільськогосподарських культур, які не використовуються на харчові цілі дозволить налагодити виробництво екологічно чистого альтернативного палива, забезпечити продовольчу безпеку, створити нові робочі місця, збільшити прибутки підприємств, знизити залежність від імпорту пального.

Література

1. Directive 2009/28/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2009 on the promotion of the use of energy from renewable sources and amending and subsequently repealing Directives 2001/77/EC and 2003/30/EC [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:140:0016:0062:EN:PDF>.
2. Закон України “Про альтернативні види палива” : від 14 січня 2000 р. № 1391-XIV : за станом на 21.07.2012 // Верховна Рада України. – Офіц. вид. – Київ: Парлам. вид-во, 2000. – № 12. – С. 94. – (Бібліотека офіційних видань).
3. Біоенергетика в Україні: стан та перспективи розвитку / М. В. Роїк, В. Л. Курило, М. Я. Гументик, О. М. Ганженко // Біоенергетика. – 2013. – № 1. – С. 5–10.
4. Роїк М. В. Концепція виробництва біогазу з біоенергетичних рослин в Україні / М. В. Роїк, О. М. Ганженко, В. Л. Тимошук // Біоенергетика. – 2014. – № 2. – С. 6–8.

КОУЧ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК МЕТОД ВИРІШЕННЯ СТРЕСОВИХ СИТУАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Стрес – це захисна реакція організму на дію певних чинників, які оцінюються ним як загроза. Відповідно, стресостійкість – це здатність протистояти таким негативним чинникам без шкоди для власного здоров'я та діяльності. Актуальність явища стресу у системі управління підприємствами робить його предметом дослідження низки публікацій сучасних періодичних видань. Проте «левова частка» таких досліджень фокусується на психологічних аспектах поведінки особистостей, що піддаються стресам. Окрім цього проводяться різноманітні тренінги відомих бізнес-консультантів та коучів щодо методів подолання професійних стресів та мінімізації збитків від них.

Серед країн, що першими почали досліджувати проблематику стресу, як явища, яке здатне нанести великих збитків підприємствам, а також економіці загалом, лідирують США. Згідно статистичних даних цієї країни 90% її населення постійно перебуває у стані сильного стресу. Причому 60% зазнають стресу 1-2 рази на тиждень, 30% - кожного дня. За даними американських учених, 2/3 візитів до лікаря викликані симптомами, що ґрунтуються на стресі. Практично усі великі корпорації витрачають сотні мільйонів доларів на медичну допомогу через захворювання, спровоковані стресом. Як результат - економічні втрати від стресу у США перевищують 300 млрд доларів щорічно. Що ж стосується України, то за приблизними оцінками майже 70% українців постійно перебувають у стані стресу, а третина усього населення – у стані сильного стресу (дані 2010 року). Варто відмітити, що в Україні настільки точної статистики, як у США та Європейських країнах не ведеться [1].

Основним завданням менеджера, що в процесі власної управлінської діяльності регулярно стикається із стресовими ситуаціями є належне мотивування підлеглих до їх конструктивного сприйняття та вирішення. Яким чином керівник може впливати на мотиви підлеглих щодо подолання стресів? Одним із методів конструктивного вирішення стресових ситуацій на підприємствах є коуч-менеджмент. Це поняття є близьким до внутрішнього коучингу, проте тут коучем виступає безпосередній керівник.

Коучинг як вид діяльності на сьогоднішній день є дуже актуальним. Це технологія, яка дає можливість розкрити потенціал людини, зокрема і активізувати її внутрішні мотиви до конструктивного вирішення стресових ситуацій. Дуже часто джерелом стресу працівника стає недосконалий менеджмент, а саме: надмірний контроль чи абсолютна його відсутність, обмеженість власних повноважень, незрозумілі завдання, відчуття недостатньої компетентності, тощо. У процесі використання коуч-менеджменту вдається уникати таких проблем, оскільки на зміну конкретним інструкціям та завданням приходять запитання [2].

Менеджер, що використовує для управління коуч-менеджмент, працює за певною схемою, визначаючи при цьому:

- наскільки зрозумілим для працівника є завдання;
- можливі проблеми у ході його виконання;
- необхідні засоби для виконання цього завдання;
- усі тонкощі, пов'язані із виконанням завдання. Усе це здійснюється у формі запитань, що дає підлеглому певну свободу у прийнятті рішень та мотивує його на позитивний результат [3].

Метод коучингу дає можливість менеджеру та підлеглим оцінювати ту чи іншу ситуацію із різних сторін, визначати кілька способів вирішення завдань, оптимізувати процес прийняття рішень, планувати власні дії, тощо. Коучинг активізує внутрішні мотиви працівника, дає йому можливість самоорганізуватись, підвищує впевненість у власних силах, а, відповідно, і стресостійкість.

Менеджер-коуч просто задає правильні запитання, які допомагають підлеглому знайти власну ідею, власне рішення, але по задуму менеджера. Власне рішення створює відчуття успіху та впевненості [4].

Коуч-менеджмент ототожнюють із демократичним стилем управління, який окрім великої кількості переваг має і недоліки. Перш за все, повинна бути абсолютна впевненість у компетентності підлеглого, окрім цього – зворотній зв'язок, який важко підтримувати в умовах коуч-менеджменту. Таким чином принципи цієї технології повинні розділяти і розуміти у повній мірі як керівник, так і підлеглий. Лише за таких умов коуч-менеджмент – це метод конструктивного вирішення стресових ситуацій на підприємствах.

Література

1. Статистика стресу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.lossofsoul.com/STRESS/statistics-ua.htm>.
2. Артемьева И.Г. Коучинг как инструмент управления человеческими ресурсами компании / Артемьева И.Г.// ЧФ:Социальный психолог. – 2011. – №1. – С. 107-111.
3. Диденко Н.В. Коуч-менеджмент как средство управления персоналом/ Н.В. Диденко, Л.Г. Макарова// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2011. – № 5. – С. 36-39.
4. Что такое коучинг? [Електронний ресурс] / А. Николаева – Режим доступу: <http://www.b-seminar.ru>

Дріль Н.В.,
*асистент кафедри Економіки підприємств,
бізнес-адміністрування та регіонального розвитку
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова*
Ольховська М.А.,
*аспірант кафедри Економіки підприємств,
бізнес-адміністрування та регіонального розвитку
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова*

ПРОБЛЕМИ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Важливість розвитку житлового будівництва обумовлена тим, що успішне функціонування цієї галузі протягом тривалого періоду пов'язане з досягненням не лише економічного, а й соціального ефекту. Це пояснюється тим, що потреба у житлі традиційно відноситься до базових. Таким чином, реформування житлово-комунальної галузі є ключовим критерієм успішності соціальної політики держави.

Більшість об'єктів житлового фонду країни побудована у 1960-1980 рр. минулого століття. Аналіз стану житлових будинків за рівнем фізичного зносу свідчить, що значна їх частина зношена на 60 і більше відсотків. Тому проблема реформування сфери житлового будівництва нині надзвичайно актуальна.

Забезпечення громадян житлом є надзвичайно складним завданням, бо зростання попиту на житло супроводжується зниженням платоспроможності населення.

Основним способом покращення ситуації є збільшення обсягів житлового будівництва. Проте після здобуття Україною незалежності у 1991 році внаслідок переходу до ринкової моделі розвитку спостерігається значне скорочення масштабів будівництва житла. Криза 90-х років та світова фінансова криза 2008 р., також обумовили суттєве погіршення результатів функціонування галузі. Сучасне загострення політичної та економічної кризи 2014 року в Україні також негативно вплинуло на стан житлового будівництва, що підтверджується зростанням кількості недобудованих житлових та промислових об'єктів.

Статистичні дані свідчать про погіршання стану житлового будівництва в Україні. Кількість введених квадратних метрів житла у 2013 р. складала 11,2 млн. м², та є найбільшою за період з 1990 року, в якому обсяг введеного житла становив 17,4 млн. м². В цілому по Україні за січень-грудень 2014 р. введено в експлуатацію 9,7 млн. м² житла, що на 13,2 % менше показника аналогічного періоду 2013 року [1].

Невирішеними є питання, що стосуються завершення будівництва проблемних житлових об'єктів. Так, у 2013 році в Україні нараховувалось 16,4 тис. об'єктів, що знаходилися у стадії незавершеного будівництва. Із загальної кількості незавершених будівель та споруд 6,3 тис., або 38,5 %, знаходилися у стадії будівництва, а на 10,1 тис. (61,5 %) будівництво тимчасово припинено та законсервовано. Більше третини об'єктів незавершеного будівництва – це житлові будівлі (загальною площею 17755 тис.м²), з яких у стадії будівництва знаходилось 1613 (11665 тис.м²), а будівництво 2531 будівлі (5668 тис.м²) тимчасово припинено та 81 будівлі (422 тис.м²) законсервовано [2].

Отже, в сучасних економічних умовах знову спостерігається уповільнення темпів будівництва. За даними Державної служби статистики будівельні підприємства зменшили обсяг робіт з будівництва будівель у 2013 році на 9 % – до 27834,9 млн. грн. [3]. Це пояснюється впливом таких факторів:

- криза національної фінансової системи призвела до зростання кредитних ставок і ускладнення отримання будівельними компаніями нових та обслуговування вже отриманих кредитів;
- нестабільність курсу гривні, що, призвела до зростання вартості імпортованих будівельних матеріалів та сировини, що використовуються у виробництві будівельних виробів (в першу чергу це стосується природного газу);
- зменшення державного фінансування житлового будівництва призвело до зниження загального обсягу введення житла в експлуатацію.

Для стабільності функціонування будівництва, у тому числі житлового, необхідне надходження інвестицій, державне регулювання складових розвитку будівельної галузі – інвестиційної, нормативно-правової, соціальної та стратегічного планування. Необхідне також посилення відповідальності недобросовісних забудовників. Крім того, потрібна розробка механізму, який дозволить краще захищати майнові інтереси інвесторів.

Таким чином, зниження обсягів житлового будівництва є важливою економічною та соціальною проблемою, яка має бути вирішена шляхом реалізації комплексних реформ галузі, що у свою чергу прискорить розвиток національної економіки в цілому.

Література

1. Експрес-випуск Державної служби статистики від 16.02.2015 № 70/0/03.6-вн15 «Прийняття в експлуатацію житла в Україні за 2014 рік» [Електронний ресурс] // офіційний сайт Держстату – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Експрес-випуск Державної служби статистики від 17.04.2014 № 211/0/03.6вн-14 «Стан будівель та споруд незавершеного будівництва на 1 січня 2014 року» Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] // офіційний сайт Держстату – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Будівельні підприємства за місяць скоротили обсяги робіт на 37%. [Електронний ресурс] // офіційний сайт FINANCE.UA – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/~/345376/>.

**ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ РАЦІОНАЛЬНИМ ВИКОРИСТАННЯМ
ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Для забезпечення стабільності функціонування на відповідному ринку, особливо в умовах кризових явищ, керівництво господарюючих суб'єктів на сучасному етапі змушене переглядати витрати своєї діяльності, аналізувати доцільність їх понесення, а також здійснювати пошук резервів економії. Вважаємо, серед існуючих альтернатив економії вагомим і значимим є раціоналізація використання виробничих запасів.

Основною метою формування організаційно-економічного механізму управління раціональним використанням ресурсів на будь-якому підприємстві є максимізація прибутку від діяльності за рахунок виявлення та практичного використання наявних резервів використання виробничих запасів на всіх стадіях життєвого циклу бізнесу.

Для побудови механізму управління раціональним використанням виробничих запасів на підприємстві, вважаємо, необхідно керуватися наступними принципами:

- системності;
- цілісності;
- довгострокової перспективи;
- нормативності;
- підсилення відповідальності структурних підрозділів підприємства за раціональним використанням виробничих запасів;
- врахування вартості упущених можливостей;
- економічного стимулювання та ін.

За результатами проведених досліджень встановлено, що процес формування організаційно-економічного механізму управління раціональним використанням виробничих запасів на підприємстві передбачає етапність заходів, які в сукупності забезпечать побудову комплексної системи управління раціональним використанням товарно-матеріальних ресурсів (рис. 1).

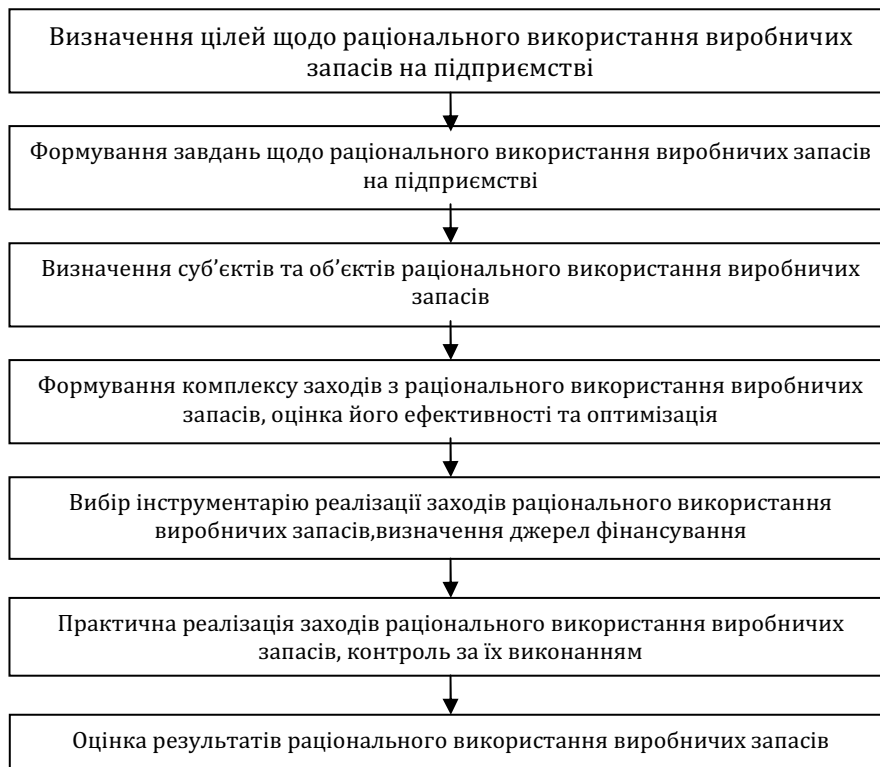


Рис. 1. Етапи формування механізму управління раціональним використанням виробничих запасів на підприємстві

Так, на першому етапі формування механізму передбачається проведення аналізу поточних та перспективних проблем підприємства, пов'язаних з раціональним використанням ресурсів. Внаслідок аналітичних процедур можливе виокремлення наступних цілей:

- оптимізація витрат з урахуванням резервів раціонального використання виробничих запасів на всіх стадіях життєвого циклу виробництва;

– вдосконалення існуючої системи норм і нормативів витрат виробничих запасів на підприємстві з метою зниження рівня матеріаломісткості продукції, що виготовляється;

– максимальне використання наявних зворотних відходів і т.д.

Уточнення цілей шляхом формулювання відповідних завдань пропонується на другому етапі. Зокрема, тут здійснюється удосконалення і покращення показників використання сировини, забезпечення ритмічності постачання, удосконалення технологічного процесу та ін.

На третьому етапі необхідно визначити суб'єкти та об'єкти цільового впливу відповідно до поставлених завдань.

На наступному етапі пропонується формувати альтернативні варіанти заходів з раціонального використання виробничих запасів, виходячи з визначеного кола суб'єктів і об'єктів впливу. На цьому етапі також можна проводити економічну оцінку ефективності заходів з урахуванням стадій життєвого циклу виробництва та відбір найбільш ефективних з них.

На п'ятому етапі здійснюється підбір адекватних засобів для реалізації комплексу заходів з раціонального використання виробничих запасів та визначаються джерела їх фінансування.

На шостому етапі відбувається практична реалізація заходів шляхом прийняття відповідних управлінських рішень, а також здійснюється контроль за ходом їх виконання.

Останнім етапом є оцінка заходів з раціонального використання виробничих запасів та їх вплив на результати господарювання. На цьому етапі необхідно визначити рівень досягнення поставлених цілей та окреслювати коло проблем, що підлягають вирішенню у майбутньому та слугуватимуть для визначення цілей управління в наступному циклі.

Підсумовуючи, слід зазначити, дієвий механізм управління раціональним використанням виробничих запасів на підприємстві дозволить підвищити рентабельність господарювання та, одночасно, забезпечить перспективу функціонування підприємства на відповідному ринку.

Література

1. Вовк І. Управління інноваційними конфліктами при впровадженні ресурсощадних заходів на машинобудівних підприємствах / І. Вовк, Ю. Вовк // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2010. – Випуск 1 (3) – С. 39-50.
2. Економічні основи управління інноваційною ресурсозберігаючою політикою в машинобудуванні: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.02.02 [Електронний ресурс] / Ю. О. Мазін; Сум. держ. ун-т. – Суми, 2005. – 22 с.
3. Моделювання ефективності інноваційних витрат у промисловому виробництві / В.В. Микитенко, В. І. Барканов, Л. С. Ладонько // Національне господарство України: теорія та практика управління. – 2008. – С. 62-74.

УДК 338.486

Дульцева І.І.,
аспірант кафедри менеджменту,
Драчук Ю.З.,
доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка,
м.Старобільськ

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ В ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

У світовій економіці основною формою політики протекціонізму в галузі туризму є утворення громадських асоціацій туристських фірм, агентств, туроператорів (UNWTO, FUA, IFTO, WATA), практика яких наголошує: громадські організації гнучкіше реагують на зміни ринкової кон'юнктури, більш професійно та «душевніше» розбираються в тонкощах утворення та надання послуг. Світові туристські фірми і агенти виходять з того, що на світовому ринку вирішальне значення матиме стратегія розвитку туризму, заснована на активному кооперуванні партнерів з громадського та приватного секторів [1]. Тому цілком стратегічно вірно розглядати можливості розвитку галузі зеленого (сільського) туризму України на засадах соціального підприємництва.

Соціальне підприємництво в галузі зеленого туризму в світі наводить нові комбінації наявних ресурсів. Проаналізовано світовий та вітчизняний досвід соціального підприємництва в галузі, як громадської ініціативи в сфері рекреаційного туризму, що створена для розв'язання соціальної проблеми – занепаду регіону. Ці приклади мають свій позитивний соціальний ефект – нейтралізація історичного та культурного занепаду, протекціонізм ремеслам, нейтралізація безробіття та інші. Проблема соціального підприємництва в галузі туризму загострена в світовому масштабі, адже сьогодні більшість громадян розвинених країн живе в містах, села порожніють, занепадають, а здоров'я городян залишає бажати кращого, так само, як і їх пізнання про те, як живе сучасне село.

В Україні з зеленим сільським туризмом свої складності: реалізація законодавства, недостатність інфраструктури, соціально-економічний спад. Але сільський туризм може розраховувати на увагу публіки: сільська тема в модному тренді, про що наочно свідчать зростання популярності фермерських продуктів та проектів (телепроект «Міняю жінку», «Селянка та панянка», торгові бренди «З села...», «Все своє» та інші). Дані, проаналізовані під час дослідження свідчать, що вплив соціального підприємництва нейтралізує відсутність реалізації сприятливої політики з боку держави та сприяє розвитку зеленого туризму (для аналізу далі взято туристичний потенціал промислового регіону Луганщини та рекреаційно розвиненого Закарпаття).

Якщо говорити про економічні наслідки, то соціальне підприємництво підвищує сукупну економічну ефективність, так як вводить в економічний оборот ресурси, які раніше в такій якості не використовувалися. Це стосується не використовуваних матеріальних і людських ресурсів, яких дуже багато зараз на сучасному українському

селі: надлишок сільськогосподарського виробництва, соціально виключені групи (жінки-домогосподарки, інваліди на селі), солідарність та довіра людей, коли вони об'єднані спільною метою та інше. Так, в Закарпатті на даний час успішно функціонують більше 600 садіб зеленого туризму різного рівня сервісу [3], а в Східному регіоні їх налічується менше сотні. І рекреаційний потенціал регіонів не загальна причина такого дисбалансу. В Закарпатті громадських організацій в галузі туризму більше 50 прикладів [4], а на Луганщині тяжко знайти 10 (причому наявність дисбалансу підтверджує і індекс цитування Google). Згідно з даними проведеного аналізу наявності і розвитку зеленого туризму на селі в різних регіонах України можна стверджувати, що конкурентоздатний туристичний продукт в галузі зеленого туризму наша держава має, але на даний час більше на засадах соціального підприємництва в організації та розвитку зелених (сільських) об'єктів туризму.

Соціальні підприємці в галузі туризму довели життєздатність своїх ідей не тільки стійким комерційним, але й соціальним ефектом, чого так жадає отримати сучасне суспільство в умовах ринкової економіки в трансформації будь-якого політичного ладу. Особлива заслуга соціального підприємництва в сфері туризму – здатність здійснити «прорив» підприємницької енергії в межах її виникнення (на місцевому та регіональному рівні) і привернути до цього увагу міжнародного товариства і створити бажання хоча б побічно інвестувати розвиток нового туристичного продукту. В Україні є ексклюзивний туристичний продукт, а за допомогою стратегій соціального підприємництва він може стати конкурентоспроможним у світовому масштабі. Можливо це і є той вагомий чинник розвитку туристичного потенціалу зеленого туризму промислового регіону. Надія на те, що утворення й розвиток нового типу кластера туризму та соціального підприємництва в Україні посилять існуючі конкурентні переваги цієї галузі економіки та кластера в цілому, згенерує нові бізнес-можливості.

Література

1. Международные рекомендации по статистике туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_83rev1r.pdf.
2. International experience social entrepreneurship in tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.igutourism.com/article/view/12849>.
3. В Закарпатті на даний час успішно функціонують більше 600 садіб зеленого туризму різних рівнів сервісу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/catalogueta>.
4. Закарпатские общественные организации в сфере туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecosalnon.com/zakarpatskie-obshhestvennye-organizacii-v-sfere-turizma>.

УДК 339.17

Жуковська В.М.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Київський національний торговельноекономічний університет

ДОМІНАНТИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ РІТЕЙЛУ

Для всіх країн світу зайнятість у системі соціальних та економічних проблем посідає провідне місце і разом з показниками рівня життя виступає своєрідним індикатором соціальних процесів. Галузь торгівлі забезпечує біля 4,6 млн. осіб робочими місцями, близько 70% працівників ритейлу – це торговий персонал, від якого здебільшого залежить фінансовий результат та успішність компанії загалом. Водночас за результатами дослідження тіньової зайнятості в Україні експертами Всесвітнього банку [1] майже 22,9% працевлаштованих громадян працюють без офіційного оформлення трудових відносин, майже 40% (близько 3,2 млн. осіб) з них – це сфера продажів. За обсягами тіньової економіки Україна на 140-е місце серед 151 країн світу. Непроста геополітична та економічна ситуація в Україні продовжує впливати на споживчий попит, а девальвація гривні знизилася купівельну спроможність населення. За даними Державної служби статистики [2] інфляція становила 24,9%, а сумарний оборот роздрібної торгівлі за підсумками 2014 року склав 903,5 млрд грн. (без урахування території Криму та Севастополя). Обсяг роздрібної торгівлі за січень 2015 року становив 65,93 млрд. грн, що на 22,6% менше показника відповідного періоду 2014 року. Зокрема, урядовий прогноз на 2015 рік свідчить, що рівень безробіття в Україні буде зберігатися високим на тлі скорочення внутрішнього ринку робочої сили, активного мігрування населення зі Сходу, скорочення чисельності державних службовців, працівників банківського сектору тощо. За таких умов стимулювати детінізацію зайнятості буде вкрай важко. Експерти прогнозують, що до кінця 2015 року в Україні кожна десята особа працездатного віку буде безробітною (станом на 1 квітня в оптовій та роздрібній торгівлі на одне вакантне місце претендувало 12 осіб). За методологією МОП безробіття в Україні сягатиме 9,1- 9,5% працездатного населення без урахування активних воєнних дій на Сході.

Вивчаючи пропозиції роботодавців підприємств торгівлі, то для багатьох професій характерне стабільне залучення кваліфікованих кадрів. За даними сайтів роздрібних підприємств торгівлі найбільшим попитом користуються професії, пов'язані з наявністю високого рівня освіти й кваліфікації: менеджер з продажу, представник торговий, програміст, бухгалтер високої кваліфікації, інтернет-маркетолог, логіст з відповідним досвідом роботи. У 2014 році більшість вакансій була для тих, хто готовий займатися прямими продажами, роботою з клієнтами. Відчувається дефіцит і серед робочих спеціальностей - вантажників, комірників, фасувальників, водіїв. Кількість зареєстрованих безробітних зростає: за професійною групою «працівники сфери торгівлі та послуг» на перше квітня 2015 року складало 78588 осіб [2], що на 106,8 % більше аналогічного показника 2014 року. Дещо знизилася кількість вакансій у сфері управління продажами, враховуючи внутрішній професійне зростання працівників за програмами кадрового резерву, але зростає кількість пропозицій для тих, в кого є досвід роботи в роздрібній або

гуртовій торгівлі (директор департаменту або філії, менеджер з регіонального розвитку). У непростих ринкових умовах зниження споживчих настроїв населення залучення талановитих та ініціативних менеджерів з метою підвищення продаж та розвитку бізнесу стає ключовим для виживання компанії. Водночас, для роздрібногo ритейлу характерний високий рівень плинності торгово-оперативного персоналу. Значна кількість підприємств торгівлі відчуває потребу в адміністраторах, касирах, продавцях-консультантах продовольчої і непродовольчої груп товарів тощо (за даними аналізу сайтів [3, 4, 5]). Основні причини плинності: низька оплата праці, недостатня активність у забезпеченні професійного та кар'єрного зростання, складні та виснажливі умови праці. Крім того, досліджуючи стан соціального середовища підприємств торгівлі, було акцентовано увагу на потенціал розвитку інтелектуальної компоненти, зокрема соціальну політику роботодавців залучення персоналу, систему оплати (ставка + премія), навчання та розвиток персоналу, що відрізняється у розрізі торгових форматів і географії розташування. За даними керівників компаній у 2015 році відбувається скорочення заробітних плат новоприйнятим працівникам до 10-15% та посиленні гнучкої системи оплати праці, яка враховує реальну результативність працівника, його особистий вклад у підвищенні доходу підприємства. Однак, спроби керівників підприємств економити на кадрових процесах найчастіше призводить до економічних та репутаційних втрат. Як відмічають експерти [1, с.67]., у галузевому розрізі торгівля демонструє невисокий рівень етики ведення бізнесу (3,41 бала)

Варто наголосити на тому, що для залучення кваліфікованого персоналу та утримання власного персоналу окремі підприємства торгівлі посилюють соціальну складову своєї діяльності. Вдосконалюючи внутрішні *проекти соціального розвитку* підприємства ритейлори спрямовують зусилля на забезпечення гідного рівня соціальних гарантій, підвищення кваліфікації працівників через програми корпоративного навчання, удосконалення програм стимулювання та лояльності для власного персоналу. Однак соціальне інвестування у цьому напрямі для багатьох підприємств торгівлі залишається недостатнім, проблематичним. Інформація про бюджети витрат, навіть відносні, фактично не висвітлюються, за виключенням тих компаній, що публікують соціальні звіти («Метро кеш енд кері Україна», ГК «Фокстрот», ТОВ «Емвей Україна»). Зарплати підвищуються локально: найбільш цінним фахівцям і в основному за рахунок економії. У зв'язку з обмеженими можливостями для матеріальної мотивації, особливого значення набувають програми нематеріальної мотивації, де новим трендом стає можливість працювати за гнучким графіком або частково на дому.

Підприємства роздрібногo торгівлі приділяють важливу увагу навчанню та адаптації продавців-консультантів, супервайзерів, касирів тощо. Вивчаючи аспекти управління розвитком персоналу підприємств ритейлу стосовно співвідношення форм навчання за пріоритетністю виглядає так: обов'язкове ввідне адаптаційне навчання для усіх кандидатів проводять близько 84% досліджуваних підприємств ритейлу, що входять до ТОП-15 найбільших торговельних мереж, цей напрям є обов'язковим. Внутрішніми програмами підвищення кваліфікації охоплено в середньому від 17% до 42% персоналу підприємств. У програмах перепідготовки, додаткової професійної освіти (МБА, АССА тощо), переважно за кошти самих працівників, задіяно близько 27% працівників, що обіймають посади у структурних підрозділах головних офісів, керівних посад супермаркетів та гіпермаркетів досліджуваних підприємств.

З метою якісного кадрового забезпечення підприємства ритейлу спрямовують зусилля на подальшу оптимізацію бізнес-процесів і вдосконалення профілей посад у відповідності до організаційної структури та стратегічних цільових потреб підприємства; орієнтацію на програми розвитку талантів, вдосконалення систем оцінювання персоналу із конкретизацією ключових показників ефективності та нематеріальної мотивації.

Література

1. Звіт про конкурентоспроможність регіонів України 2013 // Фонд «Ефективне управління», – 2013 – 234 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://feg.org.ua>
2. Державна служба статистики – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Пошук вакансій за списком професій – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rabota.ua/ua>
4. Сайт пошуку роботи №1 в Україні – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.work.ua/ua/>
5. Работа по профессиям в Украине – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hh.ua/>

Забчук В.Д.,

викладач кафедри обліку і правового забезпечення
агропромислового виробництва,

Тернопільський національний економічний університет

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Інформація – це відомості про стан системи та навколишнього середовища, які сприймаються людиною або спеціальним пристроєм. Інформація, яка необхідна для оптимального функціонування управлінської системи, називається управлінською. Інформаційна потреба керівників – це форма ставлення до певної інформації, яка кваліфікується як необхідна для вирішення поставленого завдання. Основними об'єктивними факторами, що впливають на формування інформаційних потреб керівників, є вид управлінської діяльності, особливості виконуваних функцій, пов'язаних з різним рівнем управління діяльності в господарській системі.

До основних джерел інформації аналізу на підприємстві належать дані оперативного, фінансового, управлінського та статистичного обліку.

Всі елементи бухгалтерського обліку пов'язані між собою і є єдиним цілим, тобто систему економічних показників, що характеризують умови та результати роботи підприємства за звітний період. Звітність є заключним

елементом системи бухгалтерського обліку і аналізу. Відомості, що містяться в бухгалтерській звітності, мають комплексний характер, тому що відображають різні аспекти господарських операцій і явищ.

Інформація розрізняється також за характером і формою розміщення в ній відомостей. За цією ознакою всю вхідну інформацію можна розділити на три типи: облікова, позаоблікова та нормативно-технічна.

Облікова інформація надається за стандартними формами, котрі регламентовані (бухгалтерська фінансова, податкова та статистична звітність) і розроблені безпосередньо на підприємстві (внутрішня управлінська звітність). До облікової інформації слід віднести:

- дані бухгалтерського обліку і звітності, дані податкового обліку та звітності; дані статистичного обліку та звітності;

- дані управлінського обліку та звітності (графіки і табличні матеріали про виробництво і реалізацію продукції; плани і бюджети, звіти про їх виконання; виробничі норми і нормативи).

До позаоблікових джерел слід віднести:

- матеріали різних перевірок – аудиторських та фінансових служб;

- пояснювальні та доповідні записки;

- ділове листування з партнерами, кредиторами;

- матеріали засобів масової інформації, аналітичні огляди;

- матеріали, отримані в результаті особистих контактів;

- фінансову інформацію, що міститься в прайс-листах, прейскурантах, довідниках.

Для створення цілісної системи інформаційного забезпечення необхідно визначити її зміст, об'єкт, джерела, сформувати потоки інформації і вивести їх на відповідні рівні, визначивши в якій формі, де зберігається і використовується інформація.

Найважливіший аспект формування інформаційного забезпечення управління підприємством – створення єдиної інформаційної мережі, що забезпечує збір і обробку статистичної інформації, реальний інформаційний обмін по вертикалі і горизонталі. Інформаційне забезпечення є базою, на якій будується управлінська діяльність, під якою слід розглядати певну визначену сукупність інформаційного масиву. Ці відомості, котрі є зібраними, систематизованими і перетвореними в придатну для використання форму відіграють в управлінні виняткову роль. Від повноти інформаційної бази та достовірності інформаційного забезпечення залежать адекватна оцінка подій, що відбуваються і обґрунтованість планованих управлінських рішень. Щоб сформулювати висновки за результатами проведеного аналізу, обґрунтовувати на їх основі управлінські рішення, спрямовані на підвищення ефективності підприємницької та фінансово-господарської діяльності підприємств, для фахівців вкрай важливо розробити адекватні заходи. Ці заходи повинні бути спрямовані на те, щоб:

- здійснювати збір, систематизацію та обробку інформації з теми дослідження;

- проводити пошук, аналіз і оцінку джерел інформації для проведення економічних розрахунків;

- використовувати сучасні прийоми і способи для вирішення економічних завдань;

- використовувати сучасні наукові методологічні та методичні розробки економістів при проведенні аналітичних заходів;

- розробляти напрямки з мобілізації невикористаних резервів, впровадження інноваційних технологій.

Для того щоб інформаційне забезпечення відповідало вимогам користувачів необхідна наявність і взаємодія цілого ряду елементів:

- належна нормативно-правової база з формування обліково-аналітичної інформації;

- прозорість, доступність, оперативність, регулярність, повнота та достовірність інформації на всіх рівнях;

- взаємозв'язок інформації різних видів обліку (бухгалтерського, управлінського, податкового, стратегічного, виробничо-оперативного);

- досягнутий рівень гармонізації та узгодженості облікових правил формування даних згідно міжнародних стандартів;

- здатність обліково-аналітичної інформації адаптуватися до потреб управління і досягнень в області теорії, практики та методології обліку на міжнародному рівні;

- залучення підприємствами незалежних аудиторів, котрі відіграють важливу роль, оскільки вони надають управлінню певні гарантії.

Література

1. Гуменюк О.О. Удосконалення бухгалтерської фінансової звітності відповідно до потреб економічного аналізу / О.О. Гуменюк // Інноваційна економіка. – 2011. – № 4 [18]. – С. 113-115.

2. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку : [наукове видання] / С.В. Івахненко. – Житомир, 2009. – 416.

3. Пуцентейло П.Р. Аналітичне забезпечення діяльності підприємства / П.Р. Пуцентейло // Сталий розвиток економіки. – 2015. – №1. – С. 168-174.

ОСНОВНІ ТЕОРІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

В сучасних умовах досягнення та підтримання довгострокового економічного зростання є однією з найважливіших цілей економічної політики будь-якої держави. Вперше категорія економічного зростання була досліджена вченими-економістами ще в XVIII-XIX ст. (І. Фон Тюнен, Ж. Б. Сей та ін.), а вже наприкінці 30-х років XX ст. вивчення цієї теми виокремилася в окремий напрямок.

Найбільш змістовне визначення економічного зростання надає відомий український вчений-економіст С. В. Мочерний, який характеризує дане поняття як процес кількісно-якісних зрушень на мікро- і макрорівнях у межах технологічного способу виробництва, зумовлених відповідними суперечностями та чинниками, який виражається у збільшенні обсягів суспільного виробництва, сукупного суспільного продукту, ВВП [1, с. 199].

Дослідження генезису категорії економічного зростання дозволяє виділити наступні базові теорії: неокейнсіанську, неокласичну та історико-соціологічну.

Важливо відмітити, що неокейнсіанська теорія економічного зростання була сформована як критична переробка кейнсіанської теорії макроекономічної рівноваги і була науково визнана в 50-х роках XX ст. (хоча теоретичні основи своїх досліджень вчені даної теорії сформували ще наприкінці 30-х років). Послідовники Кейнса досліджували проблему забезпечення сталих темпів зростання економіки в довгостроковому періоді (намагалися додати до економічної статистики економічну динаміку). Важливу роль у формуванні неокейнсіанської теорії зростання відіграли економісти Р. Харрод та Є. Домар. У своїй праці "До теорії економічної динаміки" ("Towards a dynamic economics") Р. Харрод зазначає, що щорічний економічний ріст прямо пропорційний нормі заощаджень і обернено пропорційний коефіцієнту капіталоемності. Вчений зауважив, що для прискорення економічного зростання необхідно стимулювати заощадження (інвестиції), оскільки саме вони є основним джерелом капіталоутворення, а науково-технічний прогрес є нейтральним фактором, тому що винаходи, які збільшують витрати капіталу, компенсуються винаходами, що ведуть до його економії [2, с. 77-78]. Представники даного напрямку вважали, що стихійна ринкова економіка не є ідеальною системою саморегулювання, тому важливе місце відводили державному регулюванню.

У відповідь на появу неокейнсіанських моделей зростання розпочалася розробка неокласичної теорії економічного зростання (50-60-ті рр. XX ст.), яка базується на засадах стійкої рівноваги без втручання держави. Яскравим представником вище зазначеної теорії вважають американського економіста Р. Солоу, який вважав, що саме висококваліфікована та досвідчена робоча сила є основою науково-технічних нововведень, а застосування їх у виробництві призводять до прискорення технічного прогресу, отже в цілому – до інтенсивного економічного зростання [3].

Значну увагу науковців привертає також історико-соціологічна теорія, представником якої є американський економіст і соціолог У. Ростоу. У праці "Внесок у теорію економічного зростання" вчений виділив п'ять стадій росту: стадія класового (традиційного) суспільства, перехідне суспільство, стадія переходу до індустріального розвитку, "шлях до зрілості", стадія масового споживання. Згодом вчений додає шосту стадію – "пошук якості життя", де головним сектором економіки є сфера послуг, а основою суспільного прогресу виступає духовний розвиток членів суспільства [4]. Критерієм виділення стадій виступають значною мірою техніко-економічні характеристики: рівень розвитку техніки, частка нагромадження у національному доході, галузева структура господарства, структура споживання та інше.

Як бачимо, підходи до визначення джерел економічного зростання вченими висвітлювались по-різному, однак підсумувавши погляди вище згаданих економістів можна виділити такі ключові джерела економічного зростання, як: робоча сила; норма заощадження; зростання сукупної продуктивності факторів виробництва; інвестиції; збільшення нагромадження капіталу; зростання органічної будови капіталу; зростання капіталоозброєності виробництва; технічні нововведення та освіта (важливого значення в сучасному світі набуває нова економіка - економіка знань). Проте слід зауважити, що якщо на мікрорівні (підприємство, фірма, галузь) головними джерелами економічного зростання є трудові ресурси, технічні нововведення, зростання сукупної продуктивності факторів виробництва, збільшення нагромадження капіталу, то на макрорівні (національне і світове господарство) важливого значення вже набувають такі фактори, як міжнародні інвестиції та підтримка і регулювання діяльності господарства з боку держави.

Таким чином, економічне зростання є однією з головних завдань будь-якої системи господарювання. Центральною метою формування теорій економічного зростання було з'ясування оптимального співвідношення факторів виробництва та виявлення умов, які забезпечували б темпи зростання та стабільний розвиток.

Література

1. Економічний енциклопедичний словник: У 2 т. Т.1 / Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устенко О. А., Юрій С. І. ; за ред. С. В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. – 616 с.
2. Харрод Р. Теория экономической динамики / Р. Харрод; [Пер. с англ. В. Е. Маневича] / Под ред. В. Г. Гребенникова. – М. : ЦЭМИ, 2008. – 210 с.
3. Solow R. M. A Contribution to the Theory of Economic Growth / R. M. Solow // Quarterly Journal of Economics. Vol. 70, No. 1 (Feb., 1956), pp. 65-94. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.fea.usp.br/feaecon/media/fck/File/P3_Solow_A_Contribution_Theory_EconGrowth.pdf.
4. Rostow W. The Stages of Economic Growth / W. Rostow. – Cambr.: UP, 1971. – 253 p.

Zalunina O.,
Cand. Sci (Tech.) Assoc. Prof.,
Pleshkova M.,
Student,
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University,
Kremenchuk, Ukraine

**ADVISABILITY OF USING OF CORRELATION AND REGRESSION ANALYSIS IN THE STUDY OF DEPENDENCE
BETWEEN INVESTMENT IN INNOVATION BY THE EXAMPLE OF PJSC "KVBZ"**

In recent decades, economics and business practices are increasingly being applied mathematics. The main reason for the rapid spread of economic and mathematical methods and models must first be called dramatic complication of modern economic practice, due to the high level of development of the productive forces deep specialization of production, increase the rate of technological progress. Studying the interrelation of innovative enterprise policy and investment in this sphere by means of correlation methods allow to obtain reliable results for follow-up and make informed conclusions.

The theoretical basis for the writing this work were works of foreign and domestic scholars, namely: Biluk M., Bojchyk I., Blomkvist K. [1, pp.16-31], Zander I., Dellestrand H. [2, pp.263-277] Mathews J. [3, pp.387-463].

Object of research - PJSC "Kryukov WagonBuild Plant" ("KVBZ"), which is one of the largest and oldest manufacturers of vehicles in Ukraine.

The aim of the study is to analyze the dependence between investments in innovation (Y) and total profit of PJSC "KVSZ» (X).

PJSC "KVBZ"— is a high-tech enterprise with complete production cycle - from generating commercial and technical ideas to supply finished products. For calculations was chosen period covering the years 2004-2013, which will help in clarifying the general laws especially dynamic. This period is valid for a period, but in this case there are major distortions due to random fluctuations.

Solve correlation model - which means to find numerical values of the unknown dependencies. Analysis of calculation (table.1) shows that investments in innovation with increasing profits should increase.

Options correlation model can be found in various ways. The most common method of least squares, with which you can get a system of linear equations with n unknowns (according to the number of model parameters).

Table 1

Initial data for calculations		
Years	Total income (thousand uah), x	Investment in innovation (thousand uah),y
2004	1328	3050
2005	1395	3985
2006	1138	3597
2007	2064	1032
2008	3252	976
2009	1419	890
2010	2893	1849
2011	4205	3003
2012	5491	4356
2013	4892	3898

For the linear model $Y = A + B * X$, the system is looking like:

$$\left\{ \begin{array}{l} \Sigma y = na + b \Sigma x; \\ \Sigma yx = a \Sigma x + b \Sigma x^2; \end{array} \right.$$

To solve the system we must find ΣY ; ΣX ; $\Sigma X*Y$; ΣX^2 , the calculation of which is held in the table 2.

Table 2

Theoretical straight line forms the link between profit enterprise (X) and investment in innovation (Y)

Years	X	Y	x ²	xy	Yx
2004	1328	3050	1763584	4050400	2249
2005	1395	3985	1946025	5559075	2268
2006	1138	3597	1295044	4093386	2196
2007	2064	1032	4260096	2130048	2455

2008	3252	976	10575504	3173952	2788
2009	1419	890	2013561	1262910	2275
2010	2893	1849	8369449	5349157	2687
2011	4205	3003	17682025	12627615	3055
2012	5491	4356	30151081	23918796	3415
2013	4892	3898	23931664	19069016	3247
In total	28077	26636	101988033	81234355	26636

Based on empirical data we find the theoretical line of communication between y and x. In the theoretical line averaged impact of all other factors in addition to x, the change in y. Search parameters (a_0 та a_1) for direct $y_x = a_0 + a_1x$ is based on the solution of the system:

$$\begin{cases} a_0n + a_1\sum x = \sum y; \\ a_0\sum x + a_1\sum x^2 = \sum xy. \end{cases}$$

In our example 10 pairs of observations - n. $\sum y = 26636$; $\sum x = 28077$;

$$\sum x^2 = 101988033 ; \sum xy = 81234355.$$

The system of equations will look like:

$$\begin{cases} 26636 - 10a_0 + 28077a_1 \\ 81234355 = 28077a_0 + 101988033a_1, \end{cases}$$

Obtain theoretical values $a_0 = 1877,4$, $a_1 = 0,28$ and theoretical equation of connection (regression) $y_x = 1877,4 + 0,28x$. Thus, the equation expressing the relation of functional dependence between y and x.

The next stage of the analysis measured strength of the bond between the total income x and y in innovation in PJSC "KVBZ" (table 3).

The options are: - index correlation is zero. Connection between x and y is not. This suggests that y_x does not react to the change's. The index of correlation equal to one and shows that the dependence between x and y in full (functional).

Table 3

Calculation of density of connection

Years	Y	X	Y_x	y''	$Y - Y_x$	$(Y - Y_x)^2$	$(y - y'')^2$
2004	3050	1328	2249	2663,6	801	641601	149305
2005	3985	1395	2268	2663,6	1717	2948089	1746098
2006	3597	1138	2196	2663,6	1401	1962801	871235,6
2007	1032	2064	2455	2663,6	-1423	2024929	2662119
2008	976	3252	2788	2663,6	-1812	3283344	2847994
2009	890	1419	2275	2663,6	-1385	1918225	3145657
2010	1849	2893	2687	2663,6	-838	702244	663573,2
2011	3003	4205	3055	2663,6	-52	2704	115192,4
2012	4356	5491	3415	2663,6	941	885481	2864218
2013	3898	4892	3247	2663,6	651	423801	1523743
In Total	26636	28077	26636	2663,6	0	14793219	16589134

Based on the data of Table 3, we find the index (ratio) correlation - R and assess the strength of the bond between x and y. According to the formulas $R = \sqrt{S^2y - S^2y_x}$, $S^2y = \sum (y - y'')^2 / n$; $S^2y_x = \sum (Y - Y_x)^2 / n$ find, that $R = 0,34$. The resulting ratio shows that between total income and investment in innovation there is a connection ($R = 0,34$). For "Table Cheddoka" if the coefficient is in the range $0,30 - 0,49$ - This means that moderate distress connection [4].

That is, the larger the ratio is close to unity, the higher bond strength. Since the connection in this case only close to unity, this suggests that the company should seek additional sources to solve the problem of attracting investment for its innovation in addition to their own profit.

Thus, using the methods of measurement and time series correlation and regression analysis revealed that dynamics of developed and modernized production of PJSC "KVBZ" tends to decline, and the density of connection between the total profits of the enterprise and investment in innovation is moderate.

PJSC "KVBZ" to better manage their innovative development should focus more on financing innovative processes and as result this should influence the amounts of implementing innovative projects and technology enterprise. Potential sources of funds must be new investors interested in developing innovative projects or government of our country and of course - it must be new investors from Europe countries.

List of references

1. Blomkvist, K., Kappen, P. and Zander, I. (2014) Win, Place, or Show?: How Foreign Investment Strategies Contribute to the Technological Growth of the Multinational Corporation, Long range planning, vol. 47, no. 1-2, pp. 16-31.
2. Dellestrand, H. and Kappen, P. (2011) Headquarters allocation of resources to innovation transfer projects within the multinational enterprise, Journal of International Management, vol. 17, no. 4, pp. 263-277.
3. Mathews, J. and Zander, I. (2007) The international entrepreneurial dynamics of accelerated internationalization, Journal of International Business Studies, vol. 38, no. 3, pp. 387-403.
4. Site: http://pidruchniki.com/14990528/ekonomika/korelyatsiyniy_analiz

УДК 330.341.1:658

Захаркін О.О.,
докторант факультету економіки та менеджменту,
Захаркіна Л.С.,
доцент кафедри фінансів і кредиту,
Сумський державний університет

БАГАТОФАКТОРНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНКИ ВПЛИВУ ІННОВАЦІЙ НА ДОХІДНІСТЬ ФІНАНСОВИХ АКТИВІВ

Враховуючи багатоаспектність та неоднозначність взаємозв'язку між інноваційною діяльністю підприємства та задоволенням інтересів основної групи його стейкхолдерів – власників, в контексті вартісно-орієнтованого управління, виникає потреба у розробці економіко-математичної моделі, яка б описувала залежність зміни ринкової вартості акціонерного капіталу підприємства при реалізації ним інноваційної діяльності за різних умов функціонування і впливу зовнішніх факторів.

Враховуючи багатоаспектність впливу інноваційної діяльності підприємства на прогностичні показники ризику і прибутковості його цінних паперів, застосування однофакторних моделей оцінки доходності фінансових активів не забезпечує отримання достатньо об'єктивних і релевантних результатів. Таким чином, для формування економіко-математичної моделі, яка б описувала залежність зміни ринкової вартості акціонерного капіталу підприємства від рівня його інноваційної активності доцільно застосувати трьохфакторну модель Фама-Френча [1]. У загальному вигляді трьохфакторна модель Фама-Френча може бути представлена наступним рівнянням:

$$r_i = \gamma_i + \beta_{i1}(r_m - r_f) + \beta_{i2}r_{SMB} + \beta_{i3}r_{HML} + \varepsilon_i \quad (1)$$

де r_i – доходність і-го активу;

γ_i – очікувана доходність і-го активу при відсутності впливу на нього визначених факторів ризику;

r_m – доходність ринкового портфеля (ринку в цілому);

r_f – безризикова ставка;

r_{SMB} – різниця між доходністю середньозважених портфелів акцій компаній з малою і великою капіталізацією;

r_{HML} – різниця між доходністю середньозважених портфелів акцій компаній з великим та низьким співвідношенням балансової вартості до ринкової;

$\beta_{i1}, \beta_{i2}, \beta_{i3}$ – коефіцієнти, що характеризують вплив відповідно параметрів r_m, r_{SMB}, r_{HML} на доходність і-го активу;

ε_i – похибка.

Для оцінки системного та ідіосинкратичного ризиків в моделі Фама-Френча застосовуються регресійні коефіцієнти β_i , що виражають відношення доходності акцій компанії до загального рівня доходності цінних паперів на фондовому ринку у розрізі кожного із досліджуваних параметрів.

На наступному кроці побудови економіко-математичної моделі, використовуючи у якості залежних змінних три ідентифіковані у моделі Фама-Френча факторні ознаки – доходність акцій, системний ризик та ідіосинкратичний ризик, проведено формалізацію впливу інноваційної діяльності підприємства на кожен із них.

В основу моделі покладено припущення, що інвестори реагують на інноваційну активність підприємств відповідно до очікуваного приросту чистої теперішньої вартості грошових потоків, утворених внаслідок такої діяльності. Таким чином, показник, що характеризує рівень інноваційної активності підприємства, в запропонованому науково-методологічному підході, виступатиме єдиною факторною ознакою.

Враховуючи результати проведеного дослідження щодо особливостей впливу інновацій на приріст вартості бізнесу залежно від сформованих макроекономічних, правових, соціальних та інших умов, а також рівня інноваційності економіки країни загалом, для адекватності відображення взаємозв'язків між інноваційною діяльністю підприємства та досліджуваними параметрами дохідності і ризиковості його акцій, обов'язковим є введення групи додаткових параметрів, а також контрольних змінних, що дозволять згладити ефекти, викликані галузевими особливостями підприємств, їх розміром, масштабами діяльності тощо.

Економіко-математичне моделювання впливу інновацій на ринкову вартість акцій підприємства проведено на основі побудови системи багаторівневих структурних рівнянь (формули 2-4).

$$AR_{ijkt} = \beta_{ijkt}^0 + \beta_{ikt}^{IA} \times IA_{ijkt} + \sum_{p=1}^P \beta_{ik,p}^Z \times Z_{ijkt,p} + \varepsilon_{ijkt}, \quad (2)$$

$$SR_{ijkt} = \delta_{ijkt}^0 + \delta_{ikt}^{IA} \times IA_{ijkt} + \sum_{p=1}^P \delta_{ik,p}^Z \times Z_{ijkt,p} + \mu_{ijkt}, \quad (3)$$

$$IR_{ijkt} = \omega_{ijkt}^0 + \omega_{ikt}^{IA} \times IA_{ijkt} + \sum_{p=1}^P \omega_{ik,p}^Z \times Z_{ijkt,p} + \varphi_{ijkt}, \quad (4)$$

$$\varepsilon_{ijkt} \sim N(0, \sigma_\varepsilon), \quad \mu_{ijkt} \sim N(0, \sigma_\mu), \quad \varphi_{ijkt} \sim N(0, \sigma_\varphi),$$

$$Cov(\varepsilon_{ijkt}, \mu_{ijkt}) \neq 0, \quad Cov(\varepsilon_{ijkt}, \varphi_{ijkt}) \neq 0, \quad Cov(\mu_{ijkt}, \varphi_{ijkt}) \neq 0,$$

де AR_{ijkt} – понаднормова дохідність акцій i -го підприємства j -ої галузі в країні k у рік t ;

SR_{ijkt} – системний ризик для i -го підприємства j -ої галузі в країні k у рік t ;

IR_{ijkt} – ідіосинкратичний ризик для i -го підприємства j -ої галузі в країні k у рік t ;

IA_{ijkt} – рівень інноваційної активності i -го підприємства j -ої галузі в країні k у рік t ;

$Z_{ijkt,p}$ – інші (додаткові та контрольні) параметри (p), що впливають на вартість компанії;

$\beta_{ijkt}^0, \delta_{ijkt}^0, \omega_{ijkt}^0$ – змінні, що відображають відмінності між підприємствами, галузями, країнами і досліджуваними періодами;

$\beta^{index}, \delta^{index}, \omega^{index}$ – коефіцієнти, що характеризують рівень впливу параметрів на відповідну залежну змінну;

$\varepsilon_{ijkt}, \mu_{ijkt}, \varphi_{ijkt}$ – похибки.

Необхідно зауважити, що окрім відображених в моделі функціональних залежностей між змінними, існує ряд неврахованих латентних факторів, дія яких може проявлятися специфічно для окремого підприємства, галузі, на рівні країни, а також щодо базових показників та сталих параметрів моделі.

Використання запропонованого науково-методологічного підходу дозволяє проводити аналіз конкурентної позиції підприємства на фондовому ринку через оцінку показників понаднормової дохідності його акцій, системного та ідіосинкратичного ризиків, формування яких розглядається у взаємозв'язку з інноваційною активністю підприємства та з урахуванням ставлення інвесторів до інновацій у визначеній країні залежно від чинників загальнодержавного рівня (виражаються індексами економічного розвитку та інноваційності країни). Перевагою даного підходу є можливість врахування неоднозначності впливу інновацій на ринкову вартість цінних паперів підприємств у розрізі країн та галузей економіки.

Література

1. Fama E. Multifactor Explanations of Asset Pricing Anomalies / E. F. Fama, & K. R. French // Journal of Finance. – 1996. – № 51. – P. 55–84.
2. Fama French + Carhart 4-Factor portfolio returns [Electronic resource] // Jason Hsu. – Access mode: <http://www.jasonhsu.org/research-data.html>.

Захарченко Н.В.,

к.е.н., ст. викладач кафедри економіки та моделювання ринкових відносин,
Інституту інноваційної та післядипломної освіти,

ОБГРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

У 30-і роки Й. Шумпетер ввів поняття інновації, трактуючи його як зміну з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації.

Економічна теорія розрізняє п'ять типів інновацій: введення нового продукту; метод виробництва; створення нового ринку; освоєння нового джерела постачання сировини або напівфабрикатів; реорганізація структури управління.

Інновації характеризуються більш високим технологічним рівнем, більш високими споживчими якістьми товару або послуг порівняно з попереднім продуктом.

Залежно від виду інновації дозволяють при створенні нових ринків отримати і забезпечити:

1. Гнучкі рішення – інноваційний сервіс, додаткова вигода якого для споживача полягає в самій сутності послуги і який може бути спожитий незалежно від місця і часу свого виробництва.

Піонером цього типу інновацій називають компанію FedEx. Ідея бізнесу народилася в 1965 р. коли компанія створила новий ринок на основі додаткової вигоди вже розробленої послуги авіапошти, а саме – швидкої і надійної доставки термінових матеріалів.

Ще один приклад цього виду інновацій – CNIM – приналежна Time Warner телевізійна мережа, яка першою в світі стала транслювати свіжі новини 24 години на добу по всьому світу. А Інтернет-аукціон, де покупці і продавці можуть укладати угоди вдень і вночі, в будні і вихідні, створив перший безперервний торговельний майданчик.

2. Керована зручність – це інновації, які створюють ринки за рахунок користі, що виходить із способу надання послуги.

Корпорація Google не вигадували центральну ідею – пошук інформації в Інтернеті. Створена нею інновація – це доступність адекватного і швидкого веб-пошуку інформації з будь-якої теми. По-перше, засновники Google, Ларрі Пейдж і Сергій Брін розробили пошуковий алгоритм, який інтерпретує гіперпосилання до сторінок за значимістю, по друге, Google розробив свою власну інфраструктуру.

3. Зростання комфорту – інноваційні послуги, що споживаються в тому ж місці і в той же час, в які вони виробляються. Додаткова вигода цих інновацій має пряме відношення до емоційного чи фізичного комфорту споживача.

Книжкові магазини були популярні в США і до того, як Barnes & Nobles відкрила свої супермаркети. Однак книжкові магазини саме цієї компанії завоювали величезну любов споживачів за їхні великі шафи з книгами, зручні крісла для читання і суміщені з магазинами кафе Starbucks.

4. Шанобливий підхід – інноваційні послуги, користь яких полягає в способі їх надання, а виробництво і споживання невіддільні одне від одного. Компанії, які формують нові ринки в цій сфері, демонструють повагу до часу і фізичної присутності споживачів, які користуються їхніми послугами. Walgreens – найбільша американська аптечна мережа. Інноваційність сервісу орієнтована на споживачів, які понад усе цінують свій час і сили: аптеки, до яких легко дістатися, просторі місця паркування, вітрини, які можна розглянути, не виходячи з автомобіля, широкі проходи, низькі полиці, термінове фотоательє, замовлення рецептів по телефону – все це елементи стратегії Walgreens [3].

Інновації служать специфічним інструментом підприємництва, причому не інновації самі по собі, а спрямований організаційний пошук нововведень, постійна націленість на них підприємницьких структур. Будь-яке підприємство за своєю природою є інноваційним. Інноваційне підприємство виступає як особливий вид бізнесу, результатом якого стає специфічний товар – нововведення (інновація). В Україні аж до останнього часу інноваційна діяльність здійснювалася виключно у великих державних установах. Інноваційний бізнес – найбільш вразлива частина українського малого бізнесу. Малі підприємства у сфері інновацій активно створювались в 1990 - 1993 рр. Багато хто з них розпався, не проіснувавши і двох років. Цьому сприяли несприятливі умови для розвитку інноваційного бізнесу, а саме: високі податки; складність з орендою приміщень; здороження сировини та енергії.

Перехід до інноваційної економіки необхідний для прискорення темпів якісного зростання економіки країни. Саме наявність достатнього, високого інноваційного потенціалу має забезпечити даний перехід.

Впровадження нової техніки і технології – це досить складний і суперечливий процес. Теоретично існують два підходи. Можна піти шляхом придбання ліцензій і ноу-хау на відомі технології, види продукції та торговельні марки великих закордонних компаній. Інший шлях – опора на власний науково-технічний потенціал, значною мірою незатребуваний сьогодні вітчизняною промисловістю. Він є більш перспективним з багатьох точок зору, проте вимагає подолання цілого ряду фінансових та організаційно управлінських бар'єрів.

Підприємці неохоче йдуть на базисні нововведення, пов'язані з великими разовими вкладеннями, великим ринком, часто прирікаючи на загибель вже налагоджене, чітко функціонуюче виробництво, що створює йому конкурентів, знецінюючи вкладений капітал. Саме це спонукає монополії чинити опір базисним нововведенням, породжує тенденцію до технічного застою. Тому потрібна активна і диференційована державна підтримка базисних нововведень, заснованих на великих винаходах:

- подальший розвиток інноваційної інфраструктури для розвитку підприємництва в науково-технічній сфері (інноваційно-технологічних центрів, інкубаторів, технопарків, інноваційно-промислових комплексів);

- підвищення ефективності використання державної власності з метою активізації інноваційної діяльності. Швидко віддачу можна отримати шляхом передачі невикористаних виробничих площ і ресурсів під створення інноваційно-технологічних центрів та інноваційно-промислових комплексів;

- формування корпоративних об'єднань освітніх, наукових і промислових організацій з метою відновлення коопераційних зв'язків, використання ефекту масштабу виробництва та концентрації ресурсів на перспективних

напрямах економічного зростання;

- створення інфраструктури для перерозподілу обладнання (інформаційні та лізингові агентства, торгові підприємства з продажу вживаного обладнання і т.д.);
- створення з провідними закордонними фірмами спільних виробництв на основі реалізації великих проектів;
- розвиток системи позабюджетних галузевих і міжгалузевих фондів на паях з промисловими підприємствами для забезпечення проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт в інтересах галузей промисловості;
- розвиток і широке поширення системи підготовки кадрів інноваційних менеджерів;
- створення систем стандартизації продукції та сертифікації технологічних процесів, товарів і послуг [1].

В інноваційну інфраструктуру включаються організації, фірми, об'єднання, що охоплюють весь цикл здійснення інноваційної діяльності. Найбільш поширеними елементами інноваційної інфраструктури є бізнес-школи, навчально-ділові центри, агентства підтримки малого та середнього підприємництва, бізнес-інкубатора, соціально-ділові центри, технопарки, інноваційно-технологічні центри, бізнес-центри. Інкубатор – це структура, яка спеціалізується на створенні сприятливих умов для виникнення та ефективної діяльності МПП, що реалізують оригінальні науково-технічні ідеї. Це досягається шляхом надання МПП матеріальних, інформаційних, консультаційних та інших необхідних послуг. Інкубатор – комерційна організація. Самоокупність забезпечується за рахунок його участі в тій чи іншій формі в майбутніх прибутках інноваційних фірм. Розвиток інкубаторів інноваційного бізнесу є основою і ядром майбутніх технопарків і технополісів і представляється оптимальним тактичним заходом.

Технопарк – це компактно розташований комплекс, який у загальному вигляді може включати в себе наукові установи, вузи і підприємства промисловості, а також інформаційні, виставкові комплекси, служби сервісу і передбачає створення комфортних житлово-побутових умов. Функціонування технопарку засноване на комерціалізації науково-технічної діяльності та прискоренні просування інновацій в сферу матеріального виробництва [2].

Найвищим проявом інтеграційної тенденції є технополіс – це структура, подібна технопарку, але включає в себе невеликі міста (населені пункти), розвиток яких цілеспрямовано орієнтоване на розташовані в них наукові та науково-виробничі комплекси. У США, наприклад, налічується близько 300 таких парків, а в Німеччині – близько 300 інноваційних центрів. Японія приступила до створення 19 технополісів з потужним потенціалом для розробки досконалих технологій в найбільш пріоритетних областях. В Україні 0 технопарків. В цілому роль держави в області підтримки інновацій можна звести до наступних моментів:

- держава сприяє розвитку науки і підготовці наукових та інженерних кадрів (основне джерело інноваційних ідей);
- в межах більшості урядових відомств існують різноманітні програми, спрямовані на підвищення інноваційної активності бізнесу;
- державні замовлення, переважно у формі контрактів, на проведення НДДКР забезпечують початковий попит на багато нововведень, які потім знаходять широке застосування в економіці країни;
- фіскальна та інші елементи державного регулювання формують стимулюючий вплив зовнішнього середовища, які обумовлюють ефективність і необхідність інноваційних рішень окремих фірм;
- держава виступає в ролі посередника в справі організації ефективної взаємодії академічної та прикладної науки, стимулює кооперацію в області НДДКР промислових корпорацій і університетів.

Державна інноваційна політика в промислово розвинених країнах спрямована на створення сприятливого економічного клімату для здійснення інноваційних процесів і є сполучною ланкою між сферою академічної науки і завданнями виробництва. Вибір пріоритетів в інноваційній сфері має здійснюватися на основі аналізу існуючих і прогнозованих (ресурсних, інфраструктурних та ін.) обмежень розвитку виробництва з метою забезпечення стійких конкурентоспроможних позицій вітчизняних товаровиробників на внутрішньому та зовнішньому ринках і оцінки можливостей інноваційно-технологічного фактора в їх подоланні.

Література

1. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення : монографія / О.І. Амоша, В.П. Антонюк, А.І. Землянкін та ін. / НАН України. Ін-т економіки пром.-сті. – Донецьк, 2007. – 328 с.
2. Заболотский А.А. Экономическая оценка возникновения и развития высокотехнологических отраслей (на примере биотехнологии) / А.А. Заболотский, Г.А. Унтура ; отв. ред. А.В. Евсеенко. – Новосибирск: ИЗОПП СО РАН, 2010. – 192 с.
3. Захарченко В.И. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика : монографія / В.И. Захарченко, Н.Н. Меркулов, Л.В. Ширяева. – Одесса: Фаворит, 2011. – 598 с.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

На формування фінансового стану фермерських господарств мають вплив чинники як зовнішньої, так і внутрішньої природи. Чинники першої групи більшою мірою змінили весь спектр господарської діяльності підприємств, передусім, через формування відповідної нормативної бази з подальшим реформуванням відносин власності на селі та зниженням державного протекціонізму галузі майже до нуля. Внутрішні чинники характеризують процеси акумуляції фінансових ресурсів всередині кожного окремого господарства і визначаються комплексом як виробничо-господарських, так і організаційних характеристик.

У складі приватного укладу сучасної моделі аграрної економіки функціонує сектор фермерських господарств. На думку деяких вітчизняних дослідників, фермерство – це нова для нашої країни форма господарювання. Фермерські господарства відрізняються від особистих селянських господарств населення лише більшими розмірами землекористування, що дає змогу застосовувати техніку, працювати ефективніше, та набуттям статусу юридичної особи підприємницького типу після проходження державної реєстрації [8].

З метою забезпечення розвитку малого підприємництва в аграрному секторі економіки, наприклад, Черкаської області, діє окрема Програма розвитку фермерських господарств на період до 2020 року. За станом на 1 січня 2014 року до реєстру включено 1214 фермерських господарств, з яких діючих – 1123, де зайнято близько 4 тис. працівників.

З метою реалізації заходів щодо фінансової підтримки розвитку малого підприємництва в області проводиться послідовна робота. Протягом останніх років Черкаська область посідає одне з перших місць серед областей України за обсягом коштів обласного бюджету, які спрямовуються на підтримку підприємництва.

Через Регіональний фонд підтримки підприємництва на кредитування 6 фермерських господарств Черкаського району. Кошти на розвиток підприємництва передбачались у 15 із 27 місцевих бюджетів, фактичні видатки здійснено лише 5 місцевими бюджетами.

Падіння виробництва пов'язане з недостатнім фінансовим забезпеченням фермерських господарств.

За таких умов виникає замкнене коло: з одного боку, їхній поганий фінансовий стан (табл. 1) і об'єктивна нездатність функціонувати за рахунок самофінансування потребують залучення зовнішніх запозичень у вигляді кредитів, з іншого – високий рівень збитковості не залишає бодай теоретичної можливості взяти кредит через низьку платоспроможність і, як результат, маємо фінансову ненадійність цієї групи позичальників в очах кредиторів.

Таблиця 1

Фінансові результати сільськогосподарської діяльності фермерських господарств України за 2007 і 2013 рр.

Область	2007 р.				2013 р.			
	виручка від реалізації, млн. грн		рівень рентабельності виробництва, %		виручка від реалізації, млн. грн		рівень рентабельності виробництва, %	
	всього	тваринництва	всього	тваринництва	всього	тваринництва	всього	тваринництва
Україна - всього	4693,4	422,0	29,4	-4,6	17170,9	1278,2	19,2	2,6
в т.ч.: Черкаська	148,5	14,3	24,1	5,5	825,7	60,7	20,1	8,8
Вінницька	246,6	23,6	18,7	-26,2	1147,6	60,5	18,0	-3,7
Київська	208,3	18,1	25,6	13,1	728,4	46,6	24,5	0,1
Полтавська	268,9	13,9	37,2	6,9	1018,8	51,4	19,6	6,4
Тернопільська	139,4	4,1	26,0	-2,4	483,1	26,1	14,6	5,8

Отже, дослідження діяльності фермерських господарств України дозволили зробити висновки про те, що головне джерело зовнішнього фінансування – банківський кредит – часто є просто недоступним не лише на реструктуризацію, а й на покриття поточних витрат. Підвищення економічної ефективності фермерських господарств – це першочергове завдання сучасної аграрної політики, у вужчому сенсі поліпшення фінансового стану – головне завдання для самих підприємств в сучасних умовах. Оскільки збитковість, тобто незадовільне фінансове становище, робить некредитоспроможними переважну більшість даних суб'єктів господарювання та знижує їхні шанси до покращання кредитного забезпечення.

На сьогодні, 90 відсотків у загальному обсязі підтримки сільськогосподарських товаровиробників, в тому числі й фермерських господарств, складає непряма державна підтримка, яка діє у вигляді:

1. Фіксованого сільськогосподарського податку (термін дії – безстроково).
2. Спеціального режиму оподаткування податком на додану вартість діяльності у сфері сільського і лісового господарства та рибальства (термін дії до 1 січня 2018 року).
3. Спрямування переробними підприємствами сум податку на додану вартість до спеціального фонду Державного бюджету України (50 %) та на спеціальні рахунки, (термін дії до 1 січня 2015 року).

4 Тимчасово, до 1 січня 2018 року встановлено збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства, який відповідно до Закону України "Про Державний бюджет України на 2014 рік" сплачується до загального фонду Державного бюджету.

Література

1. Васильєва Л. М. Місце та роль фермерських господарств у сучасній економічній системі й аграрній сфері / Л. М. Васильєва // Держава та регіони. – 2009. – № 1. – С. 30–32.
2. Дем'яненко С. Організаційно-правові форми реформованих сільськогосподарських підприємств в Україні: які висновки можуть бути зроблені? / С. Дем'яненко, Ш. Крамон-Таубадель // Сільське господарство України: криза та відновлення / [за ред. Ш. Крамона-Таубаделя, С. Дем'яненка, А. Куна]. – К. : КНЕУ, 2004. – 207 с.

Зелена М.І.,

здобувач, старший викладач кафедри управління персоналом і економіки праці, Хмельницький національний університет

ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ НА ОСНОВІ ВПРОВАДЖЕННЯ «СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ»

На сьогоднішній день в Україні спостерігаються істотні зміни у сфері управління персоналом, які спричинені гострою кризою в економіці нашої держави. Варто зауважити, що значна більшість підприємств машинобудівної галузі на власному досвіді відчули, що розвиток та успіх ринкових відносин неможливі без систематичного пошуку нових сучасних та, що є суттєвим моментом, дієвих форм мотивації праці персоналу. Доцільно відмітити, що враховуючи умови ринкової економіки в період подолання економічної кризи, основною метою для машинобудівних підприємств є збереження кваліфікованого персоналу та прагнення збільшення ефективності їх роботи. Адже, як відомо, людина є не лише найважливішим елементом виробничого процесу на підприємстві, а й головним його стратегічним ресурсом у боротьбі за першість серед конкуруючих між собою підприємств [1, с. 41].

Проблемам мотивації персоналу приділяється значна увага вже тривалий час. Дослідження в галузі мотивації персоналу промислових підприємств проводилися В.А. Ядовим, Г.М. Зараківським, В.К. Тарасовим, Ю.М. Нерповим, Є.А. Климовим, Б.А. Смирновим та іншими. Разом з тим, трансформація умов життєдіяльності, потреб та менталітету суспільства спричиняє необхідність розробки все нових методів мотивації персоналу.

Варто підкреслити, що які б не були чудові ідеї, потужні технології, сприятливі зовнішні умови, проте, домогтися високоефективної роботи неможливо без підготовленого персоналу. Як свідчить вітчизняний та зарубіжний досвід існує безліч способів впливу на мотивацію конкретної людини, до того ж дана кількість невпинно росте. Однак, не дивлячись на таку динаміку способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію персоналу не є сталими. Більше того, той самий чинник, який сьогодні мотивує конкретну людину до інтенсивної ефективної праці, завтра може сприяти зниженню мотиваційних настанов [2, с. 67].

Більшість вітчизняних працедавців у сфері машинобудування використовують традиційні, перевірені часом, методи мотивації. Як правило, це надбавки до заробітної плати, премії, моральні заохочення тощо. Але, є і такі підприємства, в яких керівництво практикує досить ефективні нововведення в методах стимулювання продуктивної діяльності. Як приклад, одним із таких методів є впровадження так званого «соціального пакету» [3, с. 19].

Варто зауважити, що в оголошеннях про вільні вакантні робочі місця, досить часто разом із інформацією про заробітну плату, подають приписку: «соціальний пакет додається». Правомірно соціальний пакет, на сьогодні стає невід'ємною частиною іміджу роботодавців, співпрацювати з якими престижно. Однак наповнення соціального пакету на різних підприємствах може бути різним, а часом про нього згадують лише формально, так би мовити «для відмітки», що він присутній [4].

Дійсно, на сьогодні молодим працівникам із незначним досвідом роботи мінімальну заробітну плату досить часто компенсують можливістю проходження стажування на підприємстві або ж додаткового навчання тощо. Варто зауважити, що соціальний пакет може включати в себе різноманітні види витрат пов'язаних із забезпеченням життєдіяльності працівника, які виражені у формі безготівкової оплати товарів та послуг або певних знижок чи пільг [4].

На жаль, на ринку праці, за окреслених обставин кризи, як ніколи відчувається гострий дефіцит у висококваліфікованому персоналі. Адже, потрібного фахівця своєї справи знайти дуже важко, однак ще важче втримати його в умовах конкуренції. Саме тому, окрім відповідного окладу, роботодавцеві необхідно запропонувати своєму працівнику щось таке, що привабить його до співпраці на довготривалій період часу. Щодо складу соціального пакету, доцільно відмітити як базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення, так і додаткові матеріальні блага, надання яких, як правило, здійснюється керівництвом підприємств за власною ініціативою. Як вже було відмічено вище, соціальні пакети на різних підприємствах, містять різні компоненти або іншими словами складові та досить часто вибір потенціальним працівником майбутнього місця працевлаштування при інших рівних умовах залежить саме від складу соціального пакету [5].

Доцільно зазначити, що на сьогодні немає чіткої структурованості соціального пакету та немає універсального, який би задовольнив всіх працівників певного підприємства. Адже, як відомо з теорії, що є для одного працівника благом та мотивацією, для іншого може бути антиблагом чи демотивацією. Розглянемо три основних підходи, що використовуються для визначення вмісту соціального пакету для працівників певного підприємства.

Перший підхід передбачає чітке структурування його складових елементів. Тобто, мається на увазі, що працівникові відомо, що на даному етапі кар'єрного просування для нього сформований конкретний соціальний пакет, наприклад, який включає в себе службовий телефон, проїзний квиток, а на наступному щаблі кар'єрної сходинки - машина представницького класу [5].

Наступний підхід визначається індивідуальним характером. Наприклад, співробітник звертається до керівництва з проханням про надання деяких компенсацій, а роботодавець сам вирішує, чи представляє даний співробітник якусь цінність для підприємства та чи варто піти йому назустріч [5].

На завершення, розглянемо сутність останнього третього підходу, який лише починає зароджуватись на нашому ринку праці, але, як стверджують фахівці з управління персоналом, має майбутнє. Суть даного підходу полягає у щорічній атестації персоналу за 100-бальною системою. А саме, щороку кожний працівник підприємства проходить підсумкову атестацію та за її результатами отримує певну кількість балів - залежно від успішності виконаної роботи. Надані елементи соціального пакету можна комбінувати як завгодно, але в межах зароблених балів [6, с. 147].

Варто надати визначення, що являє собою атестація персоналу. Під атестацією персоналу слід розуміти певну процедуру систематичної формалізованої оцінки відповідності рівня праці, якостей і потенціалу особистості співробітників певного підприємства вимогам виконуваної ними роботи. Саме атестація дозволяє отримати необхідну інформацію для прийняття подальших управлінських рішень. Порядок проведення атестації регулюється державними нормативними актами, в тому числі КЗпП України [6, с. 147].

При виборі третього підходу щодо визначення структури соціального пакету на підприємстві, варто зауважити основні аспекти його формування. Спершу необхідно визначитись із критеріями за якими будуть оцінюватись результати працівників під час атестації. Кількість критеріїв має визначитись роботодавцями підприємства самостійно та в залежності від їх кількості їм необхідно надати вагове значення яке б не перевищувало 100 балів. Після підбиття підсумків щорічної атестації, у відповідності з набраними працівником балами він буде мати можливість обрати важливі для нього елементи соціального пакету. Яка саме буде кількість обраних елементів залежатиме у даному випадку від набраної кількості балів працівником. Тобто, чим вищий бал тим більше доступу до максимального пакету, а отже і досягнення максимальної задоволеності власних потреб працівника та відповідно, його самовіддача на благо виробництва.

Отже, підсумовуючи вищевикладений матеріал, варто відмітити, що соціальний пакет має бути максимально універсальним та, водночас, враховувати індивідуальні потреби кожного працівника. Основне завдання роботодавця це розробити таку систему, що дасть змогу запровадити єдиний стандарт підходу до соціального пакета, підвищити рівень послуг, які надаються працівнику, та, разом з цим, адаптувати соціальний пакет для кожного структурного підрозділу підприємства, що дозволить створити умови для скорочення витрат на соціальні цілі.

Література

1. Зелена М. Соціальний пакет як інструмент сучасної мотивації персоналу на підприємстві / М. Зелена // матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – м. Новгород-Сіверський. – 2011. – С. 41-45.
2. Зелена М.І. Інноваційні підходи до мотивації персоналу промислового підприємства / М.І. Зелена //36. праць Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми і механізми відтворення ресурсного потенціалу України в контексті євроінтеграції» 2012 рік. м. Рівне. – 2013. – С. 65-71.
3. Ведерніков М.Д. Доцільність застосування зарубіжного досвіду мотивації персоналу на українських підприємствах / М.Д. Ведерніков, М.І. Зелена // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький. – 2013. – № 5. – Т.1. – С. 18-31.
4. Соціальний пакет роботодавця як засіб формування конкурентоспроможності ринку праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/cri/control/uk/publish/article?art_id=4788&cat_id=1078264
5. Что такое соцпакет? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.besttraining.com.ua/blog/chto-takoe-sotspaket.html>
6. Зелена М.І. Мотивуюча роль оцінки персоналу/ М.І. Зелена, А.О. Кузь // Матеріалами між. наук.-практ. інтернет-конференції "Формування конкурентоспроможної економіки: теоретичні, методичні та практичні засади". – м. Тернопіль. – 2012. – С. 147-148.

УДК 346.544.6

Іваночко Н.В.,
аспірант кафедри обліку і аудиту,
ДВНЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
м. Івано-Франківськ

ОСОБЛИВОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ "УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ" ПІДПРИЄМСТВА

В умовах змішаної економіки України підвищується роль підприємств як суб'єктів ринкових відносин. У рамках цих відносин відбуваються принципові зміни їхньої економічної поведінки, основу якої складає збутова діяльність. Вивчення питання про управління збутом є актуальним для всіх підприємств і відіграє важливу роль в системі виробничих відносин.

Вагомий внесок у дослідження питань збуту та управління збутовою діяльністю підприємства зробили вчені Г. Стюарт, Г. Армстронг, Ф. Котлер, Дж. Болт, Е. Кофлан, Л. Балабанова, О. Проволоцька, О. Майборода, Є. Ромат, Н. Тарнавська, Р. Ларіна та ін. Однак обґрунтування особливостей та економічної сутності поняття "управління збутом" підприємства вивчені недостатньо й потребують подальшого дослідження.

Одні дослідники сприймають управління збутом як загальне керівництво збутовою діяльністю фірми. Інші під управлінням збутом розуміють планування та щоденне керівництво збутовою діяльністю фірми. Цей термін вони також пояснюють як одну з багатьох функціональних задач підприємства, що здійснюється відповідно до

затвердженого плану, що є складовою частиною плану маркетингу та частиною загального плану діяльності підприємства.

Термін "управління збутом" має значну кількість тлумачень, що виходять із першочергового визначення поняття "збут". На нашу думку, збут – це система елементів і дій щодо забезпечення ефективного продажу та задоволення потреб покупців.

Особливості визначення даного терміну полягають у тому, що його можна розглядати з позиції менеджменту і з позиції маркетингу. Іншою особливістю визначення поняття "управління збутом" є розуміння даного поняття як "процес" чи як "діяльність" (рис. 1).

Таким чином, управління розподілом продукції означає створення системи товароруку, тобто системи, яка забезпечує доставку продукції до місця продажу (споживання) в точно визначений час, з максимально високим рівнем обслуговування покупців, тобто управлінська діяльність з планування, втілення в життя і контролю за фізичним переміщенням продукції від місця її виробництва до місць продажу з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для виробника [3].

На нашу думку, управління збутовою діяльністю (з позиції маркетингу) – це окремий вид господарської діяльності підприємства, що здійснюється в процесі його функціонування та спрямована на створення ефективного товароруку через відповідні канали для підтримування конкурентоспроможності та отримання максимальної вигоди для підприємства.

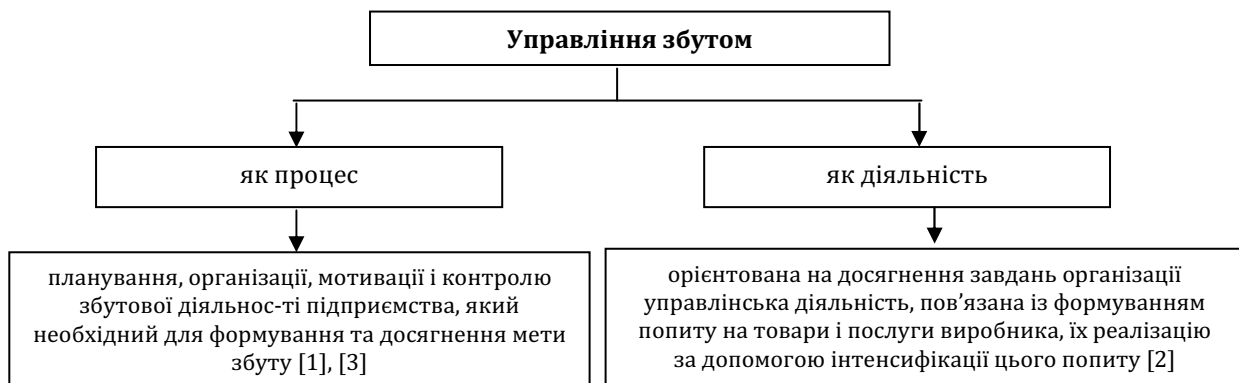


Рис. 1. Визначення поняття "управління збутом".

Управління збутом продукції в умовах ринкової економіки з позиції маркетингу розглядається як процес планування, організації, мотивації і контролю збутової діяльності підприємства, який потрібен для формування та досягнення мети збуту [4, с. 247].

В умовах ринкового середовища "збут" розглядається як комплекс дій, пов'язаний з просуванням готової продукції до споживача і задоволенням потреб останнього. Управління збутом являє собою регулюючий процес впливу на збутову діяльність суб'єктів господарювання з метою її впорядкування та підвищення результативності.

Метою збутової діяльності є реалізація довгострокових рішень щодо забезпечення потрібного обсягу продажу продукції підприємства з визначеною прибутковістю за рахунок задоволення потреб споживачів. Варто зауважити, що не існує універсальних систем та структури управління збутовою діяльністю, які ідеально підходять всім компаніям і ситуаціям. Кожне підприємство має вибрати для себе ту систему й структуру, яка найкраще відповідатиме потребам саме його клієнтів і загальній маркетинговій стратегії. Водночас управлінська структура має бути гнучкою, щоб підприємство могло вчасно пристосуватися до мінливої ситуації на ринку відповідно до своєї мети.

Література

1. Проволоцька О. М. Методичні аспекти збуту промислової продукції / О. М. Проволоцька // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 176. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. – С. 211–218.
2. Шпилик С. В. Управління збутовою діяльністю підприємства / С. В. Шпилик // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 4 (37). – С. 88–95.
3. Проволоцька О. М. Управління збутом промислової продукції в комплексі маркетингу : автореф. дис. канд. екон. наук. / О. М. Проволоцька. – К. : Українська академія зовнішньої торгівлі, 2003. – 20 с.
4. Ткаченко В. В. Маркетингова збутова політика підприємства / В. В. Ткаченко // Проблеми формування ринкової економіки. Міжвідомчий науковий збірник. К. : КНЕУ. – 2001. – № 9. – С. 245–252.

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ

Провідне місце, серед суб'єктів господарювання у сільському господарстві України, займають фермерські господарства [1]. З кожним роком виробництво валової продукції сільського господарства фермерськими господарствами зростає, про що свідчать показники статистичних спостережень [2].

В сучасних умовах функціонування фермерських господарств, на перше місце постають питання їх сталого розвитку. Сталий розвиток фермерських господарств потрібно розуміти в контексті постійної зміни досягнутих рівнів у міру потреб, не тільки збільшення показників, а і їх незмінність, або зменшення [3].

Загалом, поняття сталого розвитку фахівці розуміють як: стратегію виживання і безперервного прогресу цивілізації країни та підприємства в умовах збереження навколишнього середовища (насамперед біосфери) [4]; розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, проте не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби [5].

Функціонування фермерських господарств у собі включає задоволення потреб фермера, що зумовлює основні пріоритети розвитку таких фермерських господарств [6, ст. 34]. Тому, сталий розвиток фермерських господарств має обов'язково включати економічні, екологічні та соціальні чинники. Тобто, фермерські господарства повинні розвиватися таким чином, щоб від покоління до покоління не зменшувалися якість і безпека життя людей, не погіршувався стан довкілля, та забезпечувався соціальний прогрес у своїй сталості і гармонійності.

Сталий розвиток фермерських господарств в економічному напрямку має забезпечувати досягнення економічних показників функціонування фермерських господарств на рівні минулих періодів, та за можливістю покращувати такі результати. За результатами досліджень показники ефекту та ефективності виробництва продукції фермерських господарств не тільки знаходяться на рівні попередніх періодів, а навіть спостерігається підвищення цих показників [6, ст. 94]. Цьому сприяє різноманіття виробленої продукції, нарощення виробничого потенціалу, застосування інновацій та нових технологій, підвищення освіти, професійної підготовки та досвіду людського капіталу.

Поряд із економічним сталим розвитком фермерських господарств потрібне збільшення показників розвитку і в екологічному напрямі. Цей вид сталого розвитку є найвагомішим, тому, що включає до себе не тільки показники збереження довкілля (кількість та якість ґрунтів сільськогосподарського призначення, водойм та лісів), а й ряд інших специфічних екологічних показників: зменшення викидів у атмосферу; забруднення води, ґрунту та повітря; збереження ґрунтів від ерозії, забруднення, засолення та окислення; кількості екологічно вирощеної продукції; зменшення шумового, вібраційного та хімічного навантаження на екологію довкілля, тощо.

Всі ресурси, які використовує фермерське господарство з довкілля, мають бути відновлені на належному рівні та до них повинні застосовуватись заходи покращення та примноження їх якості та властивостей, що забезпечить наявність цих ресурсів у майбутньому.

Соціальні чинники сталого розвитку фермерських господарств вимагають збільшення кількості робочих місць, та зростання вартості людського капіталу. Що у свою чергу впливає на соціальне забезпечення місця розташування фермерського господарства, місця проживання господарів та робітників цих господарств (проживання, їжа, навчання, відпочинок, тощо).

Ці всі ресурси потрібно зберегти на наявному теперішньому рівні, або навіть примножити їх для використання майбутніми поколіннями.

Література

1. Іванченко В.О. Основні проблеми сталого розвитку фермерських господарств України / Іванченко В.О. // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. – Харків: ХНАДУ, 2014. – №2. – С. 127-130.
2. Сільське господарство України = Agriculture of Ukraine: статистичний збірник / Державна служба статистики України; за ред. Н.С. Власенко – К., 2014. – 402 с.
3. Комісаренко Є.М. Забезпечення сталості розвитку хлібопродуктового під комплексу регіону: дис. ... к.е.н.: 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Комісаренко Євген Миколайович. – Умань, 2008. – 189 с.
4. Пометун О.І. Методичний посібник для вчителів з навчального курсу за вибором для учнів 9 (10) класу загальноосвітніх навчальних закладів. Уроки для сталого розвитку / О.І. Пометун, Л.М. Пилипчатіна, І.М. Сущенко. – К.: Видавничий дім „Освіта”, 2011. – 101с.
5. Майєр Джеральд М., Раух Джемс Е. Філіпенко Антон. Основні проблеми економіки розвитку. – К.: Либідь, 2003. – 688 с.
6. Іванченко В.О. Ефективність інвестицій фермерських господарств [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Іванченко Віталій Олександрович ; Кіровоград. нац. техн. ун-т. – Кіровоград, 2011. – 253 с.

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА РОБОТА ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні підприємства постійно знаходяться в стані впливу великої кількості та різноманітності загроз. Всі вони здатні зруйнувати стабільне функціонування підприємства через порушення економічної безпеки. Тобто ефективне функціонування підприємства залежить від рівня його економічної безпеки. Економічну безпеку підприємства визначають як стан, при якому ефективно використовуються ресурси підприємства для захисту від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз та дестабілізуючих факторів, а також забезпечується реалізація основних комерційних інтересів і цілей статутної діяльності підприємства.

В свою чергу, важливою складовою системи забезпечення економічної безпеки кожного підприємства є інформаційно-аналітична робота щодо забезпечення економічної безпеки. Це пояснюється необхідністю застосування найбільш раціональних і ефективних механізмів гарантування економічної безпеки з використанням превентивних (від лат. *praeventio* - випереджаю, попереджаю, англ. *prevention* - попередження, запобігання, профілактика) заходів. Превентивний підхід припускає отримання випереджальної інформації, завдяки якій можна вже заздалегідь розпізнавати реальні загрози та заздалегідь обходити або нейтралізувати їх.

Тому аналізуючи взаємозв'язок категорій «економічна безпека» та «інформація», загальним висновком є очевидна необхідність ефективної інформаційно-аналітичної роботи, що включає одержання великого обсягу якісної інформації ззовні та з внутрішнього середовища, її швидка переробка та виявлення оптимальних, з точки зору економічної безпеки, варіантів поведінки.

Інформаційно-аналітична робота – це комплекс заходів, які проводяться підрозділами служби безпеки підприємства з метою збору та обробки необхідних відомостей з ряду питань та на підставі проведеної роботи – розробки інформаційних (інформаційно-аналітичних) документів для керівництва підприємства [1].

Метою інформаційно-аналітичної роботи є не тільки запобігання втрати власної інформації, але й отримання інформації про конкурентів. У концептуальному відношенні інформаційно-аналітична робота представляє собою єдину систему аналізу, контролю та прогнозування зовнішньої і внутрішньої ситуації.

Розкриваючи сутність інформаційно-аналітичної роботи щодо забезпечення економічної безпеки підприємства, необхідно виділити основні її складові:

1. Отримання інформації. Це дуже відповідальний і важливий етап, який впливає на якість аналітичної роботи та на її результати. Насамперед необхідно визначити, яка саме інформація буде необхідна аналітикам для роботи, де можна її отримати і який з джерел можна при цьому використовувати.

2. Інтерпретація інформації, тобто виявлення справжнього значення тієї чи іншої інформації. При цьому, всю інформацію поділяють на факти, особисті думки й аналітично оброблені дані. Змішування чи неправильне визначення цих різних за своєю суттю видів інформації може призводити до помилок в інтерпретації і, як наслідок, до прийняття неправильних рішень.

3. Виділення сторонньої інформації – один із самих складних і відповідальних процесів. Надлишок інформації, так само як і її нестача, являє собою серйозну проблему й ускладнює проведення аналітичної роботи. Надлишок інформації значно уповільнює аналітичну роботу, а також може бути сигналом того, що пошук і збір інформації організовано неефективно. Однак також існує небезпека відкинути важливу інформацію. Це може статися у разі неправильної інтерпретації інформації на попередньому етапі.

4. Оцінка інформації – розуміється метод ранжування джерел інформації, самої інформації та способів її отримання. Як правило, користуються системою оцінки інформації, при якій аналітик може висловити свою точку зору щодо надійності та достовірності отриманих відомостей, однак потрібно пам'ятати, що існує можливість суб'єктивності оцінок. У процесі оцінки встановлюють, наскільки інформація відповідає істині. Потрібно також враховувати, що можна отримати не відповідну істині інформацію наступних типів: - дезінформацію, що доведена до відома джерела; - навмисно чи ненавмисно спотворену джерелом; - довільно чи мимоволі змінену в ході передачі.

5. Складання попередніх версій (гіпотез). Ця робота, у свою чергу, включає такі етапи: - складання списку відомостей, які приготовані для аналізу (для подальшого ранжування та виключення можливості втрати будь-яких відомостей); - виділення найбільш важливих відомостей (інформація з позначками «джерело невстановленої надійності» та «достовірність не піддається визначенню» не бере участь в аналізі без крайньої необхідності); - виявлення всіх можливих гіпотез, які можуть пояснювати події. Гіпотези розташовують по ступені ймовірності. Якщо виявлено протиріччя у відомостях, необхідно зібрати додаткову інформацію. Однак це вказує на незадовільну роботу інформаційно-аналітичної служби.

6. Визначення потреби в додатковій уточнюючій інформації. Необхідно відрізнити поняття «неповна інформація» та «прогалина в інформації». Неповна інформація – це відсутність інформації, яка не є особливо важливою. Прогалина в інформації – це відсутність відомостей, що є ключовими в даній ситуації, або необхідними для усунення протиріч. Виявивши прогалини в інформації, потрібно їх заповнити, зібравши додаткову інформацію.

7. Підготовка аналітичних звітів з певного питання, вироблення конкретних висновків і пропозицій. Якщо зібрано достатньо даних, приступають до складання аналітичних звітів, які можуть бути представлені як у письмовій, так і усній формі. Звіт надається керівництву для прийняття відповідних управлінських рішень.

Таким чином, інформаційно-аналітична робота щодо забезпечення економічної безпеки підприємства являє собою системне отримання, накопичення, аналіз інформації, що належить до сфери економічної безпеки підприємства, та передачу цієї інформації споживачам. Ефективна інформаційно-аналітична робота дозволяє виявити можливі загрози для діяльності підприємства та запобігти їх вплив.

Література

1. Позднишев Є.В. Інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємництва (методи та їх застосування). Навчальний посібник [Електронний ресурс] / Є.В. Позднишев. – Книга 1. – К.: Видавець Позднишев, 2007. – 89 с. – Режим доступу: http://falera.org.ua/?page_id=119

УДК 330.131.7 : 620.9

Iwaszczuk Natalia,
*Dr hab., kierownik Katedry Zarządzania w Energetyce,
AGH Akademia Górniczo-Hutnicza im. St. Staszica
m. Kraków, Polska*

Wzorek Agata,
*mgr, doktorantka Wydziału Zarządzania,
AGH Akademia Górniczo-Hutnicza im. St. Staszica
m. Kraków, Polska*

KLUCZOWE RODZAJE RYZYKA WYSTĘPUJĄCE W POLSKIEJ BRANŻY CIEPŁOWNICZEJ

1. Wprowadzenie

Etymologia pojęcia „ryzyko” nie jest jednoznaczna. W języku angielskim *risk* definiowane jest jako sytuacja, która powoduje niebezpieczeństwo albo możliwość zdarzenia się czegoś złego, ale już w języku francuskim *ar-risco* będzie postrzegane jako odwaga i niebezpieczeństwo. Z kolei w języku arabskim określenie *rsq* związane jest z losowością. Wszystkie te wyjaśnienia nakreślają charakter pojęcia, które ekonomiści utożsamiają z niepewnością, a niekiedy z mierzalną niepewnością. Z tak postrzeganym ryzykiem związana jest każda działalność gospodarcza na skutek podejmowania decyzji dotyczących przyszłości, a także dlatego, że zjawiska wpływające na dany podmiot często są niezależne od jego woli.

Istnieje wiele rodzajów ryzyk, które podmiot gospodarczy musi wziąć pod uwagę, aby uniknąć niepowodzenia na skutek działania czynników nie uwzględnionych w jego planach rozwojowych. Zaliczamy do nich chociażby ryzyko: rynkowe, cenowe, walutowe, kursowe, kredytowe, operacyjne, strategiczne, produkcyjne, logistyczne etc. W ostatnich latach klasyfikacja ryzyka stale poszerza się o nowe dotychczas nieznanne lub nieuwzględniane jego rodzaje. Tak na przykład na wskutek zmian klimatycznych zachodzących globalnie coraz więcej uwagi poświęca się chociażby ryzyku pogodowemu.

Ryzyka, które podmiot gospodarczy napotyka w swojej działalności mogą nieść negatywne lub pozytywne skutki, w zależności od postawy i rozwiązań, które zostaną wprowadzone, a także z uwagi na to, że często strata jednej strony transakcji jest jednocześnie zyskiem drugiej strony. W takich przypadkach można mówić o pozytywnym znaczeniu ryzyka.

Uwzględnianie ryzyka w planowaniu finansowym, identyfikacja mogących zaistnieć strat i poszukiwanie niekiedy złożonych i skomplikowanych rozwiązań są niezbędne do efektywnego zarządzania nim. Świadomość podejmowanych ryzyk oraz planowe i rozważne zarządzanie nimi wydaje się być niezbędne do zachowania pozycji konkurencyjnej oraz płynności finansowej każdego przedsiębiorstwa [2, 3].

Pojawianie się nowych rodzajów ryzyka, które, aby nie przynieść zbyt wielu strat powinny być jak najszybciej dostrzeżone przez podmiot zainteresowany, związane jest z postępującymi szybko zmianami: społecznymi, gospodarczymi, politycznymi, technologicznymi, prawnymi, ekonomicznymi, ekologicznymi, a w ostatnim czasie także klimatycznymi.

Przedmiotem badań niniejszego opracowania są ryzyka zagrażające stabilności funkcjonowania branży ciepłowniczej na przykładzie Polski.

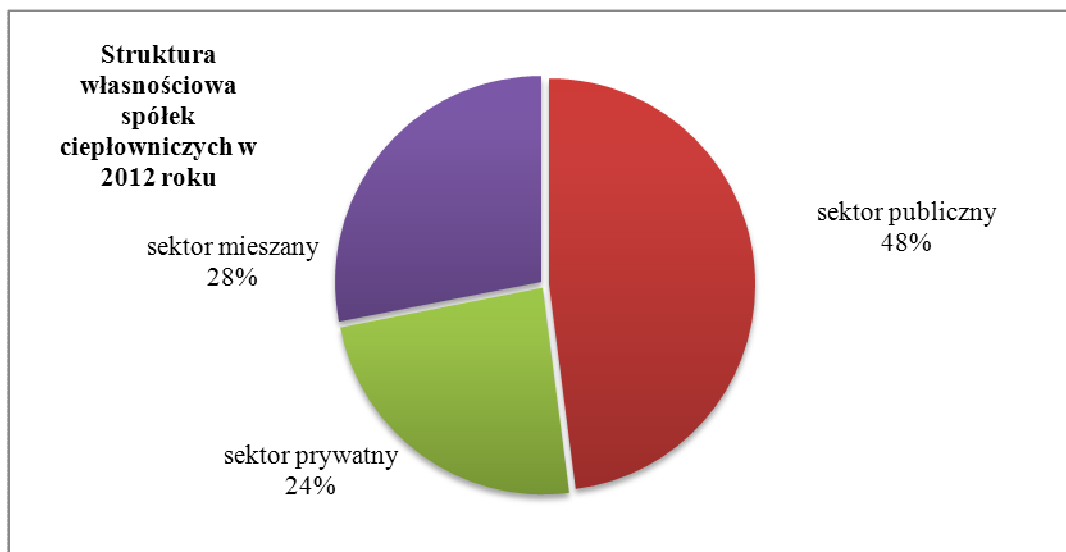
2. Polski rynek ciepła

Obecnie w Polsce około połowy obywateli korzysta z usług systemowych przedsiębiorstw produkujących i dostarczających energię ciepłą. Tym samym ciepłownictwo wywiera wpływ na bezpieczeństwo energetyczne i jest jedną z kluczowych branż przemysłu w krajach takich jak Polska, z dużą zmiennością temperatury powietrza, a jego niezawodne działanie jest pierwszoplanowym zadaniem na szczerebłu rządowym. Także nauka nie stoi w tej kwestii bezczynnie, jednym z kierunków badań są ryzyka występujące w branży ciepłowniczej. W niniejszym opracowaniu podjęto próbę identyfikacji niektórych rodzajów ryzyka charakterystycznych dla polskiego przemysłu ciepłowniczego, mianowicie: ryzyko awarii występujących w systemach (Elektroenergetycznym Krajowym Systemie oraz sieciach dystrybucyjnych średniego napięcia), ryzyko dostaw jakości paliwa i połączone z nim ryzyko środowiskowe oraz ryzyko pogodowe (zwane także w literaturze klimatycznym).

Polska jest jednym z liderów w produkcji ciepła sieciowego, ponieważ ok. 50% obywateli kraju kupuje energię ciepłą od systemowych przedsiębiorstw ciepłowniczych, funkcjonowanie których jest popierane przez Unię Europejską (stanowi bardziej czyste i wydajne źródło energii cieplnej). Pozostałe zapotrzebowanie pokrywane jest ze źródeł indywidualnych i małych źródeł lokalnych. Produkcja ciepła sieciowego opiera się w przeważającej części na paliwach węglowych (w roku 2012 – 77%) [1]. Rynki ciepła mają charakter lokalny i najczęściej obejmują obszar jednego miasta, a ceny ciepła i usług sieciowych regulowane są przez Urząd Regulacji Energetyki. Na koszty ciepła ponoszone przez odbiorców składają się głównie: cena energii i opłaty przesyłowe.

Mimo, iż w polskiej branży ciepłowniczej w ostatnich latach zachodzą procesy prywatyzacyjne, własność jednostek samorządu terytorialnego obejmuje blisko 50% spółek ciepłowniczych, a więc sektor wciąż jeszcze uznawany jest za

państwowy (Rysunek 1). Cechą charakterystyczną polskiego ciepłownictwa jest jego rozdrobnienie, gdyż ponad 50% przedsiębiorstw prowadzi działalność wytwórczą w oparciu o źródła o łącznej mocy zainstalowanej poniżej 20 MW.



Rys. 1. Struktura własnościowa spółek ciepłowniczych w Polsce [w %]

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych [1]

Prognozy Agencji Rynku Energii są optymistyczne dla ciepła sieciowego, zapowiadana jest bowiem tendencja wzrostowa o 15% do roku 2030 w stosunku do roku 2007, zatem sektor jest rozwojowy i tym bardziej zasadne wydaje się określenie kluczowych zagrożeń w nim występujących [1].

3. Ryzyko ze strony systemów

Do najpoważniejszych zagrożeń branży ciepłowniczej w Polsce należy ryzyko awarii Krajowego Systemu Elektroenergetycznego (KSE), a także awarii zasilania w skali lokalnej, które mogą wystąpić przy ujemnej temperaturze zewnętrznej. Takie zdarzenia mogą nieść ze sobą zniszczenie instalacji wewnętrznych i poparzenia osób przypadkowych. Ponadto awarie prowadzą do wstrzymania dostaw ciepła, które powodują wiele strat gospodarczych. Najgroźniejsze są awarie zasilania w energię elektryczną, zarówno węzłów ciepłowniczych, źródeł ciepła, jak i przepompowni [5].

Ogromny wpływ na omawiane zagrożenia ma jakość i wiek instalacji sieciowych, które powinny być systematycznie i szybko wymieniane, w celu zapewnienia maksymalnej szczelności. Systemy powinny być także zaopatrzone w automatyczne rezerwowe systemy zasilania zewnętrznego i własne generatory, dzięki którym podtrzymana zostanie praca podstawowych procesów (praca wentylatorów wyciągowych, utrzymanie ciśnienia w sieciach, awaryjne przepływy przez kotły). Powinny być także jasno określone procedury zmniejszenia dostaw ciepła, z racjonalnym stopniowaniem i uwzględnieniem obiektów specjalnego znaczenia.

4. Ryzyko dostaw i jakości paliwa oraz ryzyko środowiskowe

Z uwagi na wspomnianą w punkcie pierwszym, przeważającą produkcję ciepła sieciowego z paliw węglowych, pokrótce ropatrzone zostanie jedynie ryzyko dostaw i jakości węgla. Najważniejszymi czynnikami, które należy brać pod uwagę przy kupowaniu węgla są: jego cena, jakość oraz wymagania środowiskowe. Na jakość węgla ma wpływ: wartość opałowa, zawartość popiołu oraz udział siarki palnej. Ponieważ postanowienia prawne limitują emisję zanieczyszczeń (takich np. jak dwutlenek węgla, dwutlenek siarki, tlenki azotu i pyły), to należy liczyć się z dodatkowymi kosztami po przekroczeniu udzielonych limitów.

Jak już wspomniano, rynek ciepła w Polsce jest mocno rozdrobniony, a więc większość spółek może mieć problemy z uzyskaniem limitów. Dlatego muszą albo uwzględnić w swojej działalności dodatkowe koszty opłat emisyjnych, albo zmienić technologie (co też wiąże się z jednorazowymi znacznymi wydatkami) celem zmniejszenia, a nawet zaprzestania emisji zanieczyszczeń.

Jeśli chodzi np. o węgiel (na którym obecnie opiera się krajowe ciepłownictwo), to może on być spalany ekologicznie. Jednak wiąże się to z koniecznością głębokiej modernizacji elektrociepłowni, a założenie odpowiednich filtrów nie jest wystarczającą ochroną. Zatem zakup węgla musi być rozpatrywany pod kątem występowania w nim zawartości części niepalnych, siarki palnej oraz temperatury mięknięcia popiołu. Istotna jest także kwestia przechowywania węgla opałowego połączona z koniecznością odpowiedniego zadaszania części placu węglowego nad lejem zasypowym [4, 5].

5. Ryzyko pogodowe

Ostatnim zasygnalizowanym w niniejszym opracowaniu rodzajem ryzyka jest ryzyko pogodowe niekatastroficzne, spowodowane postępującymi zmianami klimatycznymi. Ryzyko pogodowe rozumiane jako niepewność przepływów pieniędzy spowodowana zmiennością pogody jest zjawiskiem bardzo mocno odczuwalnym w ciepłownictwie. Coraz częściej pojawiające się w Polsce ciepłe zimy mają wpływ na zapotrzebowanie na energię cieplną, jej sprzedaż, a co za tym idzie na sytuację finansową spółek ciepłowniczych. W tabeli 1 ukazano bardzo mocny związek (ze współczynnikiem korelacji $r = -0,97$) pomiędzy temperaturą zimowych miesięcy w Polsce a przychodami ze sprzedaży ciepła.

Tabela 1

Macierz korelacji wpływu warunków atmosferycznych na przychody ze sprzedaży ciepła

Zmienna	Odchylenie temperatury od normy	Suma opadów	Sprzedaż ciepła
Odchylenie temperatury od normy	1,000000	- 0,385659	- 0,971088
Suma opadów	- 0,385659	1,000000	0,326454
Sprzedaż ciepła	- 0,971088	0,326454	1,000000

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych [6] i [7]

Coraz szerzej wprowadzaną w świecie metodą zarządzania ryzykiem pogodowym jest wykorzystanie instrumentów finansowych opartych o indeksy temperatury (np. HDD, CDD), dzięki którym przedsiębiorstwa zabezpieczają się przed niekorzystnymi warunkami pogody poprzez przeniesienie tego ryzyka na instytucje finansowe. Dużą rolę odgrywają tu giełdy, które pełnią rolę pośredników kojarzących podmioty pragnące zabezpieczenia oraz instytucje przejmujące konkretny rodzaj ryzyka za odpowiednią opłatą.

6. Podsumowanie

Rynek ciepła w Polsce dynamicznie się zmienia i rozwija, tym bardziej ważne jest zwrócenie uwagi na zagrażające mu rodzaje ryzyka, i możliwości wprowadzenia metod zarządzania nimi. W opracowaniu jedynie tylko zasygnalizowano kilka kluczowych zagrożeń mających wpływ na działalność gospodarczą omawianych podmiotów, gdyż każde z nich wymagałoby szerszej analizy. Opisano skutki mogących wystąpić awarii systemowych oraz konieczność zarządzania nimi poprzez modernizację oraz wprowadzenie jasnych procedur zarządzania kryzysowego, podtrzymującego najważniejsze procesy i racjonalne zmniejszanie dostaw ciepła. W świetle wchodzących w życie przepisów prawnych dotyczących emisji zanieczyszczeń do atmosfery, jednym z najbardziej fundamentalnych zagrożeń jest konieczność sprawnego zarządzania jakością paliwa i ryzykiem środowiskowym. Wreszcie, trzecie zasygnalizowane ryzyko dotyczy zmienności pogody, a tym samym konieczności zabezpieczenia się przed skutkami ciepłych zim i wynikającymi z nich stratami finansowymi.

Literatura

1. Energetyka cieplna w liczbach – 2012, Urząd Regulacji Energetyki, file:///Users/Agata/Downloads/Energetyka_cieplna_2012%20(1).pdf, (odczyt 17.02.2015).
2. Iwaszczuk N., Orłowska-Puzio J., Wpływ zmian systemowych na funkcjonowanie przedsiębiorstw prowadzących działalność eksportowo – importową/ N. Iwaszczuk, J. Orłowska-Puzio // *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 2013, Nr 156, S. 75–90.
3. Iwaszczuk N., Orłowska-Puzio J., Zastosowania opcji wystawionych na różnicę wartości instrumentów bazowych do zarządzania ryzykiem cenowym w przedsiębiorstwie/ N. Iwaszczuk, J. Orłowska-Puzio // [w]: Wybrane zagadnienia społeczno – gospodarcze w okresie transformacji rynkowej, 2012, Kraków: Wydawnictwa AGH. S. 31–48.
4. Kotte G., Zarządzanie ryzykiem w projektach inwestycyjnych w ciepłownictwie / G. Kotte // *Ciepłownictwo, ogrzewnictwo, wentylacja – Warszawa – Wydawnictwo Sigma Not – 2005 – Nr 12, S. 6–18.*
5. Mańkowski S., Wybrane zagadnienia z bezpieczeństwa energetycznego w miejskich systemach ciepłowniczych / S. Mańkowski // *Ciepłownictwo, ogrzewnictwo, wentylacja – Warszawa – Wydawnictwo Sigma Not – 2007 – R. 38, nr 10, S. 15-19.*
6. Portal Pogoda i Klimat, <http://meteomodel.pl/BLOG/>, (odczyt 05.01.2015).
7. Raporty Prezesa URzędu Regulacji Energetyki, <http://www.ure.gov.pl/pl/wskazniki-dane-i-anali/sprawozdania-raporty-pr>, (odczyt 05.01.2014).

Ільєнко Р.В.,

*к.е.н, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці,
Чернігівський національний технологічний університет*

ТЕХНОЛОГІЇ ПІДБОРУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Технології управління персоналом являють собою систему цілей, засобів і методів впливу на дії працівників підприємства. Технологія – це інструменти впливу, використання яких можуть бути доручені будь-яким внутрішньоорганізаційним суб'єктам. Слід зазначити, що всі технології засновані на певній меті і за цією ознакою поділяються на:

- технології формування персоналу;
- технології підтримки працездатності персоналу;
- технології забезпечення інноваційного процесу.

Формування кадрів є важливим завданням управління персоналом не тільки на початку розвитку підприємства, а й протягом всієї його діяльності. Залежно від того, наскільки активною є кадрова служба в процесі формування персоналу підприємства та його структури, визначення пріоритетних якостей працівників, залежить і ефективність підприємства в цілому.

Процедура формування персоналу включає пошук, підбір та розстановку кадрів, а, отже, питання професійного підбору персоналу є ключовими.

Підбір персоналу – це система заходів, передбачених підприємством для залучення працівників, що володіють необхідними професійними навичками та моральними якостями і здатних виконувати на виробництві всі посадові обов'язки [1].

У процесі планування потреб у персоналі до уваги береться дія багатьох чинників, під впливом яких перебуває підприємство. До них відносять зовнішні (темпи економічного зростання, рівень інфляції та безробіття, структурні зрушення), техніко-технологічні (впровадження персональних комп'ютерів, розповсюдження мережі Інтернет), політичні (встановлення нового податкового режиму, запровадження нових принципів соціального страхування, уведення нових положень у трудове законодавство).

Більшість підприємств України відчувають потребу в підборі персоналу, але для кожного підприємства ця проблема вирішується індивідуально. Існує два види джерел підбору персоналу: внутрішні (пошук всередині підприємства) і зовнішні (оголошення в ЗМІ, використання агентств з підбору персоналу, освітні установи, державна служба зайнятості). При цьому вибір джерел визначається їх економічною доцільністю.

Процес вдалого пошуку, підбору та залучення кандидатів залежить від складності вимог до кандидата і зазвичай займає від 1 до 10 тижнів. Ці терміни пов'язані, перш за все, з необхідністю перевірки всіх існуючих ринків кваліфікованих спеціалістів потрібного рівня.

Процес підбору персоналу здійснюється поетапно:

1-й етап – підготовка, пропозиція, заявка та пошук. Це робота керівництва підприємства щодо встановлення повної інформації відносно вакансії та «ідеального» кандидата (місце підприємства на ринку, організаційна структура, завдання, обов'язки, майбутні плани; компетенції; вимоги до кандидата (професійні та особисті); компенсаційний пакет; можливості кар'єрного росту).

2-й етап – дослідження ринку та пошук кандидатів (ідентифікація кандидатів, їх порівняльний аналіз; підготовка переліку можливих кандидатів).

3-й етап – оцінка кандидатів (проведення інтерв'ю з кандидатами; оцінка відповідності вимогам підприємства і мотиваційних факторів; підготовка «короткого переліку» кандидатів).

4-й етап – прийняття рішення (перевірка рекомендації кандидатів-фіналістів; складання та підписання трудового договору).

Підбір персоналу — складний процес вивчення психологічних і професійних якостей працівника з метою встановлення його відповідності до вимог робочого місця і підбору з наявних претендентів того, хто найбільше підходить на це робоче місце, з врахуванням його кваліфікації, спеціальності, особистих якостей, здібностей, характеру та інтересів підприємства [2].

У сучасній теорії і практиці управління персоналом всі методи підбору, які застосовуються для селекції кандидатів, поділяються на дві групи: класичні (традиційні) і сучасні (нетрадиційні) та залежать від бюджету, стратегії, культури організації і важливості посади для неї (рис. 1).

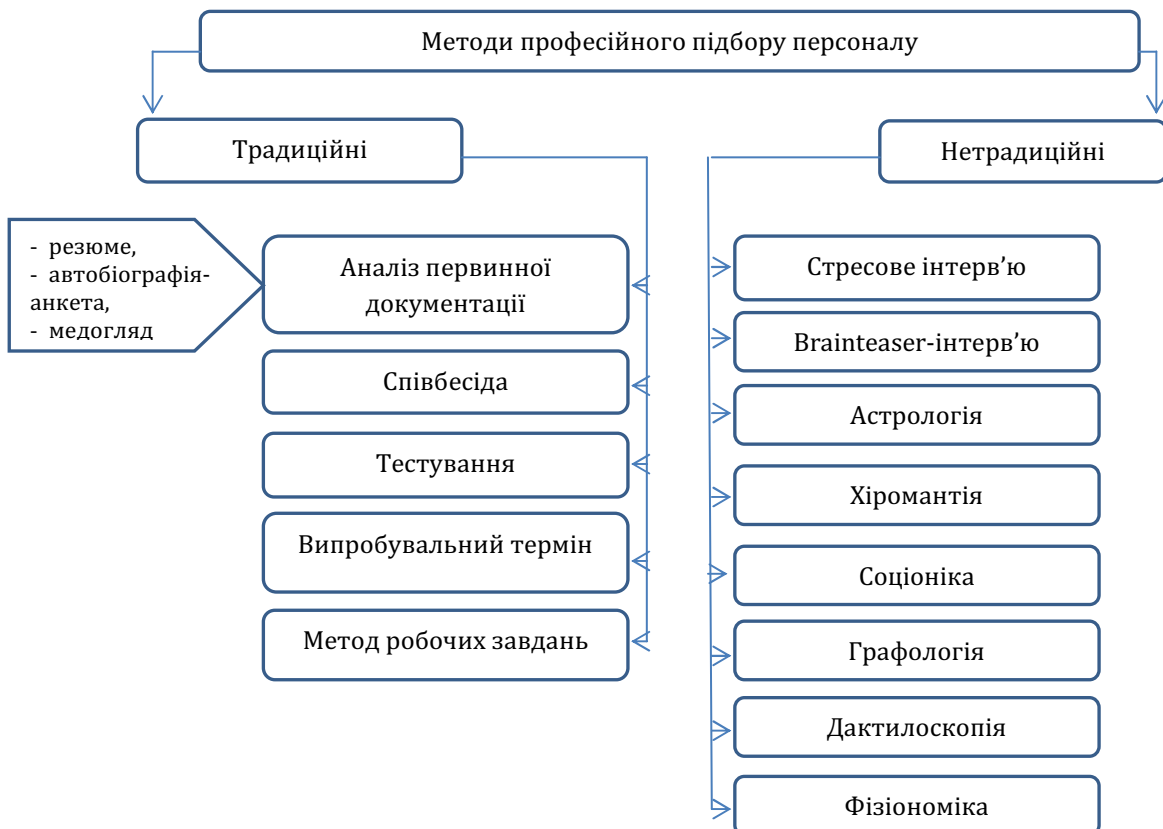


Рис. 1. Методи професійного підбору персоналу

Відповідно до обраної технології підбору, підприємство найчастіше починає знайомство з кандидатами через вивчення первинної документації, що надійшла від кандидата. Грунтовний її аналіз дозволяє скласти первинну картину про кандидата та визначити необхідність контактного спілкування, а також заощадити час працівникам служби управління персоналом.

До найпоширеніших методів оцінки кандидатів відноситься також тестування, перевага якого полягає у можливості оцінки сьогоденного стану кандидата з урахуванням особливостей підприємства та майбутньої посади. Недоліками цього методу є високі витрати, необхідність сторонньої допомоги, умовність і обмеженість тестів, що не дають повного уявлення про кандидата.

Метод робочих завдань являє собою моделювання діяльності, яку кандидат повинен виконувати на робочому місці. Проектуються проблемні ситуації, розв'язання яких дає можливість перевірити ступінь компетентності кожного з її учасників, вміння відстоювати власні позиції та реагувати на критику. Перевагою даної методики є можливість оцінки кандидатів в конкретній ситуації, а недоліком – необхідність залучення сторонніх експертів (досвідчених психологів та модераторів).

Найбільш поширеним методом відбору персоналу на українських підприємствах є випробувальний термін. Цей метод дозволяє оцінити кандидата безпосередньо на робочому місці, тобто його потенціал і відповідність посаді без прийняття на себе зобов'язань за його постійне працевлаштування. До недоліків даного методу відносять великі витрати, пов'язані з пошуком нового кандидата в разі не успішного проходження випробувального терміну.

Крім перерахованих вище класичних методик підбору персоналу, багато підприємств застосовують й нетрадиційні методи, хоча стовідсотково достовірної інформації вони не дають [3]. Наприклад, метою стресового інтерв'ю є визначення стресостійкості кандидата. Тому необхідність його використання може бути виправдана при підборі працівників на певні вакансії: касирів, пожежників, міліціонерів і навіть експертів з персоналу.

Мета Brainteaser-інтерв'ю — перевірка аналітичного мислення і творчих здібностей кандидата. Отже, цільовою аудиторією є працівники інтелектуальної праці, серед яких - програмісти, менеджери, аудитори, консультанти. Фізіогноміка являє собою метод визначення характеру людини за його зовнішністю. Соціоніка заснована на науці, що вивчає процес переробки інформації психікою людини, яка надходить з навколишнього простору. Графологія – метод, що пов'язує характер і особистість людини з її почерком. Вивчення відбитків пальців (дактилоскопія) являє собою аналіз малюнка на пальці та допомагає визначити характер людини.

Нетрадиційні методики не можуть застосовуватися як основні при підборі персоналу, а використовуються лише як допоміжні методи оцінки. Очевидно, що їхнє застосування повинне бути узгоджене з керівництвом підприємства і підтверджено практичними результатами.

Серед розглянутих методів (як традиційних, так і нетрадиційних) немає ні одного, який гарантував би стовідсоткову правильність щодо вибору кандидата.

Але слід зауважити, що успіх підбору персоналу залежить від:

– неможливості дієвого підбору претендентів без знання вимог до вакантної посади;

– відбір претендентів не завжди повинен проходити відносно жорстких вимог, які виставляє вакантна посада.

Значна частина посад має усереднені вимоги і тому припускає тільки в середньому здатних співробітників;

– необхідності уникати свідомих і несвідомих суб'єктивних впливів на відбір претендентів, наприклад, протекції або упереджень.

Література

1. Терентьева Т.А. Подбор персонала: практические инструменты и приемы / Т.А. Терентьева. – М. : Эксмо, 2010.

2. Щокін Г.В. «Теорія і практика управління персоналом»: навч. – метод. посібник / Г.В. Щокін. – К. : МАУП, 2005.

3. Хигир Б.Ю. Нетрадиционные методы подбора и оценки персонала / Б.Ю. Хигир // Управление персоналом. – 2003.

– 448 с.

УДК 334.7

Зброй Лариса,

*заступник начальника головного управління
статистики в Івано-Франківській області,*

Ільків Іванна,

*студентка спеціальності "Облік і аудит" ОКР "магістр",
ДВНЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаніка"
м. Івано-Франківськ*

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Формування ринкової системи господарювання в Україні пов'язане зі зростанням підприємницької активності в усіх сферах економіки. Одним із перспективних напрямів створення конкурентно-ринкового середовища є розвиток малого бізнесу.

Малий бізнес – це самостійна, систематична господарська діяльність малих підприємств будь-якої форми власності та громадян-підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично, це будь-яка діяльність (виробнича, комерційна, фінансова, страхова тощо) зазначених суб'єктів господарювання, що спрямована на реалізацію власного економічного інтересу [1].

Специфічними ознаками малого бізнесу є насамперед його кількісні класифікаційні параметри, які розрізняються залежно від національних особливостей країн. Чинне законодавство України встановлює подвійне кількісне обмеження для юридичних осіб вітчизняного малого підприємництва – чисельність працюючих та обсяг річного доходу [2, с. 39].

Отже, малий бізнес – це великий ризик, за рахунок власних грошових коштів, який проводиться на основі збільшення робочих місць та альтернатива найманій праці.

Підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність із виробництва

продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, який встановлений законодавством [3].

Для кращого розуміння соціально-економічної сутності малого підприємництва необхідно з'ясувати, хто є його суб'єктами. Згідно ст. 1 Закону України "Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні" від 22.03.2012 р. термін "суб'єкти малого підприємництва" охоплює суб'єктів мікропідприємництва [2].

Як зазначено у ст. 55 Господарського кодексу України суб'єктами мікропідприємництва є юридичні особи та фізичні особи - підприємці, у яких кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ. Суб'єктами малого підприємництва є юридичні особи та фізичні особи - підприємці, у яких кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ [1].

Існуючий сегмент малого підприємництва в Україні свідчить про необхідність стимулювання його розвитку з боку держави, а отже, і продовження дії спрощеної системи оподаткування. Оскільки потужний сектор малого бізнесу є саморегулюючим механізмом, що найкращим чином здатний усувати кризові явища в економіці, то малий бізнес потребує встановлення чіткого законодавчого регламентування умов здійснення підприємницької діяльності та стабільності оподаткування [4].

Суть малого бізнесу полягають у тому, що він є провідним сектором ринкової економіки; становить основу дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру та якість характеристики ВВП; забезпечує швидку окупність витрат, свободу ринкового вибору; сприяє насиченню ринку споживчими товарами та послугами повсякденного попиту, реалізації інновацій; має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий соціальний прошарок підприємців-власників; сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції [1].

Таким чином, підсумовуючи вище сказане, можна стверджувати, що саме малий бізнес може сприяти розвитку конкуренції і забезпеченню зайнятості населення, створення можливостей для отримання та використання грошових ресурсів.

Література

1. Алексєєнко В. Роль малого бізнесу в економіці України / В. Алексєєнко // Економічний вісник університету : зб. наук. праць. – Переслав-Хмельницький. – 2009. – Вип. 13.
2. Красота О.В. Мале підприємництво: економічна сутність та роль у подоланні кризи / О.В. Красота // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія "Економіка". – 2010. – Вип. 117. – С. 37-40.
3. Офіційний веб-портал Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/69812>.
4. Майстренко О.В. Перспективи розвитку в Україні спрощеного оподаткування малого підприємництва [Електронний ресурс] / О.В. Майстренко. – Режим доступу : <http://www.minjust.gov.ua/30255>
5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
6. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

УДК 330.46

Ільченко Н.Б.,

к.е.н., доцент кафедри торговельного підприємництва, докторант,
Київський національний торговельно-економічного університету

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВОМ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

Становлення та розвиток ринку оптової торгівлі в Україні потребують інтенсивного формування його інфраструктури, створення на новій основі інформаційного, кредитно-фінансового і нормативно-правового забезпечення ринкової інфраструктури. Розвиток матеріально-технічної бази підприємств оптової торгівлі, складських, транспортно-збутових центрів, терміналів, мережі складів загального користування шляхом залучення інвестицій, буде сприяти підвищенню ефективності функціонування економіки країни.

Доцільність застосування системного підходу при управлінні бізнес-процесами обумовлена наступними причинами: організація бізнес-процесів є складною, багатомірною проблемою; системний аналіз поєднує досягнення різних областей наукових знань і дозволяє ефективно застосувати їх до конкретних проблем і задач управління бізнес-процесами; основну увагу системного підходу спрямовано на встановлення цілей і розробку раціональних комплексних шляхів їхнього досягнення, що дозволяє досягти найкращих результатів реалізації бізнес-процесів; системний підхід компенсує відсутність достатньої інформації при плануванні і прийнятті рішень з управління бізнес-процесами; системний підхід дозволяє знизити невизначеність, обумовлену факторами ризику, інфляції і проблемами фінансування.

Важливою передумовою моделювання бізнес-процесів підприємства є систематизація їх видів. Так, за даними Державного Комітету статистики України, на 1 січня 2013 року в Україні діяло 57,5 тис. підприємств, основним видом економічної діяльності яких була оптова торгівля. В сучасних умовах найбільшого поширення набули

партнерські оптові підприємства, засновані на колективній власності. На рис.1 представлено динаміку оптового товарообороту за 2005-2013 рр. [1].

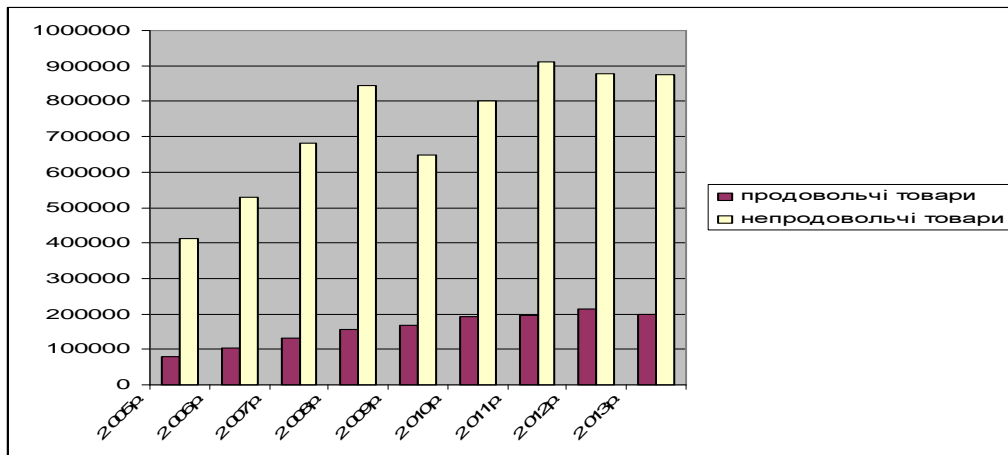


Рис. 1. Динаміка оптового товарообороту за 2005-2013 рр., млн грн.

Товарооборот підприємств оптової торгівлі за 2012 року становив 1093290,8 млн грн., що на 18537,6 млн грн. більше, ніж у 2013 р. Тільки у м. Києві оптовий товарооборот у 2013 р. склав 416007,1 млн грн., у тому числі продовольчих товарів 62,4 %, непродовольчих товарів – 37,6%. Проте, питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва склала 37%. Так, підприємства, що мають оптовий товарооборот за кількістю у 2013 році зменшились на 5,6%, кількість підприємств, оптовий товарооборот яких складає від 1,1-10 млн. грн. навпаки зросли на 2,8%, кількість підприємств, оптовий товарооборот яких складає від 500,1 млн. грн та більше зросли на 0,1% порівняно з 2012 роком. Згідно з проведеними нами дослідженнями за I півріччя 2014 року нові пропозиції на складські площі серед посередників, які надають складські послуги склали 81500 м², що на 35 % менше у порівнянні з 2013 роком. Ринок складської нерухомості активно розвивається у м.Києві та Київській області, в Дніпропетровській та Одеській областях. Враховуючи політичну та економічну ситуацію, що склалася в Україні, пріоритетною областю для розміщення промислових та складських об'єктів може стати Львівська область.

Необхідно відділити оптову від дрібнооптової торгівлі. Це може бути здійснене, наприклад, через їх окреме патентування. Зараз на ринку склалася парадоксальна ситуація, коли великі оптові підприємства через різні причини мають гірші конкурентні позиції, ніж дрібні. Тому вони зменшують обсяги закупівель, звужують товарний асортимент, згортають господарські зв'язки, віддають у оренду частину своїх площ тощо, тобто втрачають позиції саме у тих напрямках ділової активності, які повинні забезпечувати їм основні конкурентні переваги.

Основними суб'єктами організації процесу товароруку в оптовій торгівлі є: підприємства оптової торгівлі з повним комплексом закупівельно-збутових операцій; оптові посередники (дистриб'ютори, агенти, дилери); організатори оптового обороту (товарні біржі, аукціони, торги, оптові ринки). Організаційні форми механізму функціонування підприємств оптової торгівлі забезпечують єдність інтересів і дій складових елементів через систему організаційно-економічних відносин, створюють умови для управління і координації розвитку сфери оптової торгівлі. Оптові операції, що мають місце в Україні на сучасному етапі, здійснюються, в основному, в рамках торговельно-посередницької діяльності й здебільшого у сфері руху товарів матеріально-технічного призначення. Вони не спрямовуються на підвищення ефективності торгівлі. Водночас роз'єднаність роздрібних підприємств призводить до значних витрат, пов'язаних з налагодженням господарських зв'язків з великою кількістю промислових підприємств, а також із закупівлею товарів невеликими партіями у географічно віддалених районах. Для вітчизняної оптової торгівлі притаманна одноманітність оптових посередників за їхніми функціональними призначеннями, організаційно-правовими формами господарювання, технологією роботи, що не сприяє створенню ефективного конкурентного середовища.

Література

1. Публікація документів Державної Служби Статистики України/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publtorg_u.htm#

ЗМІНА ОРІЄНТИРІВ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ У КРИЗОВИЙ ПЕРІОД В УКРАЇНІ

У період загострення політичної та економічної кризи в Україні на початку 2015 року, на всіх підприємствах відбувається спад основних показників в галузях економіки країни, погіршується економічне становище населення. Як наслідок, зменшуються обсяги продажу товарів і надання послуг. Разом з цим, підвищується собівартість та зростають витрати.

Торговельні мережі за останні роки розвивалися надмірно швидкими темпами і виявилися неготовими працювати в умовах кризи. Більшість з них розвивалися інтенсивно за рахунок залучення зовнішніх інвестицій [2]. В умовах кризи ліквідності, падіння купівельної активності населення, торговельні мережі змушені переорієнтувати свою діяльність, відмовлятися від планів швидкої експансії вітчизняного ринку на користь стратегії мінімізації своїх витрат. Це вимагає перегляду логістичних стратегій та формування комплексу дій антикризового характеру.

Можна виявити наступні ознаки кризової ситуації в Україні, які представлені на рис. 1. Зауважимо, що на споживчому ринку України сьогодні спостерігається зниження лояльності з боку покупців, що пов'язано з слабким рівнем сервісу. В умовах кризи люди надають більшу перевагу низьким цінам, аніж якості товарів, а тому намагаються купувати товари в он-лайн магазинах.

Поточну ситуацію можна охарактеризувати як критичну, оскільки феномену «кризової ситуації» приділено надмірно велику увагу у засобах масової інформації. Відомо, що паніку під час кризи на 90% створює тільки психологічний фактор. Криза серйозно скоригувала амбітні плани розвитку бізнесу в Україні.

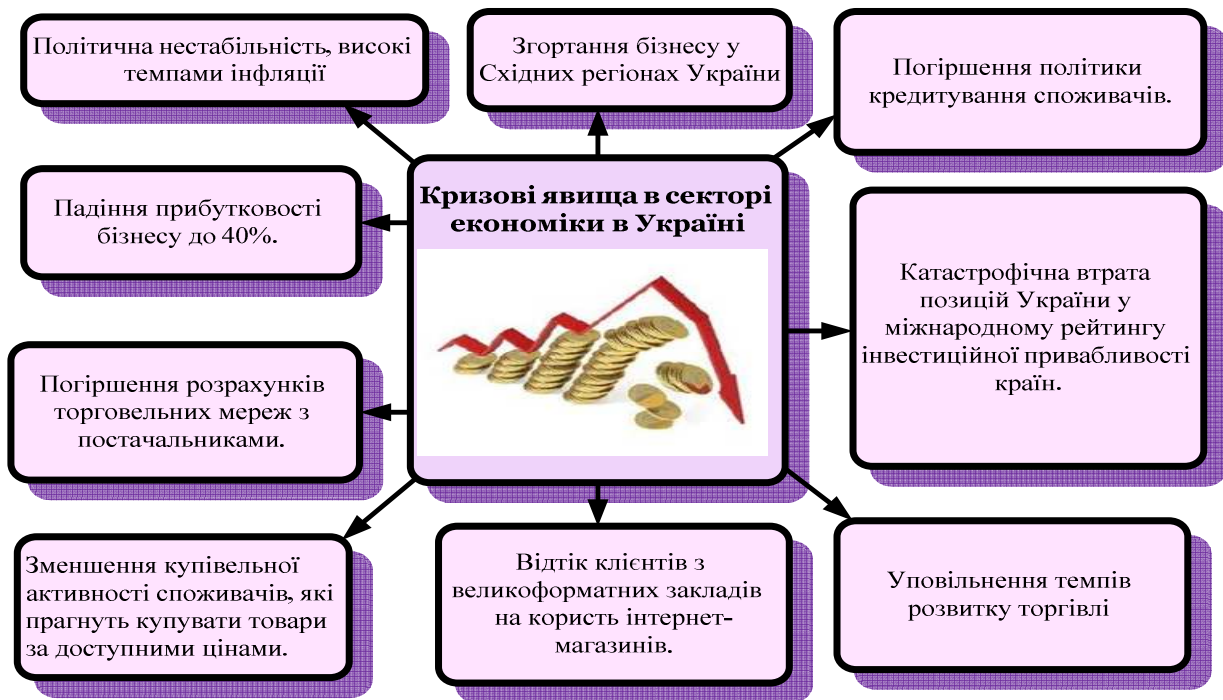


Рис. 1. Кризові явища в секторі економіки в Україні

Сьогодні вже можна говорити про відмову від швидкої експансії на користь стратегії мінімізації своїх витрат, що дасть змогу втриматись на ринку. У планах розвитку багатьох компаній, без сумніву, буде простежуватися орієнтація на дрібні формати торговельних закладів (дискаунтери, магазини крокової доступності) [5].

Криза, як правило, коригує, але не змінює стратегій розвитку мереж. Проте в цьому контексті повинні змінитися логістичні стратегії [1, 3, 4]. Основні зміни таких стратегій зумовлені такими причинами:

- втрачає сенс довгострокове логістичне планування;
- ситуаційний характер логістики стає недоцільний;
- стандартизація логістичної стратегії закладів торгової мережі стає перешкодою для розвитку (адже в кожному магазині виникають свої вузькі місця в логістичних процесах);
- набуває нового значення «аскетичне» управління торговими закладами. Мережі переорієнтуються на продаж порівняно недорогих товарів, а виторг від реалізації зростатиме за рахунок обігу, хоча маржа буде скромнішою.

- набуває значення креативний менеджмент.

Новий фокус логістичної стратегії роздрібних мереж полягає ось у чому:

- регіоналізація (експансія роздрібних мереж у регіони). Висока вартість землі у столиці та великих містах України та порівняно низька зайнятість локальних ринків поступово збільшують їхню привабливість для

роздрібних операторів. Однак швидке і безпроблемне захоплення великими столичними мережами регіональних ринків, які ще кілька років тому передбачували окремі торговельні аналітики, так і не відбулося. Навпаки, більшість локальних мереж зміцніли і навіть доволі успішно освоюють столичний ринок.

– раціоналізація торговельних та обслуговуючих процесів. Окремі торговельні заклади сьогодні потребують перегляду їх планogram, зменшення орендованих площ;

– нішова спеціалізація; або адаптація бізнесу до локальних умов. Інформованість про смаки, переваги місцевих споживачів дозволяють локальним мережам протистояти тиску національних гравців роздрібного ринку, незважаючи на солідні переваги останніх. Доскональне вивчення переваг місцевого населення допоможе уникнути основних помилок під час формування асортименту роздрібною мережі;

– персоніфікація обслуговування клієнтів. Жорстка конкуренція розгорнеться за покупців внаслідок серйозного падіння купівельної активності, а тому роздрібному ринку будуть притаманні цінові війни. У такій ситуації виграватимуть ті роздрібні мережі, які зможуть забезпечити на рівні своїх окремих закладів політику вивчення нужд та потреб цільових сегментів та вибіркової адаптації до них. Національні оператори внаслідок того, що гірше знають регіональні ринки, використовують стандартизовані комунікаційні інструменти.

Отже, на нашу думку антикризовими заходами для підприємств в Україні мають стати:

– часткове переведення бізнесу в «Електронний магазин», з метою зменшення витрат на оренду магазинів, утримання персоналу тощо;

– часткове зменшення неприбуткових магазинів мережі;

– фокусування бізнесу, відмова від непрофільних активів;

– скорочення постійних витрат (впровадження системи відрядної оплати праці, звільнення не ключових для компанії працівників, зниження орендної плати за рахунок зменшення орендованої площі, аутсорсинг кадрів);

– зменшення пропозиції дисконтних товарів і послуг в межах ключових напрямків бізнесу,

– ефективне використання наявних ресурсів;

– скорочення змінних витрат (пошук постачальників дешевшої сировини, аутсорсинг логістичних процесів);

– впровадження системи управлінського обліку для контролю витрат;

– відмова від інвестиційних програм, зокрема розширення мережі магазинів;

– відмова від експансії на нові ринки, або, навпаки, пошук нових ринків для збуту продукції, що нагромаджується на складах;

– відмова від дорогих маркетингових досліджень, рекламних носіїв, програм просування на ринку і програм лояльності клієнтів;

– об'єднання з конкурентами під одним найсильнішим брендом; продаж контрольного пакета акцій успішнішому гравцеві ринку; створення спільних підприємств, продаж міноритарних часток бізнесу стратегічним партнерам.

Підсумовуючи вищевикладене можемо сказати, що у боротьбі за існування перемагає не сильніший, а адаптованіший. Це правило діє в бізнесі. Тому акцент саме на функції логістики у компанії, в період негараздів, повинні тільки посилюватися.

Література

1. Економіка логістичних систем : монографія / М. Васелевський, І. Білик, О. Дейнека та ін.; за заг. ред. Є. Крикавського та І. Кубіва. – Львів : Національний універ. „Львівська політехніка”, 2008. – 596 с.

2. Приходько Н.П. Сутність антикризового управління на підприємстві [Електронний ресурс] / Н.П. Приходько. – Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/2011/iem/potatuev/library/article02.htm>

3. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Сток Дж. Р., Ламберт Д. М. ; пер. с англ. – изд. 4 – е. – М. : Инфра – М, 2005. – XXXII, 797 с.

4. Чеботаев А. А. Логистика. Логистические технологии : учебное пособие / А.А. Чеботаев. – М. : Издательско-торговая корпорация „Дашков и Ко”, 2002. – 172 с.

5. Штангрет А. М. Антикризове управління підприємством: Навч. посібник / А.М. Штангрет, О.І. Копилук. – К. : Знання, 2007. – 335 с.

Кацшин В.М.,

асистент кафедри фінансів,

Національний університет «Львівська політехніка»

ВИКОРИСТАННЯ ПОСЛУГ ІНЖИНІРИНГОВИХ ФІРМ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ТЕХНІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РІВНЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Фінансові результати діяльності машинобудівних підприємств формуються під впливом різноманітних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища; при цьому серед останніх важливе місце посідають фактори, які визначають техніко-організаційний рівень суб'єктів господарювання. Одним з найважливіших таких факторів є ступінь прогресивності застосовуваних підприємствами техніки та технологій.

Важливість технологічного оновлення виробництва як чинника підвищення техніко-організаційного рівня машинобудівних підприємств відзначається у багатьох наукових працях [1, с. 19-20; 2, с. 303-305; 3, с. 8-10 та ін.]. Проте, недостатньо вивченим є питання залучення інжинірингових фірм для розроблення та реалізації програм з технічного переозброєння господарюючих суб'єктів.

До позитивних сторін залучення машинобудівним підприємством інжинірингової фірми з метою формування програми підвищення його техніко-організаційного рівня слід віднести:

- наявність у цієї фірми досвіду щодо розроблення таких програм, що може відобразитися у більш чіткому та послідовному організуванні процесу такого розроблення;
- наявність в інжинірингової фірми значного обсягу інформації про зовнішнє середовище підприємства (за умови, що ці фірми спеціалізуються на наданні відповідних послуг для підприємств даної галузі);
- можливість залучити цю ж саму інжинірингову фірму з метою подальшої реалізації розробленої нею програми підвищення техніко-організаційного рівня підприємства;
- економію витрат часу та коштів, які потрібні даному підприємству для здійснення самостійного збирання та оброблення необхідної для складання програми інформації.

Разом з тим, залучення підприємством інжинірингової фірми з метою розроблення програми підвищення його техніко-організаційного рівня має певні негативні сторони, до яких слід віднести:

- потреба у коштах для оплати вартості інжинірингових послуг;
- необхідність суттєвих зусиль (що відображаються, зокрема, у відповідних витратах часу), які інжинірингова фірма повинна прикласти для того, щоб детально ознайомитися із внутрішнім середовищем підприємства.

Загалом, оцінювання доцільності залучення інжинірингової фірми з метою розроблення програми підвищення техніко-організаційного рівня машинобудівного підприємства доцільно здійснювати у такій послідовності:

1) оцінювання величини витрат, які повинно понести підприємство для здійснення розроблення такої програми (з урахуванням часу, необхідного для залучення з метою такого розроблення штатних працівників підприємства). Дані витрати включатимуть: витрати на оплату праці (з нарахуванням на соціальні заходи) та можливі відрядження працівників підприємства, що будуть займатися розробленням програми заходів, адміністративні витрати, пов'язані із роботою цих працівників, та витрати на придбання потрібної інформації, що характеризує зовнішнє середовище суб'єкта господарювання;

2) встановлення сподіваної величини витрат, які понесе підприємство у випадку придбання послуг інжинірингової фірми з розроблення програми підвищення техніко-організаційного рівня підприємства;

3) обчислення сподіваного економічного ефекту внаслідок реалізації підприємством програми підвищення техніко-організаційного рівня підприємства за умови, що її розроблення здійснено власними силами суб'єкта господарювання. З цією метою доцільно застосовувати таку формулу:

$$E_{ec} = \Pi_{ec} - K_{ec} \times E_n - B_{ec} \times E_n, (1)$$

де E_{ec} - сподіваний економічний ефект внаслідок реалізації підприємством програми підвищення його техніко-організаційного рівня за умови, що розроблення програми здійснено власними силами суб'єкта господарювання, грн.; Π_{ec} - сподіваний приріст прибутку підприємства внаслідок реалізації ним програми підвищення техніко-організаційного рівня, розробленої його власними силами, грн.; K_{ec} - сподіваний обсяг інвестицій у здійснення ним програми підвищення техніко-організаційного рівня, розробленої його власними силами, грн.; E_n - річний норматив прибутковості інвестицій, частка одиниці; B_{ec} - витрати, які повинно понести підприємство для здійснення розроблення такої програми, грн.;

4) обчислення сподіваного економічного ефекту внаслідок реалізації підприємством програми його підвищення техніко-організаційного рівня за умови, що розроблення програми здійснено інжиніринговою фірмою. З цією метою доцільно застосовувати таку формулу:

$$E_{if} = \Pi_{if} - K_{if} \times E_n - B_{if} \times E_n, (2)$$

де E_{if} - сподіваний економічний ефект внаслідок реалізації підприємством програми підвищення техніко-організаційного рівня за умови, що її розроблення здійснено інжиніринговою фірмою, грн.; Π_{if} - сподіваний приріст прибутку підприємства внаслідок реалізації ним програми підвищення техніко-організаційного рівня, розробленої інжиніринговою фірмою, грн.; K_{if} - сподіваний обсяг інвестицій у здійснення програми підвищення техніко-організаційного рівня, розробленої інжиніринговою фірмою, грн.; B_{if} - витрати, які повинно понести підприємство для придбання послуг з розроблення такої програми інжиніринговою фірмою, грн.;

5) обґрунтування доцільності розроблення програми підвищення техніко-організаційного рівня підприємства. При цьому таке розроблення буде доцільним за умови, якщо хоча б одне із значень показників, обрахованих за формулами (1) та (2), виявиться додатнім;

6) вибір найкращого варіанта розроблення програми підвищення техніко-організаційного рівня підприємства. Якщо хоча б одне із значень показників, обрахованих за формулами (1) та (2), виявиться додатнім, то кращий варіант розроблення програми обирається залежно від того, яке з цих двох значень є більшим.

У випадку прийняття підприємством рішення про звернення щодо надання йому інжинірингових послуг до спеціалізованої інжинірингової фірми важливе значення має обґрунтований вибір такої фірми. Це зумовлено тим, що складність виконання переважної більшості інжинірингових робіт висуває підвищені вимоги до компаній, які ці роботи здійснюють. Неякісне виконання інжинірингових робіт може призвести до того, що підприємство - їх замовник понесе суттєві втрати або, принаймні, недоотримає значні суми прибутку на стадії надходження результатів від здійснення цих робіт. Наприклад, невдалі технологічні розробки, виконані у процесі реалізації інжинірингового проекту, можуть обумовити як надмірні одноразові витрати, пов'язані із впровадженням на підприємстві нового технологічного процесу, так і додаткові поточні витрати на експлуатацію технологічного устаткування.

Перед укладанням угоди щодо виконання інжинірингових робіт (надання інжинірингових послуг) підприємство-замовник повинно ретельно вивчити усю наявну інформацію про фірму, яку планується залучити до їх здійснення. При цьому бажано зібрати відомості про декілька фірм, які спеціалізуються на виконанні даного виду

інжинірингових робіт, з метою вибору тієї з них, залучення якої повинно забезпечити найбільш високі сподівані фінансові результати від реалізації відповідного інжинірингового проекту. З цієї метою необхідним є проведення детального аналізування та оцінювання ділової привабливості відповідних інжинірингових компаній.

Література

1. Гришко В.А. Показники та методи оцінювання інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств / В.А.Гришко // Схід. Аналітично-інформаційний журнал. – Донецьк: Український культурологічний центр. – 2010. – № 7(107). – С. 18-21.

2. Колещук О.Я. Обґрунтування критерію прийняття оптимальних рішень щодо оновлення основних засобів машинобудівних підприємств / О.Я. Колещук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20.1. – С. 302-308.

3. Петрушка Т.О. Оцінювання економічної ефективності ресурсозберігаючого розвитку промислових підприємств: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук: 08.00.04 / Т.О. Петрушка. – Львів, 2013. – 25 с.

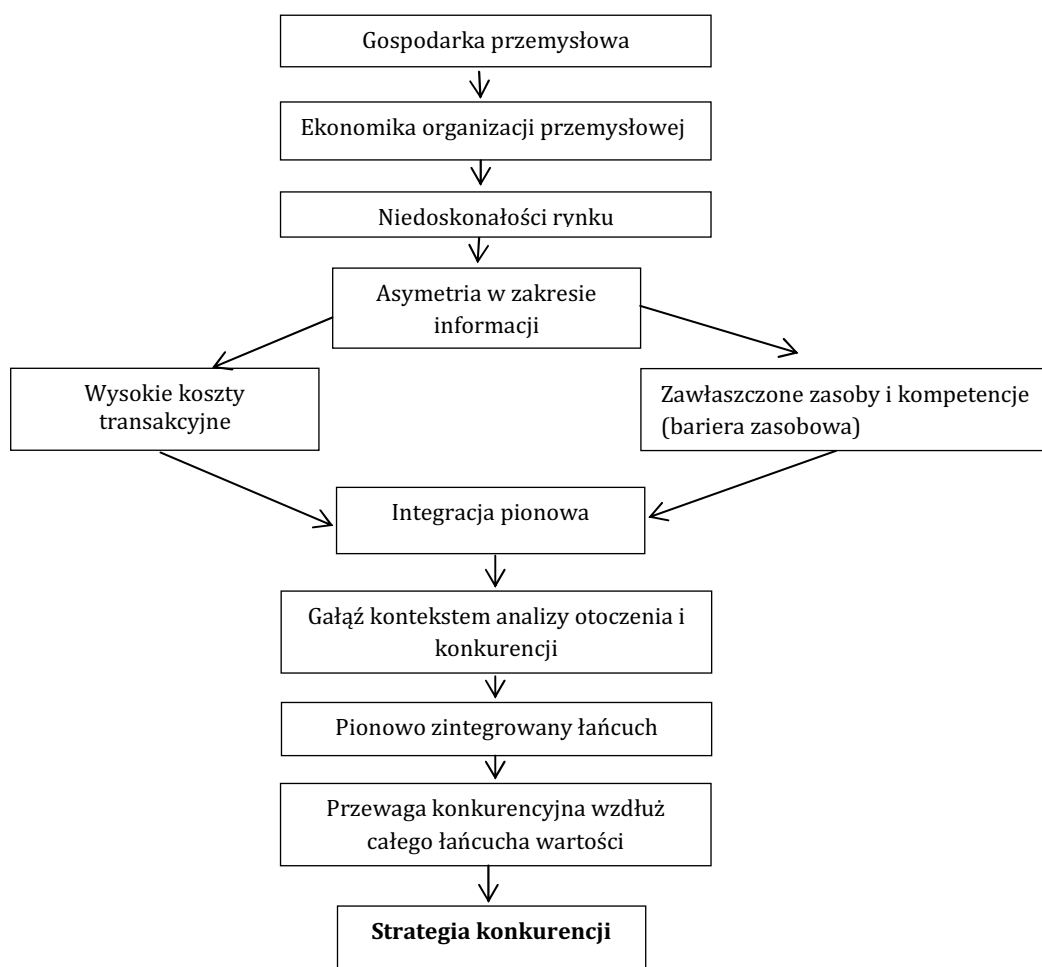
Kaczmarek Anna,

Dr

*Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jakuba z Paradyża
Gorzów Wielkopolski, Polska*

PARADYGMAT KONKURENCYJNOŚCI- PRÓBA REDEFINICJI CZYNNIKÓW

Пodejście do konkurencyjności, jak dowodzi analiza literatury przedmiotu, zmieniało się na przestrzeni lat. Wynika to między innymi z redefinicji czynników wpływających na strategię konkurencji a w konsekwencji na samą konkurencyjność podmiotów. Rezultatem takiego stanu rzeczy jest fakt, iż podejście do konkurencji oparte na łańcuchu wartości [1] (wykres 1), popularne w latach 80. i 90. ubiegłego wieku, straciło istotnie na znaczeniu.

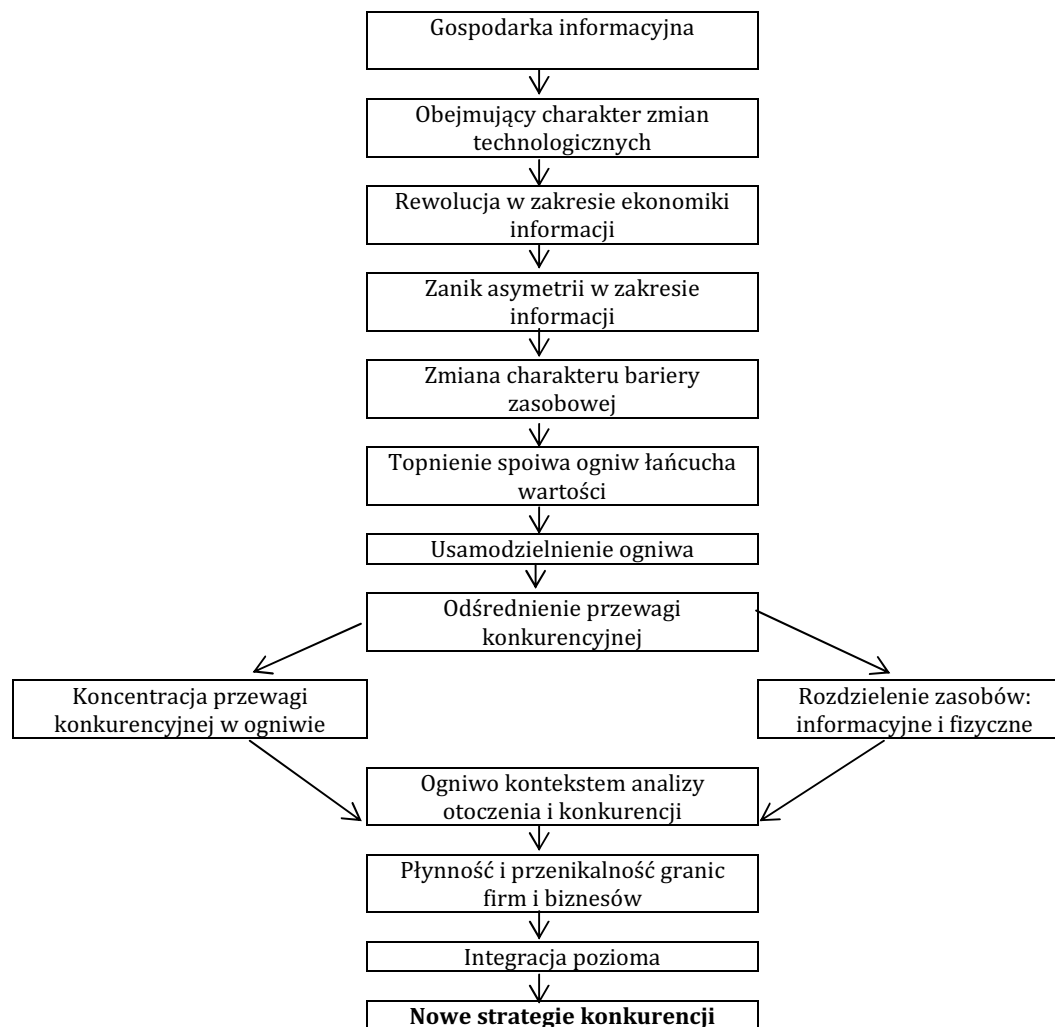


Wykres 1 Stary paradygmat strategii konkurencji

Źródło: M. Białasiewicz (red.) *Uwarunkowania i sposoby wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw*, US Szczecin 2009, s. 55
Przyczyn takiego stanu należy upatrywać w:

- globalizacji,
- liberalizacji gospodarki,

- bardzo szybkim rozwoju technologii informacyjnych,
 - wzroście znaczenia wiedzy,
 - wzroście znaczenia kapitału intelektualnego,
 - rosnącej popularności powiązań poziomych między przedsiębiorstwami,
 - istotnej roli innowacji w gospodarce,
 - wzroście znaczenia informacji (luka informacyjna po stronie popytowej jak i podażowej).
- Czynniki te doprowadziły do powstania nowego paradygmatu strategii konkurencji



Wykres 2 Nowy paradygmat strategii konkurencji

Źródło: M. Białasiewicz (red.) *Uwarunkowania i sposoby wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw*, US Szczecin 2009, s. 55

Nowy paradygmat strategii konkurencji jednoznacznie wskazuje na zwiększenie znaczenia czynników niematerialnych w działalności przedsiębiorstwa a tym samym w działaniach konkurencyjnych. Punktem wyjścia jest tutaj gospodarka informacyjna, która charakteryzuje się następującymi właściwościami:

- „informacja jest jednym z podstawowych czynników wytwórczych,
- w gospodarce informacyjnej postęp techniczny ma charakter informacyjny,
- istotnym czynnikiem, dzięki którym współczesna cywilizacja jest autentycznie cywilizacją informacyjną są nowoczesne technologie informacyjne, czyli metody i urządzenia technologiczne służące do generowania, gromadzenia, przetwarzania, przechowywania, przekazywania i udostępniania informacji,
- nowoczesne technologie informacyjne umożliwiają integrację wszystkich czynności związanych z informacją odwzorowaną za pomocą różnych technik i różnych systemów znakowych,
- rozwój technologii informacyjnej umożliwił tworzenie systemów i procesów informacyjnych o zasięgu globalnym,
- w gospodarce informacyjnej globalizacja procesów informacyjnych jest warunkiem i czynnikiem stymulującym, sprawczym globalizacji procesów gospodarczych,
- dynamiczny spadek kosztów jednostkowych informacji,
- wytworzenie się odrębnego sektora informacyjnego. Stanowi on niezbędny segment infrastruktury społecznej i gospodarczej”. [2]

Як тверdzi M. Castells „Globalny system gospodarczy przechodzi wielką transformację- od kapitalizmu przemysłowego opartego na industrializmie, do kapitalizmu informacyjnego, którego zasadą jest informacjonizm. Industrializm jest zorientowany na wzrost gospodarczy, tj. na maksymalizację produkcji; informacjonizm jest zorientowany na rozwój technologiczny, tj. na akumulację wiedzy oraz na wyższy poziom złożoności w przetwarzaniu informacji.” [3] Castells w swoich wywodach odnośnie gospodarki informacyjnej podkreśla ogromną rolę wiedzy w jej budowaniu. Na gruncie polskiej gospodarki zaobserwować można wzrost znaczenia wiedzy i informacji w prowadzeniu działalności gospodarczej, jednak skala tego zjawiska nie jest jeszcze na tak wysokim poziomie jak w krajach rozwiniętych.

Tymczasem wiedza od kilku lat postrzegana jest jako ten zasób przedsiębiorstwa, który determinuje jego rozwój, przejawiający się w innowacyjności. Ponadto wiedza jest wykorzystywana do zapewnienia firmie przewag konkurencyjnych opartych na jakości produktu i szerokim asortymencie dóbr (dostosowanym do indywidualnych potrzeb klientów). Ważne jest więc, aby formułując misję czy strategię przedsiębiorstwa uwzględnić w nich wiedzę jako istotny zasób firmy.

Stopnia i wielkości wykorzystanej wiedzy jako miękkiego zasobu przedsiębiorstwa nie można łatwo określić. Wiadomo jednak, że wszyscy pracownicy organizacji wykorzystują wiedzę po to aby dobrze wykonywać swoje obowiązki, niezależnie od tego, na jakim szczeblu w hierarchii się znajdują. Dlatego wiedza w przedsiębiorstwie jest generowana i wykorzystywana właściwie na każdym poziomie organizacyjnym. Sprawny proces wielokrotnego wykorzystywania wyselekcjonowanej wiedzy, może wpływać na podnoszenie konkurencyjności organizacji. Jednakże brak umiejętności wyodrębniania wiedzy ważnej, może powodować ponoszenie niepotrzebnych kosztów na jej rozpowszechnianie, a w długim horyzoncie- obniżenie konkurencyjności.

Literatura

1. M. Białasiewicz (red.)Uwarunkowania i sposoby wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw, US Szczecin 2009, s. 55
2. J. Oleński, Elementy ekonomiki informacji , Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2000, s.35-37
3. M. Castells, P. Himanen, Społeczeństwo informacyjne i państwo dobrobytu, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2009

УДК 338.32.053.4:631.11

Кернасюк Ю.В.,

*к.е.н., старший науковий співробітник лабораторії маркетингу,
економічного аналізу та захисту інтелектуальної власності,
Кіровоградська ДСГДС НААН*

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ РОЗМІРІВ АГРОФОРМУВАНЬ

Метою стратегії розвитку форм господарювання і інтеграції сільськогосподарського виробництва до 2020 року є формування збалансованої взаємодоповнюючої диверсифікованої системи господарюючих суб'єктів у сфері сільського господарства, що забезпечує ефективне використання конкурентних переваг галузі, раціональне ведення сільськогосподарського виробництва та використання трудових ресурсів сільської місцевості, сприяння соціально-економічного розвитку сільських територій, збереження кращих історичних традицій та національних уподобань ведення сільського господарства, культурно-етнографічної спадщини [1, с. 42-43].

Оптимізація розмірів господарств в сільському господарстві є не лише однією із умов ефективного їх функціонування за ринкових економічних відносин, але й важливим засобом забезпечення фінансової стійкості та конкурентоспроможності виробництва аграрної продукції.

Впродовж останніх 15 років внаслідок реформування земельних і організаційно-економічних відносин в аграрному секторі виникли нові агроформування ринкового типу, що суттєво відрізняються як за розміром, так і прибутковістю господарської діяльності. Тому закономірно постало питання визначення оптимальних розмірів господарств різних категорій, що на сьогодні залишається одним з найбільш складних завдань аграрної економічної науки.

Про це свідчить поява на початку ХХІ століття досить значної кількості наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених, де розглядаються як теоретичні, так і методологічні аспекти формування оптимальних розмірів аграрних формувань. Зокрема, значна увага вивченню означеної проблеми приділяється в наукових публікаціях В. Г. Андрійчука, Ю. О. Лупенка, П. Т. Саблука, В. Я. Месель-Веселяка, М. М. Федорова, А. Є. Данкевича, А. О. Гуторова, А. М. Кагана, С. М. Волкова та інших.

Водночас, незважаючи на наявний теоретико-методологічний доробок, нагальним питанням є обґрунтування практичних шляхів оптимізації розмірів агроформувань з огляду на ті зміни, які відбулися в аграрному секторі економіки останніми роками, що визначає актуальність даних досліджень.

Мета досліджень – обґрунтувати шляхи оптимізації розмірів господарств для забезпечення конкурентоспроможного аграрного виробництва.

Узагальнення результатів власних спостережень, а також аналіз останніх наукових досліджень підтверджує тезис, що в господарствах з різним розміром землекористування, утримуваного поголів'я тварин, чисельності працівників і вартості активів, основні показники їх економічної діяльності та рівень ефективності використання ресурсів суттєво диференційовані.

При цьому, як вважає А. Є. Данкевич: “Збільшення розмірів землекористувань дає змогу раціональніше використовувати переваги широкозахватної техніки, знизити вплив людського фактора на процес виробництва. Водночас проблемним питанням при укрупненні підприємств є налагодження раціональної системи управління виробництвом і вирішення соціально-економічних питань регіонів” [2].

Відтак, питання оптимізації розмірів господарств потребує комплексного розгляду в контексті вирішення низки проблемних аспектів розвитку сільського господарства, що зумовлені порушенням раціонального землекористування.

Під оптимізацією, на наш погляд, слід розуміти досягнення такого масштабу концентрації виробничих ресурсів, за якого порівняльні переваги від їх збільшення забезпечуватимуть нижчі витрати на одиницю продукції і вищий рівень прибутковості, в тому числі на 1 га сільськогосподарських земель.

Для забезпечення раціонального використання земельних ресурсів в сільському господарстві необхідно запровадження механізму екологічної і соціальної відповідальності агробізнесу через систему податкових пільг, бюджетних дотацій і фінансово-кредитних преференцій та стимулів, де чітко визначити основні критерії і стандарти дотримання сталого розвитку агросфери, що є пріоритетом держави і суспільства.

На думку А. О. Гуторова: "Формування раціональних за розмірами сільськогосподарських підприємств має відбуватися на основі обґрунтованого організаційно-економічного механізму, який є складовою господарського механізму АПК і включає суб'єкти, структуру, форми та умови господарювання (організаційна складова), а також об'єкти, важелі та фактори, що базуються на відповідних принципах, критеріях і наукових підходах до формування раціональних розмірів господарств (економічна складова)" [3].

Основними шляхами оптимізації розмірів агроформувань є вдосконалення існуючого земельного законодавства в напрямку стимулювання екологічного безпечного ведення аграрного виробництва, збереження зайнятості сільського населення і відновлення еквівалентних міжгалузевих економічних відносин, які стимулювали приріст розширеного відтворення в галузі, залучення інвестицій та впровадження інновацій.

Література

1. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / Ю. О. Лупенко, В. Я. Месель-Веселяк [та ін.] ; за ред. Ю. О. Лупенка, В. Я. Месель-Веселяка – К. : ННЦ "ІАЕ", 2012. – 182 с.
2. Данкевич А. Є. Вплив розмірів землекористувань на рівень виробництва / А. Є. Данкевич // Економіка АПК. – 2011. – № 9. – С. 29-33.
3. Гуторов А. О. Теоретичні та прикладні аспекти формування раціональних розмірів сільськогосподарських підприємств / А. О. Гуторов // Економіка природокористування і охорони довкілля. – К. : ДУ ІЕПСР НАН України, 2011. – С. 228-234.

УДК 502.3.631

Кирилюк В.С.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки промисловості,
Національна металургійна академія України,
м. Дніпропетровськ*

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА КРИЗА ТА ЕКОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ: МОЖЛИВОСТІ ВИРІШЕННЯ

Аналіз стану довкілля, напрямків його покращення та проблем щодо їх реалізації в умовах розвитку національної економіки доводить наступне: економічні та екологічні пріоритети наразі є різнонаправленими, несумісними.

Пояснити це протиріччя досить легко. Природоохоронні інвестиційні проекти, зазвичай, потребують чималих фінансових ресурсів (з них лівова частка приходить на модернізацію основних природоохоронних фондів, отже, збільшує поточні витрати підприємства через збільшення амортизаційних відрахувань, відсоткових платежів банку-кредитору, тощо). Отримані результати, здебільшого, не завжди можна оцінити у вартісних вимірниках, до того ж, їх прояв може відбутися у «примарному майбутньому». Оцінка економічної ефективності довготермінових інвестиційних проектів потребує узгодження витрат та результатів у часі (дисконтування). При будь-якій позитивній ставці дисконтування вигоди, які отримуємо, наприклад, через 10- 50 років будуть досить малими. Так, навіть при ставці в 10% більшість вигід втратять значущість вже через 20 років (за оцінкою автора).

Таким чином, підприємства-виробники, які є постачальниками шкідливих викидів-скидів у довкілля, вимушені вирішувати наступну дилему: розв'язувати, перш за все, актуальні питання підвищення ефективності виробничої діяльності, яка є генератором прибутку підприємства, чи відволікати фінансові ресурси на вирішення екологічних питань, що майже не приносить підприємствам додаткових доходів (лише невеличкі суми у вигляді економії на екологічних платежах).

Навіть в умовах стабільного зростання та наявності фінансових ресурсів, які б забезпечили цей зріст, більшість підприємств обирають економічні пріоритети, направляючи на вирішення екологічних питань невеликі суми, які дозволяють лише підтримувати екологічний рівень. В подальшому, розширення обсягів виробництва призводить до зростання обсягів шкідливих викидів у довкілля, адже ці показники є прямо пропорційними.

Що ж казати про підприємства, які намагаються вижити в умовах важкої турбулентності: першочерговим завданням завжди буде стабілізація фінансово-економічного стану та отримання максимально можливого прибутку. Тут ми маємо і деякий позитивний момент: зменшуються обсяги виробництва – зменшуються і обсяги викидів-скидів. Чи можна це дійсно вважати напрямом вирішення дилеми: економіка чи екологія? Відповідь на це актуальне питання можна надати, враховуючи наступну інформацію.

Станом на початок 2015 р. індекс промислової продукції в цілому по Україні склав 89,3% (для порівняння: на початок 2014 р.– 95,7%) [1]. Це означає, що тенденція зменшення обсягів промислового виробництва призвела і до зменшення обсягів техногенного навантаження. В той же час, за офіційними даними, на кожного жителя України за рік припадає більше 4 т викидів діоксиду вуглецю, майже 1 т інших викидів в атмосферу. У деяких регіонах ці

показники значно перевищують середній рівень по країні: так у Дніпропетровській області обсяги викидів у розрахунку на 1 км² більші у 4 рази, а на 1 особу у 3 рази [2]

Станом на 2013 р. Україна зайняла в рейтингу за «Індексом екологічної сталості країн» 102 місце серед 132 країн. [2]. Задля запобігання такому критичному стану з вирішення екологічних задач держава намагається збільшувати суму грошових надходжень на природоохоронну діяльність: так, в бюджеті 2004 р. взагалі не було передбачено фінансування за статтею «Запобігання та зниження рівня забруднення довкілля», а упродовж 2008-2012 р.у бюджеті України вже передбачалось поступове зростання загальної суми грошових надходжень на природоохоронну діяльність – в середньому на 143 млн. грн. щорічно [1].

Наразі майже єдиним джерелом фінансування державних програм зі зменшення техногенного навантаження на довкілля є стягування щорічної плати за забруднення. За викиди в атмосферу, наприклад, металургійне підприємство щорічно сплачує близько 1-3 млн.грн. (фактична сума залежить від зміни обсягів виробництва та рівня нормативів плати, які, в свою чергу, залежать від темпів інфляції), що складає, за оцінкою автора, близько 3% від суми виробничої собівартості. При цьому, наприклад, вартість одиниці природоохоронного обладнання складає мільйони гривень. Отже, сума плати за забруднення практично не виконує ніякої стимулюючої функції.

Наведена інформація дозволяє зробити наступні висновки. Дійсно, в жорстких умовах політичних, економічних потрясінь, в яких намагаються вистояти та розвиватись вітчизняні підприємства-виробники, екологічні проблеми об'єктивно відходять на другий план, частково завдяки зменшенню обсягів промислового виробництва. Але, враховуючи поступове та, на жаль, незворотне втрачання асиміляційного потенціалу довкілля, наведені дані про загальну кризову екологічну ситуацію в країні та в світі, констатуємо, що це не є грамотним та далекоглядним вирішенням проблеми.

Апелювання лише до державних регулятивних та економічних механізмів, як ми бачимо, не дає результату у вигляді накопичення достатніх сум на реалізацію перспективних екологічних програм. Залишається найважливіше: внутрішня мотивація самих підприємств-забруднювачів та, попри нестачу фінансових ресурсів, все ж таки намагання їх направляти частку отриманого прибутку до внутрішніх спеціальних екологічних фондів.

Наразі перехід роботи вітчизняних промислових підприємств на новітні, екологічно чисті технології, впровадження інноваційних та наукоємних високотехнологічних видів виробництва відбувається досить повільно. Так, у 2013 р. питома вага промислових підприємств, що впроваджували інновації, складала лише 13,6% (для порівняння, у Німеччині близько 70%, Португалії – 39%, Греції – 23%); у цьому ж році впроваджено 1576 нових технологічних процесів, в тому числі маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних – 502 [1].

На нашу думку, удосконалення механізму розподілу сум екологічних податків та збереження їх частки на самому підприємстві у вигляді спеціального фонду дозволило б частково знайти цей мотиваційний механізм та заохотити підприємства до витрачання частини коштів на реалізацію природоохоронних, заощаджувальних інвестиційних проектів та програм.

Література

1. Статистична інформація. – Державна служба статистики України. – Електрон. дані (1 файл) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.- Дата звернення: 06.02.2015 р.
2. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Україні. – Міністерство екології та природних ресурсів України. - Електрон. дані (1 файл). – К.,2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.menr.gov.ua/index.php/dopovidi>.- Дата звернення: 06.02.2015 р.

УДК 621:656.078.8

Кобець С.П.,

*к.е.н., асистент кафедри економічної кібернетики,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка*

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНОЮ СТІЙКІСТЮ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розробка ефективного механізму управління конкурентною стійкістю підприємства як сукупності цілеспрямованих дій і засобів, необхідних для їх здійснення, визначення його складу та структури є однією з першочергових передумов досягнення високого рівня конкурентної стійкості на сьогоднішній день і в майбутньому.

Механізм управління розглядається в економічній літературі як складова частина системи управління, що забезпечує дію на чинники, від стану яких залежить результат діяльності керованого об'єкту. Під механізмом управління розуміється сукупність інструментів, методик, моделей, положень, що дозволяють ефективно управляти підприємствами.

Механізм управління є найбільш активним елементом системи управління. Механізм управління підприємством може бути реалізований тільки в рамках системи управління, яка забезпечує вирішення проблем машинобудівного підприємства, що виникають. Механізмом, що забезпечує конкурентну стійкість підприємства є ефективний управлінський процес. Таким чином, механізм управління конкурентною стійкістю машинобудівного підприємства - це сукупність організаційних, правових і економічних методів і важелів, які забезпечують реалізацію комплексних цільових програм і планів підвищення рівня конкурентної стійкості підприємства.

Зміст конкурентної стійкості підприємства складає система характеристик, умов, чинників, що визначають здатність підприємства зберігати у довгостроковому періоді власну конкурентоспроможність при змінах зовнішнього і внутрішнього середовища.

Формування механізму управління конкурентною стійкістю підприємства неможливе без розуміння його структури.

Питання про структуру механізму управління конкурентною стійкістю підприємства на сьогоднішній день

залишаються невивченими. Будь-який економічний механізм, зокрема, і механізм управління, може бути розглянутий як система, тобто як множина взаємодіючих елементів, що знаходяться у відносинах і зв'язках один з одним і становлять цілісне утворення. Для розгляду механізму управління конкурентною стійкістю як системи необхідно виокремити його складові елементи, що, в подальшому, дозволить сформулювати модель даного механізму. В основі механізму управління конкурентною стійкістю повинні бути принципи управління, дотримання яких забезпечить успішність його реалізації. Управління конкурентною стійкістю підприємства повинно, насамперед, базуватися на принципі цільової орієнтації. Мета управління конкурентною стійкістю, залежить від рівня конкурентної стійкості підприємства: низький, задовільний, високий. Метою управління конкурентною стійкістю підприємства, що має низький рівень конкурентної стійкості є підвищення її рівня. Для підприємства, що має задовільний рівень конкурентної стійкості, мета управління полягає в утриманні цього рівня і його підвищенні. І, нарешті, для підприємства з високим рівнем конкурентної стійкості – в утриманні цього рівня і запобіганні його зниження. Наступним принципом управління конкурентною стійкістю є принцип комплексності, що означає необхідність усестороннього охоплення всіх аспектів діяльності підприємства в їх взаємозв'язку. Управлінські впливи, які здійснюються в рамках управління конкурентною стійкістю, охоплюють основи діяльності підприємства і тому повинні знаходити відображення в стратегічних планах підприємства, конкретизуючись через систему тактичних і оперативних планів.

Схематично механізм управління конкурентною стійкістю машинобудівних підприємств наведено на рис. 1.

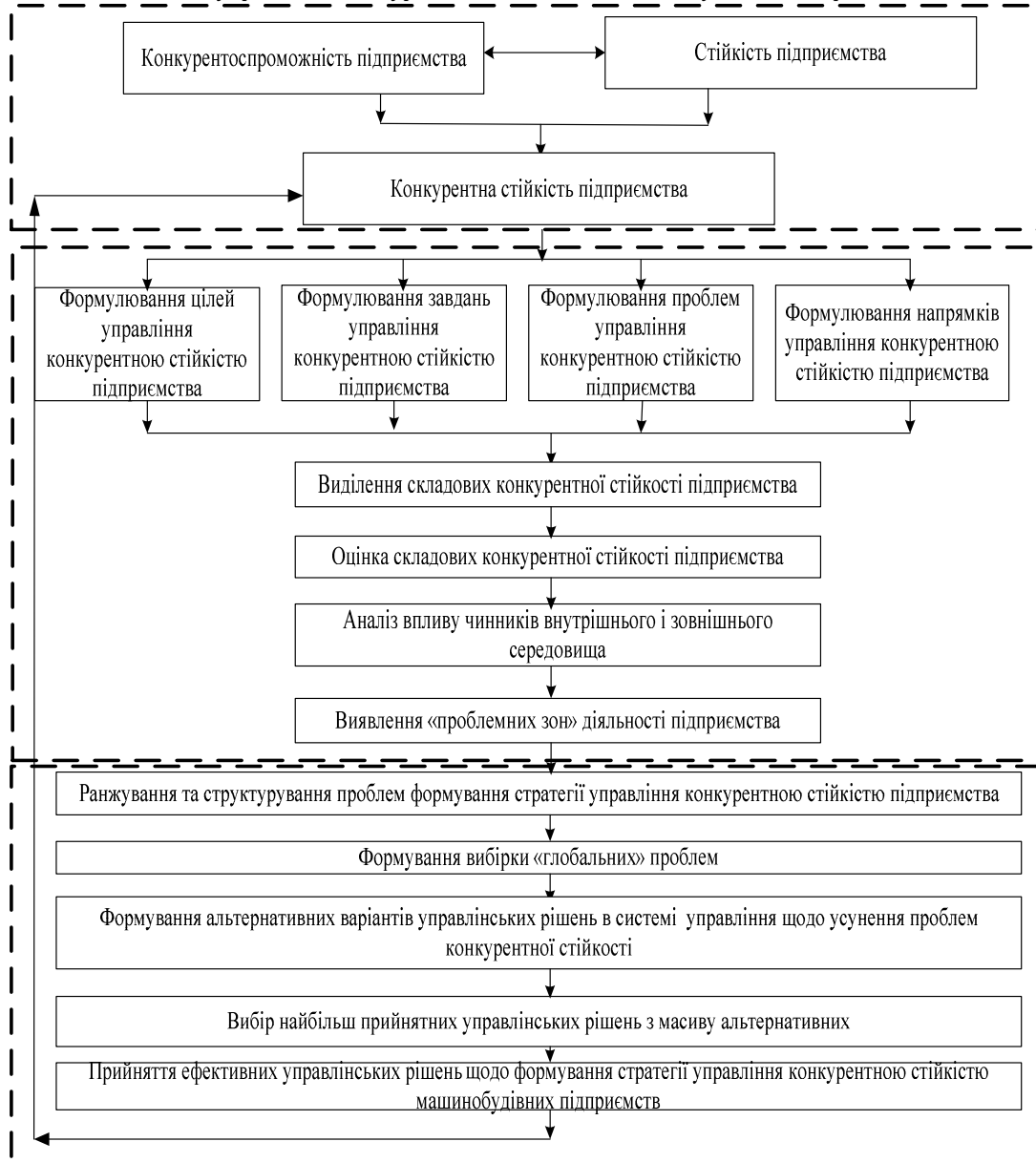


Рис. 1. Механізм управління конкурентною стійкістю машинобудівних підприємств

Формування механізму управління допоможе реалізувати стратегію управління конкурентною стійкістю підприємства, яка розробляється залежно від його місії і цілей й спрямована на зміцнення позицій підприємства на ринку.

ВИКОРИСТАННЯ ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні перед вітчизняними підприємствами повстала необхідність забезпечення їх життєздатності в ринкових умовах господарювання. Конкуренція на товарних ринках загострюється, власних коштів не вистачає на оновлення зношених основних фондів, законодавча база швидко змінюється, а нестабільність політичної ситуації в країні в поєднанні з девальвацією національної валюти змушує підприємства скорочувати обсяги виробництва, згортати програми розвитку та фінансування інновацій. Вирішення цих питань потребує негайного реагування з боку держави та вимагає прийняття ефективних управлінських рішень з боку підприємств.

Одним із способів покращення системи управління на підприємстві є впровадження та використання проектного підходу. Закордонні підприємства вже не одне десятиліття використовують проектний підхід при створенні та виведенні на ринок якісно нових товарів та послуг. Нажаль в Україні проектний підхід застосовується тільки в проектно-орієнтованих компаніях, наприклад, науково-дослідних, будівельних, консалтингових тощо. Проте він може застосовуватися і для будь-якого підприємства промисловості або сфери послуг при створенні інноваційних продуктів в рамках певних проектів.

Згідно проектного підходу діяльність підприємства розглядається як сукупність послідовно виконуваних проектів, кожен з яких має фіксовані дати початку і закінчення [1, с. 114]. Для здійснення своєї діяльності підприємство має володіти так званим «запасом міцності», тобто для проектування управлінських процесів підприємству необхідний проектний потенціал.

На сьогодні існує багато визначень проектного потенціалу. так, вітчизняні дослідники Андрієвська В.А. та Павловська Л.А. трактують проектний потенціал як «категорію управління проектами, яка використовується в якості характеристики можливостей підприємства з успішної реалізації проектів» [2, с. 49]. Науковець Ковтун Т.А. розглядає проектний потенціал як «внутрішнє середовище проекту, яке може бути представлене у вигляді трьох елементів: інформаційного, енергетичного і матеріального потенціалу; потенціал, у свою чергу, представляє всі види ресурсів, що використовуються для отримання продукту проекту» [3, с. 177].

Отже, проектний потенціал підприємства – це сукупність ресурсів, включаючи нематеріальні активи, та факторів, які створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів з метою досягнення цілей проектної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

В межах кожного проекту на підприємстві виділяються фінансові, кадрові, матеріальні ресурси, якими буде розпоряджатися керівник проекту під час його реалізації. Концепція управління проектами на підприємстві включає визначення цілей та завдань проекту, формування структури проектної команди, планування й організацію робіт (або операцій) проекту, координацію дій виконавців [4, с. 237].

Використання проектного підходу для підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств передбачає також і одночасне застосування сучасної методології управління проектами, зокрема методики вибору проекту. Методику вибору проекту можна представити як послідовність наступних етапів: 1) визначення проекту; 2) аналіз стану середовища підприємства; 3) дослідження конкурентів підприємства та конкурентоспроможності власної продукції; 4) аналіз проектного потенціалу підприємства; 5) переосмислення помилок минулих проектів; 6) прийняття рішення про старт проекту [4, с. 295].

Розглянемо ці етапи детальніше.

Перший етап передбачає процес визначення проекту, тобто формування мети проекту, завдань та критеріїв оцінювання досяжності мети проекту.

Метою другого етапу – аналізу стану середовища підприємства є визначення можливості виходу підприємства на ринки нової для нього продукції. Для цього необхідно дослідити такі показники ринкового середовища: потенціальний розмір ринку для нового товару; потенційні ризики; обсяг капіталовкладень у розвиток збутової мережі; позиціонування товару на ринку; прогнозування реакції конкурентів; зміна законодавства та державного регулювання щодо виробництва товару; ступінь сприйняття суспільством нового товару тощо.

Третій етап полягає у дослідженні конкурентів підприємства та конкурентоспроможності власної продукції та передбачає аналіз таких показників:

- переваг власного товару перед товарами конкурентів;
- технічних переваг (характеристики товару, наявність патентів на нього, співвідношення ціни та якості);
- привабливості з точки зору ведення бізнесу (характер та види конкурентів, характеристика конкуренції та структури галузі, відмінності власного підприємства від підприємств-конкурентів);
- позиціонування по відношенню до продукції конкурентів (частка ринку, швидкість її зростання/зменшення, позиціонування продукту у товарній лінійці, відмінності власного товару від товарів-конкурентів, які сприймає споживач);
- наявності умов, що полегшують вихід товару на ринок (комерційна концесія, високоякісне обслуговування, репутація /імідж фірми);
- розвинутості логістичних систем (володіння підприємством джерелами вхідної сировини, вертикальна інтеграція);
- сприятливих умов, що визначаються підприємствами-виробниками (місце розташування, організація постачання);

- фінансових можливостей (підтримка фінансових установ, вплив кредитоспроможності, доступні фінансові ресурси);
- ефективного управління підприємством (управління наявними в підприємства ресурсами, виробництво, збут, постачання логістика).

Наступний етап – аналіз проектного потенціалу підприємства в процесі його підготовки до виконання проекту, який дає можливість визначити нестачу потенціалу в розрізі кожної складової, обрати та оцінити оптимальні способи залучення ресурсів, яких не вистачає, та встановити, наскільки якісно та швидко підприємство зможе приступити до реалізації проекту. Тут необхідно зупинитись на кожній компоненті потенціалу (техніко-технологічні, просторові, фінансово-економічні, інформаційні, кадрові, маркетингові ресурси) і оцінити його потужність.

Змістом п'ятого етапу є аналіз ефективності виконаних минулих проектів та досягнутих в них результатів, а також переосмислення помилок минулих проектів.

Заключний етап передбачає вибір найбільш прийняттого варіанту проекту та прийняття рішення про його старт.

Таким чином, використання проектного підходу в управлінні вітчизняними підприємствами дозволить підвищити гнучкість їх управлінських систем, покращити бізнес-процеси та скоротити чисельність управлінського персоналу в порівнянні з традиційними ієрархічними структурами управління. В той же час застосування сучасної методології управління проектами дозволить підвищити рівень конкурентоздатності підприємств в довгостроковій перспективі та визначити перспективні напрямки діяльності.

Література

- 1.Кендалл И. Современные методы управления портфелями проектов и офис управления проектами: Максимизация ROI: справ. пособ. / И. Кендалл, И. Роллинз; пер. с англ. Матвеева А.А., Раскина А.Л.; под ред. Колосовой Е.В., Цветкова А.В. – М.: ЗАО «ПМСОФТ», 2004. – 576 с.
- 2.Андриевская В.А. Оценка проектного потенциала стивидорной компании / В.А. Андриевская, Л.А. Павловская // Восточно-Европейский журнал передовых технологий 4/3 (70). – 2014. С. 49-54.
- 3.Ковтун Т.А. Особенности применения системного подхода к проектам / Т.А.Ковтун // Вісник ОНМУ, 2012. – № 32. – С. 170-181.
- 4.Керцнер Г. Стратегическое планирование для управления проектами с использованием модели зрелости / Г. Керцнер; пер. с англ. под общ. ред. А.Д. Баженова. – М. : Компания АйТи; М. : ДМК Пресс, 2003. – 320 с.

Коваль Н.В.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Білоцерківський національний аграрний університет*

НЕОБХІДНІСТЬ ПОСИЛЕННЯ КОНТРОЛЮ ЗА ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕЧНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Вимоги до якості молочної продукції в розвинених країнах світу постійно зростають, особлива увага приділяється її екологічним характеристикам.

За фізіологічними нормами людина має споживати 380 кг молока за рік. За даними Державної служби статистики у 2013 р. в Україні в розрахунку на 1 особу спожито 221 кг молочних продуктів, що становить лише 58 % від фізіологічної норми. Поряд з цим українські споживачі досить часто стикаються з неякісною та фальсифікованою молочною продукцією, що не лише негативно позначається на її смакових властивостях, а й пов'язане з ризиком для їх здоров'я.

Про це свідчать, зокрема, результати тестувань продукції, які проводять спеціалісти Науково-дослідницького центру незалежних споживчих експертиз "Тест". Для демонстрації масштабів фальсифікації продукції нами були узагальнені результати тестування якості згущеного молока [1].

Отже, протягом 2009-2013 рр. НДЦ НСЕ "Тест" протестував 39 марок згущеного молока. Необхідно зауважити, що всі протестовані зразки, за даними маркування, виготовлені відповідно до ДСТУ 4274 : 2003 "Консерви молочні. Молоко незбиране згущене з цукром. Технічні умови", згідно з п. 4.3.1 якого для виробництва згущеного молока використовують молоко коров'яче незбиране та знежирене, молоко сухе, вершки, маслянку, цукор, цукор молочний (лактозу), воду питну. Тобто наявність у складі протестованих зразків будь-яких інших інгредієнтів – це пряме порушення законодавства і обдурювання споживачів.

За результатами тестування наявність немолочного жиру зафіксовано в 17 протестованих зразках (44 % від їх загальної кількості); барвників (Е 171 діоксид титану) – в 11 (28 %); консервантів (сорбінова та бензойна кислоти) – в 4 (10 %); цвілевих грибів – в 2 зразках (5 %); цукрозамінників (ацесульфам калію Е 950, аспартам Е 951, сахарин Е 954) – в 1 зразку (3 %). Отже, з протестованих 39 зразків 24 (або 62 %) – фальсифікат.

Згущене молоко – продукт, який часто купують саме дітям. Тому ми спробували узагальнити інформацію щодо впливу окремих інгредієнтів, що містяться в згущеному молоці, на здоров'я людини (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив окремих інгредієнтів, що містяться в згущеному молоці, на здоров'я

Назва	Характеристика та вплив на здоров'я людини
-------	--

інгредієнту	
Діоксид титану (барвник E 171)	Натуральне коров'яче молоко відбілювати не потрібно. Інша справа, якщо продукт виготовлений з соєвого молока, яке має сіруватий відтінок, або ж з використанням сироватки, яка має жовтуватий чи зеленуватий колір. Науковці вказують на канцерогенність діоксиду титану.
Бензойна кислота (консервант E 210)	При внутрішньому застосуванні можуть відмічатися біль у животі, горлі, нудота та блювання. За рекомендаціями ВОЗ гранично допустиме споживання консерванту E 210 людиною не повинно перевищувати 5 мг/кг. Перевищення концентрації добавки E 210 негативно впливає на печінку і нирки.
Сорбінова кислота (консервант E 200)	Вважається, що консервант може викликати алергічні реакції, тому було встановлене дозування речовини, яке не повинне перевищувати 25 мг/кг маси тіла здорової дорослої людини.
Пальмова олія	Густо «шлакує» організм людини, що призводить до численних серцево-судинних, онкологічних, гастроентерологічних захворювань та ожиріння. Зустрічається інформація щодо канцерогенності пальмової олії. У розвинених країнах вона або заборонена у якості харчової добавки, або дуже дозована.
Цукро-замінники (ацесульфам калію E 950, аспартам E 951, сахарин E 954)	Сахарин – заборонений до вживання в Америці та більшості європейських країн. У деяких інших державах дозволений до продажу з приміткою: «Викликає рак у лабораторних тварин». Аспартам – застосовується при виробництві більш ніж 5000 найменувань продуктів харчування і напоїв (25 % світового виробництва штучних підсолоджувачів). В американську Асоціацію з контролю за застосуванням ліків і продуктів харчування (FDA) щороку надходять тисячі скарг, у яких споживачі пов'язують захворювання шлунково-кишкового тракту, головні болі і депресії зі щоденним споживанням аспартаму. У всіх європейських державах забороняють підсолоджувати ним харчування, яке призначається дітям молодше чотирьох років. У США, Канаді, країнах ЄС і Японії на етикетках продуктів харчування, що містять аспартам, вимагають повідомляти про негативні наслідки його застосування. Ацесульфам калію – негативно впливає на серцево-судинну систему через вміст метилового ефіру. Аспарагенова кислота, що міститься в E 950, збуджує впливає на нервову систему, і може, з часом, викликати звикання. Ацесульфам калію не рекомендовано вживати молодим мамам, вагітним і дітям. Заборонено для вживання у США, Канаді та Японії.

Слід зауважити, що дані щодо впливу на людський організм окремих харчових добавок та інгредієнтів досить суперечливі – це, на нашу думку, не в останню чергу залежить від того, хто замовляв дослідження.

Особливу тривогу викликає також поява в мережі Internet численних пропозицій сухих сумішей (наприклад, "Промікс-8", "Промікс-4", "Альболак-1") для виготовлення вареного згущеного молока методом прямого змішування без процесу згущування та уварювання, використання яких дозволяє економити молочну сировину. Виникає питання, чи взагалі можна називати отриманий продукт "згущеним молоком"?

Також варто наголосити, що результати тестування якості згущеного молока спеціалістами НДЦ НСЕ "Тест" переконливо свідчать, що з року в рік одні й ті ж виробники фальсифікують продукцію, а контролюючі органи цього не помічають. І взагалі незрозумілою є наявність на етикетках українського знаку відповідності, який належить державі та має свідчити про відповідність продукції вимогам усіх обов'язкових в Україні регламентів та стандартів стосовно продукції певної категорії. Не менше запитань викликає маркування спеціальною позначкою, що свідчить про сертифікацію виробництва відповідно до систем ISO чи HACCP.

Відповідно до статті 14 Закону України "Про молоко та молочні продукти" №1870-IV від 24.06.2004 р. державний контроль та нагляд у сфері виробництва, переробки, реалізації, експорту та імпорту молока, молочної сировини та молочних продуктів здійснюють державні установи ветеринарної медицини, санітарно-епідеміологічної служби, органи виконавчої влади з питань технічного регулювання та споживчої політики. Зокрема, державні установи ветеринарної медицини контролюють питання додержання ветеринарно-санітарних вимог у процесі утримання тварин, виробництва молока, молочної сировини, використання обладнання, тари, транспортних засобів, постійного контролю, нагляду за проведенням моніторингових досліджень за показниками їх безпечності, під час експорту та імпорту молочної продукції. Установи та заклади державної санітарно-епідеміологічної служби контролюють питання додержання санітарних норм і правил у процесі розроблення технічних умов і регламентів на молочні продукти, визначення показників їх безпечності та здійснення періодичного нагляду у процесі виробництва, обігу та імпорту молочних продуктів, а також за використанням обладнання, тари, транспортних засобів. Питання додержання виробником вимог нормативних документів, технічних регламентів, пов'язаних з якістю продукції (крім ветеринарно-санітарних вимог), вимог періодичного державного метрологічного нагляду та вимог законодавства у сфері захисту прав споживачів контролюють органи виконавчої влади з питань технічного регулювання та споживчої політики.

Необхідно звернути увагу на те, що розвинені країни мають окрему державну структуру, що займається вирішенням проблем гарантування безпечності харчових продуктів, діяльність якої спрямована на регулювання галузей харчової й переробної промисловості, а також окрему службу зі статусом національного органу, що проводить інспекційні перевірки в цьому напрямку. Наприклад, у Канаді питаннями регулювання безпечності харчових продуктів, розробленням директив і норм займається Федеральна служба охорони здоров'я Канади (НС), контролем і наглядом за дотриманням вимог стандартів – Канадська інспекція контролю якості харчових продуктів (CFIA). У Франції оцінку ризиків, пов'язаних із харчовими продуктами, здійснює Французьке агентство з безпечності харчових продуктів (AFSSA), а контроль і нагляд – Головне управління з харчових продуктів (DGAL), підпорядковане Міністерству сільського господарства; в США – це Управління харчових продуктів і ліків (FDA) та Служба інспекції безпечності харчових продуктів (FSIS) [2].

Окрім того, безперервний контроль за діяльністю виробників та якістю їх продукції здійснюють незалежні компетентні організації. Прикладами таких організацій в багатьох країнах є товариства споживачів, наприклад ASQC в Америці (товариство з контролю за якістю продукції), JUSE – в Японії тощо. Вони захищають інтереси споживачів, випускаючи для цього спеціальні журнали з громадською думкою, потрапляння в які з негативною інформацією означає крах для виробника [3].

Що стосується України, то незалежними громадськими організаціями, метою діяльності яких є дослідження якості і безпечності товарів і послуг в Україні, є Інститут споживчих експертиз та Науково-дослідний Центр Незалежних Споживчих експертиз "Тест". Нестача фінансових ресурсів вказаних організацій обмежує їх можливості щодо проведення досліджень якості та безпечності товарів та послуг, а також інформування широкого кола споживачів про результати своєї діяльності.

Беручи до уваги викладене вище, можна зробити наступні висновки:

– якість та безпечність продукції молокопереробних підприємств України перебувають на досить низькому рівні;

– поточна ситуація на ринку продукції молокопереробних підприємств є наслідком фактичної відсутності збалансованої системи регулярного контролю за дотриманням нормативів і прийнятих стандартів якості;

– одним з головних чинників низької якості молокопродуктів є відсутність вагомих економічних і кримінальних покарань за порушення виробниками вимог нормативних документів та виробництво неякісної і небезпечної продукції (зупинка і закриття виробництва, знищення всієї партії неякісної продукції, кримінальна відповідальність, відсутні фінансові санкції).

Література

1. Громадське об'єднання з захисту прав споживачів "Науково-дослідницький центр незалежних споживчих експертиз "Тест" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.test.org.ua
2. Алексеева Е. В. Совершенствование организационной структуры системы управления качеством и безопасностью / Е. В. Алексеева // Пищевая промышленность. – 2007. – № 5. – С. 72-73.
3. Гапоненко Т. М. Якість та безпечність молочної продукції як важливі чинники її конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / Т. М. Гапоненко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2009. – Вип. 142, частина 1.– Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnu/2009_142_1/09gtm.pdf

Kozenkov D. Ye,

Ph.D. in Economics, assistant professor, Chairholder of Management,

Kozenkova N.P.,

Senior Lecturer, Chair of Finance,

National Metallurgical Academy of Ukraine,

Dnipropetrovs'k

STABILIZATION OF UKRAINE ECONOMY BY THE REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES OF NATIONAL ENTERPRISES

Restructuring of national economy is main task of Ukrainian development, because of necessity to integrate its economy into the international economic space. The important condition of such restructuring is reengineering of business-processes of the national enterprises of Ukraine. The national enterprises are strategic branch of the national industry which are defining a condition of social and economic development of the state. Therefore studying of business processes and continuous improvement of national productivity is the priority direction of strategic development of the Ukrainian economy.

The concept "reengineering" was entered by M. Hammer and D. Champi in the early nineties. They defined a reengineering as "fundamental reconsideration and a radical redesign of business processes for achievement of significant improvements in such productivity indicators, for modern business, as expenses, quality, level of service and efficiency" [1].

According to the Yu. V. Chibisov, A. L. Eskov the reengineering is a new way of thinking, it is using the latest information technologies for achievement of absolutely new purposes [2, s. 71].

In the works of Rizun N. O. the reengineering of business processes is a fundamental redesign of business processes of the company for achievement of radical improvement in the main actual indicators of their activity: cost, quality, services and rates [3, s. 327].

According to the M. Robson and P. Ullah the reengineering of business processes is creation of absolutely new and more effective business processes that were earlier [4].

According to the author, business process reengineering — it is improvement philosophy which means cardinal modification or restructuring of business processes for change of dynamics in critical current indicators, such as expenses, quality, service and speed.

The fundamental purpose of reengineering of business processes is the flexible and quick reaction on changes of consumers inquiries: corresponding change of strategy, technology, the organization of production and management on the basis of an effective computerization. Thus improvement of the major quantitatively measured indicators is result of reengineering.

There are few types of reengineering of business processes according to the level of effects on organizational structure: evolutionary reengineering is an internal optimization of various business processes without entering of essential

changes into functioning of the organization; revolutionary reengineering – a cardinal redesign of all available system of business processes and reorientation of the organization to a new type of business.

Reengineering of business processes includes step-by-step system of restructuring of processes which allows to define the purposes and tasks of the project, to estimate efficiency of the existing system of business processes, and also to create and introduce advanced model of business processes. The technique of carrying out reengineering of business processes is consist of following stages :

1. The analysis of the existing structure of business processes
2. Analysis of problems and definition of problems of a redesign of business processes
3. Approach to reengineering is defined
4. Creation of graphic models of business processes on the basis of the offered technique
5. Documenting of the making operations of business processes
6. Introduction of new business processes and technologies
7. Assessment of results

According to the presented technique, on the first a stage of reengineering, the analysis of the existing business processes structure and efficiency of its functioning by means of quantitative and qualitative an indicator is provided. At the second stage of business processes restructuring, it is necessary to estimate the results of the analysis of efficiency of business process received at the first stage and on their base to develop the reorganization project of the enterprise, to define the purposes and tasks of the project, to create team for reengineering.

Important stage of reengineering is process of definition of approach to reengineering. At this stage the important strategic problem concerning actions cardinality is solved. They are including: radical change of business structure or improvement of the existing business processes.

The fourth stage of reengineering provides creation of graphic models of future processes structure on the basis of the chosen techniques and according to goals and tasks that are documented at the following stage of restructuring (at the fifth stage).

The sixth stage is a direct introduction of business processes of a new view in activity of the organization with all accompanying technologies and techniques.

On the final stage of reengineering has to be an assessment of productivity of business processes functioning with the criteria set which are defined at the beginning of reengineering, and with taking into account expenses by types of functional activity.

Thus, reengineering of business processes and restructuring of the existing system of business-processes at the national enterprises is a task which needs to be solved in a complex. That is why the successful realization of the reengineering is in simultaneous decisions not only at the enterprise, but also at the government level by the fixing a state policy of development of national enterprises.

Literature

1. M. Hammer, D. Champi: Reengineering of corporation. The manifesto of revolution in the business / Lane with English. Publishing house: Mann, Ivanov and Ferber, 2007,- p. 288.
2. ChibisovU.V. Reengineering – a basis of protsessu-oriyentirovaniy approach // Industrial economy: Scientific and practical magazine. – 2005. – №2. – pp. 70-73.
3. Rizun N. O. Reengineering is a revolutionary method of designing of business// Social and economic problems of regional development. Dnepropetrovsk, 2007. – pp. 327-329.
4. Robson M., Ullakh F. Practical guidance of reengineering the business processes / Translation from English N. D. Eriashvili. - Moscow: Audit: Unity, 1997. – p. 224.
5. Kozenkov D.E., T.V. Karpenko, Wieslaw Waszkielewicz, Honorata Howaniec. Stages of business process creation of the organization // The contemporary problems of management – value-based marketing, social responsibility and other factors in process of development – micro, meso and macro aspect. - University of Bielsko-biala, 2014, pp. 7-21.

УДК 656.078.89

Козіна К.Г.,

аспірант кафедри економіки підприємств міського господарства,
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

ДІЯЛЬНІСТЬ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ МІЖНАРОДНИХ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Конкурентоспроможний транспортний комплекс є складовою розвитку національної економіки кожної країни та основою її інтеграції у світове господарство. Частка транспорту в ВВП України складає не менше 13%. Протягом 2011–2013 років транспортний комплекс України характеризувався стійким ростом. В структурі перевезення вантажів значну частку займає автомобільний транспорт (7%) [4].

Вивченням питання функціонування автотранспортних підприємств на ринку міжнародних вантажних перевезень та їх конкурентоспроможності займалися вітчизняні та зарубіжні вчені [1–3] Т. А. Дяченко, Н. А. Сафонова, О. І. Чорноус та інші. Грунтуючись на дослідженнях даних авторів, і статистичній інформації Державного комітету статистики України, проаналізуємо сучасний стан та перспективи підвищення рівня конкурентоспроможності автотранспортних підприємств на ринку міжнародних вантажних перевезень.

Діяльність автотранспортних підприємств на ринку міжнародних вантажних перевезень характеризується експортом, імпортом і транзитом вантажів (табл. 1).

Динаміка ринку міжнародних вантажних перевезень

Показники	2011 р.		2012 р.		2013 р.	
	млн.т	%	млн.т	%	млн.т	%
Всього	402,55	100	378,06	100	371,80	100
у т.ч. автомобільним транспортом	22,10	5,49	24,92	6,59	26,03	7,00
з них, експорт	7,45	4,79	8,41	4,92	8,89	5,07
імпорт	9,64	10,07	11,66	14,17	11,56	15,18
транзит	5,01	3,31	4,85	3,88	5,58	4,65

Щорічно більше 1 млн. одиниць вантажного автомобільного транспорту перетинає кордон України. Найбільша щільність експортних та імпортних вантажних перевезень спостерігається на польській, російській та молдавській ділянках державного кордону, транзитних – з російської та білоруської ділянок в Європу.

В товарній структурі [4] експортних автомобільних вантажних перевезень переважають деревина і вироби з деревини (24,32%), готові харчові продукти (14,41 %), імпортних – полімерні матеріали, пластмаси та каучук (12,53%), продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (10,11 %), транзитних – продукти рослинного походження (23,75%), механічне обладнання, машини та механізми (9,89 %) тощо.

На ринку вантажних перевезень автомобільний транспорт є найбільш дорогим видом транспорту, порівняно з залізничним та іншими. Однак вартість експортних вантажних перевезень автотранспортних підприємств України [4] є достатньо конкурентоспроможною порівняно з вартістю перевезень вантажів із країни-контрагента (табл. 2). Вантажний автотранспорт володіє високою маневреністю та швидкістю, а також можливістю доставляти вантажі безпосередньо до споживача. Це є безсумнівною конкурентною перевагою автомобільного транспорту на ринку міжнародних вантажних перевезень.

Таблиця 2

Динаміка цін на міжнародні вантажні перевезення автомобільним транспортом вантажопідйомністю 20 т

Контрагент	2011 р.		2012 р.		2013 р.	
	в Україну, грн/км	з України, грн/км	в Україну, грн/км	з України, грн/км	в Україну, грн/км	з України, грн/км
Італія	16,00	11,40	17,50	12,50	18,00	13,00
Молдова	17,50	16,70	19,00	18,30	20,00	19,00
Німеччина	13,00	10,50	14,20	11,50	16,00	12,00
Польща	14,10	9,60	15,40	10,50	16,00	11,00
Російська Федерація	13,50	14,00	15,00	15,40	15,00	16,00
Румунія	15,50	16,70	17,00	18,30	18,00	19,00

Органами державного управління різних рівнів розроблюються або вдосконалюються нормативно-правові акти, що сприятимуть розвитку та росту ринку міжнародних автомобільних вантажних перевезень [5]. Ці проекти спрямовані на:

1. Впровадження системи стягнення сплати за проїзд вантажних автомобілів для компенсації шкоди, завданої автомобільним дорогам.

2. Розмежування повноважень центральних і місцевих органів влади в частині управління автомобільними дорогами, зокрема шляхом передачі доріг місцевого значення до сфери управління обласних державних адміністрацій, у спільну власність територіальних громад тощо.

3. Посилення контролю за станом доріг та врегулювання правовідносин при перевезенні вантажів.

4. Врегулювання питання допуску до ринку автомобільних перевізників (сертифікація перевізників).

Ці заходи є перспективними не лише для підвищення рівня конкурентоспроможності автотранспортних підприємств на ринку міжнародних вантажних перевезень, а також сприятимуть Європейській інтеграції України у світове господарство.

Література

1. Дяченко Т. О. Визначення конкурентоспроможності автотранспортних підприємств та стратегії її підвищення [Текст]: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.07.04 / Дяченко Тетяна Олексіївна; Національний авіаційному університеті Міністерства освіти і науки України. – К., 2002. – 22 с.

2. Сафонова Н. А. Организационно-экономические методы повышения конкурентоспособности автотранспортного предприятия [Текст]: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.00.05 / Сафонова Наталья Александровна; Санкт-Петербургский государственный университет водных коммуникаций. – СПб., 2000. – 18 с.

3. Черноус О. І. Забезпечення стійкого функціонування автотранспортної системи регіону [Текст]: автореф. дис.... канд. екон. наук: 08.00.05 / Черноус Оксана Ігорівна; Інститут економіко-правових досліджень Національної академії наук України. – Донецьк, 2009. – 25 с.

4. Експорт, імпорт і транзит вантажів в Україні: стат. бюл. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>

5. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mtu.gov.ua/>

Колесник М.В.,

к.е.н, доцент кафедри маркетингу та ресурсозабезпечення,

Нестерчук А.В.,

студентка кафедри маркетингу та ресурсозабезпечення,

Національний авіаційний університет, м. Київ

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Як відомо класична теорія менеджменту пропонує оцінювати та створювати управління підприємством шляхом аналізу функцій управління (універсальних та конкретних). Крім цього, загальнозживаним для оцінки здатності організації досягати запланованих цілей застосовують поняття потенціалу, в цьому випадку найчастіше оперують поняттями потенціалу досліджуваної організації, окремих видів її діяльності або засовують види потенціалів із теоретичних моделей.

Дотримуючись завдань аналізу господарської діяльності (фінансова, маркетингова, логістична тощо) підприємства, аналітичний підхід можна сформулювати, на нашу думку, концентруючись, наприклад, на оцінці стану універсальних складових об'єкту дослідження:

- аналітико-планувальна компонента;
- організаційна компонента;
- технологічна компонента;
- інструментальна компонента;
- компонента, що утворює зміни та адаптацію;
- контролююча компонента.

Аналізуючи поточний стан розуміння управління маркетингом уточнимо, що існує відмінність, на нашу думку, між термінами «маркетингове управління» («маркетинг-менеджмент») та «управління маркетингом». Завданням першого є згуртованість усього підприємства на досягнення в товарі конкурентних переваг на ринку, а друге відповідає за якість маркетингу на підприємстві. Таке «розбиття» поняття управління корисне для цілей аналізу, оскільки в практичній діяльності сучасного підприємства зазначені напрямки діяльності майже нерозривні.

Спираючись на запропонований нами аналітичний підхід, управління маркетингом доцільно здійснювати за такими етапами:

1) *оцінка рівня спрямованості філософії підприємства на споживачів* (чи визнає компанія важливість орієнтації своєї діяльності на задоволення визначених ринків? чи розробляє керівництво різні пропозиції і маркетингові плани для різних ринкових сегментів? чи має керівництво повне системне представлення про маркетинг (постачальники, канали, конкуренти, споживачі, навколишнє середовище) при плануванні бізнесу?);

2) *аналіз наявності стратегічної орієнтації* (якою мірою використовується формальне планування маркетингу? наскільки продуманою є поточна маркетингова стратегія? якою мірою використовується ситуаційне мислення і планування?)

3) *оцінка сформульованої місії підприємства;*

4) *оцінка стану управлінських функцій в маркетинговій діяльності;*

5) *аналіз маркетингового потенціалу ресурсів;*

6) *аналіз маркетингового потенціалу зусиль;*

7) *аналіз розвитку комплексності* (стан повноти маркетинг-міксу) та інтернаціоналізації розвитку маркетингової діяльності;

8) *оцінка інтегрованості організації маркетингу* (чи має місце інтеграція маркетингу і контроль головних функцій маркетингу на верхньому рівні керівництва? чи взаємодіє управління маркетингом з управлінням дослідженнями, виробництвом, постачанням, рухом товарів і фінансами? наскільки добре організована система створення нових продуктів?);

9) *аналіз інтегруючих впливів маркетингу на організацію;*

10) *аналіз управління поточною маркетинговою діяльністю* (наскільки добре маркетингове мислення керівників вищого рівня передається і реалізується на нижніх рівнях керування? чи ефективно керівництво керує маркетинговими ресурсами? чи демонструє керівництво швидку й ефективну реакцію на ринкову ситуацію?);

11) *оцінка якості маркетингової інформації* (коли було проведено останнє маркетингове дослідження споживачів, факторів, що впливають на вибір покупок, каналів і конкурентів? наскільки гарне керівництво знає можливості збуту і прибутковості різних ринкових сегментів, споживачів, територій, продуктів, каналів? які зусилля додаються для виміру за критерієм вартість – ефективність різних маркетингових витрат?);

12) *SWOT-аналіз* (підготовка управлінської інформації для маркетинг-менеджменту).

Встановлення якості сформульованої місії підприємства можна проводити за наступними критеріями:

- сприяння швидкому сприятливого клімату на підприємстві;
- вдалість виділення основного напрямку діяльності фірми;
- наявність відбиття потреби цільових споживачів підприємства;
- присутність відмінних ознак, що дозволяють виділяти підприємство серед інших підприємств даної галузі;

- реалізація допоміжної функція місії щодо об'єднання співробітників на ефективну роботу в інтересах фірми;
- реалізація допоміжної функція місії щодо організації цільового управління;
- наявність визначеності суспільної корисності фірми.

Для оцінки управління маркетинговою діяльністю підприємства проводиться дослідження, наприклад, якість стану виконання таких функцій управління:

- планування і організація маркетингових досліджень;
- аналіз окремих існуючих та інноваційних маркетингових проектів;
- проектування та створення нових продуктів;
- загальне планування і бюджетування маркетингу;
- планування маркетингових комунікацій та оцінка їх ефективності;
- брендинг;
- мерчандайзинг.

Маркетингові ресурси підприємства являють собою частину ресурсів підприємства, які спрямовані на забезпечення його ефективної маркетингової діяльності. Профіль маркетингового потенціалу ресурсів включає наступні складові:

- потенціал маркетингового персоналу (компетентність, мотивація, ефективність використання тощо);
- потенціал матеріальних ресурсів маркетингу (оптова торгівля, складське господарство тощо);
- потенціал інформаційних ресурсів маркетингу (бази даних і програми);
- потенціал інноваційних ресурсів;
- потенціал часових ресурсів маркетингу.

Для розроблення профілю маркетингового потенціалу зусиль підприємству доцільно застосовувати наступні критерії:

- вдале/невдале використання маркетингового потенціалу;
- наявність/відсутність намагання приросту маркетингового потенціалу;
- активна/пасивна направленість використання маркетингового потенціалу власними силами;
- залучення до формування маркетингового потенціалу інноваційної діяльності або шляхом трансферу технологій;
- залучення інноваційної діяльності до використання маркетингового потенціалу.

Також показники маркетингового потенціалу або маркетингового потенціалу зусиль підприємства та ключових конкурентів додатково можна поповнювати такими складовими:

- потенціал маркетингової інформаційної системи;
- потенціал управління маркетинговими дослідженнями;
- потенціал маркетингового інструментарію;
- товарний потенціал;
- ціновий потенціал;
- збутовий потенціал;
- комунікаційний потенціал;
- потенціал контролю маркетингу;
- потенціал управління ризиками.

Щоб оцінити комплексність розвитку служби маркетингу, беручи до уваги національну та міжнародну діяльність, яку здійснює підприємство проводиться аналіз основних критеріїв дії складових маркетинг-міксу:

- якість продукту;
- престиж бренду;
- упаковка;
- ціновий рівень;
- система знижок;
- форми збуту;
- система транспортування;
- стратегічна реклама;
- системність у нагадуваннях про вироби в ЗМІ.

Відповідно до концепції управлінської школи «дизайну» на останньому етапі розглядається співвідношення стану підприємства відносно до зовнішнього середовища. Так, завдяки дотриманню послідовності обробки інформації за методом матриці SWOT-аналізу виявляються всі потенційні «перетини» складових зовнішнього середовища (можливості та погрози) та внутрішнього середовища (сильні та слабкі сторони підприємства). Отримані окремі висновки в результаті такого алгоритму дій формують базову множину пропозицій для розроблення стратегічного набору дій підприємства.

ІННОВАЦІЙНИЙ КЛІМАТ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах поступової інтеграції до Європейського співтовариства для забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств продукція, що пропонується на світовому та європейському ринку, повинна мати високий рівень інноваційності для забезпечення потрібної якості, споживчих властивостей, низької вартості товару. Для цього підприємства мають реалізовувати інноваційний тип розвитку підприємства, що ґрунтується на досягненнях науки, техніки, економіки, підприємництва і управління з метою забезпечення новій продукції комерційний успіх. Не зважаючи на наявність в Україні чинників, що на даний час не дозволяють повною мірою вести інноваційну діяльність, зокрема, складні політичні та економічні умови в країні, пов'язані з проведенням антитерористичної операції на сході України, зниження обсягів фінансування науки, відміна багатьох пільг для інноваційних підприємств, дослідження сутності та структури інноваційного клімату є важливим завданням інноватики.

Обов'язковою умовою ефективної інноваційної діяльності є наявність сприятливого інноваційного клімату у країні, що має стимулювати та підтримувати інноваційні підприємства, надавати різноманітні пільги та використовувати інші інструменти державного впливу на інноваційно-інвестиційний процес.

Проведений аналіз наукових праць з питань інноваційного розвитку дозволив зробити висновок, що на теперішній час дослідженню інноваційного клімату приділяється замало уваги. Звичайно дослідники вивчають інвестиційний клімат як «сукупність умов, що сприяють здійсненню інноваційної діяльності» [3, с. 27].

До цих умов відносять:

- наявність державної науково-технічної та інноваційної політики, яка визначає пріоритети науково-технічного розвитку країни, регіонів, великих господарюючих суб'єктів;
- розвинена система нормативно-правового регулювання інноваційної діяльності, що відкриває можливості для ініціатив в області інновацій;
- стійке функціонування механізмів прямого державного фінансування та інших видів підтримки інноваційної діяльності;
- наявність розвинутої інноваційної інфраструктури, що забезпечує всебічну підтримку інноваційної діяльності;
- кадрове забезпечення інноваційної діяльності, включаючи підготовку кадрів вищою школою і спеціальними навчальними центрами для науково - технічної сфери.

Поняття «інноваційний клімат» розглядається як зовнішнє середовище, яке формує їх ставлення до інновацій. Так, багато російських вчених інноваційний клімат визначають як сформовану відповідним чином обстановку, яка дозволяє людині почувати себе вільною, готовою до творчої роботи. Однак дане визначення розглядає інноваційний клімат тільки з боку внутрішнього середовища підприємства, створення умов для творчої активності всередині підприємства.

У [2, с.72] інноваційний клімат розглядається як «сукупність економічних, правових, регуляторних, інформаційних та інших факторів, які визначають схильність регіону до інновацій та можливість залучення фінансових ресурсів для їх ефективного впровадження». Це визначення навпаки, розглядає інноваційний клімат як вплив тільки зовнішнього середовища, стану галузі на інноваційну активність підприємства.

На нашу думку більш правильним є підхід, при якому інноваційний клімат розглядається як стан зовнішнього середовища підприємства, що сприяє або перешкоджає досягненню інноваційних цілей, у структурі якого виділяють макроклімат та мікроклімат.

Проведене дослідження показало, що теоретичні дослідження сутності поняття «інноваційний клімат» як правило обмежується дослідженням самого терміну, але дуже мало уваги приділяється оцінці інноваційного клімату підприємства, його характеру та ступеню впливу на підприємство, тому цю проблему у майбутньому слід вирішити детальніше.

Підводячи підсумки, можна сказати, що заходи з реалізації інноваційної моделі економічного розвитку та створення позитивного інноваційного клімату для підприємств є необхідною умовою для створення реальних конкурентних переваг на європейському ринку. Тому держава повинна взяти на себе відповідальність за розвиток інноваційної сфери країни, створення сприятливих умов для розвитку інноваційної діяльності, тобто створення позитивного інноваційного клімату, що стимулюватиме інноваційний розвиток вітчизняних підприємств, використовуючі успішний досвід інших країн, у розробці та реалізації заходів, що дозволить поліпшити інноваційний клімат в Україні.

Література

1. Видяев И.Г. Инновационный климат как инструмент стимулирования инновационного развития региона / И.Видяев // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2014. – № 8 (149). – С. 152-157.
2. Жихор О.Б., Куценко Т.М. Формування сприятливого інноваційного клімату в регіоні / О.Б.Жихор, Т.М.Куценко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 2(14). – С. 71-74.
3. Толковый словарь «Инновационная деятельность». Термины инновационного менеджмента и смежных областей (от А до Я). 2-е изд., доп. – Новосибирск: Сибирское научное издательство. – 2008. – 256 с.

РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах господарювання кожне підприємство робить основний акцент на вирішення питань стабільності функціонування та максимізації прибутку. Сільськогосподарські підприємства зосереджують свою увагу й на те, що стосується раціонального формування й ефективного використання ресурсного потенціалу. Це забезпечить, в подальшому, конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції та реалізацію конкурентних переваг суб'єктів господарювання. Дані питання належать до актуальних проблем сьогодення, адже країна та її аграрний сектор знаходяться у кризовій ситуації. Для того, щоб підприємство ефективно здійснювало свою діяльність, воно повинно бути забезпечене необхідними ресурси.

Дана проблематика є актуальною і її дослідженням займалися досить багато науковців, зокрема: І. Ф. Баланюк, Л. М. Березіна, І. І. Вініченко, М. Ф. Кропивко, М. А. Однорог, Г. М. Підлісецький, П. Т. Саблук, В. В. Юрчишин, В. М. Якубів та інші.

Сьогодні для багатьох сільськогосподарських підприємств типовим проявом економічної кризи стала нестача оборотних коштів. Оскільки, саме їх оптимальність забезпечує підприємству достатній рівень платоспроможності та стабільність формування ресурсного потенціалу. Для забезпечення високої результативності функціонування сільськогосподарських підприємств потрібно забезпечити ефективне формування і використання їх ресурсного потенціалу і, в тому числі, шляхом модернізації виробничого процесу.

Однією з важливих проблем при формуванні і використанні ресурсного потенціалу агроформувань є те, що у сільському господарстві існує великий сезонний розрив між отриманням доходів та вкладенням оборотного капіталу. Аграрні підприємства для покриття сезонних витрат повинні мати значні суми коштів. Протягом тривалого періоду економічно невиправдано тримати спеціально на такі цілі власні кошти. Значно ефективніше формувати мінімальні виробничі запаси і грошові кошти в розрахунках із власних джерел, а також за рахунок кредитів, тобто за рахунок позикових коштів [1].

Ми погоджуємося із думкою І. І. Вініченка [1], що сільське господарство є менш інвестиційно привабливою галуззю народного господарства, порівняно із рядом інших галузей. Характеризується це поступовим нарощенням вкладень від початку процесу виробництва до його завершення, а також тривалим періодом виробництва продукції, який може тривати більше одного року.

Забезпечення рентабельного сільськогосподарського виробництва та підвищення рівня продовольчої безпеки країни залежать, здебільшого, від наявності, ефективності використання і відтворення ресурсного потенціалу аграрних підприємств.

Концепція забезпечення ресурсним потенціалом підприємства нині набула широкого розвитку. Ресурсний потенціал підприємств характеризується величиною ресурсів залучених, і підготовлених до використання у виробництві, можливостями кадрів використовувати матеріальні ресурси та реальними можливостями підприємства в тій чи іншій сфері діяльності.

Найголовнішою з особливостей функціонування сучасних сільськогосподарських формувань є недосконалість їх ресурсного потенціалу, що зумовлена складним фінансовим становищем та втратами ресурсів під час здійснення господарської діяльності. Для забезпечення ефективного використання ресурсного потенціалу потрібно звертати увагу на сукупність чинників, які впливають на його ефективність. На думку Г. М. Підлісецького, основними чинниками, що впливають на стан та підвищення ефективності ресурсно-технічного забезпечення виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств виступають: організаційно-управлінські, фінансово-інвестиційні, соціально-економічні, цінові та екологічні [2].

Зважаючи на вищевикладене, відзначимо, що у виробництві сільськогосподарської продукції важливою є робота всіх ланок трудового колективу і наявність матеріальних, нематеріальних й фінансових ресурсів. Адже, чим ефективніше будуть використовуватись наведені вище ресурси, тим менші будуть понесені витрати. Це вплине на кількість та якість виготовленої продукції. Слід, також, не забувати й про те, що на кількість та якість, неабияк, впливає і розвиток науково-технічного прогресу, що в свою чергу, дає можливість при мінімальних витратах на ту чи іншу продукцію, зробити її більш рентабельною.

Література

1. Вініченко І.І. Розвиток інвестиційної діяльності аграрних підприємств регіону / І.І. Вініченко // Вісн. Житомир. нац. агрокол. ун-ту. Житомир, 2010. – №11. – С. 91-100.
2. Підлісецький Г. М. Підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу аграрного сектору / Г. М. Підлісецький, М. І. Толкач // Економіка АПК. – К.: НАН, 2008. – № 5. – С. 65-66.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ У ВИРОБНИЦТВО М'ЯСА ПТИЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Зниження світових цін на зерно та насіння олійних культур протягом 2012 – 2014 рр. стало основним чинником зниження величини чистого прибутку одержаного сільськогосподарськими підприємствами від реалізації продукції рослинництва з 17,3 млрд грн у 2011 р. до 8,98 млрд грн у 2013 р. При цьому рівень рентабельності виробництва цієї продукції знизився від 32,3 % до 11,1% [1, с. 53]. Зниження ефективності виробництва продукції рослинництва негативно позначилося на фінансовому стані сільськогосподарських підприємств, а також ослабило інвестиційний інтерес до аграрного сектору в цілому.

Альтернативою експорту зерна є його використання на корм для виробництва м'яса птиці. Рівень цін на м'ясо птиці, що зберігався в Україні протягом 2005 – 2013 рр. став стимулом до нарощування поголів'я. На 1 січня 2014 року в сільськогосподарських підприємствах утримувалося 132,07 млн. голів птиці, що в 1,98 рази більше у порівнянні із аналогічним періодом 2006 року [1, с. 119]. Збільшення поголів'я птиці у 2013 р. порівняно з 2005 р. та підвищення її продуктивності дозволило збільшити виробництво м'яса (у забійній масі) за цей період у понад 3 рази. Основна частка у виробництві м'яса птиці припадає на бройлерів. Розвиток бройлерного птахівництва в Україні стало можливим завдяки одержанню високопродуктивної птиці, сучасних технологій утримання, концентрації і спеціалізації в галузі (табл. 1).

Таблиця 1

Економічна ефективність виробництва м'яса птиці в сільськогосподарських підприємствах України залежно від наявності поголів'я, 2013 р.

Показник	Групи підприємств за поголів'ям птиці				Разом
	до 500 тис.	0,5-2,9 млн	3,0-9,0 млн	понад 9 млн	
Кількість підприємств	315	32	8	3	358
Поголів'я птиці, тис. гол.	17534,8	39504,8	35316,1	34365	126720,6
Поголів'я птиці на одне підприємство, гол.	55666	1234526	4414516	11454964	353968
Виробництво продукції вирощування, тис. т	126,4	240,1	313,8	455,0	1135,3
Реалізовано продукції вирощування (за виключенням продукції власних переробних потужностей), тис. т*	65,5	29,6	5,3	5,1	105,5
Річна продукція вирощування на 1 гол., кг	7,2	6,1	8,9	13,2	9,0
Виробнича собівартість 1 т продукції вирощування, грн	11143,0	10485,8	7173,6	7009,4	8250,2
Повна собівартість 1 т продукції вирощування, грн*	11445,4	10091,1	6722,0	27875,4	11628,8
Ціна реалізації 1 т продукції вирощування, грн*	10748,0	10429,4	7967,2	11638,1	10562,0
Прибуток на 1 т продукції вирощування, грн*	-697,5	338,2	1245,2	-16237,4	-1066,8
Прибуток, всього млн. грн*	-45,7	10,0	6,6	-83,5	-112,6
Рівень рентабельності, %*	-6,1	3,4	18,5	-58,2	-9,2

Джерело: розраховано автором на основі даних статистичної форми 50-сг.

* Показники підприємств, які не мають власних переробних потужностей.

Дані таблиці 1 свідчать, що із збільшенням розмірів птахокомплексів збільшується продуктивність птиці, знижується собівартість продукції її вирощування. Майже 90 % м'яса птиці вирощується у сільськогосподарських підприємствах, які входять до вертикально-інтегрованих структур, які мають власні потужності для забою та переробки птиці. У таких підприємствах виробництво м'яса птиці є прибутковим і рівень рентабельності складає від 15 до 45 %. В Україні діють такі високотехнологічні, вертикально інтегровані, потужні птахівничі підприємства з виробництва м'яса птиці як ПАТ "Миронівський хлібопродукт", ТОВ "Комплекс Агротарс" [2, 3]. Інтеграційна діяльність у цих підприємствах збільшує їх можливості як щодо забезпечення виробництва якісної продукції так і підвищення її економічної ефективності. Підприємства, які не мають власних потужностей із забою та переробки птиці мають значно нижчі економічні показники.

Беручи до уваги дані ефективності виробництва м'яса птиці за 2013 р. по досліджених групах підприємств, було розраховано, що недисконтований період окупності інвестицій у діяльність птахівничих підприємств із поголів'ям 1,5 млн голів птиці становить близько 18,6 роки, із поголів'ям 4,5 млн голів – 8,3 роки та із поголів'ям 11,0 млн голів птиці – 3,6 роки [4, с. 279].

Таким чином, ефективність виробництва м'яса птиці та інвестиційна привабливість великих птахівничих підприємств є вищою порівняно з малими та середніми підприємствами. Основною причиною цього є запровадження інноваційних технологій вирощування птиці у великих птахівничих підприємствах завдяки кращому доступу до фінансових та матеріальних ресурсів порівняно з малими та середніми господарства. Підвищення ефективності виробництва м'яса птиці та інвестиційної привабливості малих і середніх сільськогосподарських підприємств можна досягти завдяки застосуванню нових технологій, контролю якості та продажу кінцевого продукту на основі об'єднання цих підприємств у кооперативи чи інші суб'єкти господарювання.

Література

1. Сільське господарство України за 2013 р. : стат. збірник // Державна служба статистики України : за ред. Н. С. Власенко. – К., 2014. – 400 с.
2. ПАТ “Миронівський хлібопродукт” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mhp.com.ua>
3. ТОВ “Комплекс Агромарс” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.agromars.com.ua>
4. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : підручник / Т.В. Майорова. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.

Коробка С.В.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Львівський національний університет ветеринарної
медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького*

МІСЦЕ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Сільські території є важливою соціально-економічною й екологічною підсистемою економіки країни, де зосереджені значні людські, природні і виробничі ресурси та галузі, тому саме сприяння їх розвитку значною мірою покращить стан економіки та зміцнить продовольчу безпеку.

За сьогоденних умов більшість сільських територій характеризуються низьким соціально-економічним розвитком, обмеженим діапазоном вибору форм використання трудового потенціалу та видів трудової діяльності, а переважним видом праці людей є сільськогосподарська праця. У зв'язку із сезонністю сільськогосподарського виробництва на сільських територіях спостерігається високий рівень безробіття, постійно збільшується кількість селян, які мігрують до міста, погіршується виробнича і соціальна інфраструктура.

У своїй сукупності всі ці фактори призвели до нестачі ресурсів пов'язаних із збереженням та відтворенням виробничого потенціалу сільських територій, а також до зменшення самих сіл. Варто відмітити, що Україна – сільськогосподарська держава, сільські території складають 90% від усієї площі, де проживає третина населення.

Трансформаційні процеси, які відбуваються на сільських територіях (аграрна та земельна реформа), нові тенденції у аграрному виробництві (інтенсифікація, комерціалізація) і в соціальній сфері (звільнення працівників, занепад соціальної інфраструктури) призвели до зосередженні уваги на задоволенні потреб та реалізації інтересів усього сільського населення.

Одним із пріоритетних напрямів розвитку сільських територій нашої держави є розвиток малого підприємництва, шляхом стимулювання та мотивації, це дасть можливість збільшити ресурсний потенціал, а також сформувані і зміцнити матеріальне становище місцевого населення.

Проте, обсяг розвитку малого підприємництва на сільських територіях недостатній для забезпечення повної зайнятості місцевого населення, ефективної збалансованості різних форм господарювання, достатньої доходності багатьох суб'єктів підприємництва. Тобто, можна говорити про відсутність відповідної системи організаційних і економічних заходів, які б уможливили ефективне функціонування сільських територій.

Згідно стратегічного напряму розвитку сільського господарства України на період до 2020 року передбачається збільшення кількості суб'єктів малого підприємництва в розрахунку на 10 тис. сільського населення; кількості зайнятих у підприємницьких структурах різних галузей, що функціонують на селі – у 1,5 рази; частки доходів сільських домогосподарств від підприємницької діяльності та само зайнятості – до 15% [3].

Слід відмітити що в науковій літературі часто акцентується увага на перевагах великого виробництва над малим. Проте для сільської місцевості цей закон не завжди може бути використаним. В основному це пов'язано із особливістю галузі, а саме складністю виробництва і великою залежністю від об'єктивних факторів (природних, економічних, технічних історичних та інших). Мале підприємництво у порівнянні з іншими має менші внутрішньогосподарські витрати; простіший процес управління виробництвом, що в свою чергу збільшує контроль за самим процесом виробництва; невеликий розмір земельних ресурсів; є чимало видів виробництва, які можуть бути рентабельними в межах малого підприємництва (бджільництво, садівництво, виноградарство) [1].

Рентабельнішим і на далі залишається невиробнича сфера і сфера послуг, тобто ті сфери, де можна отримати швидкий, а головне легкий дохід.

Сільське господарство не відноситься до привабливих сфер для інвестування.

Малого підприємництва на сільських територіях має перш за все економічне значення. Оскільки, є основним інструментом соціальної політики та забезпечення робочими місцями населення. Як свідчать статистичні дані нарощування обсягів виробництва сільськогосподарської продукції супроводжується суттєвим зменшенням кількості найманих працівників. Сільськогосподарські підприємства, виробляючи 50,7% валової продукції, забезпечують роботою лише 21% зайнятих у галузі. Так, у 2012 році сільськогосподарськими підприємствами (усіх

форм власності) було вироблено валової продукції на суму 113082,3 млн. грн., а кількість найманих працівників становила 700,9 тис. осіб [2]. Зменшення зайнятих у великотоварному виробництві призвело до вивільнення трудових ресурсів. Малі підприємства можуть залучити дані ресурси і стати засобом для виживання й основною формою залучення праці вивільнених працівників, а також зменшення безробіття.

Зменшуються доходи сільськогосподарських працівників. Так, середньомісячна заробітна плата у сільському господарстві у 2012 році становить 68,6% від зарплати в економіці [2].

21,4 % сільськогосподарських підприємств і фермерських господарств є збитковими, а низька рентабельність виробництва більшості видів сільськогосподарської продукції недостатня для забезпечення розширеного відтворення.

Це призводить до того, що відбувається пошук нових форм господарювання. Такою формою можуть стати малі підприємства поступово займають своє місце в системі багатокладної аграрної економіки. Малі підприємства вирішують проблеми продуктового забезпечення населення сільських територій і тим самим сприяють забезпеченню продовольчої безпеки в цілому. Поряд з основним видом діяльності малі підприємства диверсифікуються у несільськогосподарські види діяльності – переробка сільськогосподарської продукції, заготівля сировини, ремонт сільськогосподарської продукції, а також надання різноманітних видів послуг.

В діяльності малих підприємств на сільських територіях є ряд проблем до яких можна віднести: низький рівень дієвості та ефективності регіональних і місцевих стратегій та програм підтримки; несприятливість економіко-правового середовища комерційної господарської діяльності на сільських територіях (обмеженість попиту, ресурсів, інвестицій, занедбаність інфраструктури, недостатність соціально-побутових умов) та несформованість дієвих економічних стимулів до формування і розвитку інвестиційної діяльності малих підприємств на сільських територіях; відсутність ефективних інституцій та механізмів фінансово-кредитного, інвестиційного та інформаційного забезпечення становлення та розвитку кооперативних відносин між суб'єктами малого підприємництва на сільських територіях; недостатня участь місцевих адміністрацій та органів місцевого самоврядування у формуванні сприятливого економіко-правового середовища комерційної господарської діяльності на сільських територіях; погіршення людського капіталу, брак навичок, необхідних для започаткування і здійснення підприємницької діяльності, низький рівень престижності праці на селі, обмеженість доходів сільського населення, високий рівень безробіття.

Вважаємо, що подальша активізація малого підприємництва на сільських територіях повинна виходити з його соціально-економічного потенціалу, це сприятиме стійкому розвитку агропромислового виробництва, росту обсягів товарного виробництва, підвищенню зайнятості та покращенню фінансового стану населення, вирішення соціальних проблем.

Рішення всіх перерахованих у статті проблем неможливе без державної підтримки малого підприємництва на сільських територіях, яка повинна включати такі складові: формування правової бази функціонування підприємницького сектора та вироблення важелів адміністративного регулювання діяльності підприємницьких структур з урахуванням специфіки їхнього розвитку в окремих галузях і сферах національної економіки; регулювання інституційних змін в економіці, які виступають факторами формування підприємницького середовища; формування системи підтримки та стимулювання підприємницької діяльності; залучення суб'єктів підприємницької діяльності до виконання науково-технічних та соціально-економічних програм, здійснення поставок продукції (робіт, послуг) для задоволення державних та регіональних потреб[4].

Отже, що очевиднішим стає те, що мале підприємництво займатиме важливе місце в розвитку сільських територій. Воно не тільки сприятиме появі нових робочих місць, але й розширить поле ділової активності, залучаючи до трудової діяльності тих громадян, які не мають високої конкурентоздатності на ринку праці. Все це допоможе у вирішенні соціальні проблеми населення сільської місцевості.

Реалізація запропонованих заходів з розвитку малого підприємництва на сільських територіях і їх державна підтримка будуть сприяти досягненню стратегічних цілей: підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції на основі інвестиційної спрямованості й модернізації галузі; стійкому розвитку сільських територій, підвищенню зайнятості і рівня життя сільського населення. Мале підприємництво на сільських територіях у ході подальшого формування сприятливих умов для його розвитку все більше буде впливати на економічне зростання, стимулювати структурну перебудову економіки держави.

Література

1. Економіка сільського господарства / [П.П. Руснак, В.В. Жебка, М.М. Рудий, А.А. Чалий] ; за ред. П.П. Руснак. – К. : Урожай, 1998. – 320 с.
2. Сільське господарство України за 2012 рік: статистичний збірник / За ред. Н.С. Власенко. – К. : Державна служба статистики України, 2013. – 403 с.
3. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України у період до 2020 року / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Масель-Веселяка. – К. : ННЦ "ІАЕ", 2012. – 182 с.
4. Рикун О.М. Кооперативний розвиток малого підприємництва в аграрному виробництві / О.М. Рикун // АгроСвіт. – 2009. – № 1. – С. 31-34.

Король В.С.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу,

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИДАВНИЧОЮ СПРАВОЮ НА МАКРО ТА МІКРОРІВНЯХ

Юридично-організаційні проблеми діяльності видавництва та книготорговельних підприємств розглядаються в працях українських дослідників О. А. Афанасьєвої, О. В. Афоніна, В. В. Капранова, Д. В. Капранова, Ж. М. Ковби, Т. І. Микитин, М. І. Сенченка, М. І. Тимошика та зарубіжних вчених Б. С. Єсенькіна, Б. А. Кузнецова, Б. В. Ленського, А. Е. Мільчина, А. А. Столярова, К. М. Сухорукова, Г. Схюта, П. Форсайта та ін.

Проте місце, роль та особливості видавничої діяльності в умовах конкурентного ринку ще не достатньо досліджено та проаналізовано, що й обумовлює актуальність дослідження за даною тематикою.

Аналіз ситуації в сучасній видавничій сфері відображає надмірну її залежність від зовнішніх чинників, більшості з яких є нестійкими та нездатними до прогнозованості. Найвірогіднішою є невідворотність випробувань все новими невизначеностями і несприятливими тенденціями, за якими також будуть нерозгаданості та важкоподоланні бар'єри.

В Україні спрогнозувати події надто складно, оскільки, крім загальних тенденцій, необхідно враховувати незавершеність суспільних трансформацій, несформованість культурної політики і перенасиченість віртуального та книжкового простору іноземним компонентом. Останні обмежують видавничу сферу ресурсів саморозвитку, надійної соціокультурної основи, формування якої завжди є її політичним завданням. Поява цифрових технологій нав'язує необхідність перегляду традиційних практик, пошуку нових джерел живучості та моделей діяльності. Викликають тривогу негативні процеси у сфері витіснення традиційної книги електронними продуктами, а читання – іншими культурними практиками і формами дозвілля.

Щодо самих видавництв, то їхню діяльність можна характеризувати як іммобільність одних і безоглядна меркантилізованість інших. Більшість суб'єктів галузі переймається проблемами виживання, а не розвитку. Більшість книгарень підконтрольна зарубіжним видавничим холдингам. Наслідком цього є мерчандайзингова дискримінація української книги.

Для виходу з несприятливої ситуації потрібні радикальні заходи, а саме автором роботи запропоновано модель наявного ситуаційного покращення стану видавничої діяльності в Україні (рис. 1.).

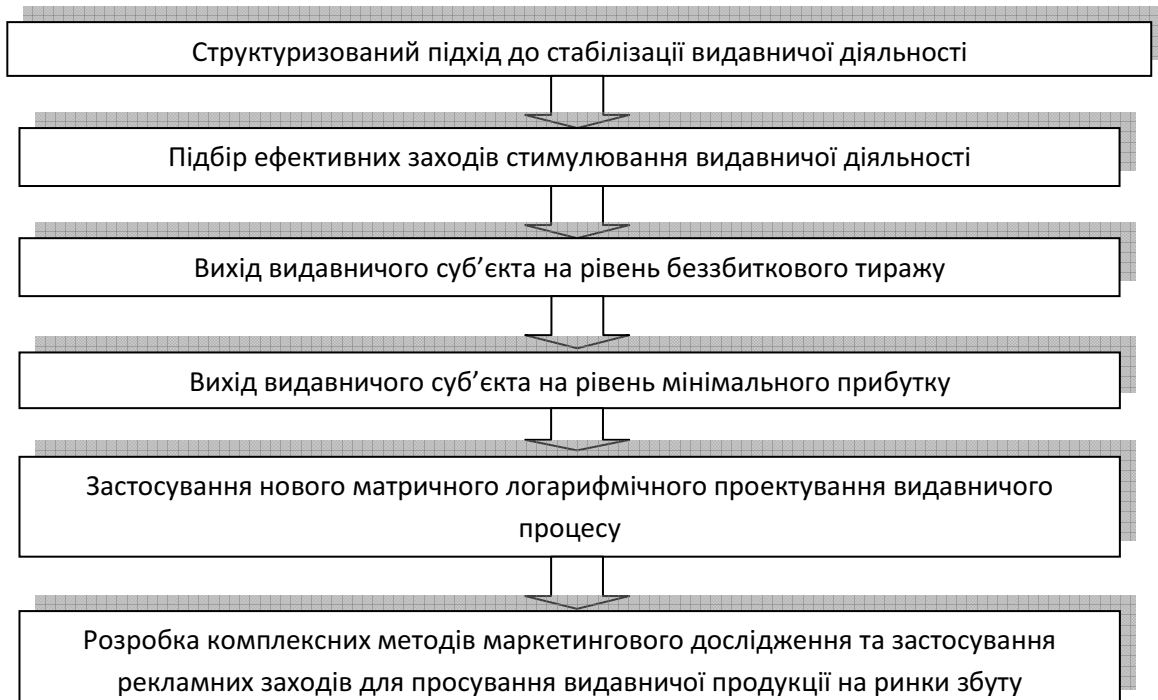


Рис. 1. Модель ситуаційного покращення стану видавничої діяльності.

Для цього необхідно згрупувати окремі елементи макро та мікросередовища в єдине ціле і поетапно працювати над її втіленням.

Аналізуючи різні аспекти видавничо-поліграфічної діяльності на державному і регіональному рівнях, автор вважає за доцільне виділити такі фактори стримування розвитку галузі:

1. розробити та ратифікувати комплекс нормативно-правових документів, які б не лише окреслювали рамки діяльності роботи регіональних підприємств, але законодавчо закріплювали шляхи їхнього розвитку;

2. виділити сталі кредитування для реструктуризації інфраструктури галузі та вдосконалення її технічного забезпечення як запоруку подальшого розвитку та збільшення потужності;
3. створити сприятливий податковий ґрунт для залучення зовнішніх інвестицій в галузь.

Література

1. Афонін О. Українська книга доби незалежності в системі соціальних комунікацій // Вісник книжкової палати. – 2011. – № 7. – С. 3 – 9.
2. Друк України (2012): статистичний збірник / укладач С. Буряк. – Київ: Книжкова палата України, 2012. – 90 с.
3. Гавриш Б., Гунько С., Ющик О. Перспективи переходу видавничо-поліграфічної галузі на метричну систему одиниць, 2012. Режим перегляду з екрану: <http://archive.nbuv.gov.ua/portal>
4. Дурняк Б. Перспективи розвитку ринку друкованої продукції України / Богдан Дурняк, Андрій Штангрет, Олександр Мельников // Вісник Книжкової палати. – 2006. – № 11. – С. 9 – 13.

Кравець О.В.,
магістр кафедри оподаткування,
Класичний приватний університет,
м. Запоріжжя

ПОДАТКОВІ НОВАЦІЇ ДЛЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі становлення національної економіки єдиному податку відводиться значна роль у спрощенні оподаткування доходів суб'єктів малого підприємництва, мінімізації їх витрат на облік і звітність, зменшенні кількості спорів платників з контролюючими органами, підвищенні рівня зайнятості населення, збільшенні надходжень до бюджету, зменшенні витрат на адміністрування податків. Проте на сьогодні існує суттєва проблема – значне податкове навантаження для підприємців малого бізнесу, якщо також враховувати економічну кризу всієї країни то, це може призвести до фінансового знищення багатьох підприємців.

До 2015 року існувало 6 груп платників єдиного податку [5], проте з 1 січня 2015 року ситуація трохи змінилась – відтепер існує 4 групи платників єдиного податку [3].

Для того, щоб підприємцю було простіше обрати групу єдиного податку, яка підходить саме для нього, а також задля узагальнення та систематизації змін характеристик груп єдиного податку запропоновано схему (рис. 1).

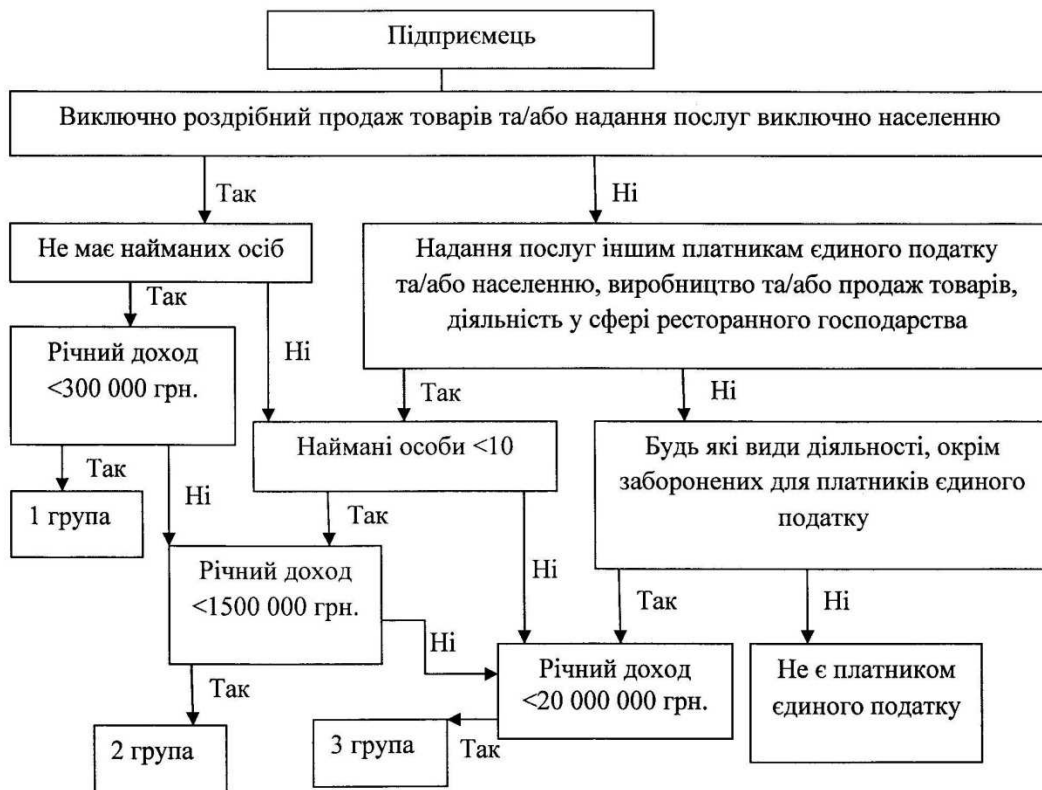


Рис. 1. Алгоритм визначення групи єдиного податку для підприємців

Джерело: узагальнено автором самостійно за Податковим кодексом України [3]

Розглянемо більш детально переваги та недоліки для кожної з груп фізичних осіб платників єдиного податку та проілюструємо наші висновки в наступній таблиці (табл. 1, табл. 2).

Переваги груп фізичних осіб платників єдиного податку*

Група	Переваги до 2015 року	Переваги після 2015
1 група	1. Найнижча сума сплати єдиного податку 2. Звітність щодо фінансової діяльності лише один раз на рік	1. Найнижча сума сплати єдиного податку 2. Звітність щодо фінансової діяльності лише один раз на рік
2 група	1. Досить невелика сума сплати єдиного податку (якщо не враховувати єдиний соціальний внесок)	1. Досить невелика сума сплати єдиного податку (якщо не враховувати єдиний соціальний внесок)
3 група	1. Існує обмеження щодо обсягу річного доходу, проте для суб'єкта малого підприємництва 3 млн. грн. сума досить значуща і перевищити її доволі складно	1. Існує обмеження щодо обсягу річного доходу, проте для суб'єкта малого підприємництва в умовах кризи 20 млн. грн. сума досить значуща і перевищити її доволі складно
5 група (тільки до 2015 року)	1. Не значні обмеження щодо кількості найманих працівників та обсягу річного доходу	2. Відмінили ліміт щодо кількості найманих працівників 3. Зменшилась ставка податкового відсотку. Для платників ПДВ - з 3% до 2%, для неплатників ПДВ - з 5% до 4% 4. В пункт 292.4 внесено слово «Комісії». Це означає, що тепер дохід платника єдиного податку буде визначатися не як повна сума виручки, отримана за договором комісії, а тільки в розмірі комісійної винагороди.

*Джерело: розроблено автором самостійно

Таблиця 2

Недоліки груп фізичних осіб платників єдиного податку

Група	Недоліки до 2015 року	Недоліки після 2015 року
1 група	1. Заборонено винаймати працівників 2. Заборона на деякі види діяльності 3. Заборонено співпрацювати з юридичними особами та іншими платниками єдиного податку 4. Досить сурове обмеження щодо річного обсягу доходу. Витрати багатьох підприємців залежать від курсу долара. В умовах економічної кризи, коли курс долара може зрости лише за добу на декілька гривень, річний обсяг доходу 150 тис. грн. не здається великою сумою. Сплата єдиного податку авансовим внеском, тобто – ще нічого не заробили, а вже потрібно заплатити	1. Заборонено винаймати працівників 2. Заборона на деякі види діяльності 3. Заборонено співпрацювати з юридичними особами та іншими платниками єдиного податку 4. Сплата єдиного податку авансовим внеском, тобто – ще нічого не заробили, а вже потрібно заплатити
2 група	1. Обмеження щодо кількості працівників 2. Заборона на деякі види діяльності 3. Заборонено співпрацювати з юридичними особами 4. Значне обмеження щодо обсягу доходу за рік	1. Обмеження щодо кількості працівників 2. Заборона на деякі види діяльності 3. Заборонено співпрацювати з юридичними особами
3 група	1. Дуже велика ставка сплати податку 2. Податок нараховується на суму доходу, при цьому витрати підприємців не враховуються	1. Дуже велика ставка сплати податку 2. Податок нараховується на суму доходу, при цьому витрати підприємців не враховуються
5 група	2. Податок нараховується на суму доходу, при цьому витрати підприємців не враховуються	

Джерело: розроблено автором самостійно

Серед загальних переваг для всіх фізичних осіб, платників єдиного податку можна підкреслити наступні зміни в 2015 році:

1. Збільшився ліміт щодо річного обсягу доходу.
2. Зменшилась кількість груп платників єдиного податку.

Серед загальних недоліків для фізичних осіб підприємців, платників єдиного податку які були до 2014, в 2015 р. залишились також:

1. Додаткові ставки податків, зокрема податок при перевищенні суми граничного обсягу доходу 15 %. Кожен підприємець намагається заробити якомога більше грошей, проте жоден не може передбачити всі свої доходи наперед. Цей крок можна зрозуміти з боку держави – додатковий прибуток, поте з боку підприємця це виглядає як покарання за сумлінну працю та «прозору» фінансову звітність.

2. Єдиний податок залишився «не єдиним» [4], оскільки і надалі продовжується окрема сплата внесків по єдиному соціальному страхуванню до Пенсійного фонду у порядку визначеному Законом України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування»[2]. Єдиний соціальний внесок

нараховується у розмірі, що є не меншим, ніж мінімальний страховий внесок на одну особу. Платник єдиного податку повинен сплачувати соціальний внесок не тільки за себе, але й за найманих працівників. Окрім значних сум до сплати до Пенсійного фонду підприємці вимушені складати і подавати додаткові звіти, що також ускладнює ведення обліку [6, с.246].

3. Для фізичних осіб підприємців, які обрали спрощену систему оподаткування існують певні обмеження щодо видів діяльності, якими їм можна займатись.

Отже, значних прийомних змін в податковому навантаженні для підприємців, платників єдиного податку, не відбулось. Серед найголовніших позитивних змін – збільшення ліміту річного доходу для підприємців всіх категорій (проте це скоріш за все зумовлено значним падінням гривні протягом року) та не значне зменшення податку для третьої групи платників єдиного податку.

Література

1. Закон України “Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо державної податкової служби та у зв’язку з проведенням адміністративної реформи в Україні” від 05.07.2012р. №5083-VI, поточна редакція від 05.07.2012р. на підставі 5083-17, чинний / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5083-17>.

2. Закон України “Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування” від 08.07.2010р. №2464-VI, поточна редакція від 07.11.2012р. на підставі 5406-17 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>.

3. Закон України від 28.12.2014, №71-VIII «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» // Голос України. – 2014. – № 253. – 31 грудня.

4. Мушинська І.С. Переваги та недоліки застосування спрощеної системи оподаткування в Україні / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=64540>

5. On-line журнал bizresurs [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bizresurs.com.ua/spd/spd_ediniy_nalog_all_ukr.html

Kravchenko T.V.,

*Ph.D., lecturer of the Department Economics of Enterprise,
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

RESPONSIBLE MARKETING AS A BASIS FOR A COMPANY'S COMPETITIVENESS

In today's environment of growing importance of corporate social responsibility, which focuses on the combination of social, economic and environmental priorities, the basis for the competitiveness for an enterprise is doing business in a socially responsible way. Based on the special significance of socially responsible business administration, it is important to study the issues of corporate social responsibility for Ukraine's domestic enterprises.

The description of corporate social responsibility and evolution of the approaches to understanding it is discussed in the works of Ukrainian and foreign academics, for example D. Bayura, L. Petrashko, S. Lytovchenko, Y. Panchenko, A. Kredisov, P. Drucker, K. Davis, M. Maxon and others. However, the globalisation of economic processes objectively determines the necessity of further study of the concepts of formation and development of corporate social responsibility in relation to the competitiveness of companies.

An important part of corporate social responsibility in terms of the competitiveness of enterprises is the responsible marketing [5]. Implementation of responsible marketing practices involves complex activities that address the needs of the target market and at the same time take into account the social and ethical needs of society, which aims to preserve the human, material, energy and other resources and the environment. Implementing responsible marketing practices is of particular relevance in times of crisis, when companies try to use any means to ensure competitiveness, including methods of unfair competition.

Among the principles of responsible marketing special attention should be given to banning direct marketing of products or services to minor children. For example, in Sweden, Norway and Germany it is prohibited to address advertising to children under 12 years. This applies particularly to industries such as beverages and tobacco. It is also important to follow the principle of non-discrimination on grounds of a person's origins, their social and economic status, race, nationality, sex, education, political affiliation, religion, language characteristics, occupation and the place of residence.

After analysing the approach to responsible marketing developed by Patrick Bayer, the following key principles can be identified: strategic responsibility, information responsibility, social responsibility, the responsibility for the process of advertising operations, responsibility for casting, environmental responsibility, investment responsibility.

Strategic responsibility involves the development of a marketing strategy for the company in accordance with the applicable laws and requirements of responsible marketing, and this saves resources and time. Information responsibility requires confidentiality and avoiding advertisement overload. Social responsibility should be understood as the marketing not just selling a product, but also having an impact on every aspect of the society. Responsibility for casting consists in confidence in staff and external personnel who participate in the marketing activities of the company. Environmental responsibility advocates using the maximum number of environmentally friendly products. Investment responsibility provides guarantees of a return on investment resources.

The main components of socially responsible marketing are advertising, internal documents of the company, adequate training of staff involved in marketing activities (special trainings and seminars for employees of the marketing department to learn about the company's policies related to responsible marketing) and communication of the principles of responsible marketing to customers (international social responsibility standard ISO 26000 emphasises the mandatory provision of information on products and services for consumers in an understandable form).

According to a survey of state of responsible marketing development in Ukraine conducted by "Corporate Social Responsibility Centre" only 18 of the 40 companies surveyed (the largest Ukrainian companies) provided data on the use of responsible marketing practices. Answers were provided by the following companies: Astelit LLC, McDonald's Ukraine, Platinum Bank, Ltd., Samsung Electronics Ukraine, Amrita Ukraine, METRO Cash & Carry Ukraine, Tetra Pak Ukraine, Avon, Carlsberg Ukraine, BDO Ukraine, VD Group, PrykarpattyaOblEnergo, Mriya, Yurliha, SUN InBev Ukraine, MTS [2].

For the majority of surveyed companies responsible marketing consists in responsibility to the community for the performed marketing activities. However, the answer "marketing activities that guarantee persistent adherence to law" – the first level of responsibility to society – was only chosen by one respondent.

When asked about the principles of responsible marketing specific to the company, most respondents mentioned the adherence to the marketing and advertising laws [2]. None mentioned the necessity of: implementation of the principles of non-discrimination on grounds of sex; banning advertising of their products or services directed to minor children; promoting responsible consumption of products; avoiding association of products with professional or personal success.

Companies that implement responsible marketing principles highlighted a number of benefits they get compared to the companies who do not implement the principles, including:

- Improved reputation of the company among customers and partners;
- Increase in trust and loyalty.

However, no company has mentioned the benefits such as:

- Improving the quality of products and services through honest communication;
- Improving the financial performance of the company;
- Increasing sales;
- The ability to access international markets.

Thus, we can conclude that the main reason of the majority of Ukrainian companies not implementing the responsible marketing practices is not understanding its advantages. The results of responsible marketing can be understood only in strategic (long) term, and Ukrainian domestic enterprises are used to getting the result immediately. This is a major issue for competitiveness of Ukrainian enterprises. Strategic planning and implementation of Corporate Social Responsibility is the main condition for solving this the problem.

The representatives of Kingfisher, a British company, distinguish the following advantages of responsible marketing:

- increase in the potential for attracting new customers and encouraging choose products and services company;
- improved reputation due to positive feedback from the media, NGOs and other stakeholder groups;
- growth in the number potential investment opportunities, leading to an increase in value of the shares;
- access to new markets and strengthening of the brand through bringing new sustainable products to the market, and those products being tailored to the customers' opinion;
- joint teamwork of employees, development of their skills and capabilities as a result of teamwork;
- coordination of marketing activities with the policies of the corporate social responsibility of the companies.

Thus, the introduction and dissemination of responsible marketing in Ukraine can be stimulated by raising the awareness of companies about responsible marketing practices, increasing the understanding of employees about the need of implementation of responsible marketing practices in the marketing activities of the companies, and attention of enterprises to the results of the introduction of responsible marketing principles and its impact on competitiveness.

References

1. Bayura Dmitriy. Formation of corporate governance based on social responsibility / Dmitriy Bayura // Bulletin Taras Shevchenko National University of Kyiv. August. : Economics, 2013. – № 10 (151). – P.18-22.
2. Petrashko Lyudmila. Corporate responsibility: a cross-cultural models and business practices: [monograph] / Lyudmila Petrashko. – K.: MBK, 2013. – 342 p.
3. Responsible Marketing: guide for companies. – K.: Publishing house "ADEF-Ukraine", 2012. – 40 p.
4. Sustainability: Theory and Practice Development: [monograph] / A. Kolot, O. Grishnova etc. ; by science. ed. Dr. Sc. Science professor. A. Cobble. – K.: MBK, 2012. – 501 p.

Кравчук В.І.,

*к.е.н., доцент кафедри економіки та підприємництва,
ПВНЗ «Європейський університет» Рівненської філії,
м. Рівне*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

В умовах глобалізації економічних та світових зв'язків, змін, які відбулися в сфері телекомунікацій, насиченість неформально-концептуальних чинників, які активізують в цьому контексті проблему ефективності телекомунікаційної сфери, сучасні тенденції розвитку не усувають необхідності і значимості діяльності підприємств, а навпаки, їх роль підвищується. Особливо це стосується ситуації в Україні, що передбачає здійснення комплексу заходів, щодо удосконалення роботи підприємств телекомунікацій, для підтримки конкурентоспроможності на ринку та підвищення прибутковості. Перед підприємствами різних форм власності в сучасних ринкових умовах постає проблема створення ефективної системи управління підприємствами. Розвиток сфери телекомунікації тісно пов'язана з інноваційним розвитком. З однієї сторони, розвиток телекомунікаційних технологій став важливим чинником глобалізації, а з іншої сторони, інтеграція світових товарних і фінансових ринків сприяла значному зростанню попиту на послуги зв'язку і сприяла притоку фінансових ресурсів у галузь.

Сфера телекомунікацій являється чи не однією з головних та важливих складових економіки в цілому. На сьогодні сталий розвиток телекомунікаційних послуг є основною передумовою у розвитку глобального інформаційного суспільства. Телекомунікації – традиційна галузь, яка, завдяки конвергенції з відносно молодого галуззю інформаційних технологій, утворила плідний взаємодоповнюючий союз з вже звичною назвою інформаційно – комунікаційні технології. ІКТ стали лідером по темпам розвитку в світовій економіці і створили підґрунтя для започаткування нового етапу еволюції людства – інформаційного суспільства [1, с. 143].

Спостерігаючи тенденцію розвитку сфери телекомунікацій на території нашої країни видно, що дана сфера пододала величезну дистанцію, починаючи від фіксованого аналогового телефонного зв'язку до системами передавання з імпульсно-кодовою модуляцією по кабелям з металевими провідниками.

Одна зі стратегічних для будь-якої країни галузей – галузь телекомунікацій – відіграє величезну роль у збалансованому розвитку глобальної та регіональної економіки. Вона є з'єднувальною ланкою як промислової сфери, сфери послуг і споживачів, так і різних географічно розриваних частин країни та економічних центрів. Стимулюючи людське спілкування за допомогою зв'язку, сучасні засоби телекомунікацій стають необхідною умовою для соціальної згуртованості та культурного розвитку всіх країн.

Спостерігаючи на сьогодні за розвитком послуг зв'язку можна відзначити що збільшуються потоки інформації – телефонні розмови, факсимільна інформація, електронна пошта, телебачення, інтернет, показують як змінюється наше життя впродовж одного дня. [8, с. 5]

Отже, наприкінці ХХ ст. – початку ХХІ ст. світ перебуває в стані інформаційної революції, вплив якої можна порівняти з впливом індустріальної революції минулого століття. Є всі підстави вважати, що обробка інформації – одна з найважливіших складових економічної активності. Тому можна стверджувати, що розвиток телекомунікацій як важлива складова інформатизації суспільства та забезпечення населення високоякісними послугами зв'язку є одним з найважливіших напрямів національного та економічного розвитку будь-якої держави, і, зокрема, України. Однією з головних подій що набув прогресу у розвитку сфери телекомунікацій став вступ України у СОТ у 2008 році, що спричинило розвитку системи правил та принципів стандартизації та сертифікації, системи держзамовлень.[7, с. 44]

Так, усі виробники мусять реєструвати свої засоби бездротового зв'язку, у яких застосовуються технології, що вже пройшли узгодження та отримали дозвіл на використання (наприклад RLAN, Wi-Fi, Bluetooth тощо).Через це процес імпорту, продажу та використання засобів бездротового зв'язку в Україні є надто складним та обтяжливим, що створює необґрунтовані перешкоди для торгівлі. Логічніше було б вимагати реєстрацію не для конкретного продукту, а для самої технології або взагалі скасувати таку реєстрацію, оскільки вона просто дублює процедуру обов'язкової сертифікації.

Телекомунікації являються системою для розвитку інноваційної економіки що дозволить забезпечити по своїй країні певні потоки інформації. Тому, саме сфера телекомунікацій являється фундаментом формування інноваційної сфери економіки в Україні.

Існує така проблема, як відсутній резерв для прискореного розвитку телекомунікаційного сегменту економіки України й інформаційної сфери в цілому через активізацію ринкових механізмів. В основі цього твердження лежить факт недостатньої для діючого нарощування попиту купівельної спроможності як у приватних, так і у корпоративних користувачів інформаційно-телекомунікаційних послуг. У більшості випадків ситуація ускладнюється відсутністю поінформованості значної кількості потенційних покупців розглянутих послуг про їх переваги і роль у підвищенні якісних і кількісних результатів господарської діяльності. Телекомунікаційна галузь має практично нереалізований потенціал розвитку. Відсутність попиту при високому потенціалі розвитку пропозиції і відсутності внутрішніх ресурсів для цінової експансії без погрози невиконання планів розвитку галузі є в сукупності підтвердженням низької реалізації потенціалу [3, с. 62].

Інноваційна діяльність в телекомунікаційній сфері повинна означати вибір досі не випробуваних технологій, обладнань або послуг. Якщо технологічні можливості вже десь були випробувані і здійснені на практиці в економічній системі, то виробнича функція вже пройшла весь спектр технологічних можливостей. Однак в кризовій перехідній економіці України з метою припинення різкого спаду підприємницької діяльності, збереження науково-технічного і інтелектуального потенціалу потрібно поєднувати базові інновації з поліпшуваними і модифікаційними, враховуючи їх технічні параметри і ринкову ситуацію. Формування і розвиток інноваційного процесу повинен здійснюватися на основі реальних комерційних оцінок витрат і результатів кожної з його складових. Система стимулювання має сприяти найбільш повному розкриттю творчих можливостей до пошуку нових ідей і їх втілення в реальні інновації.

Можна відмітити основний напрям розвитку інноваційної політики в сфері телекомунікацій: телекомунікаційна сфера надає основний продукт, що використовується більшою частиною населення, який в сію чергу залежить від нових технічних можливостей.

Також можна відмітити основні фактори які стимулюють інноваційний розвиток даної галуззі: відсутність наукової бази щодо формування інноваційної системи в галузі телекомунікацій, відсутність мотивації вітчизняних підприємств до впровадження науково-дослідних, низький рівень державного фінансування інноваційного, низький рівень оновлення основних виробничих фондів телекомунікаційної сфери.

Тому, формування заходів та механізмів активізації інноваційного розвитку сфери телекомунікацій повинно бути пов'язане з оновленням основних виробничих фондів, які мають стати головним джерелом збільшення обсягів виробництва та створення умов для надання телекомунікаційних послуг на рівні кращих підприємств зв'язку світу.

Для ефектively взаємодії інноваційного розвитку з ринком телекомунікацій перш за все пропонується: врегулювання нормативно-правової бази щодо інноваційних процесів, підсилення системного підходу щодо принципів державного управління інновацій, створити відповідну базу для вивчення різноманітних досліджень що несуть будь який інноваційний характер. Тільки тоді можна вважати що вітчизняна телекомунікаційна галузь буде одним із факторів підвищення економіки.

Пропонується розглянути основний механізм розвитку інноваційних процесів у сфері телекомунікацій: перш за все потрібно надати певні пільки для розвитку телекомунікаційної сфери, використовувати та застосовувати

закордонний досвід, для успішного виходу на міжнародний ринок підприємствам зв'язку варто використовувати таку систему комерційних організацій як холдинг.

Таким чином, реалізація сформованих заходів та механізмів активізації інноваційного розвитку сфери телекомунікацій сприятиме підвищенню як власної конкурентоспроможності телекомунікаційних підприємств, так і економічному розвитку країни. Запропоновані вище заходи можуть бути використанні підприємствами різної сфери.

Література

1. Гончаров В.В. Важнейшие критерии результативности управления. - М.: МНИИПУ, 1998. - 304 с.
2. Гунин В.Г. и др. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление и развитие организаций». Модуль 7. - М.: НЕФРА-М, 1999. - 328 с.
3. Николоев А. Инновационное развитие и инновационная культура // Проблемы теории и практики управления. - 2001. - №5. - С. 57-63.
4. Онікієнко В. В., Ємельяненко Л. М., Терон І. В. Інноваційна парадигма соціально- економічного розвитку України / За ред. В. В. Онікієнка. - К.: РВПС НАН України, 2006. - 480 с.
5. Проект стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: nc.gov.ua/news/doc/strategists31_07_2012.doc.
6. Справочник по регулированию электросвязи/ Под ред. Хэнка Интвена; Всемирный банк. - Маккарти Тетро, 2000.
7. Федулова І. Теоретичне обґрунтування сутності інноваційного потенціалу.// Галицький економічний вісник . 2007. - №4. - С. 43-47
8. Філіпова К. В. Стратегічний аспект інноваційного розвитку організації / К. В. Філіпова // Актуальні проблеми економіки. - 2007. - № 1(67). - С.4-8.

УДК 631.151.3:338.433

Красноручський О.О.,
*д.е.н., професор, проф. кафедри організації виробництва
бізнесу та менеджменту,*
Квятко Т.М.,
*к.е.н., доцент, доц. кафедри економіки та маркетингу,
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*

ІМПЕРАТИВИ РОЗВИТКУ АГРОМАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Реформування сільськогосподарської галузі, яке триває в Україні не одне десятиліття, і досі, так і не принесло вітчизняним товаровиробникам бажаних результатів. Хоча в структурі внутрішнього ринку сільськогосподарської продукції і відбулися радикальні зміни, які вплинули на ефективність забезпечення продовольчої безпеки та рівень економічного розвитку нашої держави, проте кризова ситуація у сфері виробництва (особливо в галузі тваринництва, за винятком птахівництва) продовжує існувати і надалі. В цілому ж, ринки продовольства та сільськогосподарської продукції в Україні відчувають суттєву потребу у гармонізації економічних інтересів своїх учасників. Наразі вітчизняним товаровиробникам досить важко ефективно функціонувати в умовах нерегульованого ринку, особливо, беручи до уваги ті проблемні питання, з якими вони зіткнулися після суттєвого скорочення або повного скасування прямої державної підтримки галузі.

Неспроможність аграрних підприємств чітко визначити реальні потреби споживачів, відсутність досвіду у сфері прогнозування динаміки розвитку ринку, формування та стимулювання обсягів попиту, неможливість розробляти довгострокову стратегію розвитку, нездатність організації ефективної комунікаційної, збутової політики, неефективна система ціноутворення, низький рівень конкурентоспроможності продукції призводять до поглиблення кризової ситуації в агропромисловому виробництві України та затягування часу виходу з цієї кризи.

У сучасних умовах економічного розвитку особливості агромаркетингу тісно пов'язані з специфікою функціонування АПК, який характеризується неповторністю асортименту продукції, сезонністю та нееластичністю виробництва, різноманітністю форм господарювання. Саме застосування маркетингу в аграрній сфері спроможне забезпечити вітчизняним товаровиробникам збільшення обсягу прибутку за рахунок задоволення потреб потенційних споживачів. Однак, досягти останнього можливо лише в результаті широкого застосування агромаркетингу, як цілісної системи, тобто поєднання та реалізації в єдиному процесі всіх складових комплексу маркетингу, а не часткове застосування його окремих складових, що нині фіксується в практичній діяльності аграрних підприємств в наслідок чого, не забезпечується отримання належних результатів. До того ж, вітчизняний товаровиробник повинен розуміти, що маркетинг в аграрній сфері відрізняється від промислового, комерційного та інших видів маркетингу, а тому використання прийомів маркетингу без урахування специфіки різних сфер господарювання не може забезпечити досягнення позитивних результатів.

На жаль, в Україні маркетинг, у тому числі і в аграрній сфері, не отримав належної уваги, що і стало однією з причин неспроможності вітчизняних підприємств конкурувати з іноземними виробниками навіть на внутрішньому ринку країни, про високий рівень конкурентоспроможності на зовнішніх ринках поки що, взагалі, не доводиться говорити.

На сьогоднішній день ефективність використання маркетингу в аграрній сфері підтверджується практичним досвідом розвинутих країн світу. Проте його застосування потребує великих грошових витрат. Так, наприклад, в

США щорічно на агромаркетинг витрачається близько 500 млрд.дол. США, з яких майже 50 % припадає за заробітну плату працівників маркетингових відділів.

Необхідність визначення ефективності використання маркетингових заходів в діяльності підприємств фіксувалася ще у 20-х рр. XX ст. Вже на початкових етапах розвитку маркетингу відзначалась потреба розглядати питання ефективності на двох рівнях: (1) приватному – на рівні підприємства чи галузі з позиції вимірювання економічного результату (прибутку) від маркетингових заходів і (2) суспільному (публічному), де завданням маркетингу є «встановлення такого способу реалізації маркетингової політики, який призведе до покращення економічного статусу спільнот у цілому» [1].

Зауважимо, що поступове зростання витрат на маркетинг у світі (які 1935 р. на підприємствах США сягнули 75 % від витрат на виробництво, а сектор маркетингу став третім за розміром працедавцем країни після промисловості і сільського господарства) додало питанню вимірювання економічної ефективності маркетингових заходів практичної значимості. Однак, поки що, в економічній науці не існує єдиної інтегральної методики за якою можна оцінити ефективність застосування маркетингових заходів в аграрній сфері. Науковці, за різних підходів, пропонують визначати, як і аналітичні, так і експертні показники, проте, саме різноплановий характер методичних підходів не дозволяє використовувати єдину систему показників, яка б дозволила оцінювати ефективність застосування агромаркетингу.

Теоретичною основою, що може об'єднати підходи щодо визначення ефективності заходів агромаркетингу, можуть бути положення сучасної мікроекономіки. Мікроекономіка стверджує, що підприємство зацікавлене у маркетинговій діяльності оскільки вона розширює попит і сприяє зменшенню еластичності попиту за ціною. Можливий вплив маркетингової діяльності на обсяг реалізації можна проаналізувати за допомогою динаміки середніх сукупних витрат фірми (АТС). Якщо у результаті маркетингової діяльності обсяг реалізації збільшиться та відбудеться зниження середніх сукупних витрат виробництва в результаті значної економії від масштабу, що перекидає витрати, пов'язані з маркетинговою діяльністю ($АТС_2 < АТС_1$), то економічна ефективність підприємства збільшиться. Однак, якщо маркетингова діяльність не буде сприяти просуванню товару на ринку, той же самий обсяг продукції господарство буде продавати за більш високою ціною, яка зросла на величину витрат, пов'язаних з маркетинговою діяльністю.

Втім, враховуючи вище викладене, варто відмітити, що ефективність застосування маркетингових заходів в діяльності національних аграрних підприємств підтверджується їх практичним досвідом. Так, наприклад в табл. 1. представлено показники, які характеризують стан ФГ «Грига» до проведення рекламної кампанії та після.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика показників ФГ «Грига» до початку проведення рекламної кампанії та після, %

Показники	До проведення рекламної кампанії 2012р.	Після проведення рекламної кампанії 2013р.
1. Ідентифікація підприємства споживачами	51,4	86,2
2. Обізнаність споживачів про асортимент продукції	21,3	41,4
3. Переконаність споживачів у високій якості продукції порівняно з конкурентами	14,8	24,3

Джерело: внутрішня звітність ФГ «Грига»

На основі здійснених досліджень встановлено, що навіть в результаті застосування певних складових комунікаційної політики підприємство покращило свої показники по всіх (досліджуваних) позиціях.

Наразі процес розподілу продукції сільськогосподарських підприємств відбувається, як правило, за класичним сценарієм розвитку: товаровиробники (особливо дрібні) збувають продукцію, практично, першим ліпшим, посередницьким структурам, не прикладаючи ніяких зусиль для пошуку нових покупців, взаємодія з якими могла б забезпечити гармонізацію інтересів всіх суб'єктів господарювання. За цих умов вирішення питання успішності взагалі унеможливується. Це поведінка, яка дозволяє виживати, а не максимізувати прибуток.

Вважаємо, що за сучасних реалій розвитку у вітчизняних виробників вже не залишилося часу для того, щоб ігнорувати та не розуміти які вигоди вони можуть отримати від застосування агромаркетингу в практичній діяльності.

Література

1. Робул Ю.В. Холістична концепція ефективності маркетингу / Ю.В.Робул// Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т.ІІ. – С. 124-130.
2. Костюк О.С. Оцінювання ефективності функціонування маркетингу на підприємстві: [Електронний ресурс] / Костюк О.С., Тижай, Н.В., Фаєк Н.В. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11357/2/15.pdf>
3. Радько О.О. Оцінка ефективності маркетингових стратегій підприємств: [Електронний ресурс] / Радько О.О. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/43165.doc.htm
4. Дайновський Ю.А. Особливості оцінювання економічної ефективності прийомів управління і маркетингу: [Електронний ресурс] / Дайновський Ю.А. – Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua>

Криворучко О.В.,

старший викладач кафедри маркетингу та ресурсозабезпечення,

ФОРМИ І МЕТОДИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ

Питання визначення ефективності різних форм і методів рекламної діяльності в системі маркетингових комунікацій є одними з найскладніших і в той же час найважливіших, що стоять перед фахівцями у сфері авіаційного маркетингу. Це обумовлено проблемою виконання розрахунку чистого ефекту, отриманого від рекламної діяльності, оскільки результат - продаж авіаційної послуги досягається за рахунок декількох складових маркетингового комплексу: самого продукту, його ціни і усієї системи маркетингових комунікацій, частиною якої є і рекламна діяльність.

При визначенні ефективності рекламної діяльності слід виділити дві її складові: економічну ефективність і комунікативну ефективність. У рамках кожної з них проводиться аналіз статей рекламного бюджету, а також ефективності задіяних засобів при здійсненні рекламної діяльності.

Комунікативна ефективність різних форм і методів рекламної діяльності в системі маркетингових комунікацій визначається ефективністю контакту зі споживачем. Фахівці у сфері авіаційного маркетингу планують цей показник в процесі створення і виробництва рекламного продукту, теоретично підраховуючи і закладаючи в початкові дані усієї рекламної діяльності.

Комунікативна ефективність є основою для отримання подальшої економічної ефективності, тобто ефективності отримання прибутку, що виникає під час контакту споживача з продуктом - авіаційними перевезеннями - економічного результату від застосування різних форм і методів рекламної діяльності в системі маркетингових комунікацій, що відтворюється через ефективність витрат на просування [3, с.45].

Фахівцями відзначається, що за останнє п'ятиріччя серйозно змінився зміст авіаційного маркетингу [1, с.4]. Безумовно, на завершальну частину маркетингового циклу, просування в частині реклами і PR зробив розвиток системи маркетингових комунікацій, як з теоретичної, так і з практичної точки зору. Зокрема, це пов'язано з активним використанням такого нового інструменту, як інтернет-маркетинг. Крім того, унікальність і дієвість рекламної діяльності обумовлюють її активний розвиток авіакомпаніями. Особливість просування товарів і послуг у сфері авіації обумовлені декількома чинниками: обраністю аудиторії, тривалим контактом з потенційним споживачем і унікальністю носія реклами.

У контексті цього має сенс з'ясувати, які сьогодні співвідношення використовуваних авіаперевізниками інструментів маркетингових комунікацій - реклами на ТБ, радіо, в друкованих ЗМІ, зовнішньою і інтернет-реклами, соціальних медіа. Чи є сьогодні місце для традиційних неелектронних форматів та які перспективи у використанні авіаперевізниками реклами і PR в очікуванні зниження темпів зростання перевезень, спроб впровадження моделі Low Cost, посиленні впливу глобальних трендів.

Споживачі послуг авіакомпанії повинні під час польоту побачити переваги, які з'являються в результаті надання цієї послуги [2, с.5]. Тут величезне значення належить роботі по підвищенню іміджу і зміцненню довіри до постачальника авіаційних послуг, що досягається, у тому числі, за допомогою певних заходів, що використовують різні форми і методи рекламної діяльності. В системі маркетингових комунікацій, найбільш впливовими є наступні заходи, що спрямовані на підвищення відчутності послуги (комфортність польоту, високий рівень обслуговування). Один з найдієвіших видів реклами - реклама усередині літаків і на їх фюзеляжах. Завдяки тривалому перебуванню пасажирів на борту літака дія такої реклами є одним з найвищих серед візуального маркетингу. У основі успіху такої реклами лежать наступні чинники. По-перше, висока концентрація потенційних споживачів в обмеженому просторі. По-друге, дії на споживачів сприяє тривалий контакт з об'єктом реклами (контакт реклами з аудиторією триває увесь рейс).

Ефективність реклами усередині літаків і на їх фюзеляжах пояснюється її специфічними перевагами перед іншими видами транзитної реклами:

знаходження пасажира упродовж декількох годин польоту в одному місці змушує його вивчати запропоновану йому обстановку, звертати увагу на підголівники, перегорнути буклети, що все знаходяться в кишенях крісел, і журнали;

висока купівельна здатність цільової аудиторії, яка є переважно забезпеченими, активними і мобільними людьми у віці 20-45 років (в основному це туристи і бізнесмени);

можливість забезпечення повторного контакту пасажира з рекламою, враховуючи потенціал повторних польотів або перельотів «туди-назад»;

точність реклами, що дозволяє впродовж тривалого часу впливати на конкретну цільову аудиторію - декілька годин, на відміну від секунд, які витрачає глядач на перегляд інших видів реклами.

В цілому авіаційні перевезення характеризуються наявністю досить високого рівню сервісу для пасажирів, великими зусиллями до створення комфортних умов перевезення, що визначається прагненням авіакомпаній до збереження на своїх рейсах максимальної кількості пасажирів, а також залучення потенційних клієнтів.

Також, останнім часом намітилася чітка тенденція рекламувати свої товари в Інтернеті. Авіаційний бізнес не виключення. Більшість людей сьогодні вибирають купівлю квитків в Інтернеті, замість придбання квитків на літаки в квиткових касах. Отже, реклама авіаперевізників теж має бути в Інтернеті. Активно використовується контекстна реклама і пошукові сайти.

Нині існує безліч порталів, присвячених туризму і авіаподорожам. Сайти ці підрозділяються на ті, що інформують, продають, професійні і любительські. Доцільно, щоб на кожному з цих сайтів була реклама авіакомпанії, яка хоче, щоб про неї знали, а її послугами користувалися.

Література

1. Маркетинг авиатранспортных услуг: материалы IX Междунар. конф. М., 2013.

2. Верников Г. Структура и системы маркетинговых коммуникаций / Г. Верников // *Business woman*. – 2008. – № 9. – С. 5.
3. Колобова И.И. Генезис концепции маркетинга и его влияние на эволюцию маркетинговых коммуникаций / И.И. Колобова // *Экономический потенциал и перспективы*. – Краснодар, 2011. – С. 44-45.

УДК 330.1

Кропивка Ю.Г.,
*аспірант кафедри менеджменту,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЗАКОНІВ І ЗАКОНОМІРНОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ У ПРОЦЕСІ МАРКЕТИНГУ ПЕРСОНАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Розвиток будь-якої системи управління підпорядкований дії певних об'єктивних закономірностей та законів. Розуміння механізму їхньої дії, правильне їх використання зумовлюють досягнення ефективності управлінської діяльності. Практика господарської діяльності підтверджує, що чим вищий рівень управління, тим більше управлінська діяльність підпорядковується дії об'єктивних законів і закономірностей. Тому під час дослідження теоретичних і практичних аспектів управління маркетингом персоналу важливою є систематизація законів і закономірностей, що діють у сфері управління маркетингом персоналу.

Дослідження проблем маркетингу персоналу в теоретичному і практичному аспектах проведено у роботах вітчизняних та зарубіжних вчених: Ардиної В. Д., Бесчастнова В. В., Железцова О. В., Кібанова А. Я., Клімової О. Ю., Кобяк О. В., Колпакова В. М., Крупко В. І., Легомінової С. В., Лобанова Д., Мартиненко О. В., Пашук Л. В., Петрової І. В., Торяник Ж. І., Тлеубердінової А. Т., Томілова В. В., Семеркової Л. М., Фірсової С., Шимановської-Діанич Л. М. Проте, дія законів і закономірностей управління в процесі маркетингу персоналу споживчої кооперації України не вивчалася.

Метою статті є дослідження особливостей застосування законів і закономірностей управління в процесі маркетингу персоналу споживчої кооперації України.

Основною успішного управління маркетингом персоналу споживчої кооперації є сукупність таких факторів: закони і закономірності управління маркетингом персоналу, мета і цілі управління маркетингом персоналу, принципи управління маркетингом персоналу, система управління маркетингом персоналу, процес управління маркетингом персоналу, механізм управління маркетингом персоналу, функції і методи управління маркетингом персоналу.

Серед законів, що впливають на управління маркетингом персоналу споживчої кооперації пропонуємо виокремити економічні та соціальні закони, а також загальні (універсальні, тобто вони не залежать від країни, географічного розташування), часткові (діють в конкретних ситуаціях і певних видах діяльності) та специфічні (відображають специфіку організації) закони організації. При цьому, під законом слід розуміти «суттєві, стійкі причинно-наслідкові зв'язки процесів і явищ» [1].

Необхідність врахування дії економічних законів зумовлена тим, що господарство споживчої кооперації глибоко інтегроване в економіку держави і є її складовою частиною, тому процеси управління в системі споживчої кооперації України не можуть відбуватися автономно.

Визначальними серед економічних законів, дію яких необхідно враховувати у процесі управління маркетингом персоналу у системі споживчої кооперації, є наступні: закон адекватності виробничих відносин рівню і характеру розвитку продуктивних сил, закон вартості, закон економії робочого часу, закон зростання продуктивності праці, закон попиту і пропозиції, закон суспільного поділу праці, закони конкуренції.

Маючи об'єктом управління людей система управління маркетингом персоналу повинна враховувати дію соціальних законів, під якими вчені пропонують розуміти «об'єктивний та повторюваний причинний зв'язок між соціальними явищами та процесами, які виникають внаслідок масової діяльності людей або їх дій. Вони становлять собою результат цілеспрямованих послідовних дій більшості індивідів у соціальних ситуаціях та об'єктивних зв'язках» [2].

На нашу думку, управління маркетингом персоналу споживчої кооперації України передбачає врахування таких соціальних законів:

– закони, що діють на рівні соціальних інститутів (діалектична єдність людини та соціального середовища; визначальна роль колективу у розвитку особистості; постійне удосконалення колективу; провідна роль виробничого колективу в системі колективів);

– закони, що визначають розвиток складових соціальної структури суспільства (прискорене зростання частки населення, зайнятого у сфері обслуговування; збільшення темпів зростання кількості інтелігенції);

– закони, що діють на рівні конкретних соціальних систем (самовдосконалення систем; пропорційний розвиток систем; діалектична єдність об'єктивних і суб'єктивних факторів у процесах управління соціальними системами).

До загальних законів організації, що регулюють питання маркетингу персоналу варто віднести закон єдності аналізу і синтезу (при прийнятті управлінських рішень), закон розвитку (при плануванні кількісної та якісної потреби в персоналі) та закон врахування потреб системи (на всіх етапах процесу управління маркетингом персоналу).

Серед часткових законів організації, що впливають на процес управління маркетингом персоналу можна виокремити закон змагальності управлінського персоналу (під час висунення до кадрового резерву, вербування персоналу, розробка кадрової стратегії).

До специфічних слід зарахувати закони інформованості-впорядкованості (на всіх етапах процесу управління маркетингом персоналу), оптимального завантаження працівників (на робочих місцях відповідно до функціональних повноважень), соціальної гармонії (механізм соціальної взаємодії у процесі праці).

Нижчим щаблем пізнання сутності явища, ніж закон, є закономірність, тому що: закономірність не має того ступеню усталеності і повторюваності, що властивий закону; на закономірність більше впливають навколишні зміни; закономірність є менш стабільною.

Таким чином, закономірності управління – це суттєві повторювані об'єктивні взаємозалежності явищ і причинно-наслідкові зв'язки у практиці управління, пізнання яких дає можливість виробити певні правила, принципи, стратегію поведіння для найбільш ефективної організації управління [1].

Автор дотримується точки зору, що у процесі управління маркетингом персоналу у системі споживчої кооперації України необхідно зважати на вплив загальних та специфічних закономірностей. До загальних можна віднести закономірності управління соціально-економічною системою, а до специфічних – закономірності управління безпосередньо маркетингом персоналу.

Основними закономірностями управління, що знаходять своє відображення у процесі управлінні сучасною соціально-економічною системою, слід вважати [1]:

- дотримання співвідносності, пропорційності та динамічної рівноваги у соціально-економічній системі;
- єдність процесів формування, функціонування і розвитку системи управління на основі взаємодії та цілісності всіх її складових;
- оптимальне поєднання централізації та децентралізації управління як внутрішній прояв закономірності та державного регулювання і самоуправління як зовнішній її прояв.

На наш погляд, до основних закономірностей управління маркетингом персоналу споживчої кооперації України можна віднести наступні (табл. 1).

Таблиця 1

Закономірності управління маркетингом персоналу у системі споживчої кооперації України [1, 2]

№ з/п	Назва закономірності	Характеристика
1	2	3
1	Цілепокладання	постановка правильних цілей є основою успішності управління маркетингом персоналу. Вибір мети і цілей управління маркетингом персоналу необхідно здійснювати, виходячи із потреб соціально-економічної системи, ринку праці і ринку робочих професій.
2	Адаптивність	ця закономірність вимагає від системи управління маркетингом персоналу споживчої кооперації України вміння адаптуватися до вимог зовнішнього (економічні і соціальні закони, ринок праці, ринок робочих професій), і внутрішнього середовища (якісна і кількісна потреба у персоналі) соціально-економічної системи, а також до поставлених цілей.
3	Безперервність	передбачає виконання постійної, безперервної роботи у сфері маркетингу персоналу. Навіть, якщо на даний момент часу підприємство забезпечене персоналом, необхідно продовжувати аналіз кадрового забезпечення, дослідження ринку праці та ринку професій і виконувати відповідні маркетингові дії у сфері управління персоналом з метою підтримки оптимального кількісного та якісного складу персоналу, забезпечення позитивного іміджу підприємства (організації) як роботодавця тощо.
4	Ресурсозабезпеченість	будь-які заходи персонал-маркетингу потребують достатнього забезпечення: фінансового, матеріально-технічного, кадрового, інформаційного. Від якості ресурсного забезпечення залежить ефективність маркетингу персоналу.

Отже, можна зробити висновок, що ефективне управління маркетингом персоналу в системі споживчої кооперації України передбачає вивчення змісту та механізму дії економічних, соціальних та законів організації, закономірностей управління соціально-економічною системою, а також закономірностей управління маркетингом персоналу споживчої кооперації. Це дозволить спеціалістам з маркетингу персоналу здійснювати управлінські дії науково, системно, що полегшить загальний процес управління.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є виокремлення та характеристика інших факторів успішного управління маркетингом персоналу у функціональних підсистемах системи споживчої кооперації.

Література

1. Маркіна І. А. Методологія сучасного управління [Текст] : монографія / І. А. Маркіна. – К. : Вища школа, 2001. – 311 с.
2. Теремко В. Г. Соціологія [Текст] : підручник / В. Г. Теремко. – К. : Видавничий центр «Академія», 2005. – 432 с.

Kuzmenko L.M.,
senior researcher,
Soldak M.O.,

INDUSTRIAL CITY AS A LEADER AND INITIATOR OF REGIONAL AND NATIONAL DEVELOPMENT

The beginning of 1990's was characterized by a weakening of the integrated urban development planning. Though, the objective demands and the experience of developed countries have led to the need to return to that city management tool. However, at the present stage not only management methods, but also the very ideology of development changes.

Recently, much attention has been paid to the city development strategy, the main objective of which was to provide uniting of all decisions of local authorities into a single management system. In practice, the city authority works in terms of the huge number of factors – both internal and external. The armed opposition in the cities of the eastern region causes deterioration of economic indicators, which requires special measures of the city restoration, its industrial facilities, transport and social infrastructure. Therefore, it is necessary to identify priority areas of strategic planning in the current situation.

The political and economic situation in the East of Ukraine leaves no doubt about the impossibility of determining the universal proposals for strategic planning of the city, especially of its industry. The military actions and their consequences substantially complicated or even jeopardized the trend of industrial development in many cities of Donetsk and Lugansk regions. Therefore there is a need to develop the directions of infrastructure rehabilitation and reconstruction in the production sector and formulate strategies to their account.

Aggravation of hostilities in the Donetsk and Lugansk regions where a considerable share of industrial enterprises of Ukraine was concentrated caused a significant reduction in the production. In January-July 2014 industrial production index of Donetsk region compared to January-July of the previous year was 85,3%, in July respectively – 71,5%. Further development of industrial cities of Donetsk and Lugansk regions is complicated by the following problems:

1. The destruction and demolition of industrial equipment. For example, at the end of August 2014 Lugansk region suffered the destruction of three dozen of large industrial enterprises. Approximate amount of money that will be need for their upgrading, according to preliminary results, is about 400 million.

2. Lack of raw materials. For example, a stop of Avdeyevka coke plant in August 2014 - the largest in Europe, which produced one third of Ukrainian coke virtually, paralyzed the steel industry.

3. Large-scale destruction of road and transport infrastructure objects. As a result of themilitary actions there is no possibility to send freight cars more than fifty major cargo Donetsk railway stations.

4. Low investment activity of enterprises. In January-June 2014 enterprises and organizations of Donetsk region mastered 7095,1 million of capital investments from all sources of financing, representing 66,8% of the total capital investment in January-June 2013.

5. Reduction in population through migration movement. According to official statistics, the migrant population decline in Donetsk region amounted 1338 people only in January-June 2014 (in 2013 over the same period - 313 persons). The outflow trend exodus, according to the latest figures there are one million inhabitants in Donetsk and Luhansk regions left.

6. The threat of loss of productive capacity, qualified personnel and scientific personnel. Buildings of the Institute of Applied Mathematics and Mechanics, Donetsk Physics and Technical Institute named after O.O.Halkin, Ukrainian State Research and Design Institute of Mining Geology, Geomechanics and Surveying are damaged.

To overcome the consequences of hostilities in the industrial cities the city rehabilitation program must be laid in the development strategy. As a tool it is appropriate to use a program-project approach. It allows combining possibilities of planning and administrative and market initiatives using, administrative resources and entrepreneurship all in a single document, consistently to meet urban needs by integrating the power of science, business and public opinion. In addition, it is possible to allocate funding for programs and projects among the city budget, business and the public that reduces costs, increases the effect of business projects, but also reduces the burden on regional and local budgets. Projects must be built into the strategic plans and agreed with the goals and objectives of the strategy for urban development. In this approach, strategic projects are transformed into concrete mechanisms for implementing strategic programs of not only the city but also the region. The partnership between local authorities and businesses is necessary. The urgent work is to create a registry of objects that need restoration. Combining the efforts of local authorities and businesses in the reconstruction of cities will enable rapid mobilization of human and material resources that will accelerate the pace of economic recovery of the cities.

It should be noted that Ukraine has adopted many legislative acts that directly or indirectly affect the structural transformation of the industrial city. Among them are the following; the Tax, Fiscal, Customs, Land and Commercial Codes, legislation on investment, innovation and scientific and technological activities, some sectorial laws and programs. The development of industrial cities largely depends on the activities conducted and carried out under such normative and legal acts. By the way, the state and the region have a greater administrative, organizational, financial and economic potential for structural transformation than urban structure.

Shaping city development strategy, it is necessary to use strategic management as a means of uniting of all actions and decisions taken by urban services into a single management system. Thus the main goal of strategic management is to provide the city authorities with the only agenda, which is relevant and updated through feedback mechanisms, reduce risk of decision-making that are beneficial in terms of tactics, but unproductive in strategic perspective. For a city the strategic management methodology looks like a permanent process of development and implementation of specific management decisions, ongoing evaluation of their performance and the necessary adjustments. Implementation mechanism of strategic management involves continuous cyclical nature, which contains four stages: strategic planning, strategy implementation, strategic control, adjustment of goals and methods of achieving them. Strategies determine the prospects of the city for the long term, but in contrast to forecasts they note the goals that must be achieved in any scenario development. This defines the

place of the strategy in a structure of forecasting, policy, planning materials and documents that define the city development as a unified conceptual and targeted framework for their development.

The so-called indicators play an important role as important component of strategies that allows evaluating the implementation results of the strategies developed for short- and medium-term plans and projects. Indicators point the direction of motion to the goals of the strategic development of cities, and therefore they are considered as a quantitative characteristic of such purposes.

The strategy of the city includes such components as a strategic goal - achieving leadership positions, the target complex program that is geared towards implementing of strategic institution, organizational, economic and technological factors, indicators of medium-term plan. The mechanism of implementing the strategy involves the formation of a strategically oriented mechanism, program, resource and partner one. As for today, it is strategically oriented mechanism that requires necessary consideration of adaptation and motivation management, local politics (own vision) on strategic direction, evaluation and monitoring, local marketing and positioning. Affiliation mechanisms imply the participation of citizens and society, private partnerships, regional cooperation, cross-border and international partnerships.

Under these conditions of the leader city the actions should be geared towards support of specific activities and also specific kinds of activities that will help meet local needs, increase local budgets, solve social and economic problems, increase innovation activity.

УДК 65.012.25

Кунченко М.О.,

здобувач

Харківського державного університету харчування та торгівлі

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА БЮДЖЕТУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Своєчасне забезпечення інформацією власників й керівників підприємств з метою ухвалення якісних рішень можливо у разі застосування технології бюджетного управління. Відповідно, все більше підприємств одним із завдань визначають здійснення бюджетування, яке більш ефективно забезпечує використання ресурсів, рух коштів та формування результатів діяльності. Тому даному інструменту системи управління приділяється все більша увага останніми роками як у зарубіжній, так й у вітчизняній літературі.

Як неодноразово зазначалось вітчизняними вченими, бюджетування у літературних джерелах та на практиці трактується доволі неоднозначно, що зумовлює необхідність дослідження семантики цієї категорії. В той же час, на сьогодні єдиного визначення поняття "бюджетування" не наведено, проте зустрічається багато схожих визначень, які підкреслюють різні сторони цього процесу, або доповнюють окремі положення. На підставі проведеного аналізу сучасних трактувань терміну "бюджетування" різними вченими, ми дійшли висновку, що відповідно до їх поглядів на це питання сформувались такі основні групи.

Першою групою вчених: В. З. Бугай, Р. С. Квасницькою, Ю. О. Шумило та ін., бюджетування розглядається як складова планування або його технологія [1; 4]. Бюджетування як управлінську технологію, визначають такі вчені як: Н. В. Бугас, Т. І. Долішня, Л. Л. Турова, О. В. Шеремета, Ю. О. Шумило та ін. [2; 3; 8]. Здійснення бюджетування через систему управлінського обліку, шляхом виконання функцій обліку, аналізу й планування вбачають Р. С. Квасницька, О. Г. Череп, Г. В. Козаченко, Л. Л. Турова та ін. [4; 8; 9]. К. І. Маліношевська надає більш узагальнене трактування, визначаючи бюджетування як систему вибору цілей у межах прийнятої стратегії, розробки фінансових планів майбутніх операцій компанії, мотивацію персоналу і контроль за виконанням цих планів [5]. Нападовська Л. В. розглядає бюджетування більш глибоко, як процес трансформації планів діяльності підприємств в фінансово-економічні показники; інструмент підвищення відповідальності керівників за витрати та досягнення поставленої мети; технологія інформаційно-аналітичної підтримки управління, яка призначена для підвищення економічної обґрунтованості рішень [7]. Думка О. В. Мілінчук щодо необхідності вибору в бюджетуванні системи стратегічних вартісно-орієнтованих показників, які характеризують стратегічні цілі дещо розширює попереднє визначення [6].

Отже, узагальнюючи викладене, визначення "бюджетування" розкривається, як багатфункціональний інструмент управління, технологія планування майбутніх господарських операцій підприємства у вигляді системи взаємопов'язаних показників сформованих у відповідних бюджетах, здійснення аналізу відхилень від бюджетних показників, контроль за їх виконанням з метою досягнення поставлених цілей та підвищення фінансової обґрунтованості прийняття управлінських рішень. Таким чином, бюджетування є частиною процесу управління діяльністю підприємства, яка забезпечує реалізацію ефективної діяльності та її зворотній зв'язок з етапами процесу управління. У результаті дослідження літературних джерел виявлено, що ключовою метою здійснення бюджетування є забезпечення ефективності діяльності шляхом досягнення очікуваних фінансових результатів на основі управління рівнем споживання ресурсів, доходами, грошовими потоками, визначеними центрами відповідальності. Для впровадження бюджетування на підприємстві необхідно забезпечити виконання таких його складових частин як: технологія, організація та автоматизація. Ефективність процесу бюджетування залежить від злагодженості виконання всіх складових та постійного контролю за реалізацією поставлених завдань.

Література

1. Бугай В. З. Аспекти бюджетування в управлінні господарською діяльністю на підприємстві [Текст] / В. З. Бугай, А. В. Бугай, Ю. Ю. Ренгевич // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 4 (8). – С. 10-16.
2. Бугас Н. В. Управління витратами текстильних підприємств на основі бюджетування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Н. В. Бугас; КНУТТД. – К., 2010. – 19 с.
3. Долішня Т. І. Бюджетування як один із інструментів ефективного формування та управління витратами [Текст] / Т. І. Долішня // Сталий розвиток економіки. – 2011. – № 7. – С. 179-183.
4. Квасницька Р. С. Сутність та класифікація суб’єктів господарювання / Р. С. Квасницька, С. О. Джерелейко // Вісник Хмельн. національного університету. Серія : Економічні науки. – 2010. – № 5. – Т. 1. – С. 78-82.
5. Маліношевська К. І. Сучасні проблеми бюджетування маркетингових комунікацій [Текст] / К. І. Маліношевська // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 10 (124). – С. 164-169.
6. Мілінчук О. В. Організаційний механізм управління бюджетуванням на підприємстві / О. В. Мілінчук // Вісник Націон. ун-ту “Львівська Політехніка”. Проблеми економіки та управління. – 2008. – № 628. – С. 580-586.
7. Нападівська Л. В. Управлінський облік: значення та застосування у практичній діяльності вітчизняних підприємств в умовах ринкових відносин / Л. В. Нападівська // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – № 8-9. – С. 78-93.
8. Турова Л. Л. Бюджетування як один із напрямків планування діяльності на підприємстві [Електронний ресурс] / Л. Л. Турова // Проблеми системного підходу в економіці. Електронне наукове фахове видання. – 2011. – № 4. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_4/Turova_4.
9. Череп О. Г. Роль бюджету та процесу бюджетування в управлінні підприємством / О. Г. Череп, О. Ю. Стремидло // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2011. – № 1 (4). – С. 445-451.

УДК 334.716:330.142.26

Кучеренко О.В.,
аспірант кафедри економіки, організації та обліку
в агропромисловому комплексі,
Одеський національний економічний університет

АНАЛІЗ СТАНУ ОЛІЙНОЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

В Одеському регіоні найбільш суттєвим індексоутворюючим видом діяльності в харчовій промисловості є виробництво олії та тваринних жирів, частка якого в обсягах реалізації харчової промисловості Одеського регіону в 2013 році складає 31,7 % (рис. 1).

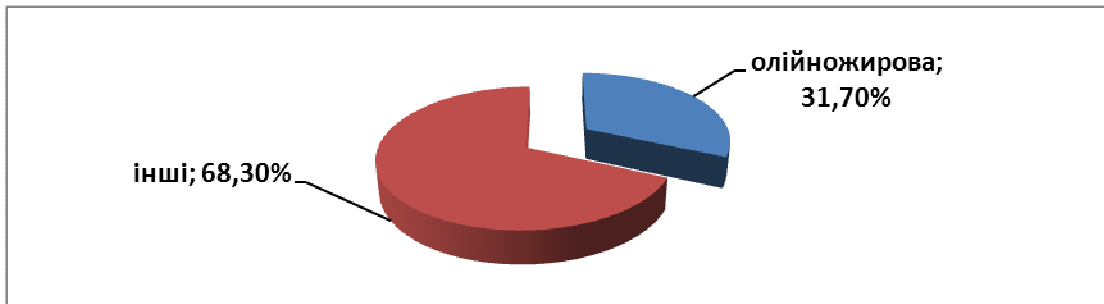


Рис. 1. Питома вага олійножирової промисловості Одеської області в обсягах реалізації харчової промисловості в 2013 році, %

Розроблено автором на підставі [1]

Серед південних регіонів України за підсумками 2013 року область займала перше місце у виробництві олії соняшникової нерафінованої (рис. 2).

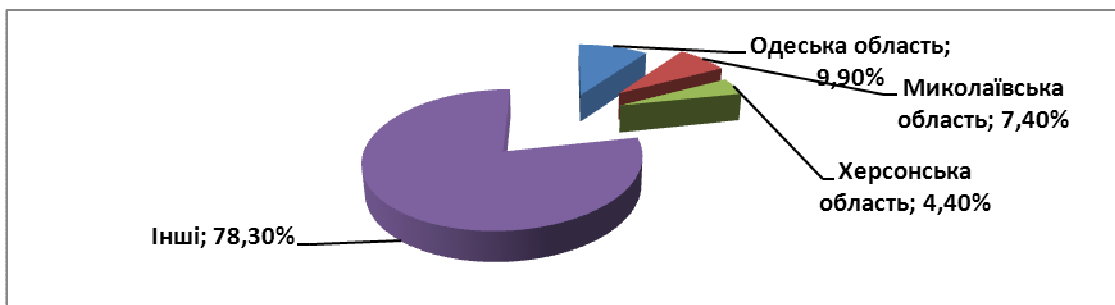


Рис. 2. Питома вага Одеської області у виробництві олії соняшникової в 2013 році в загальних обсягах по Україні, в %

Розроблено автором на підставі [1]

08.00.04 Економіка та управління підприємствами

Питома вага виробництва олії соняшникової в Одеській області в загальному виробництві його по Україні складає у 2013 році 9,9 % – це 335,2 тис. т (усього по Україні в 2013 році вироблено 3403 тис. т) [1].

Виробництво олії соняшникової нерафінованої в Одеському регіоні зросло в 2012 році в порівнянні з 2005 роком в 3,8 рази. В 2013 році спостерігалось зниження виробництва до 335,2 тис. т або на 30,5 %, а за підсумками першого півріччя 2014 року виробництво олії соняшникової склало 208,3 тис. т (рис. 3).

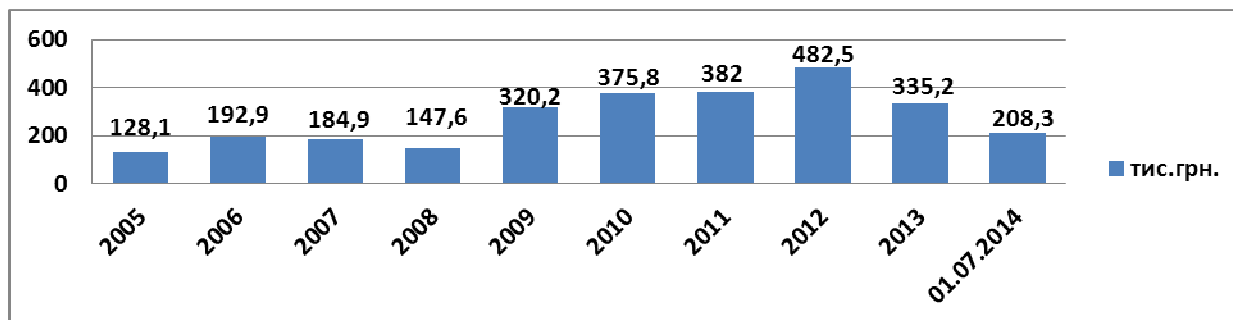


Рис. 3. Виробництво олії соняшникової в 2005-2013 роках і за перше півріччя 2014 року підприємствами Одеської області, тис. т

Розроблено автором на підставі [1; 2; 3]

Хоча олійножирова галузь Одеської області демонструє зростання виробництва, вона є збитковою (табл. 1).

Таблиця 1

Чистий фінансовий результат діяльності підприємств олійножирової промисловості Одеського регіону у 2013 році, тис. грн.

Показники	Фінансовий результат (сальдо), тис. грн.	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, тис. грн.	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, тис. грн..
1	2	3	4	5	6
Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	-209733,5	60,1	262122,0	39,9	471855,5
Виробництво олії та тваринних жирів	-287205,9	56,3	14877,6	43,7	302083,5

Розроблено автором на підставі [1, с. 23]

Спостерігається позитивна тенденцію переходу від збитковості операційної діяльності галузі у 2012 році (- 4,0 %) до рентабельності на рівні 0,4 %. Тобто, за результатами операційної діяльності галузь показує позитивну тенденцію отримання прибутку (табл. 2).

Таблиця 2

Рентабельність операційної діяльності підприємств олійножирової промисловості Одеського регіону, %

Показники	2012 рік	2013 рік
Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	2,0	4,0
Виробництво олії та тваринних жирів	- 4,0	0,4

Розроблено автором на підставі [1, с. 26]

Таким чином, можна зробити такі висновки [1; 2; 3]: частка олійножирової промисловості в обсягах реалізації харчової промисловості Одеського регіону в 2013 році суттєва та складає 31,7 %; у структурі виробництва та експорту олійножирової промисловості переважає олія соняшникова нерафінована; підприємства галузі працюють в умовах насиченого внутрішнього ринку, який орієнтує їх на експорт виробленої продукції; при значних обсягах виробництва та експорту олійножирова галузь в Одеській області є збитковою.

Беручи до уваги експортну орієнтованість галузі, майбутній розвиток її підприємств буде залежати від можливостей технічного переозброєння та застосування сучасних технологій переробки олійних культур.

Література

1. Харчова промисловість Одеської області: Стат. збірн. – Одеса: ГУ статистики в Одеській області, 2014. – 46 с.
2. Харчова промисловість Одеської області: Стат. збірн. – Одеса: ГУ статистики в Одеській області, 2012. – 48 с.
3. Промисловість Одеської області: Доповідь ГУ статистики в Одеській області. – Одеса: ГУ статистики в Одеській області, 2014. – 36 с.

SUBSTANTIATION OF TAX CONSCIOUSNESS MODEL FOR SUBJECTS OF TAXATION ON THE BASIS OF REFLEXIVE INTERACTION

Nonreflexive cooperation between subjects of taxation (government, regulatory authorities, and taxpayers) is shown in Figure 1 in the form three-node graph. The tax system is designed to form links between the government and regulatory authorities, regulatory authorities and taxpayers. In this case, the regulatory authorities on the one hand represent the interests of government in the context of fiscal policy implementation bodies, on the other hand – the interests of taxpayers within the explanatory work and simultaneous tax control. Taxpayers have direct and indirect relationships with regulatory authorities; indirect (informal) relationship with government within corruption schemes, lobbying tax interests of certain industries, businesses etc. It is assumed that all subjects of taxation aim for efficient interaction and have appropriate objectives and opportunities to reach this goal.

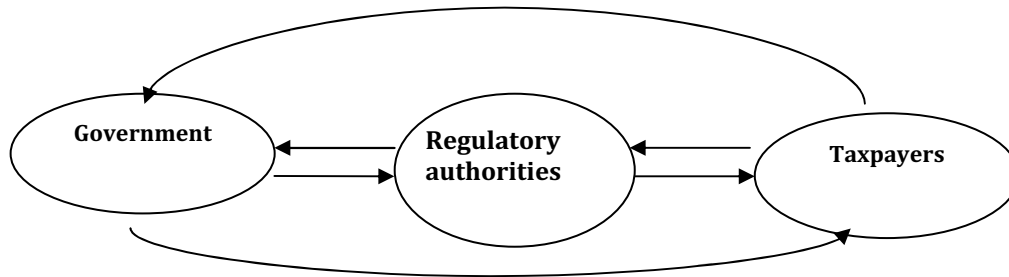


Fig. 1. Nonreflexive cooperation between subjects of taxation

Then, if we apply the concept of reflexive control in the context of research into consciousness of subjects of taxation, each of the above mentioned nodes of the graph represents a range of conceptual images. Let's study the structure of the designed graph in more detail. The first stage of forming subjective interaction with reflection in the context of this study is

self-reflection, that is generalization of i subject's conscious knowledge about itself ${}^i I$, that is $I_i \rightarrow {}^i I$. Then there is I-range reflection (or II range image), compilation of subject's conscious knowledge about another subject j , that is $I_i \rightarrow {}^j I$.

Each image of subject i , according to [3], is examined via the following components: a set of objectives (C) and a set of capabilities (B). In other words: $V = C \cup B$, where C is the subject's objectives in consciousness, and B is the subject's

capabilities in consciousness when $I=j$, equality ${}^I V = {}^I C \cup {}^I B$, corresponds to the image of agent I in its own consciousness [2]. It should be noted that an important factor in shaping the subject's image is the moment of self-reflection, or reflection that is characterized by the relevant aspects of socio-economic development. Since the system under investigation is dynamic, the aforementioned criteria parameters vary with time. In our mind, the image of the subject should be viewed as a combination of objectives, capabilities and the time, required to form reflexive interaction (T), hence:

$V = C \cup B \cup T$. The arc connecting subjects' images has two directions [2]: direct, $I_i \rightarrow {}^i I$, characterizes motivation

to reflection and has a weight $v(I_i, {}^i I)$; reverse, $I_i \leftarrow {}^i I$ characterizes the impact of an image on subject's behavior

and has a weight, which is a measure of the gap between the subjects and their images, $v({}^i I, I_i)$. That is, we determine the quality of self-reflection. The overall interaction structure of the graph is formalized by the system of weighted adjacency

matrices $A_i = |v|_i|_{n \times n}$, $A_j = |v|_j|_{n \times n}$ as a set of interaction indices: $A_i = |v|_i|_{n \times n} = \begin{pmatrix} 0 & v(I_i, {}^i I) \\ v({}^i I, I_i) & 0 \end{pmatrix}$,

$A_j = |v|_j|_{n \times n} = \begin{pmatrix} 0 & v(I_j, {}^j I) \\ v({}^j I, I_j) & 0 \end{pmatrix}$. Eigen value of λ matrix is characterized by the index of reflexive interaction

of the k -th image (real or ideal), defined as follows: $\lambda(I_k) = \sqrt{v(I_k, {}^k I) \times v({}^k I, I_k)}$, $\lambda \in [0;1]$.

The product of eigen values of weighted adjacency matrix $\prod_{l=1}^n \lambda_{I_k}$ makes it possible to calculate the proportion of

influence that subjects have on each other, which allows forming the generalized adjacency matrix A^* that can be studied the following way:

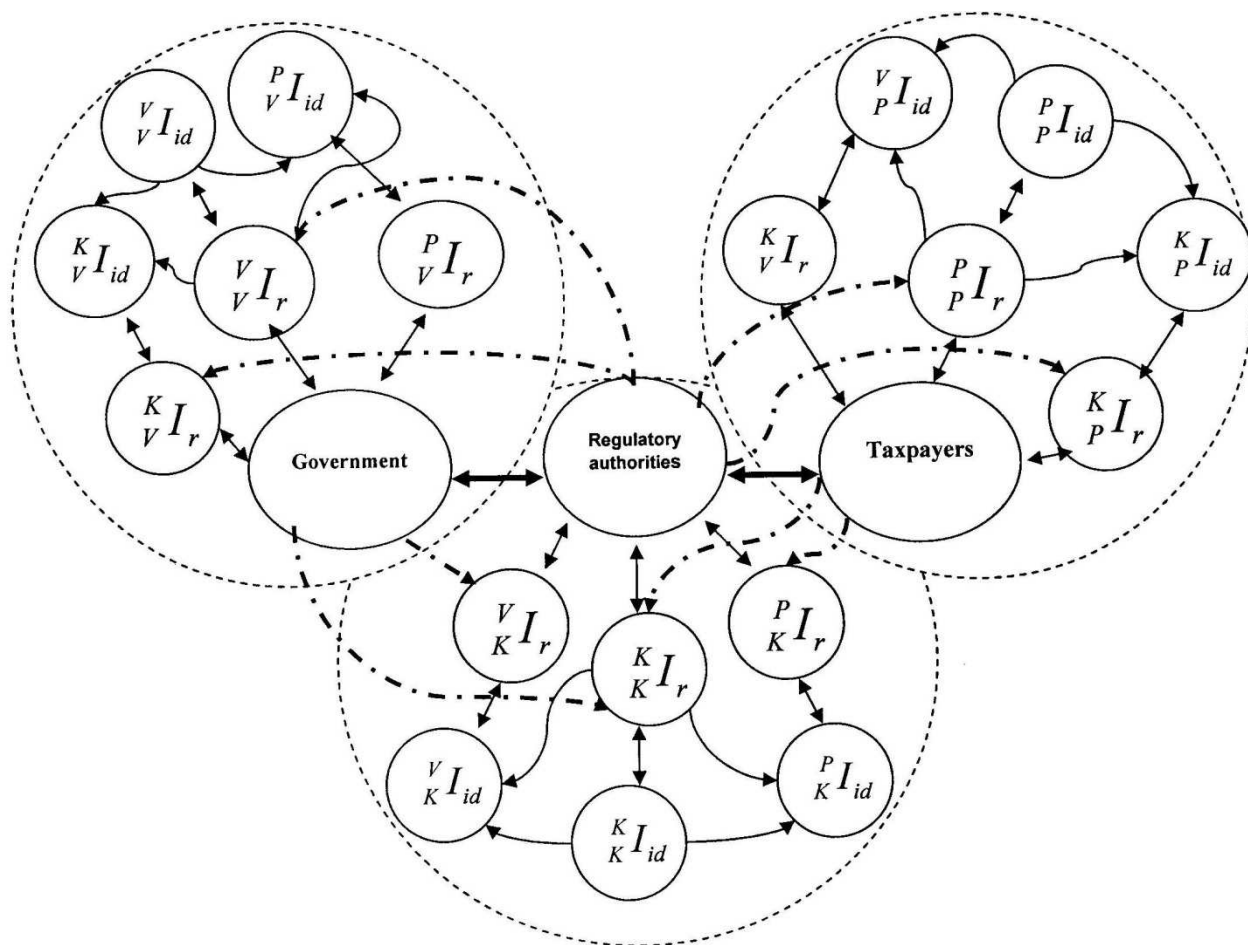


Figure 2. Structure model of tax consciousness of taxation subjects with reflection

Source: designed by Kucherova H.Y.

1) by using autonomous pulsed process [1], according to which the system status at any time is calculated like this: $p(t) = p(0) \times [A^t]$, $X(t) = X(0) + [A^0 + A + A^2 + \dots + A^t]$, where $p(t)$ is the vector of changes of system element values in the corresponding period of simulation; $p(0)$ is the vector of initial pulses; A is the adjacency matrix; t is periods of simulation ($t = 0, 1, 2, 3, \dots, k$), that reflect the sequence of system status changes; $X(t)$ is the values of system elements during the simulation period t ; $X(0)$ is the values of system elements at initial stage of modeling; A is a unit matrix. As a result, we receive a set of forecast scenarios of the studied system development $S = \{S_i\}$.

2) by separating interaction indices of real images from ideal ones, we obtain generalized adjacency matrices for the real $M_{real} \left| \prod \lambda_{ij} \right|$ and ideal $M_{ideal} \left| \prod \lambda_{ij} \right|$ images of taxation subjects, the difference between them $M_{ideal} \left| \prod \lambda_{ij} \right| - M_{real} \left| \prod \lambda_{ij} \right|$ will define the directions of the studied system development to bring real images as close to ideal ones as possible. It will help to make the system of tax consciousness more reliable and balanced. The directions should be summarized in the development strategy of the studied system. In the next step, if the interaction evaluation produces undesirable results, we need to substantiate scenarios of reflexive management to achieve maximum efficiency from the interaction of subjects of taxation. In this case we define the object and subject of reflexive management. In the context of our study these can be the "Government" and "Regulatory authorities" nodes. Reflexive management will be based on two approaches:

1. Subject-over-subject management (in Figure 2 it is outlined with dotted contour): Possible options for changes: subject's idea of another subject (the influence is made on ${}^j I_i$); another subject's idea of itself (the influence is made on ${}^i I_j$); subject's idea of its own ideal image in the mind of another subject (the influence is made on ${}^i I_j^{ideal}$); another subject's idea of it (the influence is made on ${}^j I_i$).

2. Management using arcs (the influence is made on real images) (shown with dotted contour in Figure 2): arc $(I_i, {}^j I_i)$ shows the change of subject's own idea about images of another subject; arc $(I_i, {}^j I_j^{real})$ shows the change of another subject's idea of itself; arc $(I_i, {}^i I_i)$ shows the change of subject's idea of its own ideal image in the mind of another subject; arc $(I_i, {}^i I_j^{real})$ shows the change of another subject's idea of it. The probability of positive interaction between subjects of taxation increases when the real image of a subject approximates its ideal image in the mind of another subject of taxation. As stated in [2], the system is viable if at a definite moment every subject of taxation has formed real and ideal images of itself as well as real and ideal images of other subjects, and every subject has sufficient resources to approximate real and ideal images close enough to provide the required result of interaction. To get a generalized evaluation of the interaction between subjects of taxation Komazov P.V. offers to calculate the integral value I_{I_r} based on the calculated difference using the following formula: $I_{I_r} = \sqrt{\sum_{i,j=1}^3 a_{ij}^2}$, $I_{I_r} \in [0;1]$. To interpret the results we got for the level of the integral index of interaction between the subjects we used Harrington's desirability scale [9]: value range [0; 0,2] - evaluation of interaction between subjects of taxation "Very bad"; [0,2; 0,37] - "Bad"; [0,37; 0,63] - "Satisfactory"; [0,63; 0,8] - "Good"; [0,8; 1] - "Very good". The result characterizes a level of interaction between the subjects of taxation mainly due to a consistency of interaction with other subjects of taxation supervisory authorities. The value of the integral index I_{I_r} should be considered in dynamics. If the order of values I_{I_r} is descending, the strategy chosen to raise tax consciousness of taxation subjects is correct.

References

1. Робертс Ф.С. Дискретные математические модели применимые к социальным, биологическим и экологическим задачам / Ф. С. Робертс. – М.: Наука, 1986. – 563 с.
2. Бакурова А.В. Самоорганізація соціально-економічних систем: моделі і методи: монографія /А.В. Бакурова. – Запоріжжя: КПУ, 2010. – 328 с.
3. Шемаєв В.М. Метод когнітивного моделювання рефлексивних процесів управління суб'єктами соціально-економічних систем.- Центр воєнної політики та політики безпеки. Київ. – 2008. – С.1-8.
4. Harrington E. C. The Desirability Function / E. C. Harrington // Industrial quality control. – 1965. – № 21. – P. : 494–498.

УДК 631.145

Лаготюк В.О.,
асистент кафедри економіки підприємства,
Буковинський державний фінансово-економічний університет,
м.Чернівці

ДО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ТВАРИННИЦТВА (НА ПРИКЛАДІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Євроінтеграційні та глобалізаційні процеси в економіці спонукають підприємства постійно забезпечувати належний рівень своєї діяльності. Україна має великий потенціал для розвитку агропромислового сектору, тому значну увагу потрібно приділяти питанням забезпечення ефективної діяльності аграрних підприємств.

Теоретичні та методологічні аспекти діяльності підприємств галузі тваринництва в сучасних умовах знайшли відображення в працях: Воскобійника Ю.П. [3], Камінського І.В. [3], Лупенка Ю.О. [2], Месселя-Веселяка В.Я. [2], Морозова В.І. [1], Шпикуляка О.Г. [3] та інших.

Тваринництво – переважаюча галузь в аграрному секторі області. Згідно з статистичними даними велику частку в обсязі виробництва продукції тваринництва займають галузі: птахівництва, свинарства та ВРХ. Ці галузі формують найбільшу частку у валовому внутрішньому продукті області з-поміж інших галузей тваринництва.

За період з 2000р. частка продукції тваринництва у загальнообласних обсягах валової продукції сільського господарства найвищою була в 2008р. (62,6%), в 2012р. на тваринництво припадало 54,5%. У 2013 році продукції тваринництва вироблено на 2998,8 млн.грн. (у постійних цінах 2010р.), що на 122 млн.грн. або на 4,2% більше, ніж у попередньому році, рівень виробництва 2005р. перевищено на 24,1% (у січні-березні 2013р. індекс обсягу виробництва продукції тваринництва порівняно з відповідним періодом 2012р. становив 108,5%)[4, с.8].

08.00.04 Економіка та управління підприємствами

В таблиці 1 подано аналіз діяльності підприємств галузі тваринництва за обсягом поголів'я худоби та птиці в динаміці за останні роки.

Таблиця 1

Поголів'я худоби та птиці за категоріями господарств (на 1 січня; тис. голів)

	Велика рогата худоба		Свині	Вівці та кози		Коні	Бджоли, тис. сімей	Птиця
	усього	у тому числі корови		усього	у тому числі вівці			
Всі категорії господарств								
1991	581,8	219,9	298,8	69,1	55,6	20,1	142,6	4798,8
2006	258,8	164,3	178,8	30,0	9,4	20,4	149,4	4731,3
2007	249,9	154,3	189,4	25,7	6,8	19,5	150,2	5351,1
2008	227,4	140,7	182,3	25,1	6,7	18,7	148,5	5759,2
2009	210,1	129,9	157,6	23,9	6,5	17,6	147,2	5150,6
2010	199,9	125,6	210,5	24,6	6,9	16,9	147,5	5248,0
2011	185,8	121,4	242,8	24,6	7,1	15,8	147,2	6761,0
2012	182,5	119,4	262,6	26,5	8,0	15,1	146,8	5993,5
2013	192,2	119,6	273,8	28,5	8,7	14,6	147,4	5993,7
2014	227,1	119,1	320,7	34,6	-	-	-	6230,4
Сільськогосподарські підприємства								
1991	315,4	72,8	127,6	46,0	46,0	17,7	22,6	2318,8
2006	17,2	5,8	29,2	1,0	1,0	1,3	3,1	1591,7
2007	15,5	5,2	44,1	0,5	0,5	1,1	2,4	2278,5
2008	15,3	4,4	54,4	0,5	0,5	0,9	2,4	2778,5
2009	11,9	3,8	43,0	0,6	0,6	0,8	2,1	2304,5
2010	10,0	3,8	87,8	0,8	0,8	0,7	1,8	2397,6
2011	8,7	3,5	124,1	0,8	0,7	0,5	1,8	3847,9
2012	9,3	3,6	144,7	1,1	1,0	0,5	1,7	3113,5
2013	10,0	3,7	155,8	1,8	1,7	0,4	1,9	2898,7
Господарства населення								
1991	266,4	147,1	171,2	23,1	9,6	2,4	120,0	2480,0
2006	241,6	158,5	149,6	29,0	8,4	19,1	146,3	3139,6
2007	234,4	149,1	145,3	25,2	6,3	18,4	147,8	3072,6
2008	212,1	136,3	127,9	24,6	6,2	17,8	146,1	2980,7
2009	198,2	126,1	114,6	23,3	5,9	16,8	145,1	2846,1
2010	189,9	121,8	122,7	23,8	6,1	16,2	145,7	2850,4
2011	177,1	117,9	118,7	23,8	6,4	15,3	145,4	2913,1
2012	173,2	115,8	117,9	25,4	7,0	14,6	145,1	2880,0
2013	182,2	115,9	118,0	26,7	7,0	14,2	145,5	3095,0

Примітка. Дані Головного управління статистика в Івано-Франківській області [4, с. 31]

Виходячи з даних таблиці 1, можна побачити, що динаміка показників більшості галузей тваринництва області є позитивною. Поголів'я худоби протягом 2001-2012 років поступово зменшується, а починаючи з 2013 року відбувається зростання. Аналізуючи поголів'я худоби за 2014 та 2001 роки бачимо, що в 2001 році воно було вищим ніж в 2014 році на 93,5 тис. голів, а в порівнянні з попереднім 2013 роком поголів'я худоби підвищилося на 34,9 тис. голів. Це свідчить про позитивну тенденцію в розведенні ВРХ.

Щодо поголів'я птиці вирощуваної на всіх категоріях господарств, то з 2001 по 2014 роки їх поголів'я зростає, порівнюючи 2014 з 2001 роком обсяг поголів'я збільшився на 2936,9 тис. голів, темп росту складає 89,2%, а порівняно з 2013 роком 236,7 тис. голів, темп росту становить 3,9%.

Аналізуючи обсяг поголів'я свиней, то в даному випадку спостерігається позитивна тенденція, порівнюючи показники в 2014 та 2001 роках, то спостерігається підвищення поголів'я на 124,9 тис. голів та в порівнянні з 2013 роком обсяг поголів'я свиней підвищився на 46,9 тис. голів, при цьому темпи росту становлять відповідно 63,8% та 17,1%.

З проведеного аналізу можна побачити, що з розвитком сільського господарства і можливості виходу на зовнішні ринки, важливо розвивати галузь тваринництва, яка є однією з перспективних галузей сільського господарства України та Івано-Франківської області зокрема.

Вітчизняна продукція, особливо птахівничої галузі, вже освоїлась на європейському ринку, має своє коло споживачів, вона має високий рівень конкурентоспроможності. Це дозволить виробникам не лише збільшити обсяги збуту продукції за рахунок захоплення зовнішніх ринків, а й підвищити власну конкурентоспроможність та конкурентоспроможність галузі і регіону в цілому. Особливу увагу в подальших дослідженнях необхідно приділити питанням забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі птахівництва.

Література

1. Морозов В.І. Економічний аналіз тваринницької галузі і перспективи її розвитку / В.І.Морозов // Електронний ресурс. – режим доступу. - http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_132/18.pdf
2. Лупенко Ю.О., Месель-Веселяк В.Я. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року /за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка - К.: ННЦ "ІАЕ", 2012. – 182 с.
3. Витрати та ефективність виробництва продукції в сільськогосподарських підприємствах (моніторинг). Вип.5. / [Воскобійник Ю.П., Шпикуляк О.Г., Камінський І.В. та ін.] ; за ред. Ю.П. Воскобійника. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. - 438 с.
4. Стан тваринництва в Івано-Франківській області / Економічна доповідь Головного управління статистики в Івано-Франківській області. – м. Івано-Франківськ. – 2013р. – 34 с.
5. Валова продукція сільського господарства Івано-Франківської області (у постійних цінах 2010 року) / Статистичний збірник. – м.Івано-Франківськ. – 2014 р. – 55 с.

UDC 001.895:330.341.1

Lazarenko Y.O.,

*Ph.D. in Economics, Associate Professor of Management Department,
SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»*

MANAGING OPEN INNOVATION CAPABILITY IN SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

Nowadays open innovation plays a pivotal role in an enterprise's ability to innovate successfully and helps organizations to survive in dynamic business environment by producing innovative outcomes. In modern economic conditions small and medium-sized enterprises (SMEs) cannot pursue major innovations or systemic product and process improvements alone because of the lack of knowledge, technological and financial resources. Open innovation tools are seen to offer SMEs collective benefits beyond those of a single company and increase their market adaptability.

A capability generally implies a set of resources and knowledge of their usage [1, p. 211]. Innovation capability refers to a firm's ability to take risk and generate new ideas which builds innovativeness [2, p. 520]. In this vein, open innovation capability can be defined as a firm's ability to dynamically manage its knowledge base over time by using inbound and outbound information flows and subsequently transform knowledge and ideas into new products, services, processes or structures for the benefit of the firm and its stakeholders [3, p. 44].

The capability perspective originates from the resource-based view of the firm, so the main emphasis in the discussion on dynamic capabilities has been on how companies integrate, reconfigure, renew and transfer their own or controllable internal resources [1, p. 203]. Although when it comes to open innovation, the ability to integrate efforts of different actors and exploit external resources within the innovation process is important. From the perspective of joint knowledge creation and sharing, open innovation capability requires a balanced position between knowledge exploration and exploitation.

To innovate successfully and to improve the open innovation capability of the firm the creation of new ideas and thought are essential. Thus, if the organization is aimed to generate open innovative outputs, it is necessary to pay attention to the internal and external organizational learning mechanisms and task motivation.

It is possible to point out some practical aspects of managing open innovation capability in SMEs:

- in order to provide a framework for efficient open innovation processes it is critical for companies to integrate their internal and external knowledge flows;
- organizations need to transform and reconfigure their open innovation capabilities by active management to fit changing environments and turbulent business conditions;
- specific combinations of open innovation capabilities need to be aligned with a firm's strategy;
- successful open innovation capabilities reconfiguration requires organizational changes which may be achieved by means of structural and contextual intra-firm mechanisms, the systems, processes, beliefs and expectations that shape organizational behavior;
- SMEs have to put particular emphasis on the complementary character of internal and external knowledge to provide open innovation practices, so, both external and internal learning mechanisms are important to the firm's innovation capability building.

So, the two essential goals of open innovation capability management are to create new resource combinations to respond to market trends, and consequently to sense and seize opportunities through reconfiguration of firm's operational capabilities. To conclude, it is necessary to emphasize that the more traditional capabilities, such as learning, transactional, technological capacities are not sufficient for managing open innovation adoption. According to the research findings, the new open innovation dynamic capabilities are proposed for SMEs – networking capability, customer involvement capability and knowledge management capability. Building upon this study, the next issues are to examine what steps can be taken to develop these firm-level capabilities and how they can be measured.

Bibliographic list

1. Möller, K., Svahn, S. Managing Strategic Nets: A Capability Perspective / K. Möller, S. Svahn // Marketing Theory. – 2003. – Vol. 3 (2). – P. 201-226.
2. Calantone, R.J., Cavusgil, S.T., Zhao, Y. Learning orientation, firm innovation capability and firm performance / R.J. Calantone, S.T. Cavusgil, Y. Zhao // Industrial Marketing Management. – 2002. – Vol. 31 (6). – P. 515-524.
3. Lazarenko, Y.O. The Adoption of Open Innovation Practices: A Capability-based Approach / Y.O. Lazarenko // Scientific Journal of Kherson State University, Series "Economics". – 2014. – Vol. 9. – Issue 2. – P. 42-47.
4. Innovation Capability Evaluation [Online] // A Management Model for the Renovation and Innovation Capability of an Organization. – Available at : <http://www.innovaatiomittaus.fi/EN/Innovaatiokyvyn%20johtaminen.pdf>

5. Lichtenthaler, U., Lichtenthaler, E. A Capability-Based framework for Open innovation: Complementing absorptive capacity / U. Lichtenthaler, E. Lichtenthaler // Journal of Management Studies. – 2009. – Vol. 46. – Issue 8. – P. 1315-1338.

Ларіонова К.Л.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи,

Донченко Т.В.,

старший викладач кафедри фінансів та банківської справи,

Хмельницький національний університет

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ САНАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із найважливіших інструментів загальної концепції управління санацією підприємства, виступає санаційна стратегія. Формування санаційної стратегії підприємства в сучасних економічних умовах повинно базуватися на комплексному системному підході, використання якого надає антикризовому менеджменту можливість урахувати існуючі впливи та фактори з боку як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства.

Необхідність розробки і реалізації даної стратегії пояснюється насамперед, тим що від успішного проведення санації в цілому залежить, чи зможе в подальшому підприємство ефективно продовжувати свою діяльність на ринку, або його об'являть банкрутом і ліквідують, що підкреслює стратегічний аспект основної мети санації.

З огляду на розвиток теорії стратегії, дослідниками І. Ансоффом, М.Месконом, О.Віханським, А. Карлофом, М. Портером, А.Томпсоном та іншими науковцями було запропоновано розглядати стратегію як взаємозалежний процес, що складається з різної кількості рішень, дій, процесів, етапів [1, 3]. Тому, на нашу думку, можна стверджувати, що формування санаційної стратегії є процесом, що проходить певні етапи (рис. 1).

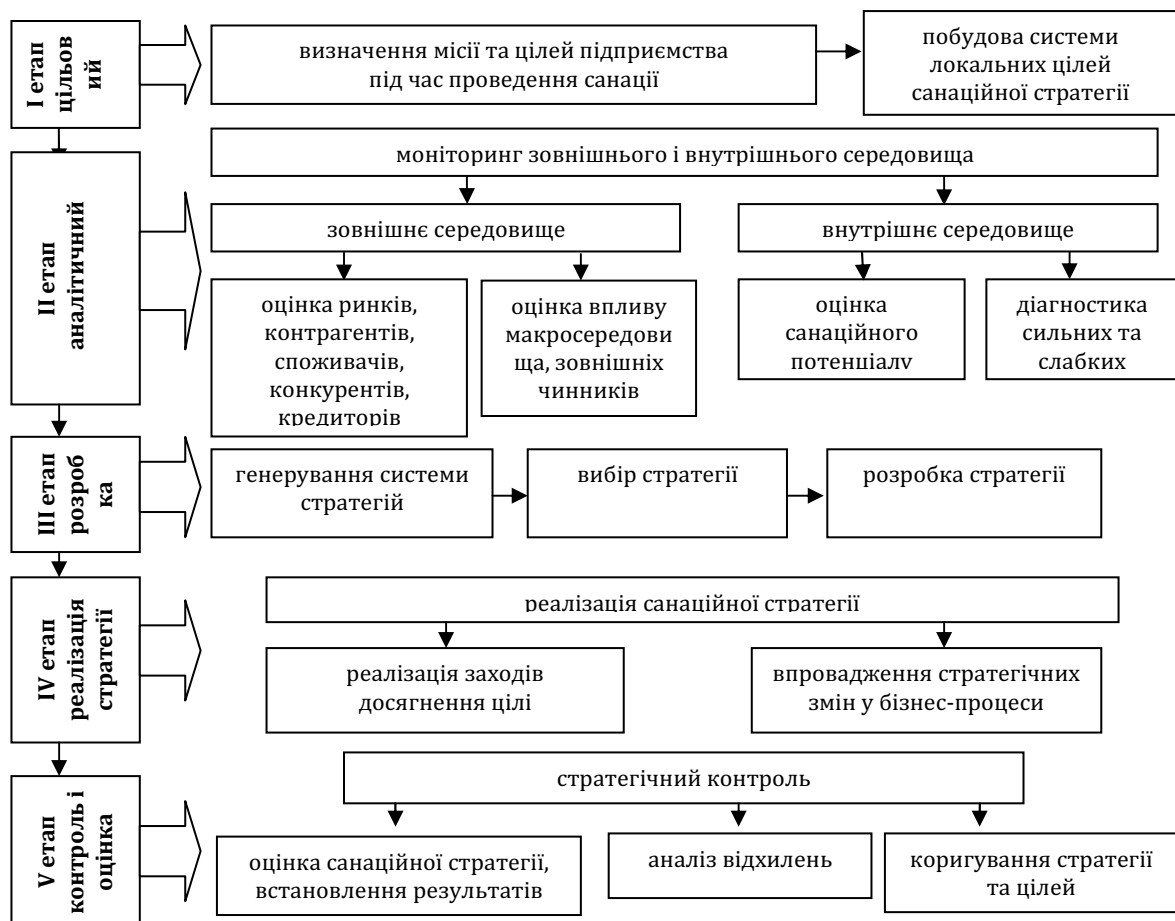


Рис.1. Процес формування та реалізації санаційної стратегії підприємства

I етап. Відправною точкою при розробці будь-якої стратегії виступає процес стратегічного планування, який розпочинається з визначення місії підприємства. Місія підприємства повинна відображати цільовий довгостроковий напрямок діяльності підприємства, з урахуванням його внутрішніх можливостей та оцінки зовнішнього середовища. А цілі виступають виразником бажаного результату управління.

II етап. Формування стратегії починається з діагностування та прогнозування розвитку середовища підприємства, а отримані результати стануть базою для вибору стратегій. Особливого значення для підприємства в умовах кризи набуває аналіз впливу на нього зовнішніх економічних факторів, що характеризують стан зовнішнього

середовища з точки зору доступності у ньому фінансових ресурсів для проведення санації та визначають стан внутрішнього середовища як клас кризи, у якому знаходиться підприємство.

Поряд з аналізом загального стану розвитку економіки країни доцільно більш ретельно проводити аналіз факторів зовнішнього економічного середовища досліджуваного підприємства, які за ступенем впливу можна віднести до факторів:

- зовнішнього економічного середовища непрямого впливу;
- зовнішнього економічного середовища прямого впливу.

Фактори зовнішнього економічного середовища непрямого впливу опосередковано впливають на формування загальної атмосфери бізнесу, організацію, форми й результати фінансової діяльності підприємства.

Фактори зовнішнього економічного середовища прямого впливу формуються в процесі фінансово-економічних відносин підприємства з контрагентами, фінансово-кредитними установами, щодо фінансових операцій і угод, на які воно може впливати у процесі безпосередніх комунікативних зв'язків.

Внутрішнє середовище можна розглядати за функціональними складовими, кожна з яких включає набір ключових процесів та елементів, стан яких в сукупності визначає той потенціал підприємства і ті можливості, які воно має в своєму розпорядженні. Воно визначається внутрішніми змінними всередині підприємств, які безпосередньо впливають на процес перетворень та функціонування підприємства.

Отже, аналіз внутрішнього середовища підприємства направлений на оцінку санаційного потенціалу (ресурсна складова), виявлення переваг і слабких місць та потребує визначення внутрішніх факторів впливу на фінансовий стан підприємства.

III етап. Розробка санаційної стратегії. Метою цього етапу є вибір і розробка санаційної стратегії підприємства. Вибір санаційної стратегії будується на основі моделі матриці вибору санаційної стратегії, яка дозволяє здійснити позиціонування підприємства на двовимірній площині, тобто залежно від взаємозв'язку класу кризи і рівня санаційного потенціалу. Відповідно до зазначених критеріїв запропоновано комбінаторні санаційні стратегії, а саме: стратегію забезпечення ефективного функціонування (прибутковості); стратегію відновлення платоспроможності (розрахунок з кредиторами); стратегію забезпечення фінансової стійкості.

IV етап. З урахуванням типу кризи, факторів та конкретних умов діяльності, що склалися на підприємстві визначаються цілі, які повинно досягти підприємство під час реалізації санаційної стратегії. На їх основі, залежно від обраної стратегії, підприємство добирає той чи інший каталог внутрішньогосподарських санаційних заходів. При цьому, з одного боку, забезпечується досягнення встановленої основної цілі санації, а з іншого – її деталізація за п'ятьма функціональними складовими, кожна з яких буде спрямована на досягнення системи цілей у певній функціональній області [2].

Метою вирішення етапу 4 є розробка деталізованих цілей і заходів санаційної стратегії. Менеджерам підприємства або санаторам пропонується обрати із запропонованої ієрархічної системи заходів для відповідного типу санаційної стратегії ті заходи, реалізація яких принесе максимальний ефект саме для конкретного підприємства, що пов'язано з особливостями співвідношення санаційного потенціалу і класу кризи.

V етап. Після етапу розробки та реалізації санаційної стратегії передбачається проведення повторного моніторингу зовнішнього та внутрішнього середовища для можливого корегування стратегії за умови зміни рівня санаційного потенціалу та визначення повноти досягнення мети санаційної стратегії. Моніторинг також необхідний для виявлення нових, істотних факторів розвитку зовнішнього й внутрішнього середовища з метою зміни й доповнення сценаріїв і відповідних їм управлінських заходів. Завершальний етап стратегічного планування полягає в тому, що після реалізації стратегії оцінюється її ефективність, за результатами чого може здійснюватися переформулювання цілей санації підприємства.

Література

1. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління / Т.С. Клебанова, О.М. Бондар, О.В. Мозенков та ін. за ред. О.В. Мозенкова. – Х. : ВД "ІНЖЕК". – 2003. – 272 с.
2. Ларіонова К.Л. Роль стратегічних цілей у формуванні санаційної стратегії розвитку підприємства / К.Л. Ларіонова, Т.В. Донченко // Збірник наукових праць за матеріалами міжнародної науково - практичної конференції «Наукові підсумки 2012 року», м.Київ. – 2012. – С.86-89.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: [2-ге вид., перероб. і доп.] / З. Є. Шершньова. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

Латишев К.О.,
кандидат економічних наук, доцент,
Караулова Ю.В.,
аспірант кафедри маркетингу,

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ВАГОНОБУДУВАННЯ

В епоху глобалізації та міжнародної інтеграції проблематика ефективного управління діяльністю вітчизняних підприємств вагонобудування, що функціонують як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, у зв'язку з загостренням конкуренції на світовому ринку набуває особливої актуальності. Збереження існуючих сегментів ринку та можливості розширення сфери власного впливу є першочерговим завданням вітчизняних підприємств вагонобудування. Вирішення цих проблем значною мірою покладено на формування, утримання та по можливості й нарощування конкурентних переваг високотехнологічної продукції підприємств вагонобудівної галузі.

Під управлінням конкурентоспроможністю продукції Г. Сабецька розуміє сукупність заходів, що здійснюються в процесі розробки, проектування, виробництва, просування, реалізації та післяпродажного обслуговування продукції з метою створення її привабливості для кінцевого споживача та збалансованого впливу на економічні показники діяльності підприємства, виходячи з критерію «прибуток» [1, с. 29]. Провідним фактором, який формує стійку конкурентну перевагу автор вважає зацікавленість торгових підприємств у виробленій продукції.

Вчений С. Бондаренко вважає, що управління конкурентоспроможністю продукції має бути рейтинговим, тобто спрямованим на створення та підтримку конкурентних переваг шляхом впливу на чинники, умови, джерела та методи їх формування з використанням рейтингових оцінок [2, с. 6].

Низка авторів, серед яких Т. Бурцева, В. Сизов, О. Цень, вважають, що забезпечення конкурентоспроможності – це, передусім, філософія управління всією системою в умовах ринку, що орієнтується на вирішення наступних задач: дослідження потреб споживачів та їх тенденцій; оцінка поведінки та можливостей конкурентів; дослідження стану та тенденції розвитку ринку; пізнання оточуючого середовища та його тенденції; навчання створення товару, якому б споживач віддав перевагу; орієнтування реалізації перерахованих завдань на довготривалу перспективу [3, с. 42].

Враховуючи визначення розглянуті вище та сутність конкурентоспроможності вважаємо, що під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес формування, утримання та нарощування конкурентних переваг на кожному етапі створення доданої вартості з метою підвищення рівня конкурентоспроможності продукції або втримання його на запланованому рівні.

Формування конкурентних переваг – сукупність процесів, які дозволяють виділити та контролювати відповідно плану утворення конкурентних переваг продукції на кожному етапі створення доданої вартості. Утримання конкурентних переваг – недопущення міграції цінності, яка здійснюється шляхом виготовлення продукції. Нарощування конкурентних переваг – кількісне та якісне зростання конкурентних переваг продукту завдяки зниженню рівня впливу чинників його розвитку.

Погоджуючись з М. Портером, який вважав етапами створення доданої вартості: забезпечення поставок сировини, виробництво продукції, забезпечення збуту, маркетинг і продаж та обслуговування [4], вважаємо, що особливу увагу необхідно зосередити на якості та вартості сировини, що надходить на підприємство. Залежно від її параметрів на вході можна визначити показники конкурентоспроможності на виході, а також спрогнозувати межі відхилень та визначити вектори контролю.

Враховуючи те, що об'єктом дослідження виступає процес забезпечення конкурентоспроможності високотехнологічної вагобудівної продукції, запропоновано модель управління конкурентоспроможністю продукції сучасного вагобудівного підприємства, яка є одним з елементів його організаційно-економічного механізму (рис. 1).



Рис. 1. Модель управління конкурентоспроможністю продукції вагобудівного підприємства

У результаті аналізу складових моделі управління конкурентоспроможністю продукції вагонобудівних підприємств визначено, що ключовою її складовою є якість продукції, оскільки з розвитком ринкових відносин основний спосіб ведення конкурентної боротьби перемістився з ціни саме на якість.

Серед показників, що відображають рівень конкурентоспроможності вагонобудівних підприємств виділено три їх групи: показники економічної ефективності, показники фінансового стану та спеціальні показники конкурентоспроможності продукції підприємства.

Таким чином, проведене дослідження дозволило стверджувати, що під управлінням конкурентоспроможністю високотехнологічної продукції слід розуміти сукупність методів і способів, які дають можливість підприємству мати стійке положення на ринку, зберігати та притягувати споживачів при реалізації основної мети діяльності підприємства – підвищення конкурентоспроможності його продукції.

Література

1. Сабецкая Г. Р. Рыночная модель конкурентоспособности продукции / Г. Р. Сабецкая // Маркетинг. – 2006. – № 1 (86). – С. 29-33.
2. Бондаренко С. М. Рейтингове управління конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств (на прикладі взуттєвого виробництва) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 «Економіка підприємства й організація виробництва» / С. М. Бондаренко. – К. : Національний університет харчових технологій, 2002. – 23 с.
3. Бурцева Т. А. Управление маркетингом : [учеб. пособие] / Т. А. Бурцева, В. С. Сизов, О. А. Цень. – М. : Прогресс, 2005. – 271 с.
4. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / Porter M. E. – N. Y.: The Free Press, 1980. – 347 p.

Левандовська Н.І.,

*старший викладач кафедри економіки та менеджменту,
Кіровоградський інститут Університету сучасних знань*

ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Одним з основних завдань, яке висуває сьогодення перед вітчизняними підприємствами, є забезпечення сталих результатів діяльності в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Вирішення цього питання потребує зосередження уваги менеджменту підприємства на ефективності використання персоналу як ключового фактора виробництва та безпосередньо на працівникові як носієві особистісних конкурентних переваг.

Оцінка ефективності використання персоналу – це тривалий і досить складний процес моніторингу, що дозволяє керівникам переводити стратегічні цілі підприємства в чіткий план оперативної роботи підрозділів та персоналу, а також контролювати результати їх діяльності за допомогою показників ефективності. Основним показником оцінки ефективності використання персоналу є продуктивність праці, яка характеризує співвідношення результатів праці та її витрат, тобто:

$$П = \frac{Q}{R_n} \quad (1)$$

де P – продуктивність праці, Q – обсяг реалізованої продукції, R_n – кількість працівників.

Продуктивність праці, як відомо, це плідна діяльність, продуктивність конкретної праці, яка визначається кількістю продукції, яка вироблена на одиницю робочого часу (годину, зміну, місяць, рік), або кількістю часу, який витрачений на виробництво одиниці продукції [9, с. 89].

Останнім часом висловлюються думка, зокрема, В.Тютюник [11, с. 75] про те, що показник продуктивності праці є застарілим і не відповідає вимогам сучасності, не дає реальної оцінки діяльності працівників. Через тривале використання показника продуктивності праці сформувалася думка, що неможливо виміряти прямий вплив на результати роботи. І справді, цей показник не пояснює, як змінюється вплив персоналу на підприємство, оскільки застосовуються засоби автоматизації, покращується навчання, використовуються маркетингові заходи тощо. Збільшився обсяг виробництва – при незмінній кількості працівників – зросла продуктивність праці, а при збільшенні числа робітників вона могла залишитися незмінною. Передусім нас цікавить результат, а вже потім причина.

Окрім продуктивності праці Г.В. Осовська і О.В.Крушельницька [7, с. 197], визначають такі показники ефективності використання персоналу, як: співвідношення темпів зростання продуктивності праці та заробітної плати, середньорічна заробітна плата працівників, загальні втрати робочого часу в розрахунку на одного працівника та плинність кадрів. М.М. Качмарик [6] – фонд оплати праці, чисельність працюючих, середню зарплату на одного працівника, продуктивність праці, співвідношення між темпами зростання середньої зарплати і продуктивністю праці. А.В. Калина [5, с. 205] – трудомісткість, коефіцієнт змінності, виробіток, загальні витрати робочого часу, питома вага фондів споживання в прибутку, витрати на персонал, віднесені на одиницю продукції; питома вага витрат на персонал у загальних витратах виробництва. В.І. Талах, Т.А. Талах [10, с. 17] – показники, що характеризують використання робочого часу та продуктивність праці. О.Г.Дяченко [2] – кількість відпрацьованих людино-годин у розрахунку на працівника, зайнятого в галузі; прямі затрати праці на виробництво 1 м/куб. окремих видів продукції. О.А.Докучаев [1, с. 146] – рівень освіти і відповідність займаній посаді працюючого, що дозволить

визначити фактичний стан справ на підприємстві, оцінити раціональність використання кадрів за функціями управління і зробити висновок про рівень забезпеченості підприємства необхідними фахівцями.

Всі ці показники свідчать про ефективність робочого часу персоналу чи ефективність заробітної плати персоналу, чи ефективність кількості, чи якості персоналу, ефективність умов праці. Але вони не дають можливості визначити ефективність використання персоналу комплексно.

Для зручності у використанні, узагальнимо показники для оцінювання рівня ефективності використання персоналу і додамо їм системного характеру:

- узагальнюючі (середньорічний, середньоденний і середньогодинний виробіток продукції одним робітником);
- окремі (витрати часу на виробництво одиниці продукції – трудомісткість продукції, або випуск продукції в натуральному вираженні за один людино-день (людино-годину));
- допоміжні (витрати часу на виконання одиниці роботи або обсяг виконаних робіт за одиницю часу) [4, с. 100];
- приватні (один вид ресурсів аналізується у співвідношенні доходів та витрат);
- багатофакторні (декілька видів ресурсів аналізуються у співвідношенні доходів/витрат) [3, с. 33];
- загальні (обсяг продаж/чисельність працюючих);
- цільові (ступінь виконання запланованих цілей, зокрема: завершені проекти / заплановані проекти);
- тимчасові (ступінь виконання тимчасових завдань);
- функціональні (розподіл посадових обов'язків та видів робіт) [8, с. 219-223].

Підсумовуючи вище викладене, можна зробити наступний висновок: в літературі відсутні чіткі і однозначні показники ефективності використання персоналу. Основним недоліком всіх представлених методик є неточність оцінок і незспівставність одних і тих же показників, які взяті за різні періоди. Крім того багато з використовуваних на практиці узагальнюючих показників ефективності використання персоналу не забезпечують порівнюваності умов і результатів їх діяльності, а отже і не забезпечують об'єктивного підходу до оцінки результатів їх роботи. Всі вони, в кращому випадку, побудовані на порівнянні ефектів з витратами на персонал, що не може забезпечити реальності оцінок.

Виходячи з завдань даного дослідження, на підприємствах з виробництва будівельних матеріалів доцільно використовувати удосконалені показники ефективності використання персоналу, як от: середньорічна кількість найманих працівників; обсяг реалізованої продукції; продуктивність праці; середньомісячна заробітна плата; фінансові результати підприємства; рентабельність підприємства; відпрацьований фонд робочого часу у середньому на одного штатного працівника; виробіток; трудомісткість; рівень використання фонду робочого часу; втрати робочого часу в середньому на одного штатного працівника; витрати на оплату праці, віднесені на одиницю реалізованої продукції; заборгованість із виплати заробітної плати; питома вага прийнятих; питома вага звільнених; питома вага працівників, які знаходились у відпустках без збереження заробітної плати; питома вага працівників, які з економічних причин переведені на неповний робочий день, тиждень; питома вага працівників, які задіяні в умовах, які не відповідають санітарно-гігієнічним нормам.

Удосконалені показники ефективності використання персоналу підприємства з виробництва будівельних матеріалів на відміну від існуючих, дають можливість встановити реальну оцінку ефективності використання персоналу галузі (на макро-, мезо- і мікрорівнях), виявити тенденції і встановити закономірності її розвитку порівняно з іншими галузями.

Література

1. Докучаєв О.А. Удосконалення методики оцінки ефективності використання потенціалу керівної системи / О.А. Докучаєв // Інноваційна економіка. – 2010. – № 5 (19). – С. 145–147.
2. Дяченко О.Г. Методологічні засади щодо оцінки ефективності використання ресурсів сільськогосподарських підприємств / О.Г. Дяченко // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Фінанси і кредит». – 2010. – № 1. – С. 56–59.
3. Зубов В.М. Как измеряется производительность труда в США / В.М. Зубов; под. ред. Р.В. Гаврилова. – М. : Финансы и статистика, 1990. – 143 с.
4. Економіка праці і соціально-трудові відносини / [А. В. Мерзляк, Є. П. Михайлов, М. Х. Корецький, Г. О. Михайлова]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 240 с.
5. Калина А.В. Економіка праці / А.В. Калина. – К. : МАУП, 2004. – 272 с.
6. Качмарик М.М. Оцінка ефективності управління і використання трудового потенціалу / М.М. Качмарик // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету. – 2005. – Вип.15.5. – С. 262–266.
7. Осовська Г.В. Управління трудовими ресурсами: навч. посіб./Г.В.Осовська, О.В. Крушельницька. – К.: Кондор, 2003. – 224 с.
8. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение /Д.С. Синк; [пер. с англ. В.И. Данилова -Данильяна].– М. : Прогресс, 1989. – 528 с.
9. Соболевская А.А. Постиндустриальная революция в сфере труда : монография / А.А. Соболевская, А.К. Попов. – М., ИМЭМО РАН, 2009. – 205 с.
- 10.Талах В.І. Ефективність використання ресурсного потенціалу підприємства: методика та практика аналізу: монографія / В.І. Талах, Т.А. Талах. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2010. – 156 с.
- 11.Тютюник В. Вимір ефективності праці персоналу /Василь Тютюник // Довідник економіста. – 2011. – №2. – С. 75–80.

**ОЦІНКА КУПІВЕЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ
ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

В умовах вільної конкуренції продукція вітчизняних товаровиробників відчуває все більший тиск з боку закордонних товаровиробників, що можуть задовольняти наявні потреби швидко та якісно. За таких обставин важливу роль у всебічному розвитку виробничо-господарської діяльності підприємств набуває еволюція маркетингових досліджень, однією з складових яких є дослідження споживачів.

Теоретичні засади маркетингових досліджень стали джерелом наукових праць багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців: Г. Армстронга, Л. В. Балабанової, О. М. Варченко, А. В. Войчака, П. Дойля, О. Д. Гудзинського, С. Р. Камілової, Ф. Котлера, М. А. Окландера, О. Ф. Оснача, П. І. Островського, А. Ф. Павленка, І. Л. Решетнікова, М. П. Сахацького, І. О. Соловйова, О. М. Шпичака та ын. Поряд з тим, в умовах швидкої трансформації ринкових процесів проблеми дослідження споживачів сільськогосподарської продукції є актуальними.

Метою статті є оцінка купівельної поведінки споживачів ринку сільськогосподарської продукції Одеської області.

Процес забезпечення населення країни якісними продуктами харчування вимагає детального дослідження показників фактичного споживання харчових продуктів населенням та їх порівняння з раціональними науково обґрунтованими нормами (табл. 1).

Таблиця 1

**Норми і рівень споживання продуктів харчування
населенням Одеської області, кг на рік**

Назва продукції	Раціональна норма споживання	Мінімальний споживчий кошик	Фактичне споживання, рік						2013р. до раціональної норми, %	2013р. до мінімального споживчого кошика, %
			1990	2000	2005	2010	2012	2013		
Хлібні продукти	101	123	109	107	117	112	113	108	107,2	88,0
Олія рослинна всіх видів	13	7	12	11	14	15	14	14	108,5	201,4
Цукор, кондитерські вироби	38	37	51	36	40	36	37	37	97,9	100,5
Картопля	124	95	68	85	106	102	103	102	82,2	107,3
Овочі та баштанні культури	161	110	83	90	119	148	171	167	103,4	151,4
Плоди, ягоди та виноград	90	64	76	38	56	58	60	60	66,6	93,6
М'ясо та м'ясопродукти	83	53	70	29	32	44	47	48	58,0	90,8
Молоко та молочні продукти	380	149	356	164	214	185	185	192	50,5	128,9
Яйця (шт.)	290	220	355	220	255	282	290	292	100,7	132,7
Риба та рибопродукти	20	13	21	11	18	19	18	18	88,5	136,2

Джерело: [1; 2]

За статистичними даними Одеської області визначено, що рівень споживання основних продуктів харчування за останні роки є вищим за показники мінімального споживчого кошика майже по всіх продуктах, поряд з тим по більшості з них є нижчим за раціональні норми споживання. В області більше за норму є споживання хлібобулочних виробів (на 7,2%), олії (на 8,5%) та овочів (на 3,4%), при цьому на відмінно від загальних тенденцій в країні, в області споживається менше цукру та кондитерських виробів на 2,1%, картоплі – на 17,8%. Плодових, ягід та винограду вживається менше за норму – на 33,4%, м'яса та м'ясопродуктів – на 42%, молока та молочних продуктів – на 49,5%, риби на 11,5%. Споживання яєць в Одеській області дорівнює раціональній нормі.

Наочно представлена інформація відображена на рис 1.

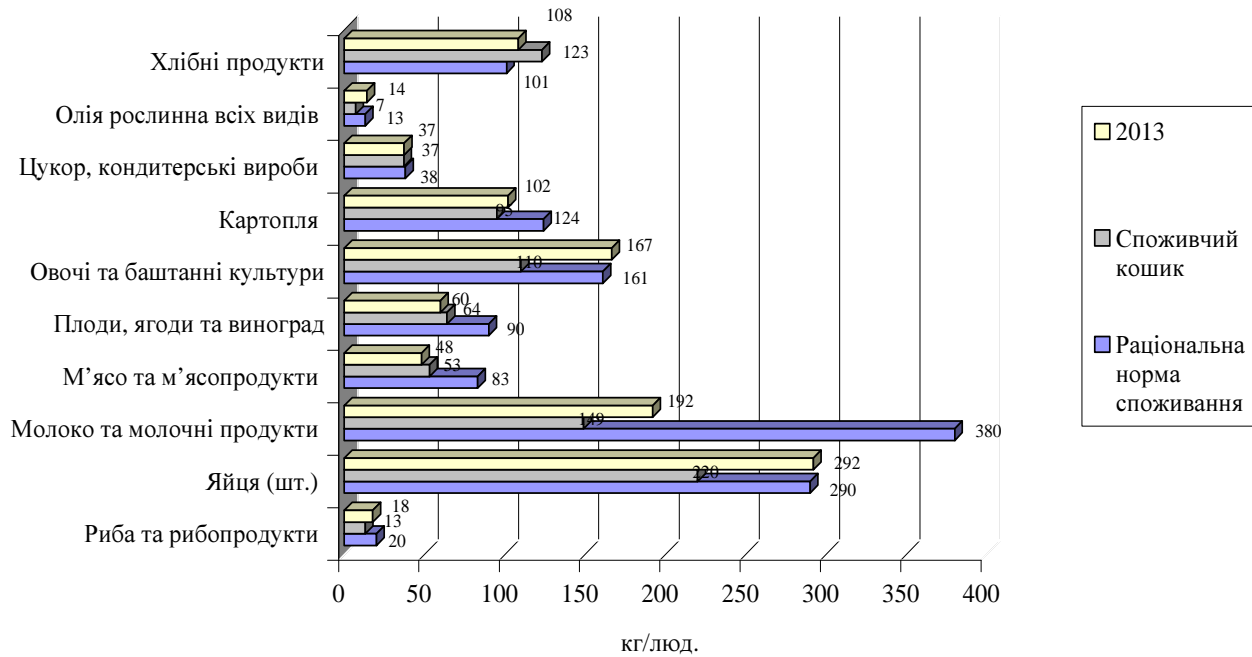


Рис. 1. Споживання основних продуктів харчування населенням Одеської області

За результатами проведеного дослідження виявлено, що перевищення споживання хлібних продуктів, недостача продукції тваринництва, фруктів, ягід та винограду в раціоні населення засвідчує нераціональність структури споживання населення області, що в першу чергу спричинено соціально-економічними проблемами. Поряд з тим, така значна незабезпеченість споживача продукцією свідчить про перспективу насичення ринку новою продукцією, що могла б задовольнити наявні раціональні потреби за ціною, яку в змозі сплатити споживач.

Література

1. Статистичний щорічник Одеської області за 2013 рік / [Головне управління статистики в Одеській області]. – О. : Астропринт, 2014. – 539 с.
2. Статистичний збірник. Міста та райони Одеської області за 2013 рік / [Головне управління статистики в Одеській області] – О. : Астропринт, 2014. – 279 с.

УДК 631.53.01

Липчук В.В.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри статистики та аналізу,

Малаховський Д.В.,

к.е.н., ст. викладач кафедри статистики та аналізу,

Львівський національний аграрний університет, м. Дубляни

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ НАСІННИЦТВА ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Інтенсивний розвиток зернового господарства на інноваційній основі, підвищення урожайності, поліпшення якості та нарощування обсягів виробництва зернових культур, не можливо досягнути без ефективної системи селекції та насінництва здатної забезпечити потреби товаровиробників зерна у якісному посівному матеріалі. Як зазначає В. Я. Амбросов та Н. Ю. Єгорова: "...насіння є специфічним наукоємним товаром, оскільки несе в собі потенціал росту ефективності аграрних підприємств" [1, с. 27]. Встановлено, що чим вища врожайність культури, тим більший внесок у її подальший ріст вносять сорт і насіння. У країнах з урожайністю зернових культур 40-50 ц/га приріст врожаю до 50 % забезпечується селекцією і насінництвом [5, с. 221].

Проте, динамічні ринкові процеси розвитку аграрного сектору економіки породжують ряд організаційно-економічних проблем стосовно галузі насінництва зернових культур, пов'язаних передусім із функціонуванням організаційно-виробничої структури галузі, проведенням комплексу маркетингових заходів з товаропросування насінницької продукції від виробника до кінцевого споживача, а також налагодженням ефективної співпраці суб'єктів галузі насінництва – селекційних установ, спеціалізованих насінницьких підприємств, посередницьких структур та виробників товарного зерна.

Відповідно до прийнятої державної програми "Зерно України – 2015" [4] вченими Національної академії аграрних наук України передбачено одержати у 2015 році валовий збір зернових культур в обсязі 71 млн. тонн, а у 2017 році не

менше 80 млн. тонн. Потенціал приросту виробництва зерна при цьому та підвищення рівня врожайності на 20-25 % передбачається досягнути за рахунок освоєння сучасних досягнень селекції та ефективного розвитку галузі насінництва. При площі посіву 16,2 млн. га, щорічна внутрішня потреба у насінні зернових культур становитиме 3,1 млн. тонн, з яких 1,8 млн. т (59,3 %) озимих та 1,2 млн. т (40,7 %) ярих зернових та зернобобових культур.

Для підвищення економічної ефективності виробництва та досягнення вище зазначених цілей, в Україні необхідно розвивати організаційно-виробничу структуру системи насінництва – мережу науково-дослідних установ та спеціалізованих сільськогосподарських підприємств з виробництва різних генерацій насіннєвого зерна, здатних забезпечити як внутрішні потреби, так і можливості виходу на зовнішній ринок посівного матеріалу.

Відповідно до прийнятого Закону України “Про насіння і садивний матеріал” система насінництва та розсадництва складається з ланок добазового, базового і сертифікованого насіння та розсадництва, страхових і державного резервного насіннєвих фондів [3, с. 8]. Отже, ринок насіння зернових культур можна визначити, як систему господарсько-економічних відносин, що склалися між оригінаторами сортових ресурсів, спеціалізованими насінницькими підприємствами та сільськогосподарськими виробниками товарного зерна. Доцільно також зазначити, що специфіка ринку насіння зернових культур полягає у тому, що ринок забезпечує потреби як самої галузі насінництва, так і товарного виробництва зерна, та складається з трьох організаційно взаємопов’язаних субринків: добазового, базового та сертифікованого насіння.

Якщо обсяг виробництва та рівень урожайності товарного зерна залежить в першу чергу від погодних умов та технологічних факторів виробництва, то обсяг виробництва насіннєвого зерна формується від ємкості ринку, тобто внутрішньої потреби у посівному матеріалі, можливостей виходу на зовнішній ринок та залежать, головним чином, від державної підтримки та купівельної платоспроможності кінцевих споживачів, що є основними економічними факторами коливаних розвитку галузі насінництва зернових культур.

У насінництві зернових культур доцільним є створення різноманітних організаційних форм господарювання, але найперспективнішими і ефективнішими будуть формування, створені на базі наукових установ селекційно-насінницького профілю [2, с. 121]. Зокрема, ми вважаємо, що для подальшого розвитку галузі насінництва, на регіональних рівнях доцільним є створення трьох організаційних елементів системи насінництва зернових культур – регіонального селекційно-насінницького центру, насіннєвого заводу та регіонального об’єднання виробників насіння. На підставі викладеного можна зазначити, що бажано, щоб у кожному регіоні була створена своя відповідна система насінництва, зорієнтована на урахування існуючих господарств, існуючої ситуації і того, що може бути в перспективі.

Література

1. Амбросов В. Ринок насіння зернових культур / Володимир Амбросов, Наталія Єгорова // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 27–31.
2. Бабарика Г. М. Товаропросування насіння зернових колосових культур на регіональному рівні / Г. М. Бабарика // Економіка АПК. – 2006. – №7. – С. 118–122.
3. Про насіння і садивний матеріал: Закон України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5397-17>.
4. Програма “Зерно України – 2015”. – К.: ДІА, 2011. – 48 с.
5. Ратошнюк Т. Економічна ефективність виробництва насіння нових сортів зернових культур / Т. Ратошнюк, В. Ратошнюк // Вісник Сумського національного аграрного університету, Серія “Фінанси і кредит”. – 2009. – № 1. – С. 221–224.

УДК 331.101.2

Лисенко О.А.,

к.ф.-м.н., доцент кафедри менеджменту
ДВНЗ “Національний університет харчових технологій”
м. Київ

ТЕНДЕНЦІ ЗМІН ІНДЕКСУ ЛЮДСЬКОГО РОЗВИТКУ ЗА ПОКАЗНИКАМИ ГІДНОЇ ПРАЦІ В ГРУПІ РЕГІОНІВ-АУТСАЙДЕРІВ

В сучасних ринкових умовах господарювання однією із проблем є забезпечення балансу між економічною ефективністю та соціальною справедливістю, між стимулюванням економічного розвитку та зростанням доходів і якості життя населення, між державним регулюванням та індивідуальною ініціативою.

Як зауважує Рудакова С. Г. перехід до постіндустріального розвитку характеризується домінуванням інтелектуальних технологій та людського капіталу. Пріоритетом соціально-економічних перетворень у напрямі соціалізації становиться, в першу чергу, людина та її добробут. Як наслідок, дослідження людського аспекту економіки, зокрема проблеми людського капіталу, якості трудового життя, гуманізації праці та забезпечення гідної праці набувають особливої актуальності [1, с. 121].

Для порівняння умов гідної праці в Україні використовується Методика вимірювання регіонального людського розвитку [2]. За даною Методикою розраховані індекси людського розвитку дозволяють побудувати єдину шкалу, на якій у ранжованому порядку розміщуються всі регіони України. Найсильніший вплив на визначення місця регіону на єдиній шкалі індексів людського розвитку мають рівень освіти, умови проживання та матеріальний добробут населення. Найменш помітним є вплив індикаторів ринку праці, оскільки опосередковано ситуація на ринку праці визначає місце регіону на шкалі індексів людського розвитку через матеріальний добробут і – меншою мірою – через умови проживання [3, с. 157].

Проте, незважаючи на це, важливість показників гідної праці не можна недооцінювати, оскільки від

показників ринку праці залежать і показники матеріального добробуту, умов проживання та соціального середовища.

Розглянемо тенденції зміни індексу людського розвитку в рейтингу регіонів України протягом 2004-2013 рр., виділивши області за різними групами. У порівнянні з усіма регіонами останнє десятиріччя структура групи регіонів-аутсайдерів практично не змінювалась (рис. 1).

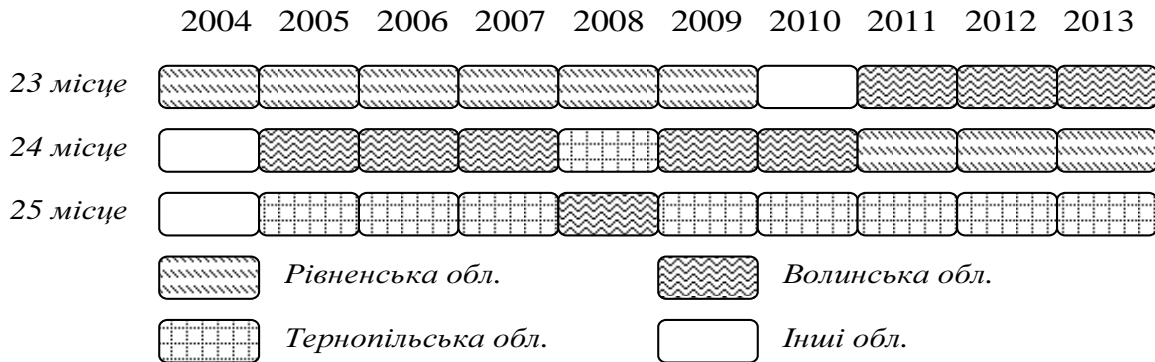


Рис. 1 Рейтинг областей в групі аутсайдерів за результатами розрахунку показників блоку "Гідна праця" у 2004-2013 рр.

Джерело : побудовано автором на основі [4, с. 40-48]

Так найнижчі показники за результатами розрахунків індексу людського розвитку за показниками блоку "Гідна праця" спостерігалися в Тернопільській області за виключенням 2008 р. Трійку регіонів-аутсайдерів в Україні протягом останніх десяти років склали незмінно Рівненська, Волинська та Тернопільська області. Найкращу позицію займали в різні роки Хмельницька, Житомирська та Вінницька області. Отже, в зазначених областях порівняно з іншими регіонами України протягом 2004-2013 рр. були найменш сприятливі умови щодо забезпечення гідної праці за результатами статистичних досліджень.

У зв'язку із структурою рейтингу, що склалася в групі регіонів-аутсайдерів, був проведений аналіз динаміки змін значення регіонального індексу людського розвитку за блоком "Гідна праця" у 2005-2013 рр. досліджуваних областей. Так, падіння темпів зміни регіонального індексу людського розвитку у 2009 р., внаслідок світової кризи, за блоком "Гідна праця" в групі регіонів-аутсайдерів виявилось нижчим, ніж у групі регіонів-лідерів, тобто не більше ніж 9 % у Тернопільській, 8,4 % у Рівненській і 6,5 % у Волинській областях. В той час, як негативна динаміка темпів змін індексу в групі регіонів-лідерів мала значення більші ніж на 10 %. Проте, не зважаючи на випереджаючі темпи падіння індексу людського розвитку в групі регіонів-лідерів, регіони-аутсайдери не змогли змінити свої рейтингові позиції і піднятися в загальному рейтингу областей України. Це є свідченням про низький рівень забезпечення умов гідної праці в даних регіонах. Це підтверджується і тим, що навіть позитивна динаміка зміни індексу людського розвитку за блоком "Гідна праця" у 2012-2013 рр. серед областей регіонів-аутсайдерів на відміну від регіонів-лідерів, які мали негативні зміни, не дозволила даним областям покращити свої позиції в загальноукраїнському рейтингу.

Аналіз проведених досліджень також виявив, що рівень умов праці згідно із показниками блоку "Гідна праця" в даних областях практично однаковий. Так, у 2008 р. позитивна динаміка зміни індексу в Тернопільській області (3,7 %) дозволила піднятися даній області з останньої позиції рейтингу на одну вище, змістивши Волинську область на останню позицію, яка мала достатньо мале зниження значення індексу в рейтингу (0,3 %). Аналогічна ситуація спостерігалася і у 2011-2013 рр., коли невеликий додатний приріст індексу людського розвитку за блоком "Гідна праця" призвів до зміни структури рейтингу регіонів-аутсайдерів. Так, приріст по Волинській області у 2011 р. на 2,4 % порівняно з 2010 р. на фоні малого зниження в Тернопільській (0,1 %) та Рівненській (1,5 %) областях дозволив Волинській області зайняти 23 позицію із 25, піднявшись на одну вгору (рис. 1). Проте дану структуру рейтингу групи регіонів-аутсайдерів, що склалася у 2011 р. не змінив навіть менший практично у два рази, хоча і додатний приріст індексу людського розвитку за показниками блоку "Гідна праця" у 2012 р.

Отже, для поєднання економічного зростання із забезпеченням умов гідної праці в досліджуваних регіонах України необхідно створити умови для заохочення підприємницької активності роботодавців з високим рівнем соціальної відповідальності, здатних забезпечити матеріальну зацікавленість працівників, задовольнити їхні потреби в трудовій сфері.

Література

1. Рудакова С. Г. Гідна праця як фактор розбудови соціально орієнтованої економіки в Україні / С. Г. Рудакова // Український соціум. – 2012. – №2(41). – С. 121-134.
2. Методика вимірювання регіонального людського розвитку від 13.06.2012 № 123-м // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : сайт www.ukrstat.gov.ua.
3. Сталій людський розвиток: забезпечення справедливості: Національна доповідь / Кер. авт. колективу Е. М. Лібанова; Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр "Візаві", 2012. – 412 с.
4. Регіональний людський розвиток: Статистичний бюлетень / Відп. за вип. О. О. Кармазіна. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 62 с.

INSTRUMENTAL BACKGROUND OF COMPETENCY IN COMPETENCE MODEL FORMALIZATION

Resource components configuration of economic growth models, which reflects the characteristic features and principles of the industrial system functioning are being changed under the influence of new conditions for the creation of surplus value. Intellectualization of labor in production sphere is a landmark characteristic of transition from the industrial development to the system of post-industrial transformation.

The usage of new technological structures, adaptive management models, a qualitatively different approach to the market vision of the business requires the institutionalization of knowledge asset structure that provide the functional implementation of the targets. Valorization of information and knowledge as resource components, the implementation of intellectual capital into the model of value creation ensured the further development of methodological background of competence approach in the system of new economy. Initiating a review of the structural components of competence providing objective conditions for the functional implementation of target settings based on hypothesis that adaptive governance structures develop their competitive advantages on the basis of competence models.

Compositional filling of competence components reflecting the properties and characteristics of the new economy, is a subjective hypothesis to formalize its functional elements, based only on the structural and logical alignment and identified trends of the institutional environment functioning. The need for high-quality applied research of functional relationships between the offered components and regularities of their appearance in the process of simulation modeling is confirmed with the existing necessity for smoothing discrepancy level of human capital development and the rates of change in the information environment.

The competence approach reflects the integration properties of economic nature and behavior of business entities, functional maintenance of tasks performing and process character of its quality components transformation into an object-oriented setting.

The interdisciplinary analysis shows that the nature and content of the work, the nature of psychogenetic continuity of accumulated knowledge, flexibility and speed of institutional self-regulation are influenced with changes in properties of the competence of economic agents.

Systematization of the "competence" definition interpretations made it possible to identify two basic approaches (resource and behavioral) that formalize its meaningful context. According to the first one the competence is treated as knowledge, skills and abilities that ensure effective implementation of the targets; consideration of competence as a set of personality characteristics, behavior models that can be modified by external factor involves the development of the second approach to the "competence" definition. Competence displays context of objective activity of economic entities, thus formalizing its species structure in the organizational, positional (role) and personal competence.

Defining the boundaries of the transition from competency to competence through interaction of systems (functional and process ones) that convert the potential properties of its functional security in the implementation of the process allowed interpreting the author's vision of the categories. Compiling competency with structure-forming components represents the following: professional, knowledge-cognitive, regulatory, behavioral and motivational factors are provided with allocative efficiency growth obtained by converting the potential of the subject in its productive operation results and combination of the key competency elements in the implementation of targets. Sharing the position of L. Vygotsky, whose works are devoted to issues of psychology in the economy, defining of the terms "component" and "element", we argue that the component takes over the properties of the whole, the decomposition of which is composed of elements that formalize its structure.

Competency is implemented with instrumental background of competence, the invariance of which can be ensured under the condition of its component structuring. The initial composition of competency elements is provided by transforming of information environment of economic agents functioning and the evolutionary development of knowledge assets under the influence of internal and external factors.

Knowledge assets of economic agents provide the conditions and the platform for the development, accumulation and implementation of competency components. Evolutionary development of economic systems transformed both meaningful context and the inner nature of competency components.

Considering the existing methodological approaches to designing the structural competency components it was revealed that formalizing their elemental composition, the authors focused on their institutional formalization. Meanwhile the important question is to determine the properties of the tool component that supports rapid application of controls in the subjective influence.

Professional competency component (know how to do) reflects the projection of the obtained expertise transformations into employment, ensuring its implementation through performing the functional tasks. Extrapolation of professional component by developing its architecture, which reflects the structure and the type of economic system, the speed of information exchange, can explain the structural and dynamic changes in knowledge assets.

Motivational competency component (know why to do) is characterized by a vector of action, which is defined with targets and internal motives, based on cause-and-effect relationships and forms of manifestation of human interests', perceptions' and expectations' latent nature. Instrumental and operational nature of the motivational component provides a mechanism for converting the axiological nature of activity in the model of relevant groups of behavior and relationships.

Cognitive and knowledge competency component (know what to do) reflects the ability to self-development and continuous updating of knowledge through its assimilation, transformation of the conceptual and analytical thinking into its applied nature. Target implementation of cognitive and knowledge component is provided with interaction of professional and motivational component elements that create conditions to improve the quality of knowledge, self-regulation of work and self-development of human capital.

Regulatory competency component (know when to do) contains elements of adaptation to models of social and labor relations, self-regulation in the process of developing target solutions. Regulatory component characterizes the ability to manage its own behavior and activities, and provides self-management with objective and subjective changes in emotional state. Processes of self-regulation promote efficiency in the labor market; systematic of initiation process, construction, maintenance and management of all types and forms of internal and external activities; reduction of conflicts and improvement of corporate culture.

The behavioral competency component (know what I am guided by) is characterized by axiological motives, displaying the models of social and labor relations. It performs the overall system-set function – it sets the individual, value-semantic competency trajectory. Decision-making process by economic agents can be considered through the prism of the classical theory, which is based on rationality and predictability in the motives of action; and non-classical theory, which is formed on the basis of integrating classical model and a complementary behavioral decision-making model. The convergence of these binary approaches provides conversion of rationality and uncertainty into the axiological-behavioral motive in order to achieve a balance between targets and ways of its implementation.

Descriptive backgrounds of competency components allowed structuring of its substantive context by combining semantic unification of behaviorist, axiological and cognitive approaches, and providing the author's vision of objective aspects that affect labor activities of economic entities.

Developing the competence management tool of economic entities will solve a number of important tasks in ensuring competitive advantages, such as harmonization in the development of the institutional environment and conditions of employment; aligning to the requirements of mobility programs, adaptability to real material possibilities; implementation value-semantic concepts in the activities of economic entities.

Лінькова О.Ю.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту та оподаткування,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»*

РОЛЬ ДЕРЖАВИ ПРИ УПРАВЛІННІ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Важливість проблеми державного втручання в управління промисловими підприємствами в Україні зумовлена тим, що на фоні процесів інтеграції країни в Європейський простір відбувається військовий конфлікт, ліквідація якого залежить від стану розвитку економіки.

Аналіз останніх наукових досліджень управління промисловими підприємствами В. Ланкин, Г. Горелова, В. Сербин, Д. Арутюнова, А. Татарова, Г. Баканов, Е. Макарова, А. Анненкова, П. Бабошкина, Н. Горбачёв, Ю. Стадницький, А. Загородній, О. Капітанець, О. Товкан, Г. Башнянина, Н. Чухрай, Р. Патора, А. Загородній, Г. Захарчин, Є. Крикавський, Й. Петрович, І. Яремко, Я. Гаврись, Л. Лісовська, І. Новаківський, Н. Чернописька, З. Коваль, Я. Демків показують необхідність його вдосконалення. Мета роботи – проаналізувати роль держави при управлінні промисловим підприємством за сучасних умов та запропонувати шляхи його оптимізації.

Об'єктом дослідження – є економічні відносини в Україні у сфері управління промисловим підприємством.

Предметом дослідження виступає державне управління в Україні.

Головні способи вибору країною курсу свого розвитку: пасивне спостереження; контроль; приватизація; сприяння і підтримка і таке інше. Так США використовують концепцію «конституційної економіки», а в Німеччині – «теорію порядку», як частину концепції соціального ринкового господарства.

Державно-управлінська діяльність має прояв у: економічній; соціально-культурній та адміністративно-політичних сферах. До головних функцій управління належать: збір, обробка та аналіз інформації; прогнозування та планування; організація та регулювання; координація та взаємодія; мотивація; контроль та облік. За часів військового протистояння в країні активна роль держави підвищується і по-перше в економічній сфері. Головними формами державного регулювання виступають:

– нормативне регулювання (встановлення державою загальнообов'язкових правил поведінки для учасників суспільних відносин), правовою формою державно-нормативного регулювання виступають закони та підзаконні акти, а також судові акти;

– державна реєстрація (діяльність державних органів щодо правового закріплення юридичних фактів або засвідчення фактичних обставин). До основних видів державної реєстрації відносяться: державна реєстрація актів цивільного стану; державна реєстрація нормативних актів органів виконавчої влади; державна реєстрація юридичних осіб та індивідуальних підприємств; державна реєстрація прав на нерухоме майно та угод з ними; державна реєстрація суспільних об'єднань; реєстрація та облік громадян;

– ліцензування (спеціальний дозвіл органів виконавчої влади на здійснення окремих видів діяльності підприємствами, організаціями, установами незалежно від їх організаційно-правової форми, а також фізичними особами, які здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи) та сертифікація (діяльність виконавчої влади щодо підтвердження відповідності продукції встановленим вимогам, найбільш вагомими цілями сертифікації є: контроль за безпекою продукції та захист споживача від недоброякісного виробника). Ліцензування підлягають роботи, виробництво, яких може призвести до нанесення шкоди правам, законним інтересам громадян, обороні та безпеці держави, культурній спадщині країни;

– координація (діяльність щодо погодження дій різних органів державної влади, основні види: загальна; міжгалузева; галузева; регіональна). Основні форми координації: розробка та прийняття сумісних нормативних актів; планів та комплексних програм сумісних дій різних органів виконавчої влади.

Все більшого значення серед методів державного управління набувають методи непрямої дії: державні замовлення (у формі закону в економічній сфері, в галузі науки; освіти; охорони здоров'я), коли державні потреби забезпечуються не тільки адміністративним шляхом але й економічними способами.

В структурі органів державного управління поряд із функціональними існують органи міжгалузевих регулювання (міністерство при здійсненні власної діяльності виходять за межі своєї галузі). Міжгалузевий вплив у міжгалузевому управлінні може приймати заходи щодо зобов'язуючого характеру (контроль, адміністративні стягнення). До міжгалузевих сфер управління відносяться: фінанси і кредит; наука і технології; матеріально-технічне забезпечення; безпека; праця і соціальний розвиток; державна статистика і облік; державна стандартизація і метрологія; прогнозування; транспорт і зв'язок.

Систему організації управління в економічній сфері можна розділити на дві взаємопов'язані підсистеми: управління економічним розвитком країни в цілому; управління в окремих комплексах економіки (промисловості, торгівлі). В кожній з підсистем діють конкретні органи виконавчої влади: президент України; кабінет міністрів України; міністерства; місцеві органи влади; органи місцевого самоврядування.

Основні властивості підприємства як економічної системи:

1) які характеризують зв'язок системи із зовнішнім середовищем (принцип «чорної скриньки», самостійність, відкритість, сумісність);

2) що характеризують параметри дії і розвитку системи (безперервність, альтернативність шляхів функціонування і розвитку, синергічність, інерційність, адаптивність, організованість, стандартизація, інноваційний характер розвитку системи);

3) що характеризують методологію цілепокладання (цілеспрямованість, спадкоємність, пріоритет якості, пріоритет системи більш високого рівня інтересів, надійність, оптимальність, невизначеність інформаційного забезпечення системи, емерджентність, мультиплікативність);

4) що характеризують сутність та складність системи (первинність єдиного цілого, не адитивність, розмірність, складність, жорсткість, вертикальна цілісність, горизонтальна відокремленість, ієрархічність, множинність).

Економіка України представляє собою сформовані економічні комплекси:

– промисловий (основа економічної міцності та обороноздатності країни);

– агропромисловий (господарства, які здійснюють виробництво, заготовку, транспортування, збереження, переробку та доведення до споживача сільськогосподарської продукції, продовольства для населення та сировини для промисловості);

– транспортно-дорожній (цивільна авіація, морська, внутрішня водна, автомобільна, міська електрична, залізничний транспорт та дорожнє господарство, яке здійснює перевізну діяльність, роботи та послуги, пов'язані з обслуговуванням пасажирів та вантажів, утриманням автомобільних доріг, водних шляхів, морських, річних портів, цивільних аеропортів);

– будівельно-житловий (будівництво та реконструкція житла, споруд та елементів інженерної та соціальної інфраструктури, управління житловим фондом його утримання та ремонт);

– зв'язку (система технологічно спряжених мереж загального користування та відомчих мереж електров'язку, поштового зв'язку, а також інформаційних, інформаційно-розрахункових та автоматизованих мереж).

Висновки: основна роль держави це активна підтримка промислових підприємств за сучасних умов (вибір ефективної форми власності, оптимізація фінансових потоків, залучення додаткових займаних коштів, реалізація фінансових інвестицій, реструктуризація управління з метою підвищення його ефективності, впровадження прогресивних технологій).

Основні питання для проведення подальшого дослідження управління промисловим підприємством: податкові пільги для впровадження прогресивних технологій, удосконалення системи мотивації праці.

Література

1. Исследование и разработка организационных систем управления в высших учебных заведениях : монографія / В.Е. Ланкин, Г.В. Горелова, В.Д. Сербин, Д.В. Аругюнова, А.В. Татарова, Г.Б. Баканов, Е.Л. Макарова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2011. – 178 с.

2. Проблемы экономики и управления предприятиями, отраслями, комплексами : монографія / А.А. Анненкова, П.А. Бабошкина, Н.И. Горбачёв и другие. – М. : 2014. – 587 с.

3. Економічний вибір оптимальних технологій: мікро- та макроекономічні аспекти : монографія / Ю. Стадницький, А. Загородній, О. Капітанець, О. Товкан. – Львів: ЗУКЦ, 2006. – 320 с.

4. Економічні системи : монографія. Т.2/ За ред.Г.І. Башнянина. – Львів: Видавництво комерційної академії, 2011. – 496 с.

5. Управління інноваційними процесами в межах екосистеми : монографія / Н.І. Чухрай, Р. Патора, А.Г. Загородній, Г.М. Захарчин, Є.В. Крикавський, Й.М. Петрович, І.Й. Яремко, Я. Гаврись, Л.С. Лісовська, І.І. Новаківський, Н.В. Чернописька, З.О. Коваль, Я.М. Демків; За наук. ред. Н.І. Чухрай. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 216 с.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ

Щоб досягти успіху в конкурентній боротьбі сучасним підприємствам недостатньо показувати високі фінансові результати, демонструвати потенціал інноваційного і технологічного розвитку. Важливо також нарощувати соціальний і людський капітал, завойовувати суспільну довіру та формувати соціальні конкурентні переваги. Тому нашою метою є дослідження впливу концепції корпоративної соціальної відповідальності на формування конкурентних переваг та конкурентних стратегій підприємств.

Сьогодні все більше вітчизняних компаній позиціонує свій бізнес, свої продукти чи послуги, враховуючи принципи соціальної відповідальності. Значна частина бюджетів, що витрачається на маркетингові комунікації, відводиться саме на спеціальні комунікації, мета яких змінити сприйняття, цінності та поведінку споживачів [1]. Соціальна відповідальність бізнесу стає одним з ключових факторів успіху підприємства та основою формування конкурентних стратегій.

Ф.Котлер визначає корпоративну соціальну відповідальність як «вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту місцевої спільноти за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу і використання корпоративних ресурсів» [2]. Основними складовими корпоративної соціальної відповідальності є: відповідальність за якість вироблених товарів і наданих послуг, охорона навколишнього середовища, сумлінне партнерство, створення робочих місць і добробут працівників, благодійність компанії.

Конкурентні стратегії в контексті корпоративної соціальної відповідальності передбачають: відповідність продукції міжнародним стандартам; наслідування кращих світових управлінських практик; постійна робота з найбільш важливими групами стейкхолдерами; використання безперервних інновацій; кооперацію з бізнес-партнерами, співпраця з некомерційними організаціями; публікація, розповсюдження соціальної звітності, підвищення ефективності соціальних інвестицій [3]. Основними соціальними конкурентними перевагами компанії можуть стати: екологічність виробництва, створення безпечних умов праці, позитивний суспільний імідж компанії, благодійність, інформаційна відкритість компанії [4].

Успішна реалізація соціально орієнтованої конкурентної стратегії веде до скорочення операційних витрат, зниження плинності кадрів, поліпшення доступу до капіталу, зміцнення репутації підприємства, зростання довіри з боку співробітників, акціонерів та інших зацікавлених осіб. Дані зміни, у свою чергу, впливають на поліпшення основних ринкових і фінансових показників діяльності компанії, та її капіталізацію в майбутньому [4].

Концепція корпоративної соціальної відповідальності актуальна для будь-якого виду бізнесу, але можна виокремити ті сфери, де її роль є надзвичайно важливою. Серед таких — виробництво хліба і хлібобулочних виробів. Специфіка хлібопекарського бізнесу, який впливає на здоров'я людей та знаходиться під пильною увагою з боку держави та суспільства, вимагає від підприємств при формуванні конкурентних стратегій дотримання принципів соціальної відповідальності. При ухваленні рішення про вибір конкурентної стратегії підприємствам необхідно керуватися не тільки міркуваннями фінансової і ринкової результативності, але й враховувати соціальну відповідальність (зокрема, неможливості відмови від виробництва соціальних сортів хліба, недопущення використання при виробництві хліба синтетичних харчових добавок, поліпшувачів, консервантів, барвників тощо).

Серед компаній, які функціонують на українському ринку хліба і хлібобулочних виробів, дотримуючись принципів корпоративної соціальної відповідальності, можна виділити ПАТ «Концерн Хлібпром» (<http://hlbprom.com.ua>). Ключовими принципами роботи для концерну Хлібпром в сфері корпоративної соціальної відповідальності є: відповідальність перед споживачами за якість продукції; відповідальність перед працівниками за створення оптимальних умов для роботи, розвитку та реалізації власного потенціалу; відповідальність перед партнерами за чесне та добросовісне партнерство на відкритих засадах; відповідальність перед суспільством за вплив на навколишнє середовище. Дотримання концепції корпоративної соціальної відповідальності сприяє формуванню позитивного іміджу концерну Хлібпром у споживачів, інвесторів, партнерів, співробітників, держави та суспільства, що, в свою чергу, позитивно відбивається і на економічних результатах діяльності компанії.

Отже, соціальна відповідальність бізнесу виступає важливим інструментом конкурентної боротьби, забезпечує низку соціальних конкурентних переваг, допомагає компаніям будувати комунікації з покупцями та кінцевими споживачами, сприяє зростанню лояльності клієнтів та позитивно впливає на збут продукції.

Література

1. Дудкін О.В. Соціальна відповідальність як складова маркетингової стратегії промислового підприємства / О.В. Дудкін // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 4. – Том 2. – С. 101-107.
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; заг. ред. Л. Савицька; пер. с англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005. – 286 с.
3. Юзик Л.О. Конкурентоспроможність підприємства на засадах соціально-орієнтованого маркетингу [Електронний ресурс] / Л.О. Юзик. // Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – № 2. – Режим доступу до журн.: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2009_2_42.pdf
4. Шталь Т.В. Социальный маркетинг и социальная ответственность бизнеса: взаимосвязи и результаты / Т.В. Шталь, О.О. Тищенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 4. – С. 97-104.

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Сьогодні успішне функціонування сучасних підприємств харчової промисловості і досягнення ними стратегічних переваг в умовах конкуренції значною мірою залежать від використання у виробництві об'єктів інтелектуальної власності (ІВ).

Аналізуючи роль інтелектуальної власності в діяльності підприємств харчової промисловості, слід зазначити те, що об'єкти ІВ набувають актуального значення і є ефективними інструментами в конкурентній боротьбі на ринку. Отже, вигоди від використання інтелектуальної власності є очевидними, а саме:

- вигоди від використання інтелектуальної власності, в тому числі і винагороду за її використання, залежать від величини додаткового прибутку, що отримано при комерційному використанні ІВ на підприємстві харчової промисловості;

- додатковий прибуток від використання інтелектуальної власності може бути викликаний економією поточних і капітальних витрат на основі використовуваної ІВ, а також наявністю бренду, який дозволяє підвищити ціну виробленої продукції, забезпечити стійкий попит, а, отже, стати джерелом додаткового прибутку;

- можливість ефективного використання інтелектуальної власності закладена в створенні адекватної системи управління нею.

Процес ефективного управління забезпечує вирішення важливих завдань, що стосуються дотримання монополії на використання об'єктів інтелектуальної власності, комерційного використання даного активу, а також навчання персоналу та стимулювання творчої діяльності.

Виходячи з вищесказаного, своєчасним і доцільним може стати розробка і використання схеми управління ефективністю використання інтелектуальною власністю на підприємствах харчової промисловості, яка враховує стратегічні напрямки розвитку даних підприємств (рис. 1) [3, с. 89].



Рис. 1 Система управління ефективністю використання інтелектуальної власності на підприємствах харчової промисловості

Управління ефективністю інтелектуальною власністю є абсолютно необхідною умовою забезпечення життєдіяльності підприємства. Встановлено, якщо підприємство володіє зареєстрованими об'єктами

інтелектуальної власності, то відповідно до вітчизняного законодавства для такого підприємства передбачені деякі податкові пільги при здійсненні господарчих операцій з інтелектуальною власністю. Тому уточнення розміру податкової бази насамперед вигідно самому підприємству, оскільки облік об'єктів інтелектуальної власності, що раніше не бралися до уваги, дозволяє мінімізувати податкові виплати, зокрема податок на прибуток. В основі подібної мінімізації лежить зменшення податкової бази за рахунок амортизації нематеріальних активів.

Для збільшення фінансової бази з метою заміни застарілих обладнання та технологій новими необхідно нараховувати амортизацію на основні фонди. Це можна віднести і до об'єктів інтелектуальної власності. Зрозуміло, що в цьому випадку нарахуванню амортизації повинна передувати оцінка прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Облік вартості усіх активів (як матеріальних, так і нематеріальних) є необхідною умовою для того, щоб точно визначити ефективність діяльності підприємства. Облік вартості інтелектуальної власності також дає можливість визначити ефективність вкладення капіталу в нематеріальні активи підприємства.

Варто зазначити, лише поєднання стратегічних напрямків діяльності підприємств харчової промисловості і методів, інструментів управління, нормативного, законодавчого та інформаційного дозволить ефективно використовувати інтелектуальну власність та позитивно впливати на фінансові результати діяльності підприємств харчової промисловості.

Отже в результаті, слід зробити наступні висновки, в сучасних умовах інтелектуальна власність стає однією з найбільших важливих складових управління підприємством. Для удосконалення системи управління інтелектуальною власністю необхідний, перш за все, комплексний підхід до вирішення існуючих проблем, розробити методику економічної оцінки вартості та використання об'єктів інтелектуальної власності, збільшити правовий захист об'єктів ІВ, удосконалити систему обліку інтелектуальної власності (нематеріальних активів), створити належне інформаційне забезпечення, розширити систему надання послуг у ділянці інтелектуальної власності.

Література

1. Послідовність і цілі оцінки прав інтелектуальної власності як нематеріального активу // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» : зб. наук. пр. / І.В. Долина, А.В. Косенко, Є.А. Семерунін, О.І. Колотюк. – 2010. – №60. – С. 183-189.
2. Паладій М.В. Ефективне використання інтелектуального потенціалу нації – необхідна умова інноваційного розвитку економіки держави / М.В. Паладій // Наука та інновації. – 2009. – №3, т. 5. – С. 51-54.
3. Ярмош В.В. Механізм управління інтелектуальною власністю підприємства / В.В. Ярмош // Вісник ЗНУ. – Запоріжжя, 2011. – №1(9). – С. 89-94. – (Серія : Економічні науки).

Малюк С.О.,

*к.е.н., доцент кафедри гуманітарних дисциплін,
Миколаївський інститут права Національного університету
«Одеська юридична академія»*

ОЦІНКА АСОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЮ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА МЕТОДОМ АВС-XYZ АНАЛІЗУ

Сучасний етап розвитку економіки характеризується нестабільністю та невизначеністю. Тому найбільш актуальним завданням для кожного окремо взятого підприємства є швидка та адекватна оцінка зміни оточуючого ділового середовища з метою формування ефективної асортиментної політики, яка буде спроможна забезпечити конкурентоздатність товару та стабільний прибуток підприємства.

Ефективність стратегічного управління асортиментом на підприємствах харчової промисловості залежить, в першу чергу, від якості стратегічного аналізу. Як свідчить зарубіжний досвід, одними з найякісніших методів стратегічного аналізу є матричні методи, які дають змогу виробнику дослідити ринкову кон'юнктуру комплексно, враховуючи як зовнішні, так і внутрішні чинники впливу.

Вітчизняні науковці відмічають, що думки більшості керівників підприємств щодо потреби освоєння та застосування стратегічного управління в умовах діяльності вітчизняних підприємств коливаються від ствердження про неможливість використання досвіду зарубіжних корпорацій на українських підприємствах, до дуже обережного погодження з тим, що окремі елементи стратегічного управління, певно, будуть корисними в недалекому майбутньому [1, с. 15]. Однак, безперечним залишається той факт, що планування та формування збалансованого асортименту є одним із інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства та отримання бажаного прибутку. Тому перед маркетологами постає завдання спланувати оптимальну структуру асортиментного портфеля фірми. Оптимальним [2, с. 49], тобто збалансованим, вважається асортиментний портфель, який має у своєму наборі стратегічні бізнес одиниці, що знаходяться на початкових етапах життєвого циклу і мають перспективу в розвитку, тобто забезпечуватимуть прибутки в майбутньому, й товари, які уже завоювали свою долю на ринку, знаходяться на етапі зрілості та є основним джерелом прибутку.

З часом змінюються уподобання клієнтів, ринкова кон'юнктура, стратегії конкурентів, умови постачальників та посередників, з'являються нові технології, нові конкуренти, товари-субститути, а це все впливає на привабливість, конкурентоспроможність та прибутковість наявного асортименту. Таким чином, необхідно постійно аналізувати та контролювати склад асортиментного портфеля, змінюючи та доповнюючи його.

Одним з універсальних методів структурного аналізу товарного асортименту підприємства, заснованим на ранжуванні об'єктів дослідження з ряду обраних показників є АВС-аналіз. Основна ідея цього методу базується на підставі принципу Парето: 20 % товарів дають 80 % прибутку. Тобто доцільно концентрувати ресурси на тій малій частині, яка дуже важлива, ніж витратити ресурси на величезній частині другорядного. За рахунок цього методу визначається АВС-рейтинг всіх товарів з групи, що аналізується, та на його основі ухвалюються рішення про зміни і

розвиток в товарному портфелі. Метод дає змогу класифікувати ресурси фірми за ступенем їх важливості. Результатом АВС-аналізу товарного асортименту є групування об'єктів за ступенем впливу на загальний результат.

АВС-метод як інструмент аналітичного обґрунтування асортиментних рішень має певні особливості:

- головним критерієм оптимізації є максимум корисного ефекту об'єкта на одиницю сукупних витрат ресурсів протягом його життєвого циклу;
- крім загального впливу на ефективність господарювання, вивчається оптимальність складу елементів об'єкту в розрізі складових корисного ефекту і сукупних витрат;
- метод дозволяє обґрунтувати вибір об'єкта для виконання необхідних функцій з мінімальними витратами протягом його життєвого циклу.

Серед основних переваг методу можна виділити простоту проведення та наочність результату. Основними недоліками є те, що при проведенні АВС-аналізу не враховується динаміка попиту на продукцію фірми та аналізується лише один показник; внаслідок випадковості у продажу товари можуть мігрувати із групи у групу (наприклад, товар групи А, потрапивши випадково у групу В, втратить необхідну увагу, і внаслідок цього з часом може переміститися у групу С і навіть бути вилученим); не враховується зв'язок між товарами під час прийняття рішення про їх вилучення [3].

XYZ-аналіз – метод, що здійснює оцінку стабільності певних об'єктів чи процесів (наприклад, стабільність продажу товарів, стабільність поведінки покупців, стабільність ефективності працівників тощо). Отже, даний метод дозволяє групувати товари підприємства залежно від попиту на них протягом певного проміжку часу [3]. Принцип диференціації асортименту в процесі аналізу складається з розподілу його на три групи залежно від ступеня рівномірності попиту й точності прогнозування. Ознакою, на основі якої конкретну позицію асортименту відносять до класу Х, В або Z, є коефіцієнт варіації попиту по цій позиції, який визначається за формулою:

$$v = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}}{\bar{x}} \times 100\%$$

де x_i – значення параметра по об'єкту, що оцінюється за i -й період;

\bar{x} – середнє значення параметра по об'єкту аналізу, що оцінюється;

n – кількість періодів.

Клас Х характеризується постійною величиною потреби товарної групи. Клас Y – заздалегідь відомими тенденціями визначення потреби в них (наприклад, сезонністю). Клас Z вказує на нерегулярне споживання.

Для прийняття більш обґрунтованих рішень, XYZ-аналіз доцільно застосовувати одночасно з АВС-аналізом, що дозволяє згрупувати товари у 9 класів, на відміну від окремого використання цих методів аналізу асортименту, коли весь асортиментний портфель поділяють на 3 класи як у АВС-аналізі, так і у XYZ-аналізі.

Використання комбінованого АВС-XYZ аналізу дозволяє:

- підвищити ефективність системи управління товарним асортиментом;
- підвищити частку високорентабельних товарів без порушення принципів асортиментної політики;
- виявити ключові товари та чинники, що впливають на кількість товарних запасів на складі;
- здійснити перерозподіл зусиль персоналу в залежності від кваліфікації та наявного досвіду.

Отже, можна зазначити, що використання комбінованого методу АВС-XYZ аналізу при оцінці асортиментного портфелю хлібопекарського підприємства має суттєві переваги, а саме: якщо при АВС-аналізі оцінюється асортимент, не враховуючи попит на окремі позиції, то XYZ-аналіз досліджує саме чинники попиту, таким чином доповнюючи результати АВС-аналізу, і надаючи маркетологам підприємства більш реальну оцінку асортиментного портфелю для визначення основних напрямків його удосконалення.

Література

1. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний етап та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
2. Колесніков В. П. Формування та оптимізація товарного асортименту підприємства для внутрішнього і зовнішнього ринку / В. П. Колесніков // Наукові записки. Серія «Економіка». – 2013. – Вип. 23. – С. 48–50.
3. Корягіна С. В. Маркетинговий аудит : навч. посіб. / С. В. Корягіна, М. В. Корягін. – К. : ЦУЛ, 2014. – 320 с.

УДК 330.658:621

Малюта Л.Я.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту
інноваційної діяльності та підприємництва,

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕСУРСНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

У сучасних умовах суспільної нестабільності та економічних трансформацій все більшої актуальності набуває проблема організації ресурсно-економічної безпеки підприємств машинобудування. Адже економічна безпека та ресурсне забезпечення мають організаційно-технічне та соціально-економічне значення для ефективного розвитку підприємств машинобудування і галузі в цілому. При цьому формування системи ресурсно-економічної безпеки дозволить вирішити ряд економічних проблем та досягти ефективного використання ресурсів та стабільного розвитку підприємств досліджуваної галузі.

Даній проблематиці присвятили свої праці Б. Андрушків, С. Ареф'єва, О. Бандурка, Т. Васильців, М. Войнаренко, В. Лук'янова, М. Михайлено та ін. [1-5]. Однак окремий науковий напрямок, що розглядає проблеми саме ресурсно-економічної безпеки – як важливої компоненти економічної безпеки – у комплексі ще не сформовано.

Слід зазначити, що для організації ресурсно-економічної безпеки машинобудівного підприємства слід врахувати потреби усіх його підсистем з метою своєчасного нівелювання загроз, що виникають при здійсненні господарської діяльності. Саме невідповідність фактичного рівня забезпечення безпеки у порівнянні з бажаним на різних стадіях функціонування та розвитку підприємств складає одну з форм загроз, які можуть суттєво відрізнятися для окремих підприємств.

Одним із прикладів функціонального незадоволення потреб може бути порушення стабільності вхідних потоків всіх видів ресурсів, пов'язаних з функціональною необхідністю, а саме надходжень грошових коштів, поставок сировини, матеріалів, напівфабрикатів, енергії тощо, що може призвести до зниження рівня ресурсно-економічної безпеки. Тому особливої уваги, з точки зору забезпечення безпеки підприємств машинобудівної галузі, заслуговує розгляд процесів розвитку підприємства відповідно до видів його потреб та забезпеченості відповідними ресурсами.

Опираючись на дослідження С. Ареф'євої та В. Михайленко [5, с. 147] виділимо шість ключових потреб в контексті формування системи ресурсно-економічної безпеки машинобудівних підприємств та забезпечення їх розвитку.

Під першим видом потреб слід виділити ресурсну, що виникає у зв'язку із здійсненням господарської діяльності та проявляє себе в необхідності забезпечення виробництва оборотними коштами, кваліфікованою робочою силою, у здатності підприємства випускати продукцію необхідної якості, в зазначений термін, а також її реалізувати.

Другий вид – потреба в організаційному потенціалі – включає в себе здатність організаційної структури виконувати наявні функції щодо формування пропорційності відтворювальних процесів: підтримка та розвиток людського капіталу, підтримка соціального клімату трудового колективу та підтримка інших чинників, які супроводжують виробничі процеси підприємства. Саме задоволення кожного працюючого в оплаті праці, своєму статусі та можливостях для розвитку дозволяє уникнути конфліктів і перешкод у внутрішніх перетвореннях підприємства.

Третій вид потреб – у гарантіях чинного законодавства держави, які пов'язані з можливістю функціонування в стабільному правовому полі, що обумовлено протиріччями між законами, різним тлумаченням законів та підзаконних актів, які суперечать один одному, несвоєчасним їх введенням в дію, відсутністю конфліктів з органами влади, незапланованими перевітками господарської діяльності підприємства тощо. Це створює похідні передумови для порушення ритмічної діяльності підприємства у зв'язку із затримкою фінансових ресурсів та неможливістю забезпечити його сировиною та матеріалами.

Четвертий – потреба у попиті та клієнтах – проявляється в об'єктивній необхідності збуту виробленої продукції, створення клієнтської бази, підтримки попиту на вже відомі взірці товарів та створення потреб у нових якостях і видах продукції. При незадоволенні покупців кількістю та якістю своїх потреб може відбутись згорання виробництва.

П'ятий вид потреб полягає у визнанні, що наступає для підприємств, які вже працюють на ринку більше трьох років, мають тут певний досвід роботи, своєчасно виконують контракти, використовують відпрацьовані технології та пропонують цікаві продукти для покупців. Такі потреби змушують їх працювати над підвищенням якості, конкурентоспроможності продукції тобто активізувати інноваційну діяльність.

Шостий вид потреб полягає у розвитку, який пов'язаний із завоюванням нових ринків, здебільшого у географічному плані. Такі дії можуть базуватися на диверсифікації і проводити реінвестування прибутків, залучати інвестиційні ресурси для здійснення технологічних поступів, опиратись на інноваційність продукції, сприяти активній рекламній політиці.

Проаналізувавши основні потреби підприємств машинобудівної галузі стверджуємо, що рівень їх задоволеності дорівнює рівню організації ресурсно-економічної безпеки на підприємстві.

Література

1. Економічна та майнова безпека підприємства та підприємництва. Антирейдерство: монографія / Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта, В. А. Паляниця та ін. – Тернопіль: Тернограф, 2008. – 424 с.
2. Основи економічної безпеки / [О. М. Бандурка, В. Є. Духов, Т. Я. Косянчук, І. М. Черв'яков]. – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2003. – 236 с.
3. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: монографія / Т. Г. Васильців. – Львів: Арал, 2008. – 386 с.
4. Економічна безпека підприємства в конкурентному середовищі: монографія / [М. П. Войнаренко, Т. Т. Дуда, В. В. Лук'янова, О. Ф. Яременко]. – Хмельницький: ХНУ, 2008. – 382 с.
5. Михайленко В. М. Формування організаційного потенціалу розвитку економічної безпеки підприємств: монографія / В. М. Михайленко, С. О. Ареф'єва. – Львів: Українська акад. друк., 2010. – 224 с.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЄЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Вибір промисловими підприємствами стратегії диверсифікації діяльності в умовах обмеженості ресурсів вимагає зосередження їх на найбільш перспективних напрямках, де ймовірність досягнення конкурентного успіху є найбільшою. Опанування цих напрямків має здійснюватися на основі порівняльної оцінки стратегічного потенціалу підприємства і зовнішнього середовища господарювання.

Такі оцінки доцільно виконувати із застосуванням економіко-математичних, інформаційних та інших моделей, щоб розширити горизонт вибору за рахунок аналізованої кількості можливих варіантів, підвищити точність і оперативність. Проте вітчизняною практикою не приділяється належної уваги формуванню механізму управління диверсифікацією діяльності підприємства.

Розробка механізму управління процесом диверсифікації діяльності потребує комплексного підходу і урахування специфіки функціонування суб'єкта господарської діяльності, тому що диверсифікація діяльності стосується всіх аспектів виробничо-господарської діяльності підприємства. Внаслідок цього для розробки кількісної і якісної оцінки результатів диверсифікації діяльності необхідне використання системного підходу для вимірювання складності інформаційних та економічних зв'язків між окремими структурними підрозділами підприємства з метою прийняття управлінських рішень з урахуванням специфіки діяльності підприємства [1].

У розрізі функцій управління економічний зміст механізму управління диверсифікацією виглядає наступним чином:

- аналізування та планування - розробка системи обґрунтованих показників на плановий період реалізації на основі встановлених критеріїв і нормативів;
- організування - формування організаційних структур управління стратегіями диверсифікації промислових підприємств: від інжинірингу (реінжинірингу) до виробництва, фінансів та маркетингу;
- мотивування - перевірка наявності і достатності мотивації розвитку нових (модифікації існуючих) видів діяльності. При недостатності мотивації, визначають можливості її посилення та розробляють конкретні системи і заходи забезпечення належного мотивування;
- контролювання - здійснення контролю за реалізацією стратегії диверсифікації (аналіз і управління витратами й прибутком, оперативний, стратегічний, фінансовий контролінг тощо).

Механізм управління диверсифікацією є ключовою ланкою в досягненні економічного результату стратегічного розвитку підприємства та включає такі три блоки-підсистеми: формування стратегії диверсифікації діяльності підприємства (стратегічне планування), впровадження (розвиток) стратегії диверсифікації, оцінка ефективності диверсифікації.

Основною механізму реалізації на основі диверсифікації є стратегічний процес, який включає наступні етапи:

- 1) діагностика внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства;
- 2) визначення місії, цілей, обґрунтування стратегій і оцінка альтернатив, і підсумковий вибір і формування відповідних планів (стратегічне планування);
- 3) визначення природи і характеру впливів (ситуацій) з боку зовнішнього ринкового середовища підприємства та організаційно-економічних та правових чинників, що визначаються державою.

Постійна трансформація зовнішніх впливів викликає ланцюгову реакцію адаптивних змін існуючого механізму та протікаючих процесів. Цю складну роботу повинні взяти на себе спеціально підготовлені з розробки та реалізації стратегій менеджери, які досконало володіють стратегічним менеджментом.

Отже, ефективне управління диверсифікацією діяльності машинобудівного підприємства визначають такі чинники:

- орієнтація на замовника, адже підприємство залежить від своїх замовників, тому повинно розуміти поточні та майбутні потреби замовників, виконувати їхні вимоги і прагнути до перевищення їхніх очікувань;
- підтримка взаємовигідних відносин із постачальниками, оскільки підприємство та постачальники є взаємозалежними;
- заохочування працівників усіх рівнів до виробничої діяльності, що дасть змогу використати їхні здібності на користь диверсифікації діяльності підприємства;
- прийняття будь-яких управлінських рішень на основі аналізу фактів та інформації;
- використання системного підходу до управління [2, с. 155].

Таким чином, механізм управління диверсифікацією діяльності є підсистемою механізму господарювання підприємства і реалізується через його підсистеми, форми та методи управління його господарською діяльністю. З цього слідує, що їх елементи (підсистеми) певним чином взаємодіють між собою, взаємно доповнюючи один одного. Вироблені раціональні управлінські рішення та впорядкована сукупність підрозділів, які формують рівні управління, їхні взаємозв'язки та механізм управління забезпечуватимуть ефективне управління диверсифікацією діяльності промислового підприємства.

Література

1. Душкевич Я.С. Управління процесами диверсифікації виробництва [Електронний ресурс] / Наукове товариство Івана Кушніра. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2014/Economics/6_157150.doc
2. Цогла О.О. Теоретичні основи управління диверсифікацією діяльності машинобудівного підприємства / О. О. Цогла // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 8. – С. 150-155.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ КАТЕГОРІЇ “СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ”

Діяльність господарюючих суб'єктів щодо впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) бізнесу є в центрі уваги суспільства, держави, міжнародних організацій. Однією з основних сучасних форм реалізації КСВ є соціальні інвестиції, які посідають особливе місце в корпоративній стратегії і стають частиною повсякденної управлінської практики компаній. Відповідно, для підприємства важливо ідентифікувати вклади, які є соціальними інвестиціями, адже від цього залежить ефективність його функціонування як у соціальній, так і економічній сфері. Разом з тим, підходи до трактування зазначеної категорії постійно змінюються у зв'язку з безперервним розвитком суспільства, держави, а також через зміну пріоритетів.

Науковці та дослідники у сфері КСВ пропонують різні підходи до визначення соціальних інвестицій, однак єдиного підходу до трактування їх ще не сформувалось. Одним із перших визначення соціальних інвестицій запропонував Краплич Р. [1], розуміючи при цьому вкладення фінансового капіталу, які забезпечать отримувачу можливість тривалого виконання проекту чи програми. Наслідком соціального інвестування має бути саме розвиток місцевості, захист інтересів та забезпечення головних потреб цільових груп населення, постійна опіка суспільних інституцій і стабільність у покращенні добробуту. У продовження вже проведених досліджень Кряж М.С. пропонує, що соціальні інвестиції повинні сприяти зниженню соціальної напруги в регіоні, де розташована кампанія, та підвищенню рівня життя різних верств населення цієї території [2].

У зарубіжній практиці та літературі категорію “соціальні інвестиції” найчастіше асоціюють із діяльністю бізнесу у місцевих громадах. Процес соціального інвестування передбачає усвідомлену, довгострокову, спрямовану на досягнення тактичних і стратегічних цілей політику компанії в місцевих громадах, що забезпечує отримання взаємної вигоди всіма заінтересованими сторонами. Зазвичай соціальні інвестиції включають партнерські соціально орієнтовані проекти бізнесу, місцевої влади та некомерційних організацій. Ознаками їхньої якості вважають: 1) спрямованість на вирішення конкретної, актуальної для території проблеми, що відображає реальні потреби населення; 2) результат повинен бути видимий та, по-можливості, розрахований; 3) вигідність для бізнесу. Зростання ефективності основної діяльності повинно стати ключовою ознакою соціальних інвестицій. Важливо, що залучення основних департаментів, зацікавлена та мотивована участь працівників компанії відрізняє соціальні інвестиції від благодійності [3].

Отже, все викладене вище відображає особливості категорії “соціальні інвестиції”, однак, залишається необхідність визначення особливостей реалізації самого процесу відокремленими структурними підрозділами трансрегіональних господарюючих структур (ТРГС). З нашої точки зору, важливо: по-перше, щоб процес соціального інвестування був децентралізованим, тобто програми, які реалізують відокремлені структурні підрозділи ТРГС, повинні ними ж розроблятися; по-друге, розробка та реалізація програм соціального інвестування повинна сприяти досягненню як стратегічних цілей компанії, так і тактичних цілей відокремлених структурних підрозділів; по-третє, здійснення соціальних інвестицій має бути спрямоване не лише на сталий розвиток громад, а й створення умов для досягнення позитивних фінансово-економічних результатів відокремлених структурних підрозділів, а, відповідно, і компанії у довгостроковій перспективі.

На основі цього, під соціальними інвестиціями, які здійснюються відокремленими структурними підрозділами ТРГС, пропонуємо розуміти фінансові активи, що виділяються централізовано, або за узгодженням із головною компанією, а також матеріальні, технологічні, управлінські або інші ресурси чи засоби, що спрямовуються за узгодженням рішенням керівництва підрозділів ТРГС на реалізацію соціальних програм, розроблених із врахуванням інтересів як відокремлених структурних підрозділів ТРГС, так і головної компанії, а також внутрішніх і зовнішніх заінтересованих сторін у припущенні, що в стратегічній перспективі компанія отримає певний соціальний та економічний ефект виходячи із принципу зворотного зв'язку. У продовження викладеного, доцільно підкреслити, що сучасні дослідження трактують процес соціального інвестування як найвищий рівень інвестиційної діяльності компанії, що дозволяє розширити сфери функціонування [4]. Разом з тим, це має стати не лише дієвим інструментом розвитку компанії, а й засобом контролінгу держави за розвитком суспільства. Отже, процес соціального інвестування може стати формою структуризації відносин між бізнесом, суспільством і владою та сприяти формуванню соціального ринкового господарства країни.

Література

1. Краплич Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких: посібник для бізнесу та неприбуткових організацій; [Упоряд. Р. Бовгиря, С. Пайсаніді, О. Краплич, А. Кіслов та ін.]. – Рівне: Фондація ім. князів-благодійників Острозьких, 2005. – 74 с.
2. Кряж М.С. Вплив державної політики на формування соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу / М.С. Кряж // Державне будівництво. – 2008. - №2.
3. Туркин С. Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным / Сергей Туркин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 381 с.
4. Баюра Д.О. Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності / Д.О. Баюра // Теоретичні та прикладні питання економіки. – К.: ВПЦ “Київський університет”. – 2011. – №24. – С. 212-218.

УДК330.341.1:339.9

Мельник Л.І.,
к.е.н. доц. кафедри адміністративного та фінансового менеджменту,
Блинда Ю.О.,
асистент кафедри адміністративного та фінансового менеджменту
Національного університету «Львівська політехніка»

СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ

Інвестиційна діяльність вважається однією з рушійних сил розвитку економіки, тому її активізація є особливо актуальною. Світовий досвід показує, що залучення ресурсів у формі інвестицій є ключовим засобом соціально-економічного розвитку країни.

Головним напрямком подальшого реформування української економіки та розбудови нового, соціально-орієнтованого ринкового господарства, є суттєва реструктуризація виробництва на основі інноваційних перетворень.

У розвинених країнах прямі державні витрати на наукові інноваційні проекти становлять 1,6-3,7 % ВВП. В той час як в Україні спостерігається дефіцит фінансових ресурсів для забезпечення наукових досліджень і впровадження інноваційних розробок.

На думку вітчизняних аналітиків, для досягнення приросту конкурентоспроможного виробництва на 5%, необхідно інвестувати 25% ВВП в інноваційний процес, у науково-технічні дослідження, у розробку технологій тощо [3, с. 241].

У зарубіжних країнах до науково-технічних структур, що забезпечують інтеграцію науки і виробництва на засадах інноваційної діяльності, відносять технополіси, технопарки, бізнес-інкубатори, наукові, технологічні, інноваційні центри, інноваційні банки тощо.

Таблиця 1

Характеристика фінансово-кредитних інструментів

Фінансово-кредитні інструменти	Коротка характеристика інструментів
Гарантування державою позик	Створення центрів розвитку, товариства взаємного поручительства, програм гарантованої позики, які гарантують повернення певної суми позики.
Пільгове кредитування інноваційного підприємництва	У розвинених країнах, зокрема у Франції, поширені два види пільгових позик: позики, які повертають у разі успіху, позики з пільговими процентами; в Японії позики на пільгових умовах з метою стимулювання малих підприємств надають для виконання таких проектів, як розробка нової технології та нових видів продукції; сприяння технічній і виробничій кооперації підприємств малого бізнесу; відродження дрібних підприємств у загальному контексті розвитку економіки окремих регіонів тощо.
Податкові пільги щодо стимулювання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт	Однак варто зазначити, що такі пільги ставлять у різні умови галузі й фірми, внаслідок чого у країнах із розвинутою економікою почали скорочувати податкові пільги з істотним зниженням ставок прибуткового оподаткування юридичних осіб.
Податкове списання або податковий кредит	Зменшення оподатковуваного доходу, суми податкового зобов'язання. Обсяг податкового кредиту залежить від обсягів витрат підприємств на дослідницько-інженерні розробки (ДІР).
Венчурний (ризиковий) капітал	Спосіб інвестування коштів великих компаній, банків, страхових, пенсійних та інших фондів в акції малих інноваційних фірм, що мають значний потенціал зростання і реалізують інноваційні проекти з високим рівнем ризику

За оцінкою економістів, у 15 % випадків капітал, вкладений у проект, цілком втрачається; 25 % ризикових фірм несуть збитки протягом тривалішого часу, ніж передбачалося; 30 % - дають невеликий прибуток; 30 % - протягом декількох років багаторазово перебивають прибутком усі вкладені кошти.

Одним із найактивніших венчурних фондів, що діє в Україні, є фонд Western NIS Enterprise Fund. Він реалізує широку програму інвестицій у приватний бізнес за допомогою внесків до статутного фонду, кредитів, лізингу, технічної допомоги та інших заходів, які сприяють розвиткові малих і середніх приватних підприємств. Стратегія його полягає в прямих інвестиціях (безпосереднє придбання простих акцій) та інвестиціях у боргові цінні папери приватних підприємств із перспективою їх зростання.

Отже, можна зробити висновок, що Україна може забезпечити істотний поштовх у розвитку економіки завдяки дієвій співпраці дослідних інститутів, університетів, промисловості, банківських установ, ефективній системі освіти, зокрема професійної. Доцільно використовувати інструменти стимулювання інноваційної діяльності, зокрема із зарахування витрат на дослідження і розробки до виробничих витрат підприємств, встановлення спеціальних режимів амортизації, податкових пільг, застосування державних гарантій та пільгового кредитування інвестиційних проектів, формування фондів науково-технічного розвитку тощо.

Однак заходи, що застосовуються в різних країнах, мають бути пристосовані до економіко-правових умов України.

Література

1. Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. Видання 3-тє, вип. та доп. / За редакцією В.О. Василенко. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. - 440с.
2. Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; Під ред. О.І. Волкова, М.П. Денисенка. - К.: ВД "Професіонал", 2004. - 960с.
3. Павловський М.А. Стратегія розвитку суспільства: Україна і світ (економіка, політологія, соціологія). - К.: Техніка, 2001. - 312 с.

УДК 631.1.027:631.11:339.13:338.246.83:634.8

Мельничук О.І.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу,
Одеський державний аграрний університет,*

Гінгін Л.П.,

*завідувач лабораторії інноваційної діяльності,
відділу наукових досліджень з питань інтелектуальної власності
та маркетингу інновацій,*

Мануйленко О.С.,

*провідний фахівець лабораторії технології вина відділу виноробства,
Національний науковий центр "Інститут виноградарства
і виноробства ім. В. Є. Таїрова" НААН України,
м. Одеса*

**МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ ЗАХОДИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ
НА РИНКУ ПРОДУКЦІЇ ВИНОГРАДАРСТВА**

Основними видами продукції дослідного господарства "Таїровське" є столові та технічні сорти винограду та саджанці винограду селекції ННЦ "ІВіВ ім. В. Є. Таїрова". Придбати виноград можна в магазинах, супермаркетах чи на ринку. Пропозицію винограду формують як вітчизняні, так і імпорتنі підприємства. Привиті саджанці високоврожайних сортів винограду вітчизняної селекції з маточних розсадників, для закладки виноградників в домашніх підсобних господарствах, на дачних ділянках чи для товарного виробництва в сільськогосподарських підприємствах, можна придбати в спеціалізованих пунктах реалізації сільськогосподарської продукції або через Інтернет.

Конкуренцію ДП "ДГ "Таїровське" складають вітчизняні дослідні господарства, що підпорядковуються ННЦ ІВіВ ім. В. Є. Таїрова і спеціалізуються на вирощуванні саджанців винограду та пропонують однорідний товар на ринку. Тому, формування високоефективної комунікаційної політики є стратегічно важливим завданням для досліджуваного господарства.

Комунікаційна політика дослідного господарства виноградарського виробничого спрямування має враховувати його особливості, а також особливості товару – садивного матеріалу та товарного винограду. Враховуючи специфічні особливості продукції виноградарства, визначено основні елементи комунікаційної політики, що сприятимуть підвищенню економічної ефективності господарської діяльності виноградарських підприємств: реклама, стимулювання збуту, пропаганда, персональний продаж, проведення виставок, ярмарок, прямиї маркетинг, зв'язки з громадськістю.

З метою розширення кола товаровиробників, які володіють інформацією про ДП "ДГ "Таїровське" ННЦ ІВіВ ім. В. Є. Таїрова і його дослідні господарства, їх виноградарську продукцію, необхідно брати активну участь у *виставках*, що організують спеціалізовані фірми, а також проводити їх самостійно. Участь у виставках та ярмарках як на місцевому, обласному рівні, так і в масштабах країни, дає змогу ознайомити потенційних покупців з усіх регіонів країни, а також зарубіжних представників, із продукцією підприємства, вивчити специфіку товарної політики конкурентів, новітні досягнення в галузі селекції виноградарства тощо.

На сьогодні колекція інституту нараховує 700 зразків різного генетичного та географічного походження, 130 із яких паспортизовано як ознакову колекцію (Свідоцтво про реєстрацію колекції генофонду рослин в Україні № 98). У колекції зібрано сортозразки із 30 країн світу, третину становлять сорти української селекції. Великі блоки містять російські та молдавські сорти – 101 та 83 сорти, відповідно [1, с. 14].

Організація ДП "ДГ "Таїровське" ННЦ ІВіВ ім. В. Є. Таїрова виставок, ярмарок, семінарів дає змогу тісні ознайомити клієнтів з асортиментом саджанців винограду, виноробної продукції та допомагає зміцнити позитивний імідж підприємства. Запропоновані нами відповідні заходи узагальнені і представлені на рис. 1.

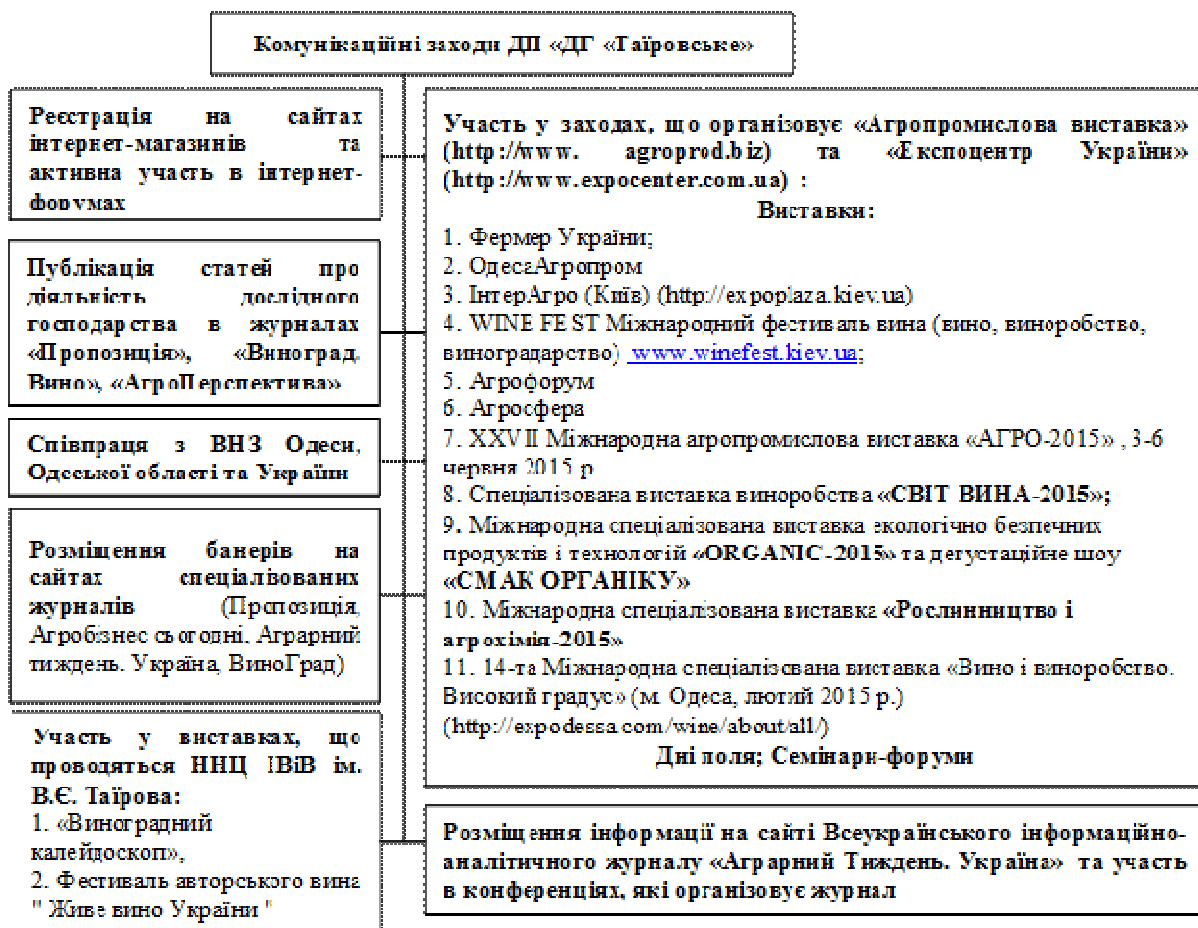


Рис. 1. Комунікаційні заходи ДП «ДГ «Гаїровське» Овідіопольського району Одеської області на 2015 рік

Джерело: авторська розробка

Як захід комунікативної політики підприємства можна розглядати його діяльність (реєстрацію і ведення ділового спілкування з партнерами) на сайті <http://forumodua.com>. Зареєструвавшись тут, можна активно представляти свою продукцію. Надавати консультації щодо інноваційних технологій вирощування та засобів захисту винограду.

Література

1. Ковальова І. Сучасна українська колекція винограду / І. Ковальова, Л. Герус, Н. Мулюкіна // Пропозиція. Спецвипуск «Прибуткове виноградарство». – 2014. – № 5. (227) – С. 11-17.

УДК 330.46:567.821

Меречина Ю.О.,

аспірант кафедри економічної теорії,

Житомирський національний агрокологічний університет

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ РАДІАЦІЙНОГО ЗАБРУДНЕННЯ

Дослідник дуже часто стоїть перед вибором величезної маси індивідуальних спостережень. Виникає завдання зведення безліч характеристик до невеликого ряду узагальнення, яке буде відображати дійсно істотне для явища. З цим завданням допомагає впоратися кластерний аналіз.

Теоретична основа кластеризації знайшла своє відображення в працях зарубіжних та вітчизняних авторів: М. Портера [4], Х. Шмітц, Н. Внукова [2], С. Соколенко [5], В. Геєць та В. Семиноженко [3], В. Тарасенко [6].

Метою дослідження є здійснити групування сільськогосподарських підприємств регіону радіаційного забруднення на основі використання методу кластерного аналізу.

Кластеризація на відміну від інших методів, дає можливість групувати об'єкти не за одним параметром, а за декількома одночасно. Для цього необхідно ввести відповідні показники, що характеризують певні міру близькості за всіма класифікаційними ознаками.

Пропонуємо при проведенні кластерного аналізу обрати за основу наступні статистичні показники, що відображають результативність діяльності підприємств (табл. 1). Широке застосування для задач кластеризації з

08.00.04 Економіка та управління підприємствами

великою кількістю вхідної інформації одержав метод К-середніх [1]. Припустимо, існують гіпотези щодо кількості кластерів (за рівнем ділової активності).

Таблиця 1

Система показників для оцінки результативності діяльності сільськогосподарських підприємств

№ п/п	Показник	Формула	Характеристика	Ум.позн.
1.	Коефіцієнт трансформації	Чиста виручка від реалізації продукції / Середньорічна вартість активів	відображає швидкість обороту сукупного капіталу підприємства	O_a
2.	Коефіцієнт фінансової стабільності	Власний капітал / Довгострокові зобов'язання + Поточні зобов'язання за розрахунками	показує, скільки позикових коштів залучило підприємство в розрахунку на 1 грн, вкладених в активи власних коштів.	$K_{фст}$
3.	Рентабельність власного капіталу	Чистий прибуток / Середня величина власного капіталу * 100%	характеризує ефективність використання власного капіталу	$P_{вк}$

У такому разі можливо вказати алгоритму утворювати рівно чотири кластери так, щоб вони були настільки різні, наскільки це можливо. Це саме той тип задач, які розв'язує алгоритм методу К-середніх. У загальному випадку метод К-середніх буде рівно К різних кластерів, розташованих на якнайбільших відстанях один від одного.

Таблиця 2

Вихідні дані для здійснення кластерного аналізу сільськогосподарських підприємств регіону радіаційного забруднення

№ п/п	Показники			
	Підприємство	O_a	$K_{фст}$	$P_{вк}$
	2	3	4	5
1	ЗАТ «Агропромислова акціонерна корпорація «ОРАНТА»	0,52	2,22	2,55
2	ТОВ "Пром - агро"	0,1	1,99	-2,53
3	СГ ТОВ "Луковецьке"	0,19	0,57	0,68
4	Державне дослідне господарство "Рихальське"	0,8	0,31	28,9
5	Приватно-орендне с/г «Зірка»	0,29	2,75	0,08
6	Приватне -с/г «Агрофірма «Симони»	0,44	32,19	0,21
7	Приватне с/г «Хутір-Мокляківське»	0,35	-0,28	7,75
8	ТОВ «Нива»	1,07	17,75	12,44
9	Приватно-орендне с/г «Киянське»	0,66	1,51	2,61
10	Приватне с/г «Новаки»	0,19	0,2	-49,31
11	ТОВ «Червона волюка»	0,29	33,8	0,15
12	Приватне с/г з орендними відносинами «Україна»	0,14	21,25	-1,07
13	ТОВ «Путиловецьке»	0,22	11,35	2,75
14	ТОВ «Гранум плюс»	0,34	0,58	6,58
15	Приватне с/г «Малинівське»	2,58	7,18	-57,44
16	ТОВ «Елітаагро»	0,83	2,56	-22,63
17	ТОВ «Агросоюз»	0,86	0,02	33,72
18	Приватно-орендне с/г «Колос»	0,72	40,18	-29,65
19	Новоград - Волинський заготівельно-відгодівельний кооператив	0,58	1,24	12,28
20	СГ ТОВ ім. Богдана Хмельницького	0,98	9,55	4,87
21	ПП «Велідницьке»	0,57	0,08	4,01
22	Селянське (фермерське) господарство «Зоря»	0,39	0,05	2,62
23	СГ ТОВ «Словечне»	0,29	0,51	1,33
24	Приватно-орендне с/г «Підрудянське»	0,19	-0,08	-9,39
25	СГ ТОВ «Листвинське»	0,12	9,39	-10,33
26	Приватне с/г «Іскра»	0,22	0,23	-12,85
27	СГ ТОВ «Світанок»	0,13	2,04	-8,58
28	Приватне с/г «Білокоровицьке»	0,21	0,61	0,65
29	СГ ТОВ «Полісся»	0,31	6,06	9,16
30	ПП «Чайківка»	1,19	1,98	22,01
31	СГ ТОВ «Осички»	0,38	0,11	-98,82
32	СГ ТОВ «Тетірське»	0,32	3,59	3,29
33	СГ ТОВ «Полісся»	0,41	7,1	-9,94
34	СГ ТОВ «Зоря Полісся»	0,34	1,11	3,56
35	Сільськогосподарський виробничий кооператив «Маяк»	0,35	12,16	5,18

Кластерний аналіз вимагає складних чисельних розрахунків, тому для розрахунків краще звернутися за допомогою до сучасних інформаційних систем. Для визначення числа кластерів скористаємося статистичним пакетом SPSS 17.0, який дозволяє робити кластерний аналіз. Обчислимо середні значення показників для кожного з кластерів, за допомогою методу К-середніх. (табл. 3).

Таблиця 3

Показники результативності діяльності за кластерами сільськогосподарських підприємств

Показник	Кластер А	Кластер В	Кластер С	Кластер D	Бажаний напрям зміни показника	Порівняння результатів діяльності за кластерами
O _a	0,46	0,40	0,29	2,58	збільшення	D > A > B > C
K _{фст}	3,46	31,86	0,16	7,18	збільшення	B > D > A > C
P _{вк}	3,24	-7,59	-74,07	-57,44	збільшення	A > B > D > C

Дослідження вищевказаних показників дозволило зробити висновок, що підприємства кластеру А характеризуються найкращими результатами діяльності. До кластеру В входять підприємства із середнім місцем в галузі. Підприємства, що входять до кластерів С і D мають низький рівень результативності діяльності.

Графічне відображення результативності діяльності за кластерами сільськогосподарських підприємств представлено на рис. 1.

Таким чином, застосування методів багатомірної статистики дозволило здійснити групування сільськогосподарських підприємств за показниками результатів діяльності у чотири класи. Встановлено, що ЗАТ «Агропромислова акціонерна корпорація «ОРАНТА», ТОВ "Пром - агро", СГ ТОВ "Луковецьке", Державне дослідне господарство "Рихальське", Приватно-орендне сільськогосподарське підприємство «Зірка», Приватне сільськогосподарське підприємство «Хутір-Мокляківське», ТОВ «Нива», Приватно-орендне сільськогосподарське підприємство «Киянське», ТОВ «Путиловецьке», ТОВ "Гранум плюс», ТОВ «Елітаагро», ТОВ «Агросоюз», Новоград – Волинський заготівельно-відгодівельний кооператив, СГ ТОВ ім. Богдана Хмельницького, ПП «Велідницьке», Селянське (фермерське) господарство «Зоря», СГ ТОВ «Словечне», Приватно-орендне сільськогосподарське підприємство «Підрудянське», СГ ТОВ «Листвинське», Приватне сільськогосподарське підприємство «Іскра», СГ ТОВ «Світанок», Приватне сільськогосподарське підприємство «Білокоровицьке», СГ ТОВ «Полісся», ПП «Чайківка», СГ ТОВ «Тетірське», СГ ТОВ «Полісся», СГ ТОВ «Зоря Полісся», Сільськогосподарський виробничий кооператив «Маяк» (кластер А) досягли найвищих показників діяльності і мають нормальний фінансовий стан підприємств. Приватне-сільськогосподарське підприємство «Агрофірма «Симони», ТОВ «Червона волока», Приватне сільськогосподарське підприємство з орендними відносинами «Україна», Приватно-орендне сільськогосподарське підприємство «Колос» (кластер В) характеризуються середнім рівнем фінансових результатів. Приватне сільськогосподарське підприємство «Новаки», СГ ТОВ «Осички» (кластер С) мають проблемний фінансовий стан, але в них є всі шанси на подолання своїх негараздів. Приватне сільськогосподарське підприємство «Малинівське» (кластер D) найменш ефективно використовувало наявні ресурси у досліджуваному періоді, тому підприємство має кризовий фінансовий стан.

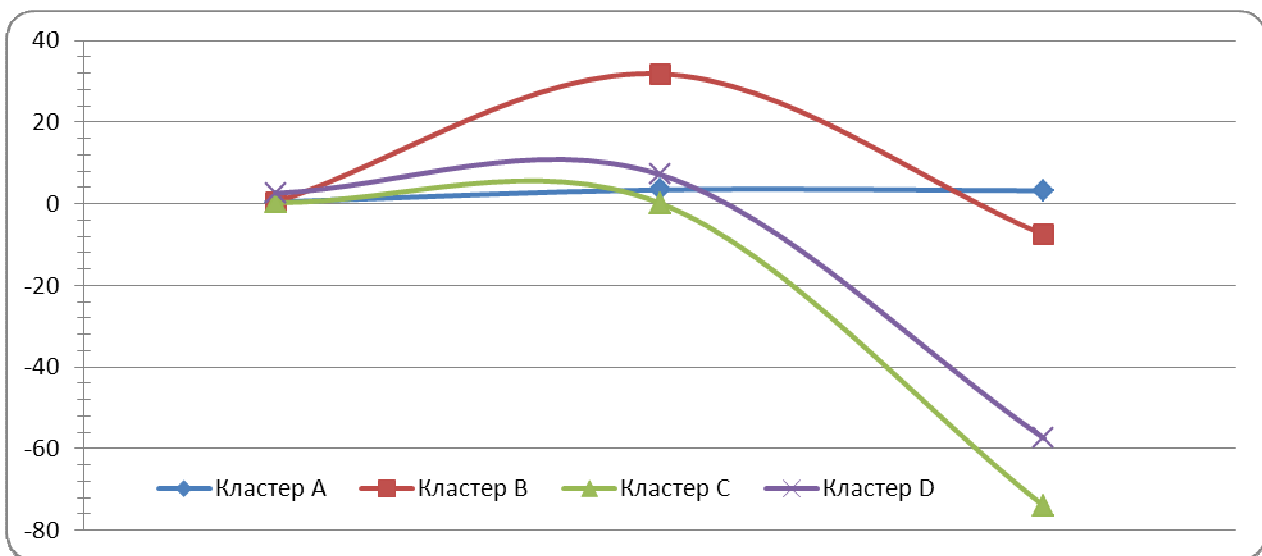


Рис. 1. Графічне порівняння результатів діяльності за кластерами сільськогосподарських підприємств

Отже, створення кластерного формування є вигідним для всіх – селян, фермерських господарств, кооперативів, сільськогосподарських підприємств, органів державної влади та органів самоврядування, адже вони всі отримують потенційні вигоди.

Література

1. Асаул А. Н. Методологические аспекты формирования и развития предпринимательских сетей / А.Н. Асаул, Е.Г. Скуматов, Г.Е. Локтева ; под ред. д.э.н., проф. А.Н. Асаула. – СПб. : Гуманистика, 2004. – 256 с.
2. Внукова Н.М. Услуги банков как обеспечение кластерных инициатив трансграничного сотрудничества / Н. М. Внукова // Банкир. – 2007. – № 1. – С. 56–60.
3. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В.М. Геєць, В.П. Семиноженко. – Харків :Константа, 2006. – 272 с.
4. Портер М. Конкуренція / М. Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 496 с.
5. Соколенко С.І. Інноваційні кластери – механізм підвищення конкурентоспроможності регіону /С.І. Соколенко // Матеріали круглого столу [Формування та розвиток регіональних кластерів як один із інструментів підвищення конкурентоспроможності регіону], (Полтава, 11 липня 2008 р.).
6. Тарасенко В. Стратегии развития территориальных кластеров / В. Тарасенко // Экономические стратегии. –2011. – № 11. – С. 82–92.

УДК 338.4

Микитюк О.П.,

*к.е.н., асистент кафедри економіки підприємства,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ АПК

Сучасними загальносвітовими тенденціями стали скорочення такого сектору економіки як аграрний. Вони характерні як для розвинених країн з ринковою економікою, так і для країн з транзитивною економікою, до яких можна віднести Україну.

Проте, слід зазначити, що не дивлячись на постійне скорочення частки сільського господарства в структурі ВВП(в 2012 році склала 9,3%), за цим показником Україна перевищує в 2,7 разів рівень країн із високим рівнем доходу [1]. Скорочення частки аграрного сектора економіки повинно носити відносний характер і компенсуватися за рахунок розвитку інших секторів економіки. На сьогодні за оцінками Світового Економічного Форуму, аграрна політика визнана як така, що є тягарем національної економіки, і за якістю аграрної політики в рейтингу країн Україна посідає 102 місце з 104 [2].

Рівень конкурентоспроможності АПК в цілому визначається станом аграрної сфери. Причому цей рівень полягає не в конкурентоспроможності кожного конкретного виробника, а визначається конкурентною політикою в цілому. Саме вироблення конкретних критеріїв конкурентної політики аграрного сектору дозволяє ефективно функціонувати підприємствам в межах національного конкурентного простору.

Український аграрний сектор вимагає корінних реформ, які не були ефективно здійснені раніше. На цьому шляху Україна може скористатися досвідом країн, які вже здобули членство в Європейському Союзі, проте є колишніми соціалістичними країнами. Ці країни мають спільну "аграрну" історію і дещо схожі інституціональні основи.

Основними критеріями, які мають бути в основі будь-якої конкурентної політики діяльності аграрного сектору ринкових умов це:

1. Наявність в аграрній сфері відповідності між попитом і пропозицією.
2. Лібералізація цін у торгівлі.
3. Вільний доступ на ринки товарів та послуг, капіталів.
4. Здатність витримувати конкурентний тиск з боку виробників країн ЄС [3].

Світ динамічно розвивається, в ногу з ним розвивається і економіка країни, кидаючи суспільству свої виклики. Держава повинна грамотно використовувати засоби державної політики, в яку входить і конкурентна політика АПК. В межах реформування АПК Україна має прагнути до формування європейської моделі сільського господарства, основними складовими якої є:

1. Багатофункціональність, завдяки якій сільське господарство не лише витримує конкуренцію, а й вписується в довкілля.
2. Наявність малих і середніх підприємств родинного типу.
3. Тісна взаємодія розвитку аграрної сфери з розвитком суспільства.
4. Якісна продукція та підвищення стандартів безпеки і технологій [4; с. 112].

Для гармонізації і покращення ефективності співпраці уряду з аграрним сектором в Україні розроблено і діють державні програми розвитку АПК, що покликані стати певним стимулом в загальному механізмі.

Серед програм розвитку АПК України, реалізація яких запланована до 2020 року чільне місце посідає Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року та Програма розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року.

Програма розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року є практичним засобом реалізації Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року. Завданням цієї Стратегії є створення організаційно-економічних умов з метою ефективного розвитку аграрного сектору шляхом забезпечення єдності економічних, соціальних та екологічних інтересів суспільства для стабільного забезпечення населення якісною вітчизняною сільськогосподарською продукцією та промисловістю сільськогосподарською сировиною. Відповідно по даній Програмі основними стратегічними пріоритетами аграрного сектору є:

- гарантування продовольчої безпеки держави;
- забезпечення прогнозованості розвитку та довгострокової стійкості аграрного сектору шляхом розвитку різних форм господарювання;

- сприяння розвитку сільських населених пунктів та формування середнього класу на селі шляхом забезпечення зайнятості сільського населення та підвищення рівня доходів;
- підвищення рівня інвестиційної привабливості галузей аграрного сектору та фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств;
- підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції, ефективності галузей, забезпечення стабільності ринків;
- розширення участі України в забезпеченні світового ринку сільськогосподарською продукцією;
- раціональне використання земель сільськогосподарського призначення та зменшення техногенного навантаження аграрного сектору на навколишнє природне середовище [5].

Але є й певні чинники, які значною мірою перешкоджають зміцненню конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств, а саме: низький рівень розвитку фінансово-кредитної системи, нерозвиненість інфраструктури аграрної сфери, недостатня гармонізація українських стандартів якості з міжнародними, недостатність цільового фінансування інноваційних розробок.

Отже сьогодні, в умовах ресурсної кризи, уряди багатьох держав вимушені шукати дієві інструменти, щоб підтримати найбільш вразливі сектори економіки. АПК в реаліях України опинився в такому важкому становищі, коли державі необхідно прикласти всіх зусиль, щоб ті засоби і інструменти підтримки аграрного сектору, які були розроблені - були втілені в життя і реально працювали. І, звичайно, враховуючи існуючі проблеми необхідно переглянути і обґрунтувати стратегічну політику держави, яка була б спрямована на оптимальне використання існуючого ресурсного потенціалу для зміцнення конкурентних позицій аграрного сектору економіки, концентрацію технічних, фінансових, трудових та організаційно - управлінських ресурсів, структурну перебудову на інноваційній основі.

Література

1. Офіційний веб-ресурс Держкомстату України [Електронний ресурс] / Розділ "Статистична інформація"; - Режим доступ: <http://www.ukrstat.gov.ua>
The Ukraine Competitiveness Report 2008:Towards Sustained Growth and Prosperity.- Geneva: World Economic Forum, 2008.- 266р.
2. Нужнова Ю.А. Перспективи формування конкурентної політики АПК у контексті історичного досвіду розвинених країн / Ю.А.Нужнова// Теорія та практика державного управління[Електронний ресурс] - 2011. - Вип.1(32).- Режим доступ: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/tpdu/2011-1/doc/5/11.pdf>
3. Внутрішній агропродовольчий ринок України в умовах СОТ: моногр./Осташко Т.О., Волощенко Л.Ю., Левінова Г.В.; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування.- К.: [б.в.], 2010.- 208с.
4. Офіційний сайт міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] /Розділ "Програми розвитку АПК", - Режим доступ: <http://minagro.gov.ua/apk>

УДК 658.14

Мілаш І.В.,

*к.е.н., доцент, професор кафедри
прикладної економіки та інформаційних систем,
Харківський державний університет харчування та торгівлі*

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Останнім часом широку популярність отримало бюджетування, яке є розвитком концепції центрів відповідальності Дж. Р. Хікса. Для того, щоб забезпечити формування у свідомості керівників торговельного підприємства правильної картини ситуації, на підставі якої можна ухвалювати обґрунтовані й доцільні рішення, необхідна система обліку, яка повинна бути адекватною економічному сенсу того, що відбувається на підприємстві. Найчастіше усвідомлення порушення цієї функції відбувається за ситуації, коли потрібно оцінити економічну ефективність окремого об'єкту, підрозділу або бізнес-процесу, а виділити дані, що відносяться до нього, неможливо.

Основна відмінність поточного управління витратами полягає в здатності відбивати своєрідність підприємства. Підприємства різні навіть усередині однієї сфери діяльності, не кажучи вже про відмінності між видами економічної діяльності. І керівник, оцінюючи ситуацію й ухвалюючи рішення, повинен враховувати специфіку підприємства. З цією метою в оперативному управлінні витратами широко використовуються додаткові рахунки і субрахунки.

Особливістю поточного управління витратами є його здатність відбивати не лише ті факти господарської діяльності, які вже сталися, але й ті, які мають бути. Саме ця здатність дає можливість до початку періоду прорахувати результати і намітити заходи у разі реалізації тих або інших прогнозів, а після закінчення періоду – провести порівняння прогнозу з фактом, зробити аналіз виконання бюджету, виявити причини відхилень, визначити місце, в якому ці відхилення виникли, і намітити заходи щодо поліпшенню ситуації.

Стратегія, будучи концепцією, тобто системою поглядів на те, що підприємству належить робити для досягнення поставленої мети, має бути переведена в довгостроковий план дій, який природним чином набуває форми довгострокового бюджету. Довгостроковий бюджет не може бути занадто детальним, але повинен дати орієнтири обсягів діяльності, прибутку, інвестицій і дозволити визначити стратегію підприємства в частині фінансування.

Існують бюджети довгострокові й короткострокові (поточні). При цьому довгострокові бюджети є первинними відносно бюджетів короткострокових, тому що саме на їх основі складається короткостроковий бюджет. Але управління торговельним підприємством відбувається через бюджет короткостроковий, тому що саме

він дає критерії для ухвалення поточних рішень, і на підставі аналізу саме його виконання приймаються рішення про коригування довгострокових бюджетів або навіть цілей підприємства торгівлі.

Тому під бюджетним управлінням слід розуміти управління підприємством за допомогою короткострокових бюджетів. Тоді виникає необхідність усвідомити місце бюджетного управління в загальній системі управління підприємством і його взаємозв'язки з іншими елементами. Початковим моментом є місія підприємства, тобто те, що підприємство хоче і вміє робити. Місія змінюється, але дуже повільно. До неї примикає бізнес-ідея – основне уявлення про те, на від чого саме торговельне підприємство отримує прибуток. Для того, щоб бізнес-ідея підприємства торгівлі змінилася, необхідна така зміна ринку, яка зробить неможливим колишнє джерело прибутку.

На підставі зовнішнього і внутрішнього аналізу обирається актуальна фінансова мета торговельного підприємства, а потім, з прицілом на досягнення цієї мети, розробляється стратегія діяльності підприємства торгівлі. Стратегію в даному випадку слід розуміти як концепцію досягнення цілей торговельного підприємства в довгостроковому періоді. У цьому місці відбувається перехід від стратегічного управління витратами до поточного управління витратами підприємства. Реалізація бюджету – це і є повсякденна діяльність підприємства торгівлі, яка вимагає регулювання, контролю і моніторингу.

Крім того, істотні відхилення фактичної реалізації від довгострокового бюджету припускають повторний зовнішній і внутрішній аналіз, що також може привести до зміни стратегії торговельного підприємства. Останнім кроком є коригування мети підприємства, який необхідний у випадку, якщо в процесі аналізу зміни стратегії виявилось, що досягнення актуальної мети є неможливим ні за якої із стратегій, що реально реалізуються. Зміна місії теж можлива, але це означає початок нового за своєю сутністю і змістом бізнесу. Таким чином, саме поточне управління витратами в цій системі посідає ключове місце – воно відповідає за реалізацію стратегії, ефективність поточної господарсько-фінансової діяльності торговельного підприємства і за зворотний зв'язок у системі управління.

Починається поточне управління витратами у той момент, коли плани і бюджети торговельного підприємства розподіляються за центрами фінансової відповідальності, з яких складається фінансова структура. Об'єднання даних за відповідними статтями кожного центру фінансової відповідальності сприятиме формуванню звіту про прибуток і збитки, бюджету руху грошових коштів і балансу. Якщо це об'єднання сталося в процесі планування діяльності торговельного підприємства, то отримані документи носитимуть прогностичний характер, а якщо в ході контролю, – то фактичний. Прогнозні і фактичні дані дозволяють заздалегідь або по факту провести повноцінний фінансовий аналіз і оцінити ліквідність, рентабельність і вартість торговельного підприємства. На стадії планування ці показники необхідні для того, щоб зрозуміти, наскільки реальним для підприємства є досягнення поставлених перед ним цілей. Якщо вони показують, що цілі досяжні, то плани приймаються до виконання, якщо цілі є недосяжними, – то процес складання бюджетів здійснюється заново, або корегується на основі визначення умов, за яких досягнення цілей стає можливим. Такі дії відбуваються до тих пір, поки не буде знайдений оптимальний варіант з позицій керівництва торговельного підприємства.

Мусіна К.В.,

студентка НТУУ «КПІ»,

Шеховцова І.А.,

ст.викладач ФММ НТУУ «КПІ»

ТРАДИЦІЙНИЙ ТА ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

Протягом останніх років відбувається поступова втрата вітчизняними виробниками багатьох сегментів внутрішнього ринку товарів, що пов'язано зі значними структурними деформаціями в національній економіці та низькою конкурентоспроможністю багатьох підприємств. В наслідок обтяженої базовими галузями структури вітчизняне промислове виробництво забезпечує лише половину товарних ресурсів, що надходять на внутрішній ринок. Споживчий ринок України дедалі більше наповнюють товари іноземного виробництва. Відсутність стратегічного підходу до розв'язання проблеми насичення внутрішнього ринку товарами вітчизняного виробництва на основі якісної імпортозамінної продукції призвела до значного дисбалансу між попитом і пропозицією на окремих товарних ринках [1].

Більшість дослідників пов'язують використання операційної стратегії з такими умовами: наявність тривалої та стабільної операційної системи, яка функціонує, а також створення цією системою продукції для подальшого впровадження на ринках із легко прогнозованим стійким попитом. За таких умов взаємоузгодження стратегій різного рівня, а також забезпечення відповідності операційної стратегії завданням маркетингу підприємства, вирішується в межах моделі Террі Хілла - створення операційної стратегії [2].

Під операційною стратегією Лес Геллоуей розуміє стратегію ефективної та раціонально організованої операційної функції, яка забезпечує лідерські позиції на ринку за показниками якості, оперативності та ціни [3].

Операційною стратегією П. Белінський вважає загальну концепцію досягнення конкретних цілей виробництва при відповідних обмеженнях у ресурсах [4].

Операційна стратегія розробляється на основі економічної стратегії підприємства, тому вона охоплює ті самі елементи і фактори, але конкретизує їх для кожного структурного підрозділу. Іншими словами, шляхом декомпозиції стратегії підприємства формується економічна стратегія виробництва – загальна концепція того, як досягаються визначені конкретні цілі виробництва продукції при відповідних обмеженнях ресурсів. Операційна стратегія охоплює різноманітні компоненти, які можна зобразити схематично (Рис. 1). Ці компоненти мають стратегічне й тактичне значення і потребують відповідних рішень



Рис.1. Компоненти операційної стратегії

На думку авторського колективу під керівництвом Річарда Б. Чейза для забезпечення конкурентоспроможності операційної стратегії компанії визначають низку пріоритетів [5].

Сьогодні мова йде про зростання динаміки ринкових змін, які І. Ансофф розглядає з точки зору трьох характеристик нестабільності: ступеня звичності, темпу змін та передбачуваності майбутнього [6].

Сучасні умови підприємницької діяльності характеризуються неочікуваними змінами, втратою контролю над зовнішнім середовищем підприємства через його мінливість та невизначеність. Як наслідок виникають так звані «зовнішні загрози» при реалізації операційних стратегій: негативні тенденції ринків постачання, матеріального забезпечення, технологічного обладнання, конфлікти цілей, завдань та дій операційної стратегії та стратегій вищого рівня і функціональних стратегій (найчастіше дані конфлікти виникають через неузгодженість рішень у вертикальній та горизонтальній взаємодіях, неузгоджену розстановку пріоритетів та цілей). При впливі зовнішніх загроз важливим є фактор часу, оскільки менеджеру досить складно одночасно забезпечувати високу ефективність операційної системи і слідкувати за новими критеріями й змінами. На практиці працівники прагнуть максимально розглянути у часі процес змін задля збереження контролю над операційною системою, але необхідно пам'ятати, що надмірний контроль чи занадто тривалий прогноз може не мати сенсу і призвести до незворотного погіршення стану операційної системи. Управління операційною системою має відбуватися на основі постійного впровадження інновацій.

Ефективна операційна система повинна максимально використовувати позитивні інновації, надавати позитивний характер нейтральним інноваціям і ізолюватися, хоча б частково, від негативних інновацій.

Зовсім не всі позитивні інновації забезпечують довгострокову стабільність операційної системи. Можливе виникнення ситуації довгострокового і поступового посилення дисбалансу між функціями і підрозділами системи. Тому важливим завданням операційного менеджера є селекція стабілізуючих і дестабілізуючих інновацій. Слід зазначити, що під час реалізації операційної стратегії функціонування операційної системи, розвиток операційних інновацій відіграє принципово важливе значення. Внаслідок цього взаємозв'язку виникає поняття «операційної інноватики».

Операційна інноватика обслуговує поточні короткострокові цілі організації— отримання поточних прибутків за рахунок стабільно діючого виробництва і зниження витрат у реальному режимі часу. В основному це проведення локальних інновацій — окремих поліпшень в продуктах, технологіях, послугах. Мова йде про зміни в рамках конструкторського та технологічного супроводу виробництва, в рамках його технічної підготовки. Такі зміни зустрічаються в житті підприємства досить часто і вони мають потребу в управлінні. Як правило, це об'єкти функціонального управління.

Підсумовуючи, варто зазначити, що призначення функціонального управління — консервативне. Воно покликане підтримувати, зберігати стабільні умови для виробництва і проведення локальних інновацій, нейтралізуючих окремі обурення середовища, а також сприяти зниженню витрат. Фахівці, зайняті організацією функціонального управління, справедливо вважають операційну інноватику однією з функцій підприємства, подібно виробництва і маркетингу.

Література

1. Жаліло Я.А., Покришка Д.С., Белінська Я.В. та ін. Післякризовий розвиток економіки України: засади стратегії модернізації. - К.:НІСД, 2011. - 66с.
2. Чейз Річард Б. Производственный и операционный менеджмент / пер. с англ. - 8-е издание. - М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. - 704 с.
3. Гелловой Л. Операционный менеджмент. Принципы и практика / Л. Гелловой. - СПб. : Питер, 2002. - 320 с.
4. Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій : Підручник / П. І. Белінський- К. : Центр навчальної літератури, 2005. - 624 с.
5. Чейз Р.Б. Производственный и операционный менеджмент / Р. Б. Чейз, Н. Дж. Эквилайн, Р. Ф. Якобс. - 8-е издание : пер с англ. - М. : Издательский дом "Вильямс", 2004. - 704 с
6. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / И. Ансофф. - М. : Экономика, 1989 - 519 с.

ТЕХНОЛОГІЯ BIG DATA ЯК ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

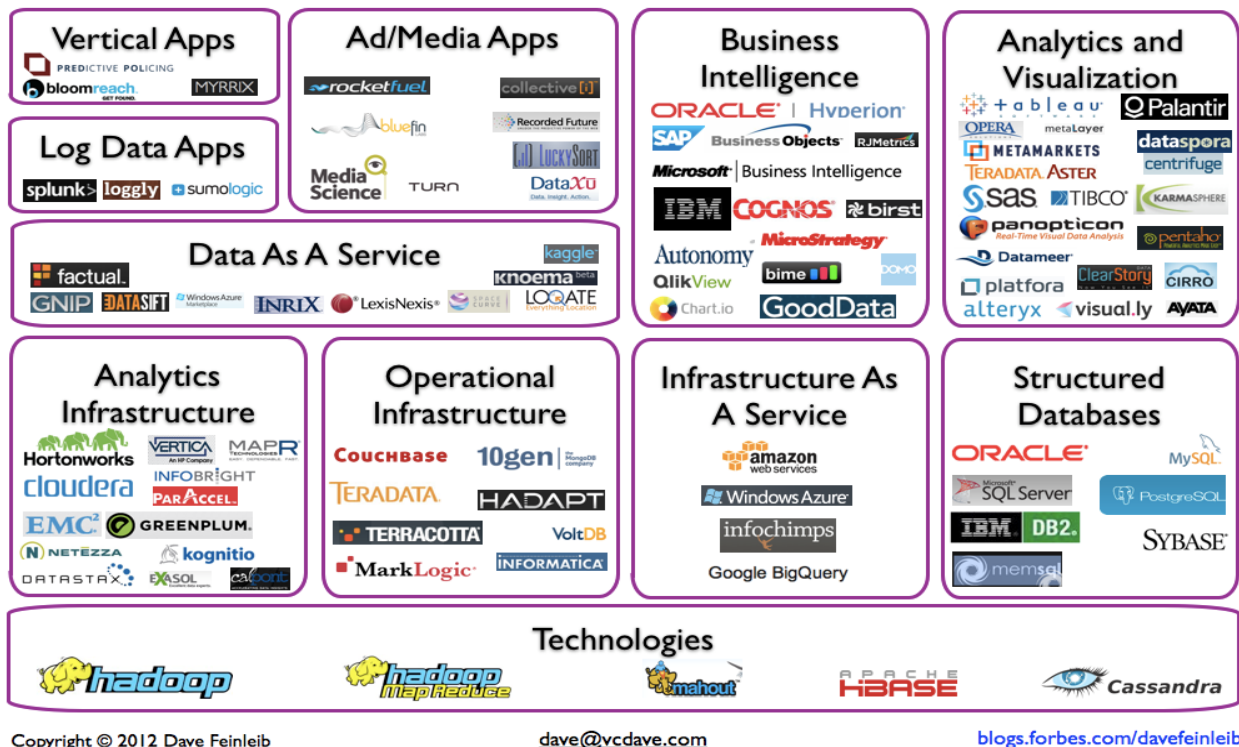
Епоха інформатизації сучасного суспільства пов'язана з необхідністю постійного оновлення технологій, знань, розробкою інноваційної стратегії ведення бізнесу. Великим компаніям доводиться працювати з постійно зростаючими масивами даних. За даними IDC, обсяг інформації, накопиченої в світі, постійно зростає, і це зростання становить близько 40% на рік. У 2010 році обсяг великих даних перевищив 1 зеттабайт, що дорівнює приблизно 1 млрд. Гігабайт [1]. Накопичена інформація для компаній виступає одним з активів, використання якого може приносити економічний ефект. У зв'язку з цим виникає проблема обробки, управління та аналізу великих масивів даних. Одним із новітніх інструментів зберігання і обробки таких даних є технологія Big Data.

Головною особливістю Big Data є неструктурованість вихідних даних. Їх обробка та аналіз дозволяють бізнесу отримувати величезні вигоди. Так, за допомогою даних, що зберігаються в клієнтських базах, великі підприємства можуть отримувати необхідну інформацію про своїх клієнтів і використовувати її для просування нових послуг на ринок. Користувачами технології Big Data виступають фінансові установи, банки, ритейлери, телекомунікаційні оператори та ін. Ці організації можуть займатися збором і аналізом даних, сконцентрованих в соціальних мережах та інших джерелах, пов'язаних з їх бізнесом.

Існує безліч підходів до роботи з великими даними – це і програмно-апаратні рішення високої продуктивності, і програмне забезпечення, що сприяє оптимізації зберігання великих масивів інформації, і інструменти аналітики, що дозволяють максимально ефективно використовувати накопичену інформацію.

Застосування технології Big Data компаніями різних сфер діяльності показано на рис. 1 [2].

Big Data Landscape



Copyright © 2012 Dave Feinleib

dave@vcldave.com

blogs.forbes.com/davefeinleib

Рис. 1. Ринок послуг Big Data

Ринку технології Big Data притаманний високий динамізм розвитку. Так, аналітичне агентство IDC у звіті, опублікованому у вересні 2014 року, зазначило, що приріст ринку технологій і послуг в сфері Big Data щороку становитиме 26,4%, досягнувши до 2018 року 41,5 млрд.дол. IDC прогнозує випереджаюче зростання даного сегменту в порівнянні з усім ІТ-ринком у 6 разів [1].

Найбільша активність інвестування в технології Big Data припадає на США. Разом з тим, за даними аналітичної компанії IDC, інші гравці світового ІТ-ринку також виявляють зростаючий інтерес до даної технології. У 2014 році близько 45% ринку програмного забезпечення, обладнання і послуг у сфері великих даних припало на країни Європи, Близького сходу, Африки та Азійсько-тихоокеанського регіону [3].

Сьогодні технологія Big Data стає невід'ємною частиною діяльності різних компаній. Вона спрямована на полегшення і вдосконалення роботи зі споживачами, підвищення рівня продажів компаній різних сфер діяльності – телекомунікаційної, фінансової, роздрібною торгівлі ін. Великі дані здатні допомогти організаціям оперативно реагувати на вподобання своїх клієнтів, а, отже, може допомогти їм у впровадженні інноваційних підходів і рішень. Без технології Big Data не представляється можливим подальший розвиток інформаційно-комунікаційного сектора. Це ж стосується і наукової діяльності, в якій науковий експеримент є необхідним при дослідженнях. Так, без технології великих даних не відбулася б реалізація проекту «Великий андронний колайдер» – найбільшого і найпотужнішого прискорювача елементарних частинок. В даний час він збирає близько 30 Петабайт (більше 31 млн. Гігабайт) інформації про високошвидкісні зіткнення протонів щорічно. Ця інформація аналізується по мережі, яка охоплює 170 обчислювальних потужностей, розташованих в 36 країнах світу. На сьогодні це найбільший у світі науковий експеримент з використанням технології Big Data [4].

На поточний момент не існує універсальних алгоритмів, які застосовуються у технології Big Data. Це пов'язано з тим, що кожне підприємство зокрема, і галузі в цілому, мають свою специфіку, особливості здійснення господарської діяльності, які повинні враховуватися при обробці великих масивів даних. Слід зазначити, що, збір даних не є самоціллю, зібрані дані необхідно перетворити в аналітичні висновки, на основі яких будуть прийматися стратегічні рішення. Тому, проблема пошуку фахівців, здатних розробляти алгоритми для аналізу різномірної інформації, з урахуванням особливостей функціонування окремих компаній, є першорядною. І без її вирішення широке поширення технології Big Data не буде мати перспектив.

Якщо говорити про економічний ефект від застосування технології Big Data, то він може бути відзначений як на мікрорівні, оскільки це вигідний бізнес для ІТ-компаній, інструмент, що забезпечує підтримку при виборі цільових орієнтирів та прийнятті управлінських рішень, так і на макрорівні – у вигляді створення нових робочих місць в економіці країни. Так, за даними Gartner, в 2015 році в США в сфері великих проектів даних буде створено 1,9 млн. робочих місць, при цьому на кожний проект Big Data буде створюватися 3 робочих місця за межами країни. В цілому, як зазначає аналітичне агентство, протягом наступних чотирьох років 6 мільйонів робочих місць буде генеруватися інформаційно-комунікаційним сектором у відповідності до вимог інформаційної економіки [5].

Поряд з перевагами технології Big Data, у неї, як і у будь-якій іншій ключовій технології, є дві сторони. Як зазначають дослідники, це пов'язано з тим, що дана технологія не панацея, а всього лише новий інструмент, і хоча він досить потужний, він все ж не позбавлений недоліків і обмежень [6].

І головним недоліком Big Data є втрата конфіденційності та цілісності інформації, тобто мова йде про проблему забезпечення інформаційної безпеки. У той же час, протистояти наростаючим тенденціям технологічної епохи не представляється можливим. У зв'язку з цим, сектор інформаційно-комунікаційних технологій, вирішуючи проблему аналітичної роботи з великими даними, буде вирішувати завдання створення нових програмних і апаратних платформ.

Таким чином, технологія класу Big Data на сьогодні є необхідною складовою інноваційного розвитку сучасного бізнесу. Вона привертає інтерес усіх великих ІТ-компаній, оскільки, з одного боку, збір, обробка та аналіз великих даних є однією з їх компетенцій, а, з іншого, дана технологія дозволяє освоювати нові ринки і залучати нових клієнтів. Рішення Big Data для обробки та аналізу даних сприяє конвертації стратегічних планів в реальні проекти компаній. За допомогою використання технології Big Data компанії отримують можливості інноваційного розвитку, підвищують свою продуктивність і конкурентоспроможність.

Література

1. International Data Corporation. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <www.idc.com> (дата звернення 19.02.2015).
2. Forbes. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.forbes.com/sites/davefeinleib/2012/06/19/the-big-data-landscape/>> (дата звернення 24.02.2015).
3. Gartner Says Big Data Creates Big Jobs: 4.4 Million IT Jobs Globally to Support Big Data By 2015. -- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.gartner.com/newsroom/id/2207915>> (дата звернення 24.02.2015).
4. Big Data: The Predictions For 2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<https://www.linkedin.com/pulse/big-data-predictions-2015-bernard-marr#ixzz3S0Gd5CKi>> (дата звернення 23.02.2015).
5. Gartner. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.gartner.com/newsroom/id/2207915>> (дата звернення 23.02.2015).
6. Осин А.А. Влияние методов больших данных на современное общество. – «Педагогика искусства». – Сетевой электронный научный журнал. – 2014. – № 1. -- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.art-education.ru/AE-magazine/new-magazine-1-2014.htm>> (дата звернення 20.02.2015)

Нечева Н.В.,

аспірант кафедри економіки та управління туризмом,
Одеський національний економічний університет

**УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ЯК СКЛADOVA СИСТЕМИ ЯКОСТІ У ПІДПРИЄМСТВАХ
САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ**

У контексті фінансово-економічної кризи постає питання щодо підвищення якості послуг санаторно-курортного комплексу, задоволення потреб та вимог споживачів. Ця проблема, у свою чергу, накладає на підприємства санаторно-курортного комплексу завдання щодо вдосконалення управління трудовими ресурсами, адже саме від ефективного управління трудовими ресурсами залежить якість наданих послуг.

Концепція загального управління якістю, на наш погляд, визначає місце та значення якості послуг у підприємствах санаторно-курортного комплексу. Ця концепція найбільш повно відображає зміст процесів, які відбуваються на підприємстві і включає у себе не тільки управління якістю, але й управління персоналом.

На наш погляд, робота з трудовими ресурсами має бути на першому плані при побудові ефективних систем управління якістю у підприємствах санаторно-курортного комплексу. Сучасне управління трудовими ресурсами у санаторно-курортних підприємствах має включати у себе наступні складові:

- орієнтація на вимоги законодавства про працю;
- забезпечення умов для стабілізації кадрового складу та мінімізації плинності кадрів;
- максимальне піклування про кожного співробітника санаторно-курортного підприємства, ставлення з повагою до його прав, свободи та думок, створення умов для розвитку його творчих здібностей;
- врахування перспективних та поточних потреб санаторно-курортного підприємства у персоналі, з огляду на його сучасний стан, тенденції руху трудових ресурсів;
- залучення до співробітництва при формуванні та реалізації кадрової політики у загальній стратегії управління якістю на підприємстві санаторно-курортного комплексу.

Персонал підприємств санаторно-курортного комплексу повинен мати високі стимули до праці. За рахунок високо стимулу до праці персоналу санаторно-курортного підприємства можливе надання послуг високого рівня якості та задоволення потреб споживачів. Цей процес має здійснюватись за рахунок бездоганного використання своїх професійних обов'язків співробітниками, професійного зростання, належного рівня ділового спілкування.

У межах системи якості пропонуємо основні завдання управління трудовими ресурсами підприємств санаторно-курортного комплексу:

- сприяти підвищенню професійного рівня персоналу та застосовувати планове просування по службі;
- запроваджувати винагороди за досягнуті результати персоналу, заохочувати зусилля працівників, які спрямовані на поліпшення якості послуг санаторно-курортного підприємства шляхом їх визнання;
- стимулювати творчий підхід до виконання професійних обов'язків і таким чином реалізувати можливості кожного працівника санаторно-курортного підприємства;
- враховувати здібності працівників виконувати посадові встановлені інструкції під час підбору штату персоналу;
- регулярно переглядати чинники стимулювання персоналу до підвищення рівня якості послуг;
- реалізовувати програми підвищення кваліфікації робітників підприємств санаторно-курортного комплексу.

Для того, щоб удосконалювати роботу трудових ресурсів доцільно та необхідно створювати робочі групи і комітети, які будуть аналізувати та виявляти проблеми, вести пошук різноманітних шляхів вирішення цих проблем та завдань.

Також слід виділити основні елементи, які визначають якість готельних послуг. До них відносяться:

- корисний ефект при споживанні послуги, асортимент послуг;
- вплив послуги на людину та навколишнє середовище;
- професійна компетентність спеціаліста, діяльність керівництва щодо забезпечення якості роботи персоналу;
- безпека та екологічність при обслуговуванні;
- санітарно-гігієнічний стан приміщень у санаторії;
- етика спілкування та інше.

Реалізація політики у сфері якості можлива тоді, коли є гармонізація відносин між керівництвом, персоналом та відповідного забезпечення матеріально-технічними ресурсами підприємств санаторно-курортного комплексу. У підприємстві санаторно-курортного комплексу дуже важливою являється оцінка якості насамперед самого процесу надання послуги, навчання співробітників методам забезпечення якості наданих послуг, використання найбільшої кількості інформації про якість.

Література

1. Босовська М.В. Управління якістю послуг підприємств готельного господарства : дис.. на здобуття наук. Ступеня к.е.н. / М.В. Босовська. – Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009.
2. Грішнова О.А. Людській капітал. Формування у системі і професійної підготовки : монографія / О.А. Грішнова. – К. : Знання, 2001. – 254с.
3. Доровської О.Ф. Місце та роль оцінки мотивації персоналу у формуванні стратегії соціального розвитку підприємства / О.Ф. Доровської, О.О. Затеїщикова // Вісник Міжнар. Слов'ян. ун-ту. – Х. – 2004.

СТРАТЕГІЯ СОРСИНГУ

В сучасних умовах розвитку ринкового середовища основним завданням підприємств є забезпечення конкурентоспроможності. Для цього суб'єкти господарювання повинні бути зосереджені на основній діяльності, при цьому забезпечувати належний рівень виконання й усіх непрофільних бізнес-процесів, що здійснюються на підприємстві. Ефективним вирішенням цієї задачі є застосування стратегії сорсингу.

Сорсинг – це інструмент менеджменту, що підвищує ефективність і маневреність управління за рахунок трансформації частини бізнес-процесів підприємства і використовуваних ними активів в проміжні комерційні продукти з стійкими характеристиками, наданими внутрішніми або зовнішніми надавачами послуг [1].

У бізнесі під терміном «сорсинг» розуміють ряд дій, спрямованих на знаходження, випробування і залучення постачальників товарів і послуг [2]. Сьогодні розрізняють наступні види сорсингу: аут-, крауд-, ін-, косорсинг, кожен з яких має свої особливості та середовище реалізації (рис.1).



Рис. 1. Середовище реалізації сорсингу

На світовому ринку сорсингу найбільшу популярність здобули аутсорсинг і краудсорсинг, які передбачають залучення зовнішніх виконавців.

Аутсорсинг – одна із сорсинг-моделей, яка передбачає передачу підприємством, на основі договору, певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншому підприємству, що спеціалізується у відповідній галузі.

Краудсорсинг («crowd» – натовп і «sourcing» – використання ресурсів) – передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб без укладання трудового договору [3].

Інсорсинг – це спосіб управління наданням структурованих послуг, при якому роль постачальників послуг, відповідальних за відповідність наданих послуг функціональним вимогам, виконують підрозділи, що знаходяться під контролем покупця [4, с. 93].

Косорсинг – це виконання бізнес-процесу за допомогою власного персоналу та зовнішніх виконавців, поширена форма організації взаємодії між замовником і виконавцем.

Даний вид сорсингу найбільш підходить для організацій, в яких прийнятий принцип процесного управління. За допомогою цього виду управління послугами, можна забезпечити повний контроль над бізнес-процесами, що забезпечить високу якість послуги, у порівнянні з аутсорсингом, та нижчою вартістю, ніж при використанні інсорсингу [5].

Перед тим, як обрати один з можливих варіантів сорсингу, підприємство повинно оцінити кожен за наступними ознаками:

- взаємовідносини між замовником і виконавцем;
 - оперативність реагування на виникаючі проблеми/завдання;
 - оперативність виправлення виникаючих проблем/задач;
 - якість виконаних робіт/задач;
 - можливість залучення додаткових ресурсів;
 - ступінь відповідальності за результат діяльності;
 - ступінь свідомості виконуваних робіт;
 - підхід до виконання робіт відповідно до розуміння стратегії і тактики розвитку підприємства.
- Схематично модель розробки та реалізації стратегії сорсингу наведено на рисунку 2.

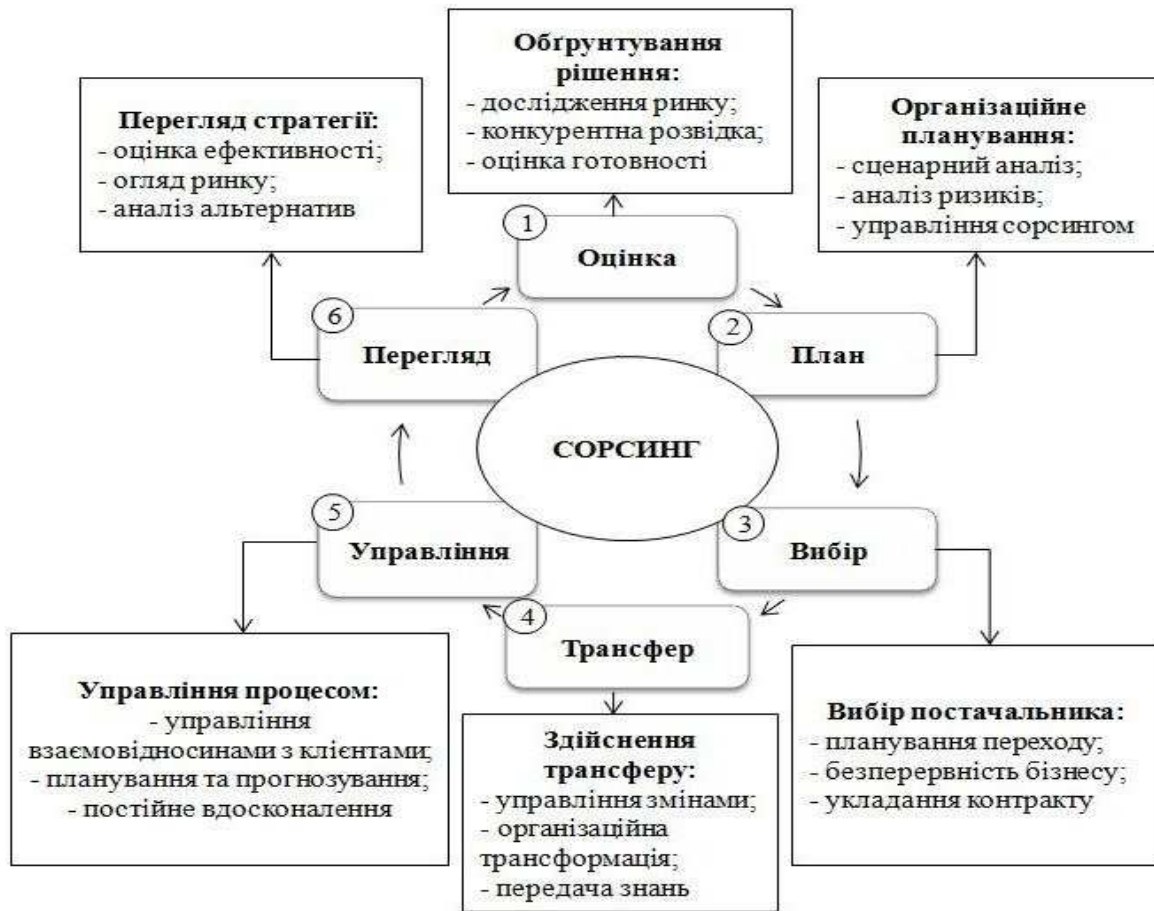


Рис. 2. Модель реалізації стратегії сорсингу (на основі [6])

Перед реалізацією стратегії сорсингу необхідно дати чітке обґрунтування необхідності використання одного з видів сорсингу, визначити перелік цілей які можна досягти за його допомогою та спрогнозувати очікувані результати.

Отже, аутсорсинг здебільшого використовується, коли потрібно підтримати непрофільні бізнес-процеси підприємства в належному стані та покращити них. Інсорсинг підходить для підприємств, що володіють стабільно високим бюджетом, виділеним на конкретний вид послуг. Інсорсинг буде ефективним за умови, якщо персонал задіяний для надання певного виду послуг, буде не лише висококваліфікованим у своїй сфері робіт, а й буде зацікавлений у постійному навчанні і самонавчанні, здатний використовувати отримані знання та інформацію на практиці, здатний не тільки вчитися, а й вчити інших. Косорсинг оптимальний варіант для компаній, які не володіють великим бюджетом, але які хочуть розвитку обраної технології і здатні виділити на це свій внутрішньоорганізаційний ресурс.

Сорсинг в світі активно розвивається в якості моделі для вирішення різних проблем і завдань, що стоять як перед бізнесом, так і перед державою і суспільством в цілому. Але при цьому в Україні нема необхідної законодавчої бази, яка б давала визначення сорсингу та регулювала відносини у сфері його використання, також гальмує розвиток нерегульоване законодавство про захист авторських прав та фінансові махінації. Разом з тим сорсинг як інструмент управління надзвичайно перспективний, про що свідчить світовий досвід, тому його становлення в Україні є справою часу.

Література

1. Алехин А. В. Стратегия сорсинга эффективный инструмент выбора модели использования ресурсов компании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ospr.ru/data/854/936/1227/1-3.pdf>
2. Сорсинг. Википедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wiktionary.org/wiki/сорсинг>
3. Митева Ц. Краудсорсинг в бизнесе: коллективный разум спешит на помощь. // «Контур». – Электронный журнал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kontur.ru/articles/415>
4. Аксенов Е., Альтшулер И. Аутсорсинг: 10 заповедей и 21 инструмент. – СПб.: Питер, 2009. – 464 с.: ил. – (Серия «Теория менеджмента»). ISBN 978-5-388-00539-7.
5. Сорсинг. Взгляд с позиции специалиста. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bainr.ru/article6.html>
6. Services Sourcing: Outsourcing and Offshoring. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.globusresearch.com/services-sourcing.aspx>

ПЕРЕДУМОВИ УЧАСТІ ГОСПОДАРСТВ НАСЕЛЕННЯ В КЛАСТЕРІ МОЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Молочна промисловість є традиційною галуззю харчової промисловості України, з віковими традиціями та досягненнями. На сьогоднішній день ряд підприємств, які, як правило, не входять до об'єднань підприємств, знаходиться в скрутному становищі. Молочна галузь є цілковито залежною від сировинної бази, на яку не можна зробити запаси, і нестача сировини, є однією з ключових проблем галузі.

Виробництво молока здійснюється двома категоріями господарств: сільськогосподарськими підприємствами (в т.ч. фермерськими господарствами) та господарствами населення. В 2013 році в Україні утримується 2508,8 тис голів корів, де 77,46% утримуються в господарствах населення (відповідно 22,54 % сільськогосподарськими підприємствами). Співвідношення обсягів виробленого молока між категоріями господарств відповідає кількості утримуваного стада корів (рис. 1).

Сільські домогосподарства по середньому надою молока не відрізняються від надою сільськогосподарських підприємств. Середній надій однієї корови за рік по Україні складає 4446 кг (в сільськогосподарських підприємствах на 381кг більше, а в господарствах населення надої на 103 кг менше) [1, 2]. Даний факт вказує, що при поліпшенні матеріально-технічної бази ці показники можуть бути ще вищими. Лише окремі підприємства мають можливість підвищити удої, використовуючи новітні породи корів та спеціалізоване харчування. На превеликий жаль це недоступно всім сільськогосподарським підприємствам а господарствам населення тим паче.

Дослідження господарств по утриманню корів, дозволяє зробити наступні висновки: в Україні лише 37,2 % сільських домогосподарств утримують корів, і в той же час вони виробляють 77,52 % молока. Найнижчий відсоток по утриманню корів в сільській місцевості спостерігається в Київській області (16,4 %). По виробництву молока вона цей регіон також є аутсайдером. Найвища частка утримання корів була відзначена в Хмельницькій (55 %), Івано-Франківській (52,9%) та Житомирській (48,7%) областях [1, 2].

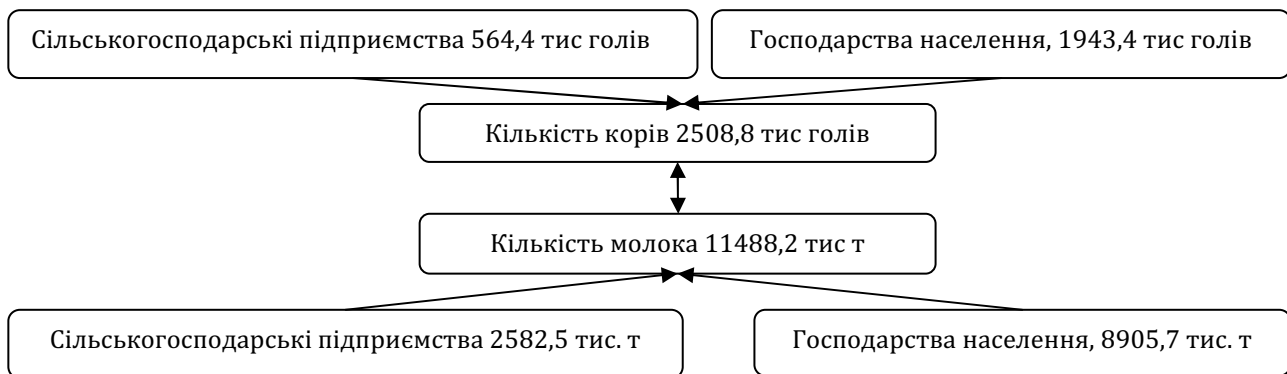


Рис. 1. Взаємозалежність поголів'я корів, виробництвом молока за 2013 рік

Джерело: побудовано на підставі 1, 2

Молокопереробні підприємства в своїй діяльності використовують значну кількість сировини закупленої в господарствах населення, але експерти зазначають, що молоко закуплене у населення не завжди відповідає необхідним параметрам якості. В середньому по Україні серед домогосподарств, які утримують корів, лише 50,9 % проводять ветеринарні перевірки, 59,3 % санітарну обробку тваринницьких приміщень та 21,9 % санітарний контроль якості молока [1, 2].

Було проаналізовано співвідношення кількості корів, які утримуються сільськими господарствами (їх значення наведені у розрахунку на 10 домогосподарств) та, відповідно, господарств, які здійснюють санітарну перевірку молока.

Так в Київській області відсоток господарств, які використовують санітарний контроль становить 10,1 % (найнижче значення). Найвище значення в Хмельницькій області 36,2 %, також в цій області найвища щільність утримання корів господарствами населення. Високі показники спостерігаються в Рівненській області (32,8 % - господарств, що здійснюють санітарний контроль та 4,9 - наявність худоби в сільських домогосподарствах в розрахунку на 10 домогосподарств) та в Волинській (32,5 % та відповідно 4,7) областях [1, 2].

Слід відмітити, що чим вище значення густоти утримання поголів'я худоби, тим вищий відсоток господарств, які проводять санітарний контроль молока. Це свідчить, про те що господарства населення об'єднавшись мають можливість приділити більше уваги якості молока та ветеринарній медицині. Можна припустити, що після об'єднання своїх зусиль сільські господарства населення можуть покращити підходи до первинної обробки молока та до контролю за його якістю. Адже якість молока втрачається в межах часового відрізка між доїнням та доставкою сировини до виробника, це викликано не правильним первинним охолодженням та умовами збору та доставки молока.

Формою кооперації та об'єднання господарств між собою та, в подальшому, покращення взаємодії з виробниками готової продукції є кластер. Світовий досвід показує ефективність функціонування кластерів в різних галузях економіки, зокрема в агропромисловому комплексі та харчовій промисловості. До кластеру, як форми добровільного об'єднання можуть увійти виробники сировини, виробники готової продукції, фінансові та не фінансові установи. Вступ господарств населення в кластер може вирішити ряд існуючих проблем. Зокрема

об'єднавшись, вони можуть поліпшити якість ветеринарного обслуговування тварин, покращити процес первинної обробки молока. І слабкі сторони окремого домогосподарства можуть перетворитися на можливості подальшого розвитку та сильні сторони кластерного об'єднання. Окрім матеріальних та фінансових переваг населення може отримати інформаційну підтримку, яка також може мати позитивний ефект на налагодження взаємодії та співпраці між виробниками сировини та готової продукції в молочній промисловості.

Література

1. Статистичний збірник «Основні сільськогосподарські характеристики домогосподарств у сільській місцевості», 2014 [Електронний ресурс]: за даними Державної служби статистики України. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Статистичний збірник «Тваринництво», 2013 [Електронний ресурс]: за даними Державної служби статистики України. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК [005.336.4+331.102.344]:004.738.5

Оберемчук В.Ф.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри стратегії підприємств,
Мельник О.В.,
к.е.н., старший викладач кафедри стратегії підприємств,
Голіонко Н.Г.,
асистент кафедри стратегії підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Кожен етап розвитку суспільства характеризується використанням все нових і нових ресурсів. Якщо донедавна ефективна стратегія управління базувалися переважно на використанні традиційних ресурсів, то на сьогодні інтелектуальні ресурси стають умовою та основою розвитку як підприємств, так і суспільства загалом. У сучасному постіндустріальному суспільстві інтелектуальні ресурси, посилені новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями, сприяють інноваційному розвитку та формуванню інтелектуального потенціалу підприємства. Таким чином, саме інтелектуальні ресурси складають основу інтелектуального та стратегічного потенціалу підприємства. Підвищення ефективності використання інтелектуальних ресурсів, є пріоритетним завданням, яке актуальне для всіх підприємств України в сучасних динамічних умовах розвитку ринку.

Сутність інтелектуальних ресурсів полягає в тому, що вони формують інтелектуальний потенціал підприємства, тобто його потенційні інтелектуальні можливості. Інтелектуальний потенціал, відповідно, відображає здатність підприємства до відтворення і використання знань та досягнення бажаного фінансово-економічного стану за допомогою взаємодії наявних інтелектуальних і традиційних ресурсів.

В найбільш загальному визначенні управління інтелектуальними ресурсами є процесом трансформації таких ресурсів в продукт підприємства та формування на цій основі нематеріальних активів з метою забезпечення стабільності та розвитку. Відповідно метою управління є збільшення (нарощення) цінності бізнесу для всіх стейкхолдерів. Враховуючи потужні можливості корпоративних інформаційно-комунікаційних технологій, розвиток електронної комерції, інтелектуальні ресурси здатні створювати стійкі конкурентні переваги для підприємства. Є два основні види конкурентних переваг – низькі витрати та диференціація. Тобто підприємство може отримати конкурентні переваги як ціновими, так і неціновими методами. Інструментом цінового методу є спроможність підприємства розробляти, випускати, просувати та продавати продукцію з меншими витратами, що дозволяє встановлювати нижчі, ніж у конкурентів ціни. Нецінові методи спрямовані на підвищення споживчої вартості продукції; їх складніше відтворити чи скопіювати, що дозволяє досягти довгострокових переваг над конкурентами. Отже, основою успіху підприємства у конкуренції є його ресурси (як традиційні, так і інтелектуальні), компетенції, досвід, комунікації та готовність до постійного і неперервного інноваційного процесу, який базується на використанні існуючих і генерації нових знань.

Особливість управління інтелектуальними ресурсами на підприємстві полягає в тому, що їх використання характеризується більш високим рівнем віддачі, ефективності та зростанням граничної корисності. Таким чином, інтелектуальні ресурси, на відміну від традиційних (матеріальних), можна залучати та використовувати з меншими витратами. Крім того, традиційні ресурси при використанні зношуються та зменшують свою вартість, в той час як інтелектуальні ресурси збільшують свою вартість при використанні, продажу чи розповсюдженні. Проте для інтелектуальних ресурсів більш характерний моральний «знос», пов'язаний зі старінням і втратою потенціалу знань, ідей, компетенцій, інформації, що має наукову і комерційну цінність. З іншого боку, процес використання інтелектуальних ресурсів може супроводжуватися їх збільшенням і розвитком, чому сприяють новітні інформаційно-комунікаційні технології.

Різноманітність інтелектуальних ресурсів та особливості їх використання на різних підприємствах зумовлюють доцільність виділення окремої підсистеми управління інтелектуальними ресурсами в межах системи управління підприємством. Отже, передумовами організації самостійної системи управління інтелектуальними ресурсами в складі системи управління підприємством є: різноманіття форм і видів специфічних інструментів, методів і численних функцій управління інтелектуальними ресурсами, необхідність розробки стратегії у сфері

менеджменту підприємства, координація процесів генерації знань і формування інформаційних потоків, порівняно висока прибутковість угод з об'єктами інтелектуальної власності і т.д.

Таким чином, економіка, що ґрунтується на певних матеріальних ресурсах, під впливом змін умов формування і розвитку ринкових відносин на міжнародній арені поступово замінюється економікою, заснованою на ідеях, знаннях, комунікаціях, інформації та інноваціях, у рамках якої інтелектуальна власність стає однією з головних цінностей. В економіці нового типу, для якої характерний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та збільшення кількості інформації, національне багатство забезпечується завдяки створенню знань та їхньому перетворенню в цінності.

Олійник О.С.,

старший викладач кафедри економіки підприємства,
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка,

ФАКТОРНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Для кращого розуміння сутності та змісту поняття «ефективність», «ефективність управління персоналом» та «ефект» звернемо увагу на них. Сучасні словники ці поняття тлумачать наступним чином: ефект – результат, наслідок яких-небудь причин, сил, дій, заходів; ефективність – здатність забезпечувати ефект; ефективність управління персоналом – характеристика якості, корисності управління людськими ресурсами на підприємстві; як здатність забезпечувати потрібний ефект у вигляді економічної вигоди для підприємства, удосконалення організації виробництва, праці та соціальної вигоди для працівників [1, с.380].

Економічний сенс чи економічний результат будь-якого виробництва полягає в надбанні доходу, який перевищує витрати: чим більшою буде різниця між ними, тим краще [1, с.379]. Даний економічний сенс необхідно винаходити в різних напрямках діяльності підприємства, а тому першочерговим завданням керівництва підприємства має стати створення системи аналізу і планування праці, професійної орієнтації та соціальної адаптації працівників у колективі. Кожен співробітник організації - це особистість, а організація - громадська система, і вони взаємопов'язані. Аналіз та оцінка ефективності управління персоналом базуються на певних факторах, які також не існують у вакуумі, а тісно пов'язані один з одним.

- Фізіологічні фактори (стать, вік, розумові та фізичні здібності);
- Технологічні фактори (складність праці, технічна оснащеність, рівень використання наукових досягнень);
- Структурно-організаційні чинники (режим і стаж роботи, обсяг підприємства, рівень використання персоналу);
- Соціально-економічні фактори (соціальні пільги, рівень життя, страхування, матеріальне стимулювання);
- Соціально-психологічні (подія, статус і визнання, моральний клімат);
- Територіально-ситуаційні (інфляція, рівень конкуренції, безробіття, акціонування підприємств).

Комплексна оцінка всіх цих факторів являє собою оцінку ефективності управління персоналом. Визначимо докладніше, в чому полягає ефективність управління персоналом.

Перше, оцінка ефективності персоналу обов'язково характеризується кінцевим результатом. Якщо управління ефективно, за допомогою спеціально підбраного, мотивованого і навченого колективу досягається певний результат діяльності. Цей колектив формується на основі кадрової політики, обраної відділом по роботі з персоналом. Якщо витрати для отримання виробничого результату зменшуються, порівняно з тими, що були раніше, або витрати збільшуються більш повільними темпами, ніж темпи зростання результату, значить, ефективність підвищується. Про ефективність роботи також свідчить оцінка витрат підприємства на робочу силу.

Друге, оцінка ефективності управління персоналом має і матеріальну складову, оскільки про ефективність можна говорити, якщо для досягнення поставлених цілей витрачається мінімум засобів. У даному випадку оцінюється економічність самої системи. Однак слід уточнити, що в даному випадку мова йде не про максимально можливої економії на робочу силу, тому що дешева робоча сила – це саме дешева робоча сила. У даному випадку мається на увазі досягнення певного економічного і соціального ефекту за рахунок певного стану трудового потенціалу. Мінімізація витрат відноситься до проведення певних заходів, отриманню певних якісних і кількісних параметрів трудового потенціалу, а не до зменшення витрат на проведення кадрової політики.

Третє, оцінка ефективності управління персоналом залежить від ефективності вибраних методів управління. Тобто тут мається на увазі оцінка ефективності організаційної структури управління. Деякі керівники помилково вважають, що, чим більша служба по роботі з персоналом, тим більше вона ефективна. Досвід показує, що дуже велика кількість підрозділів по роботі з кадрами призводить до дублювання деяких функцій, труднощам з координацією і узгодженістю діяльності, рівнем завантаженості працівників і підвищення витрат на утримання цього апарату.

Ефективність апарату з управління персоналом залежить від динамічності структури, швидкості реагування на ускладнення завдань і нові цілі, рівень пристосованості до умов виробництва.

Для підвищення рівня ефективності управління персоналом необхідно здійснювати ряд міроприємств, наприклад, - розробку і впровадження організаційних проектів вдосконалення системи управління персоналом, яка вимагає певних інвестицій, тому при розрахунку економічної ефективності даних проектів слід користуватися методичними рекомендаціями з оцінки ефективності інвестиційних проектів та їх відбору для фінансування.

Даний документ передбачає наступні види ефективності проектів:

1) комерційну (фінансову) ефективність, що враховує фінансові наслідки реалізації проекту для його безпосередніх учасників;

2) бюджетну ефективність, яка відобразить фінансові наслідки здійснення проекту для регіонального або місцевого бюджетів;

3) народно-господарську економічну ефективність, що враховує затрати і результати, пов'язані з реалізацією проекту, що виходять за межі прямих фінансових інтересів учасників інвестиційного проекту.

Літератури

1. Менеджмент персоналу: Навч. посіб. Вид.2-ге, без змін / В.М.Данюк, В.М. Петюх, С.О. Цимбалюк та ін.; За заг. Ред. В.М.Данюка, В.М.Петюха. – К.: КНЕУ, 2006. – 398с.

УДК 339.72

Dr Jadwiga Orłowska-Puzio,

Katedra Analizy Funkcjonalnej

Wydział Matematyczno-Przyrodniczy

Uniwersytet Rzeszowski m. Rzeszów, Polska

Tetiana Tamara Solovej,

Katedra Matematyki Stosowanej

Institut Matematyki Stosowanej i Nauk Podstawowych

Narodowy Uniwersytet Lwowska Politechnika m. Lwów, Ukraina

ZARZĄDZANIE A EFEKTYWNY IMPORT

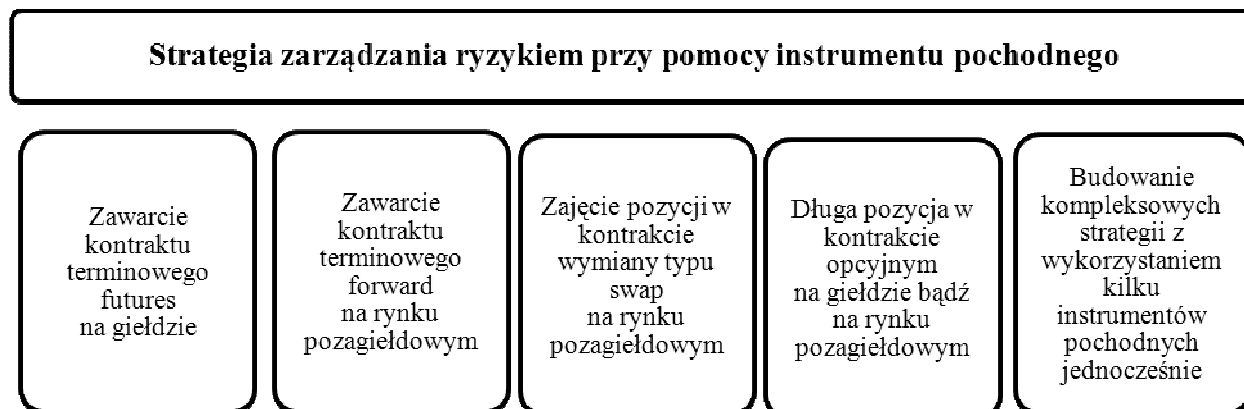
1. Wprowadzenie

Postępujący rozwój intelektualny i technologiczny jest przyczynkiem do poszukiwania przez podmioty gospodarcze coraz nowszych sposobów zarządzania z uwzględnieniem nie tylko czynników z najbliższego otoczenia gospodarczego ale również czynników w skali międzynarodowej. Zarządzanie zidentyfikowanymi procesami oraz relacjami, jakie między nimi zachodzą, prowadzi do dążenia firm do efektywnego realizowania swoich celów [1, s. 9]. Przy realizacji celów pamiętać jednak należy, że wszelkie podjęte decyzje znajdują swoje odbicie w rzeczywistości gospodarczej, choć niekiedy z pewnym opóźnieniem. Niosą więc one w sobie określone ryzyko, które urzeczywistnia się w przyszłości. Każdy podmiot gospodarczy działa w otoczeniu wielu czynników ryzykogenicznych. Niestety samo ryzyko nie zawsze jest przez podmioty gospodarcze w pełni uświadamiane i odpowiednio zarządzane. W ostatnich latach temat ten stał się popularny zarówno wśród teoretyków jak i praktyków, którym w sposób szczególny zależy na znalezieniu skutecznych narzędzi osłonowych przed różnymi rodzajami ryzyka.

2. Instrumenty zarządzania ryzykiem

Na współczesnych globalnych rynkach finansowych możemy znaleźć bogatą ofertę instrumentów, które służą zabezpieczeniu podmiotów przed różnymi rodzajami ryzyka. Niestety należy podkreślić, że bardzo niewielka część podmiotów gospodarczych korzysta z tych instrumentów jako narzędzi zabezpieczających przed niekorzystnymi zmianami rynkowymi. Częściowo może to wynikać z braku kompleksowej wiedzy na temat takich rozwiązań, ale głównym powodem niestosowania zabezpieczeń wydaje się być kultura zarządzania obowiązująca w danej firmie. O zabezpieczeniu nie myśli się często aż do momentu, gdy firma stanie w obliczu znaczących strat finansowych. Niestety, czasu nie da się cofnąć, a więc i zabezpieczenia nie da się ustanowić wstecz. Warto więc, aby podmiot gospodarczy, z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym, poświęcił więcej uwagi sprawie zabezpieczenia przed ryzykiem walutowym z użyciem odpowiedniego instrumentu finansowego. Takie stanowisko wobec ryzyka jest elementem aktywnego nim zarządzania, które następnie przekłada się na efektywność finansową.

Nowoczesne metodologie zarządzania ryzykiem różnią się pod względem stopnia złożoności. Najpoważniejszy problem stanowi nie tyle owa złożoność co umiejętny dobór metod zarządzania ryzykiem, których przekrojowe zestawienie prezentuje rysunek 1.



Rys. 1. Wyszczególnienie nowoczesnych metod zarządzania ryzykiem

Źródło: opracowanie własne

Praktyczna zasada jest taka, że złożoność metody zarządzania ryzykiem powinna być współmierna do poziomowi ryzyka podejmowanego przez daną instytucję. Chociaż to systemy i raporty są elementami kontroli ryzyka, to jednak sprawna komunikacja i świadomość ryzyka są sednem programu zarządzania ryzykiem [4, s. 341]. Do wspólnych cech instrumentów pochodnych służących zarządzaniu ryzykiem, należą elementy wyszczególnione i opisane na rysunku 2.

zewnętrzność	• instrumenty występują niejako poza firmą, bo na rynku giełdowym lub pozagiełdowym
formalizacja	• ściśle określone ramy, zasady tworzenia i wykorzystania
płynność i dostępność	• brak barier, jeśli chodzi o upłynianie i wolny dostęp do tych instrumentów
uniwersalizm	• możliwość zabezpieczenia praktycznie każdej operacji
możliwość łączenia	• kilkukrotnego wykorzystania instrumentu o tym samym charakterze, lub też wykorzystania całkiem innego instrumentu, przez co siła zabezpieczenia jest większa, skomasowana
różnorodność	• olbrzymi wachlarz instrumentów do wyboru, zarówno tych podstawowych, jak i ich hybryd

Rys. 2. Cechy charakteryzujące wszystkie grupy instrumentów pochodnych

Źródło: opracowanie własne

Mimo wielu cech wspólnych nie można mówić o jednorodności instrumentów pochodnych. Wynika to z faktu, że ryzyko przed którym mają one zabezpieczać może być przekazywane w całości jednej ze stron transakcji lub wymieniane na ryzyko innego typu, stąd asymetryczny bądź symetryczny charakter wymienionych instrumentów. Do pierwszej grupy instrumentów zabezpieczających należą *opcje* oraz *warranty* opcyjne. Do drugiej grupy zaliczamy giełdowe kontrakty terminowe typu *futures*, pozagiełdowe kontrakty terminowe typu *forward* oraz pozagiełdowe kontrakty wymiany *swap*.

W metodach opartych na zastosowaniu instrumentów pochodnych, jako narzędzi zabezpieczających przed ryzykiem walutowym (bo m.in. z takim musi zmierzyć się importer), warto zwrócić szczególną uwagę na: kontrakty terminowe *forward* i *futures*.

Forwardy walutowe to transakcje, które pozwalają ustalić kurs zakupu lub sprzedaży waluty z wyprzedzeniem. Importer „umawia się“ z bankiem, że kupi na przykład euro za miesiąc po z góry ustalonym kursie, który jest zbliżony do dzisiejszej ceny waluty. Należy pamiętać, że forward to zobowiązanie obu stron – zarówno bank jak i klient nie mogą wycofać się z transakcji.

Transakcje *futures* [2, s. 317] to sformalizowane i wystandaryzowane co do wielkości i terminu dostawy transakcje kupna/sprzedaży zawierane na giełdzie. Kontrakty tego typu są dostępne we wszystkich walutach wymiennych w terminie od 1 tygodnia do 1 roku. Jest to instrument relatywnie tani dla klienta (jego cena w przybliżeniu, to około 0,1 % wartości transakcji). W sensie ekonomicznym kontrakt *futures* pełni tę samą rolę co kontrakt *forward*, czyli zajmuje się transferem ryzyka wynikającego z fluktuacji kursu walutowego.

3. Przykłady efektywnego zarządzania ryzykiem przy pomocy kontraktu forward

Aktywne zarządzanie powinno być zawsze poprzedzone gruntowną analizą bieżącej sytuacji gospodarczej i to zarówno w skali mikro jak i makro. Kontrakty terminowe to jedne z najmłodszych narzędzi osłonowych wykorzystywanych do zarządzania ryzykiem. Pierwsze kontrakty terminowe pojawiły się w XVII wieku, na giełdzie w Amsterdamie [3, s. 14]. Na podstawie danych Banku Rozrachunków Międzynarodowych można powiedzieć, że dziś to właśnie one cieszą się szczególnym uznaniem wśród przedsiębiorstw handlu zagranicznego. Przykładowo Warszawska Giełda Towarowa S.A. (WGT) oferuje importerom szereg możliwości zabezpieczenia kursu wymiany walut w mniej lub bardziej odległym terminie. Podstawowa możliwość to kontrakty terminowe (*futures*) na waluty, pozwalające na zakup lub sprzedaż konkretnej waluty w przyszłości po kursie obowiązującym w dniu zawarcia kontraktu terminowego na parkiecie giełdy [5]. Transakcja taka wymaga zaangażowania środków w wysokości jedynie kilku procent wartości zawieranych kontraktów (zabezpieczanej wymiany waluty). Dla przykładu, zakup lub sprzedaż jednego kontraktu terminowego na kurs wymiany 10 000 € na złote wymaga wpłaty depozytu w wysokości 2 500 zł, podczas gdy nominalna wartość kontraktu wynosi 41 300 zł (przy kursie wymiany 4,13 zł/€). Na giełdzie te kontrakty terminowe dzielone są na tzw. kontrakty duże i kontrakty małe. Kontrakt duży jest 5 razy większy niż kontrakt mały i rozliczany gotówkowo.

Wykorzystanie kontraktów *forwards* w celu zabezpieczenia się przed ryzykiem walutowym polega na zajęciu pozycji odwrotnej do pozycji walutowej, którą chcemy zabezpieczyć. W sytuacji, gdy kurs referencyjny przewyższa kurs rozliczenia, to strona zajmująca pozycję długą w kontrakcie uzyskuje kwotę wynikającą z pomnożenia wielkości kontraktu przez różnicę między kursem rozliczenia i kursem referencyjnym. Jeśli ten drugi nie przekracza kursu rozliczenia, to zysk otrzymuje strona zajmująca pozycję krótką. Zastanówmy się jak kontrakt *forward* może wykorzystać na własne potrzeby importer. Załóżmy, że owy importer planuje zakup 10 000 kg towaru od swojego amerykańskiego partnera. Cena jednego kilograma towaru to 28 \$. Zatem wartość całej transakcji opiewa na 280 000 \$. Średni kurs dolara wg notowań NBP (na dzień 20 marca 2015 r.) wynosił 3,8190 zł/\$, wolna od ryzyka stopa procentowa LIBOR USD 3M to 0,0311 (3,11 %), a WIBOR 3M – 0,0460 (4,60 %). Importer musi zdecydować, czy kupić walutę dzisiaj czy dopiero za trzy miesiące. Nie znamy wartości kursu walutowego dolara w przyszłości. Możemy go tylko prognozować. Jak wiadomo, poziom tego kursu zmienia się z dnia na dzień. Żadna prognoza nie będzie więc dokładną. Decyzja o tym czy kupić teraz, czy za 3 miesiące będzie zależała m.in. od tego czy importer jest spekulantem czy też nie. Jeśli postanowi kupić walutę za 3 miesiące, ryzykuje, że będzie musiał wydać znacznie więcej niż dziś, ale jest także szansa, że waluta będzie w przyszłości tańsza. Poza tym, na okres 3 miesięcy może wpłacić środki np. do banku, za co otrzyma odpowiednie oprocentowanie. Innym wyjściem jest zajęcie długiej pozycji w kontrakcie *forward*, gwarantującej możliwość kupna waluty w przyszłości po określonej cenie, którą można oszacować.

W omawianym przykładzie mamy dwie strony transakcji: sprzedającego walutę za 3 miesiące oraz kupującego walutę za 3 miesiące.

Sprzedający walutę w przyszłości nie planuje jej zapewne sprzedać po dzisiejszej cenie chociażby dlatego, że mógłby sprzedać ją dziś, a uzyskane środki wpłacić na konto bankowe. Dlatego za 3 miesiące jest gotów sprzedać walutę po cenie dzisiejszej plus możliwe do uzyskania odsetki z lokaty bankowej. Kwota ta jest równa cenie terminowej kontraktu *forward* i wynosi:

$$F = 3,8190 \cdot e^{(0,0460 - 0,0311) \cdot (3/12)} = 3,8333$$

Na dzień dzisiejszy importer kupując walutę musiałby zapłacić: 3,8333 zł/\$. Do wyboru ma trzy różne scenariusze zachowań, tzn.:

- I. powinien kupić kontrakt *forward* (zająć długą pozycję), jeśli cena terminowa jest mniejsza niż 3,8333 zł/\$;
- II. powinien kupić walutę, jeśli cena terminowa jest większa niż 3,8333 zł/\$;
- III. jeśli cena terminowa jest równa 3,8333 zł/\$, to importer może kupić walutę lub zająć długą pozycję w kontrakcie *forward*.

Zmienność dolara amerykańskiego na przestrzeni ostatnich trzech miesięcy wyniosła wg danych NBP – 0,0233, tj. 2,33 %. Oznacza to, iż jego cena z wysokim prawdopodobieństwem może się ukształtować w przedziale od 3,7312 zł/\$ do 3,9068 zł/\$.

Importer realizując kontrakt w dacie jego wykonania może zatem zyskać:

$$280\,000 \$ * (3,8190 \text{ zł}/\$ - 3,7312 \text{ zł}/\$) = 24\,584,00 \text{ zł}$$

lub stracić: $280\,000 \$ * (3,9068 \text{ zł}/\$ - 3,8190 \text{ zł}/\$) = 24\,584,00 \text{ zł}$.

Analiza szeregów czasowych kształtowania się ceny dolara w ciągu ostatnich pięciu lat pokazała, iż zdarzały się bardziej drastyczne zmiany kursu waluty amerykańskiej. Wówczas jej zmienność wynosiła nawet 8,5%. Uwzględniając ten fakt, można rozszerzyć przedział wahań kursu analizowanej waluty do: 3,4944 zł/\$ – 4,1436 zł/\$. Przypadek wzrostu ceny dolara do wartości 4,1436 zł/\$ przyniosłby importerowi potencjalną stratę równą 90 888 zł, co stanowi 32,46 % wartości całego kontraktu.

Powyższym przykładem zostało pokazane, że umiejętne oszacowanie terminowego kursu walutowego jest podstawą podejmowania przez podmioty importujące trafnych pod względem finansowym decyzji.

4. Podsumowanie

Poszukiwanie narzędzi wspomagających efektywne zarządzanie importem poprzez ograniczenie ryzyka walutowego jest wciąż aktualnym problemem. Z przeprowadzonych badań jasno wynika, że aktywne podejście do problemu ryzyka walutowego może nie tylko uchronić importera przed ewentualnymi stratami, ale i pomóc wygenerować dodatkowe zyski.

Nowoczesne narzędzia osłonowe, do których zaliczamy m.in. kontrakty terminowe *forward* otwierają przed przedsiębiorstwem nowe możliwości efektywnego zarządzania. Z każdą z nich wiąże się pewne koszty, które można nazwać nakładami na zabezpieczenie transakcji zagranicznej. Ostatecznie jednak, przy zastosowaniu formuły różnicowej efekt okazuje się przewyższać nakład, a taki scenariusz zdecydowanie usatysfakcjonuje każdego importera.

Literatura

1. Czyż M. *Problem ryzyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem* // Materiały konferencyjne XIV Międzynarodowej Konferencji Naukowej Zarządzania Przedsiębiorstwem – Teoria i praktyka wydane na płycie CD, 22-23 listopad 2012, AGH Kraków.
2. Dębski W. *Rynek finansowy i jego mechanizmy. Podstawy teorii i praktyki*. // WN PWN, Warszawa 2010.
3. Iwaszczuk N., Orłowska – Puzio J., Pusz R., Zaręba L. *Zarządzanie ryzykiem podmiotów gospodarczych z wykorzystaniem instrumentów pochodnych*. // Wydawnictwa AGH, Kraków 2012.
4. Riehl H. *Zarządzanie ryzykiem na rynku pieniężnym, walutowym i instrumentów pochodnych* // Warszawski Instytut Bankowości, Warszawa 2001.
5. www.wgt.com.pl [data ostatniego dostępu 10.11.2013]

УДК 659.0

Павленко К.С.,

студентка,

Одеський державний аграрний університет

РОЗРОБКА БЮДЖЕТУ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ ДЛЯ ВИНОГРАДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

При розробці стратегії *рекламної кампанії* необхідно приділяти увагу не тільки її цілям і заходам, а також і можливостям фінансування, тобто розробці рекламного бюджету. Існує декілька основних методів розрахунку бюджету рекламної компанії, а саме [1, с. 28]: визначення бюджету на основі певного відсотка від продажів; на основі певного відсотка від продажів, прийнятого в конкурентів; на основі частки рекламного ринку, рівній частці товарного ринку, що належить компанії; на основі кривих рекламної інтенсивності; на основі цілей рекламної кампанії.

Для даної роботи, актуальним є метод визначення бюджету у відсотках до суми продажів (поточних або очікуваних) або до ціни товару. Даний метод є одним з найбільш популярних. Він привабливий для підприємців своєю простотою, відсутністю яких-небудь витрат на його розрахунок, доходом і надійністю. Даний метод може бути заснований на відсотку продажів минулого року, на передбачуваному відсотку продажів на майбутній рік або на комбінації першого й другого.

Бюджет за методом “у відсотках до суми продажу” розраховується за формулою [1, с. 30]: $B_{рек.} = ЧД * К$, де ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції; К – коефіцієнт, який вказує на відсоток від чистого доходу.

Зазвичай рекламний бюджет складає від 1,5 % до 3 % від загального обсягу продажів для промислових товарів і від 15 % до 30 % від загального обсягу продажів для споживчих товарів [2, с. 11]. Використаємо найменший відсоток для споживчих товарів, а саме 15 %.

На прикладі державного підприємства дослідного господарства (ДПДГ) “Таїровське” бюджет рекламної компанії буде складати: $B_{рек.} = ЧД * 0,15 = 487 * 0,15 = 73 \text{ тис. грн.}$

Визначимо вибір носіїв реклами. Витрати на участь у ярмарках та виставках представимо у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Витрати на участь на ярмарках та виставках

Назва ярмарки або виставки	Внесок учасника, грн.	Оренда площі, грн.	Заробітна плата працівникам, грн.	Разом, грн.
“Сорочинський ярмарок”	2000	200	600	2800
Виставка сільськогосподарської продукції “Агро”	2750	660	400	3810
Виставка виноградної продукції “Виноградний калейдоскоп”	200	-	100	300

За участь у даних заходах підприємству необхідно буде сплатити 6910 грн., враховуючи витрати на Сорочинський ярмарок – 2800 грн. за 6 днів, на виставку “Агро” – 3810 грн. за 3 дні та “Виноградний калейдоскоп” 300 грн. за день.

Витрати на радіо-рекламу представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Витрати на рекламу на обраних радіостанціях

Радіостанції	Вартість 20-ти секундного ефіру, грн.	Кількість ефірів, шт.	Кількість днів ефіру, шт.	Разом, грн.
“Гала”	32	10	6	1920
“Хит ФМ”	72	8	6	3456
“Русское радио”	360	4	6	8640

Интернет-рекламу представимо у вигляді банерної реклами. Банерна реклама один з кращих способів яскраво і барвисто відобразити і візуалізувати створений образ рекламного предмету. За допомогою банерної реклами можливо провести асоціацію, після якої продукт буде чітко асоціюватися з предметом на банері, створивши позитивне враження про нього. Замовлення банерної реклами у компанії “Prodex”. складе 1400 грн. за 2 місяці.

Ефективним заходом реклами є розміщення інформації на біг-бордах. Завдяки своїм великим розмірам, біг-борди домінують над багатьма іншими рекламними форматами і викликають підвищений інтерес перехожих та пасажирів наземного транспорту. Пропонуємо 5 біг-бордів в місті Одесі та 1 біг-борд при в'їзді до с.м.т. Таїрово. Вартість представимо у вигляді таблиці 3.

Таблиця 3

Вартість реклами на біг-бордах для ДПДГ “Таїровське”

Розташування біг-борду	Оренда, грн.	Виготовлення, грн.	Монтаж, грн.	Кількість біг-бордів, шт.	Кількість місяців використання, грн.	Разом, грн.
м.Одеса	3000	500	200	5	2	37000
с.м.т.Таїрово	2000	500	200	1	2	5400

У межах рекламної компанії пропонуємо проведення екскурсій по виноградниках. Затрати на даний вид реклами незначні, а прибуток, при правильній організації, можна отримати значний. Планується проводити екскурсії один місяць по 4 дні на тиждень. Заробітна плата працівнику, який буде проводити екскурсії – 3000 грн., затрати на печать листівок про захід – 2000 грн. за 10000 копій, заробітна плата промоутеру – 2200 грн. та 800 грн. на проведення дегустацій. Загальна кількість витрат на екскурсії – 8000 грн.

Загальні витрати рекламної компанії складуть:

$$E_{\text{заг.}} = 42400 + 6910 + 1400 + 14016 + 8000 = 72726 \text{ грн.}$$

Отже, ми використали 99,6 % нашого бюджету на всі заплановані заходи.

Література

1. Гультай Б.В. Сучасний стан рекламного ринку України / Б.В. Гультай // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 6. – С. 28–32.
2. Фесун М.М. Розробка рекламної кампанії для нового коньяку/ М.М. Фесун, І.В. Єрмоленко // Экономические науки: Маркетинг и менеджмент. – 2012. – № 6 – С. 11–13.

УДК 338.46:378.1

Папенко Л.М.,

аспірант кафедри менеджменту сфери послуг,
Київський національний університет технологій та дизайну

УПРАВЛІННЯ ВНЗ НА ОСНОВІ CRM-ТЕХНОЛОГІЙ

Сьогодні система освіти України зазнає кардинальних змін. Змінилася сама парадигма освіти і це є тим головним, що призвело до перебудови вітчизняної освітньої системи, докорінно змінило підходи до освітнього процесу, поставило якість освіти на перше місце. Все це вимагає перегляду підходів і методів роботи зі споживачами освітніх послуг.

Клієнти є джерелом життя для підприємства, тому їх треба поважати та максимально задовольняти, породжуючи в них лояльність до своєї компанії, зазначає Д. Шмінке [1]. Клієнтоорієнтованість є однією з найактуальніших тем, проблематика якої широко обговорюється як у колі топ-менеджерів, так і науковою спільнотою. Рішенням завдань клієнтоорієнтованості може стати CRM-система – система управління взаємовідносинами з клієнтами.

CRM-система є широким поняттям, яке виходить за рамки програмного рішення. За своєю сутністю CRM являє собою філософію бізнесу, а програмний продукт є лише інструментом, щоб допомогти більш ефективно слідувати цій філософії. CRM-систему можна розглядати як програмне оформлення філософії бізнесу, в основі якої лежить не склад з товарами, а потреби клієнта – річ віртуальна, але за їх задоволення клієнт готовий платити цілком реальні гроші.

О. Третяк, в свою чергу, розглядає CRM як концептуальну модель, що припускає управлінські зміни та реінжиніринг процесів компанії з метою ефективного управління клієнтами [2].

Щоб бути конкурентоспроможними та відповідати сучасним вимогам ринку освітніх послуг, вищі навчальні заклади (далі – ВНЗ) повинні пропонувати ті послуги, які користуються попитом, готувати тих фахівців, яких потребує економіка країни і ринок праці, забезпечуючи своїм клієнтам високу якість, стабільність і можливість постійного розвитку. При розробці маркетингової стратегії у ВНЗ, необхідно приділити особливу увагу таким аспектам як позитивний імідж ВНЗ, який формується на основі лояльності клієнтів і підтримки постійних каналів взаємодії з ними.

Ідеологія CRM передбачає перехід від стратегії масових продажів до персональних комерційних пропозицій, що відповідають персональним потребам клієнтів. CRM-системи припускають автоматизацію основних процесів маркетингу, заснованих на персональній роботі з кожним клієнтом. CRM-система дозволяє аналізувати всю історію взаємин з клієнтом і вибудовувати чітку методологію роботи з потенційним клієнтом на всіх етапах обробки можливої угоди.

Робота з клієнтською базою ВНЗ в CRM-системі передбачає: ведення картки клієнта – контактна інформація, приналежність до сегменту (галузь, регіон, професія), оцінка перспективності зв'язків; формування та аналіз записів по кожному контакту – формування історії взаємин; планування роботи, розсилка інформації; вивчення задоволеності і побажань учасників контактів.

Застосування CRM-систем в маркетинговій діяльності ВНЗ з клієнтами дозволить отримати наступні результати:

- робота одночасно з великою кількістю різних груп клієнтів (студенти, фахівці, роботодавці, батьки) і підтримання з ними постійних контактів;
- значне скорочення тимчасових витрат на пошук інформації про потрібного клієнта, про історію взаємин з навчальним закладом і про його потреби;
- підвищення якості обслуговування, що веде до збільшення числа зв'язків клієнта з освітньою установою.

При впровадженні CRM-системи можуть виникнути наступні проблеми: нечітка постановка задачі, недостатня проробка концепції, покладання всієї роботи і відповідальності на консультантів, ускладнення процесів всередині CRM-системи, неадекватна оцінка бюджету, спотворення ходу проекту, кадрові проблеми, відторгнення системи користувачами, неадекватні терміни проекту, завищені очікування [4].

Орієнтація на клієнта призводить до істотної зміни бізнес-процесів всіх підрозділів організації. Просто встановити CRM-систему, на відміну від бухгалтерської програми, де все регламентовано, неможливо. Від керівників

в такій ситуації потрібний творчий підхід: необхідно продумати документування бізнес-процесів і розподіл функцій серед співробітників, принципи сегментування ринку і формування номенклатури послуг, способи поглиблення відносин з клієнтами та постачальниками послуг. Нерідко це вимагає прийняття організаційних рішень.

Отже, з точки зору управління, CRM-система є новою інформаційною технологією, яка обслуговує бізнес. Але, по суті, вона реалізує нову філософію бізнесу – орієнтацію всієї діяльності компанії на клієнта [5]. Вона допомагає поставити клієнта в центр процесу, забезпечення його задоволеності стає метою і сенсом роботи, а його потреби – органічною частиною загальної справи. Все це забезпечує зростання доходів організації, зокрема за рахунок розширення кола клієнтів та підвищення якості роботи з кожним з них.

Таким чином, CRM-система дозволить ВНЗ централізувати і ефективно управляти всіма потоками інформації, пов'язаними зі споживачами освітніх послуг. Впровадження CRM-системи дасть можливість вийти за рамки стандартних підходів до роботи з клієнтами ВНЗ. Зміна ставлення до студентів як до клієнтів забезпечить не тільки конкурентну перевагу, а й розширить можливості ВНЗ по залученню, утриманню та обслуговуванню своїх клієнтів. Та найважливішою складовою успіху є бажання ВНЗ змінити застарілі правила роботи зі студентом на студентоорієнтовані.

Література

1. Шминке Д. 47 Принципов Древних Самураев или Кодекс Руководителя: пер. с англ. / Шминке Д. – М.: РИПОЛ КЛАССИК, 2003. – 159 с.
2. Третьяк О.А. Маркетинг: нові орієнтири моделі управління: Підручник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – XII, 403с.
3. Бакун Т.В. Використання маркетингових технологій у сфері вищої освіти [Текст] /Т.В.Бакун/ / Актуальні питання економіки і управління: матеріали II міжнар. наук. конф. (м. Москва, жовтень 2013).–М.: Буки-Веди, 2013.–С. 97-99.
4. 10 ошибок при внедрении CRM-системы. Деловой портал TAdviser. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tadviser.ru/a/146015>
5. CRM-системы: новая философия бизнеса. Информационный портал «Образование и карьера в России». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.inwent.ru/biznes/95-crm-sistemy-novaya-filosofiya-biznesa>

УДК 331.108:658

Партика І.В.,

ст. викладач кафедри менеджменту та адміністрування,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Оскільки змінюється економічна та політична ситуації в країні, працювати доводиться в новій атмосфері, яка характеризується жорсткою конкуренцією, це проявляється у боротьбі за якість, професіоналізм і конкурентоспроможність працівників організації. Організації, які вкладають гроші в кадри ніколи не втрачають, а тільки набувають капітал. Працівники підприємства – це капітал підприємства, а засоби, які вкладаються у працівників, прирівнюються до засобів вкладу у саме підприємство. Згідно підходу Г. С. Беккера навчання персоналу організації оцінюється так само, як і будь-який інший інвестиційний проект. Проте багато підприємств не виділяють професійне навчання персоналу як фундамент розвитку організації, тому проблема якісної підготовки кваліфікованих працівників залишається актуальною для багатьох.

Професійне навчання є найважливішою складовою розвитку персоналу, адже саме воно створює умови для самореалізації особистості, збереження і раціонального використання людських ресурсів працівників у процесі досягнення мети підприємства.

Під професійним навчанням, як зазначають В. Я. Брич, О. Я. Гугул, слід розуміти цілеспрямований процес набуття працівниками підприємства професійних знань, умінь та навичок, необхідних для виконання певних видів робіт з метою підвищення продуктивності праці, конкурентоспроможності персоналу та ефективності роботи підприємства [1, с. 14]. Професійне навчання працівників дає можливість максимально якісно виконувати функціональні обов'язки, освоювати нові види професійної діяльності, що включає первинну професійну підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації працівників відповідно до потреб організації.

Під первинною професійною підготовкою слід розуміти навчання працівника, який здобуває професію вперше. Перепідготовка персоналу направлена на оволодіння працівниками іншою професією або спеціальністю. Причини такої перепідготовки: відсутність роботи за певною спеціальністю, втрата здатності виконувати роботу за попередньою професією, у разі реконструкції чи перепрофілювання організації тощо. Підвищення кваліфікації передбачає розширення та поглиблення раніше здобутих працівником знань, умінь та навичок і характеризується зміною характеру й змісту праці спеціаліста на посаді, яку він обіймає у в'язку із моральним старінням знань.

Основними напрямками професійного розвитку персоналу Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. слушно вважають навчання: первинне, із урахуванням завдань підприємства і специфіки його роботи; з метою ліквідації розриву між вимогами робочого місця, посади і діловими якостями персоналу; з метою підвищення загальної кваліфікації, для роботи за новими напрямками розвитку організації; з метою освоєння нових методів виконання трудових операцій [2, с. 108].

Управління професійним розвитком персоналу має мати системний характер, задля досягнення мети організація-роботодавець повинна: розробляти поточні та перспективні плани професійного навчання працівників; визначати види, форми та методи професійного навчання; розробляти робочі навчальні плани і програми

професійного навчання працівників; ефективно організувати професійне навчання персоналу; мотивувати професійне зростання працівників та здійснювати заходи щодо підвищення професійного рівня працівників тощо.

Організація професійного навчання персоналу може здійснюватися безпосередньо на самому підприємстві та на договірній основі у професійно-технічних та вищих навчальних закладах.

Для навчання є характерним акцентування уваги на результат і досвід, який отримав суб'єкт професійного учіння. У науковій літературі відсутній єдиний підхід до класифікації професійного навчання. Класифікувати професійне навчання можна за такими ознаками: за типами професійного навчання (безпосередньо в організації, за межами організації, самостійна підготовка працівників), за видами професійного навчання (первинна професійна підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації) [3, с. 29], за місцем проведення (навчання з відривом від виробництва, навчання без відриву від виробництва), за формою організацій й ступенем залучення суб'єктів навчання (навчання очне, заочне, екстернат, дистанційне, за індивідуальним навчальним планом), за тривалістю процесу (навчання довгострокове, короткострокове), з огляду організованості навчального заходу (формальне навчання, неформальне навчання), в залежності від часу доби (навчання денне, вечірнє), за передачею інформації (навчання безпосереднє, опосередковане), за кількістю суб'єктів учіння (навчання індивідуальне, колективне), за рівнем здійснення (навчання на рівні індивіда, на рівні команди, колективу, соціальних мереж, на рівні організації) [4] тощо.

Система професійного навчання персоналу організації може бути ефективною в тому випадку, коли буде проаналізовано існуючий стан, оцінена перспектива, сформований бажаний стан, здійснено прогноз змін, окреслені терміни та витрати.

Система управління професійним розвитком повинна базуватися на таких принципах: планованості; систематичності; безперервності процесу набуття нових знань, умінь та навичок; періодичності та обов'язковості навчання; диференціації навчальних планів для різних категорій працівників; забезпечення навчального процесу.

Таким чином, кожна організація задля підвищення своєї конкурентоспроможності повинна здійснювати заходи щодо підвищення професійного рівня свого персоналу, оскільки це інвестиційний вклад в саме підприємство. З метою підвищення ефективності професійного навчання персоналу не треба обмежуватися використанням окремих його видів, форм чи методів, варто залежно від ситуації їх системно поєднувати.

Література

1. Брич В. Я. Теоретичні аспекти розвитку персоналу / В. Я. Брич, О. Я. Гугул // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5 Т. 2. – С. 13-16.
2. Крушельницька О. В. управління персоналом : навч. посібник / Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. – К. : Кондор, 2006. – 292 с.
3. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посібник / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с.
4. Любимова К. О. Атрибутивність управління розвитком персоналу підприємств [Електронний ресурс] / К. О. Любимова // Ефективна економіка. – 2012. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1212>
5. Єфремов П. Новації в роботі кадрового агентства / П. Єфремов // Управління персоналом. – 2004. – № 5. – 69 с.

УДК 38.2.64

Пашук Л. В.,
к.е.н., асистент,
Комендант О. В.,
к.е.н., асистент.

*кафедра міжнародної економіки та маркетингу,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

SUSTAINABLE INVESTING STRATEGY AS A CURRENT DEMAND OF THE KNOWLEDGE ECONOMY IN GLOBAL MARKET

The main aim of the majority of commercial organizations is profit. In recent decades organizations face with increase importance of sustainability which means that organization cannot longer operate thinking about profits alone but also take into account the ways how those profits were made. Pursuant to triple bottom line concept suggested by John Elkington in 1994 business has to understand the growing role of people and natural resources [4]. People are represented by such wide groups of stakeholders as employees, customers, civil society, community, suppliers, partners. At the final extend, organizations are represented by the collections of people and in current age people become one of the competences of any organization. While discussing the importance of planet in the framework of sustainability of organisation it is vital to take into account natural resources, climate and environmental conditions company operates in and influences at. Without those important factors company are not able to survive in a long time period.

Investors recognize the importance of sustainable approach. Over the past decade Norman and MacDonald (2003) stated that the 'social and ethical attributes of an organization were becoming increasingly important to shareholders when considering long-term investment decisions' [5]. Sustainable investing is defined as a group of investment approaches that fulfill at least one of three types of goals, or often a combination of them. One motivation is to improve a portfolio's return and risk characteristics by better understanding how sustainability factors impact the value of securities. A second one is the desire to achieve a positive social or environmental impact through investments. Finally, the desire to align the content of portfolios with an investor's personal values is a third possible motivation. [3]

During the last year the concept of sustainable investing is rapidly developing. There is a considerable growth in the interest in sustainable investing. This is coming as a result of a change in expectations throughout society and among different stakeholders of companies such as consumers, employees, investors or regulators. There is a growing realization that there are some global challenges, which the corporate sector can and must solve. Such trend is forcing a strong focus on sustainability [1].

Stephen Freedman argues that there are several main approaches to sustainable investing [3]:

- Traditional approach. The traditional approach to sustainable investing is what we call an "exclusionary approach." An investor determines what type of activities he would like to exclude – very typical areas would include alcohol, weapons, tobacco, or pornography. Then firms engaged in those activities are excluded from a portfolio. This approach traditionally has been used a lot by faith-based investors over time.

- Integrative approach. The evolution is going more towards approaches that are focused on integrating the analysis of environmental, social and governance factors into portfolio decisions. And here the idea is to combine the understanding of those factors together with traditional financial considerations that determine the value of securities to obtain a fuller picture.

- Impact investing. While using this approach, investors define their predominant objective as getting a positive and measurable impact on either society or the environment. Such aim maybe achieved through a variety of structures, including private equity or through lending based solutions such as variants of microfinance.[3]

It is important to discuss the role of balance between social gain and financial returns in impact investing. As far as investing in financial markets and liquid investments are concerned, the evidence that has been gathered for the last 30 years does not seem to indicate that there is any trade-off between investing in a sustainable way and financial performance overfull market cycles. As far as impact investing is concerned, it is hard to make any generalization, since every deal is very specific. Some deals can offer very competitive returns, while for others there may be an explicit intention to accept a somewhat lower rate of return in exchange for having a stronger social or environmental impact. It has to be looked at on a deal-by-deal basis. [3]

Measurement of effectiveness becomes more complicated in impact investment. It is important to realize that sustainable investing is not the same as philanthropy– financial returns still matter and should be measured in the traditional way.

As far as the social and environmental impact measurement is concerned, it gets more complicated, but it is important to focus on investments where the ability to track some kind of numbers exists. For example, if you have an investment opportunity that is focused on education, you may want to track the number of students that are graduating from a program [3]. In framework of countries the effectiveness may be evaluated by comparison of foreign direct investments in different time periods as well as in different countries.

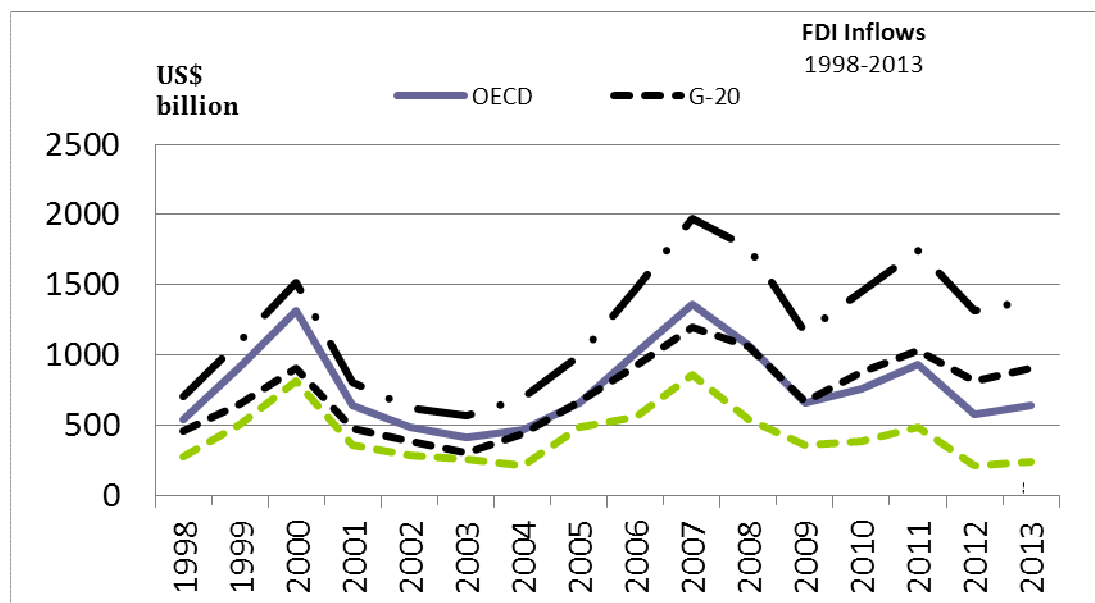


Fig. 1. OECD: FDI Inflows 1998-2013

Source: OECD International Direct Investments database 2013. [2]

Chartered Institute of marketing suggested using various measures of effectiveness while implementing triple-bottom line approach into company management.

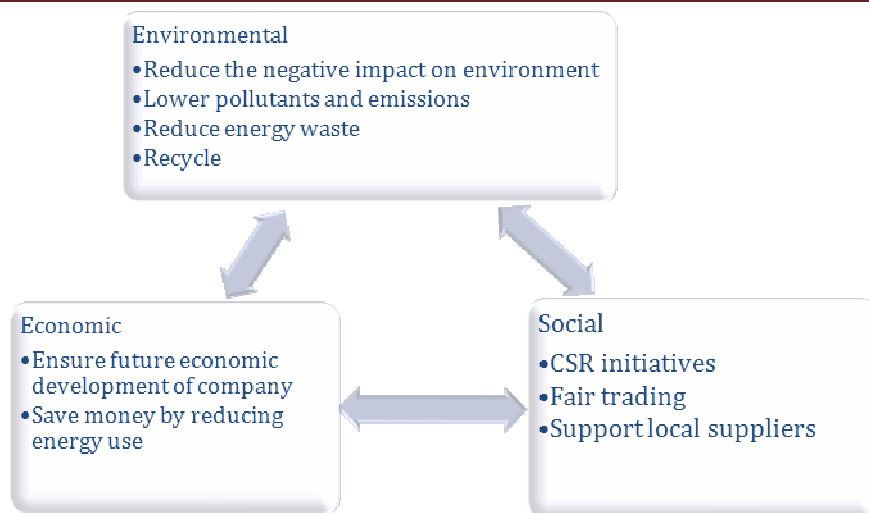


Fig. 2. Measures in the triple bottom line

Source: the Chartered Institute of Marketing, 2007 [4]

There are still some risks in sustainable investing. Needless to say, that the majority of those risks are dependent on the approach. In case of application of using an exclusionary approach, there is always a question of how strictly it is going to be enforced. If the threshold is too strict, there is a risk that a portfolio becomes too concentrated in some industries, leading its risk-return behavior to become inferior to a more diversified portfolio. There is a risk of style bias which is quite typical for integrated approach. Organisation or investor may be more focused at quality results than at profit and vice versa. A portfolio may outperform or underperform relative to a standard benchmark. Finally, a third risk may arise when investors try to embrace a more thematic approach to sustainability, focusing on such things as water or energy efficiency. Those are investments that can be quite attractive, and they are quite intuitive because there is a well-defined story behind them. But when taken in isolation those investments can be relatively risky, and there is also a danger that they may become overcrowded if a particular sustainability theme grows very popular. It is important to look at those in the context of an overall portfolio, making sure there is no excessive concentration on any one particular theme. [3]

The recent trends demonstrate that the investors should look for opportunities whose returns should be less correlated to markets in order to identify ideas where managers have a proven ability to have tangible strategic and operational impact on investment outcomes.

Література

1. CIO Year Ahead 2015 The diverging world. Is available at: <http://www.ubs.com/global/en/>
2. OECD International Direct Investments database 2013. Is available at: <http://www.oecd.org/daf/inv/investment-policy/statistics.htm>
3. Stephen Freedman. Sustainable Investing Strategy. Is available at: <http://www.iymoney.com/suitable-investment-strategies-with-stephen-r-freedman-ph-d-cfa/>
4. The Chartered Institute of Marketing. The Good, the Bad and the Indifferent – Marketing and the Triple Bottom Line. White Paper, 2007. Is available at: <http://www.cim.co.uk/files/triplebottomline.pdf>
5. The Chartered Institute of Marketing. Mastering Metrics. Official Module Guide, 2014. Is available at: <http://www.cim.co.uk/Learn/Qualifications/MarketingAwards/MasteringMetrics.aspx>

УДК 641.423

Першина А.О.,
викладач,
Шеремета О.М.,
викладач,

Івано-Франківський державний коледж технологій та бізнесу

СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС

Ресторан в тому вигляді, який звичний сьогодні, зародився в Китаї. Разом з тим, з окремих джерел відомо про існування ресторанного бізнесу у вигляді таверн і трактирів на Заході ще за часів античності. В основному ці заклади були орієнтовані на мандрівників і, крім послуг харчування, пропонували також послуги розміщення на ночівлю. Ресторан сьогодні розглядається як підприємство громадського харчування з широким асортиментом страв, належним рівнем обслуговування, а також рядом супутніх послуг: живою музикою, розважальними програмами, годинами фортуни, гастрономічними шоу, бар-шоу, караоке, виїзним кейтерінгом тощо.

Найпотужнішими темпами ресторанна справа розвивалася в Англії, Франції, Німеччині. Саме ці країни диктували правила кулінарної моди для всього світу. Зараз ресторанна справа є однією із найприбутковіших і

найшвидше окупується. Статистичні дані свідчать, що протягом останніх років спостерігається різке збільшення витрат коштів споживачів на проведення часу саме в ресторанах.

Якщо говорити про ресторанний бізнес в Україні, то варто зазначити, що розвивається він самобутньо. Українські ресторани поєднують традиційно українське та особливе інших країн. Знайомство України із галуззю швидкого харчування відбулося в 1997 році з відкриттям першого ресторану "McDonald's" у Києві.

На розвиток підприємств ресторанного бізнесу впливає низка факторів, які об'єднані в дві групи: зовнішні та внутрішні (особисто-мотиваційні).

Зовнішні фактори впливають на діяльність підприємства ззовні, вони практично не можуть контролюватися самим підприємством. Зовнішні фактори непрямої дії: науково-технічні; економічні; політико-правові; природні; демографічні. Зовнішні фактори прямої дії прямим чином впливають на діяльність ресторанного підприємства. Такими факторами визнаються: споживачі послуг (ресторанне підприємство повинне задовольнити смаки і потреби споживачів, що забезпечить бажані фінансові результати); конкуренти (вивчаючи діяльність конкурентів, ресторанне підприємство має можливість створити відмінну продукцію, чим приваблюватиме споживачів). Внутрішні (особисто-мотиваційні) фактори носять суб'єктивний характер і суттєво впливають на вибір споживачів. Це фактори соціально-демографічні, соціально-економічні, мотиваційні, поведінкові.

В розвитку ресторанної справи особливе місце належить підготовці кадрового складу, котрий виступає основною рушійною силою, що забезпечує створення конкурентоздатної продукції. Оскільки сучасний споживач висуває нові вимоги, то персонал ресторану повинен вміти їх задовольнити. Тобто керівник ресторану повинен мати не лише хорошу освіту, але й бути рішучим адміністратором, вмілим бізнесменом, привітним господарем, а також добре розбиратися в тонкощах ресторанної справи. Персонал, підібраний таким керівником, складатиме єдину команду, яка буде відповідати вимогам споживачів і буде здатна задовольняти потреби клієнтів.

Персонал підприємства обов'язково повинен володіти такими якостями, як врівноваженість, терпіння, виваженість, вміти контролювати ситуацію при спілкуванні навіть із вкрай складними клієнтами. Складними клієнтами можна визнати: раннього клієнта, пізнього гостя, відвідувача, котрий поспішає, фамільярного клієнта, постійно незадоволеного відвідувача, розлюченого гостя, скандального чи стомленого клієнта.

Ефективні результати ресторанного підприємства залежать також від його цінової політики. Однозначно, що створення будь-якого підприємства в першу чергу спрямоване на отримання прибутку, чого можна досягти задовольняючи потреби споживачів. Підхід до встановлення ціни базується на ряді чинників, серед яких можна зазначити: місце розташування ресторану, зовнішній вигляд, рівень сервісу, якість продукції та обслуговування, додаткові послуги, досвід персоналу тощо.

Враховуючи ці фактори, можна уже визначати початкову ціну на продукцію ресторану. Цінова політика залежить також від економічної філософії, яку обере ресторан. Якщо його філософія зводиться до "збирання вершків", підприємство може встановити ціни вищі ринкових. Однак це змушує його бути лідером у всьому: асортименті продукції, її якості, швидкості та якості обслуговування клієнтів, а особливо – у впровадженні інновацій в своїй діяльності. Надто низька ціна – нижча середньої ринкової – також відлякує споживача, оскільки наводить на думку про неналежну якість продукції, що пропонується.

Не малу роль при встановленні ціни відіграє і психологічний фактор, тобто "очікувані ціна-якість", а також візуальне сприйняття ціни: 30 грн. 10 коп. чи 30 грн. 95 коп.

Поруч з цими факторами, при встановленні ціни, слід врахувати також витрати, понесені на закупівлю сировини, оплату праці персоналу, сплату комунальних послуг податкові, транспортні витрати тощо. Разом з тим, кожне ресторанне підприємство працює для споживачів, а тому, в кінцевому результаті, саме споживачі "диктують" кінцеву ціну.

На фінансові результати діяльності ресторану певною мірою впливає меню. При складанні меню доцільно в першу чергу звернути увагу на цільову аудиторію. Ретельно складене меню служить основою для подальшого розрахунку витрат на закупівлю сировини, обладнання, набору персоналу. Важливо, щоб меню ресторану не виглядало як простий каталог з переліком страв, а служило візитною карткою ресторану. Також не можна допускати виправлення в меню. При зміні асортименту чи цін, варто змінити сторінку чи навіть меню в цілому. При цьому можна скористатися "психологічною атакою", тобто змінити колір сторінок меню, обкладинку, розширити чи звузити асортимент страв, що змусить споживача звернути в першу чергу увагу саме на такі зміни, а вже потім – на зміну ціни.

Ресторанний бізнес сьогодні переживає нелегкі часи, як і будь-який інший, у зв'язку з кризовим станом економіки країни. Разом з тим, велика кількість кулінарних передач, майстер-класи від іноземних шеф-поварів, а також потреби споживачів та ряд інших факторів спонукають до рішучих дій у розвитку даної галузі. Тому з кожним роком в Україні ресторанів все більше, з'являються нові види харчування починаючи від фаст-фудів, кафе, кав'ярень, залів для урочистих подій тощо до елітних ресторанів та тематичних закладів харчування.

З цього випливає, що ресторанний бізнес має великі перспективи розвитку і являється привабливою інвестицією з достатнім рівнем прибутковості.

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Суспільство складається з різних типів організацій, найважливішим завданням кожної організації, що функціонує в ринкових умовах, є виживання і забезпечення подальшого розвитку. У конкурентній економіці будь-який її суб'єкт намагається здобути вигідніше становище, отримати кращі результати, забезпечити стійкі позиції, максимально подбати про свої перспективи. Вирішення цього завдання вимагає ефективного управління підсистемами організації на всіх стадіях її життєвого циклу з урахуванням вимог зовнішнього середовища. Досягти цього можна завдяки вмілому управлінню конкурентоспроможністю організації.

Проблема конкурентоспроможності в сучасному світі має універсальний характер. Від того, наскільки успішно вона вирішується, залежить багато чого в економічному житті будь-якої країни.

В сучасних умовах господарювання керівники зобов'язанні усвідомити, що пристосування до вимог конкретних ринків щодо рівня якості, техніко-економічних параметрів продукції, ціни, термінів поставки повинно здійснюватись заздалегідь, на стадії розробки нової продукції або її модернізації. Це вимагає не лише оволодіння конкретними знаннями, але і нового мислення. Сьогодні, на жаль, немає чітких загальновідомих наукових розробок, які б вирішували поставлену проблему з врахуванням сучасного досвіду та можливостей.

Конкуренція є важливим елементом існування ринку, як теоретично, так і практично уявити ринкові відносини без неї – неможливо. Конкуренція відображає зв'язок між виробництвом і реалізацією товару, тому проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємства потребуватиме постійних рішучих дій. Конкурентоспроможність підприємства – здатність підприємства випускати конкурентноздатну продукцію, його перевага стосовно інших підприємств даної галузі усередині країни й за її межами [2, с. 32].

В країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом переплетіння факторів, породженим об'єктивним розвитком продуктивних сил і які відображають результати політики великих монополій в боротьбі за якість, ринки збуту і отримання прибутку [1].

Для того, щоб підприємство було конкурентоспроможним йому, окрім оперування вищевикладеними факторами, необхідно дотримуватись, як мінімум, двох умов:

- забезпечення високої конкурентоспроможності продукції (послуги), що випускається в конкретному сегменті ринку;

- високий потенціал конкурентоспроможності підприємства до досягнення лідера в галузі.

Попри наявність різноманітних методик для оцінки і підвищення конкурентоспроможності підприємства, зробити конкретний висновок про результат неможливо. Це пояснюється тим, що кожна методика використовує різні параметри для розрахунку конкурентоспроможності і по-різному оцінює її. Та все ж таки, звідси можна виділити й позитивний момент, така ситуація заставляє керівників ефективніше здійснювати управління конкурентоспроможністю підприємства для отримання переваги. Попри те, що конкурентна перевага є відносною категорією, що проявляється в конкурентному середовищі, вона має стійкість і високий рівень адаптації до умов, що змінюються, та визначає можливості ефективного функціонування організації.

В більшості галузей економіки конкурентні переваги підприємства досягаються перш за все за рахунок таких основних показників [1]:

- рівня якості продукції, що випускає підприємство;
- рівня сервісного обслуговування споживачів підприємством;
- ціни на продукцію.

На нашу думку основними напрямками підвищення конкурентних позицій слід вважати:

- заміну старого обладнання на сучасне;
- підвищення якості продукції, додаючи їй нові, необхідні з урахуванням зміни кон'юнктури ринку властивості й характеристики;

- підвищення контролю за якістю виробництва продукції (послуги);
- використання сучасного інструментарію для просування продукції;
- зниження витрат на виробництво.

Розглянуті напрями підвищення конкурентних позицій не вичерпують всієї сукупності організаційно-економічних способів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, проте відображають найбільш перспективні з них.

Підсумовуючи зазначимо, що жодне підприємство не може досягти переваги над конкурентами за усіма економічними характеристиками, що впливають на конкурентоспроможність підприємства, воно лише може, наприклад, використавши відомий SWOT аналіз та відповідними методами отримати верх над конкурентами, що забезпечить успішну діяльність підприємства.

Література

1. Гарафонов О.І. Механізм забезпечення конкурентоспроможності продукції в контексті здійснення процесу управління змінами на підприємствах. Електронний ресурс./ Режим доступу: <http://kntud.com.ua/publications/pdf/Visnyk/2014-2/168-175.pdf>

2. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник / Клименко С.М., Дуброва О.С., Барабась Д.О., Омеляненко Т.В., Вакулєнко А.В. – К. : КНЕУ, 2006. – С. 32.

НЕОБХІДНІСТЬ ВДОСКОНАЛЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Основні засоби є невід'ємною частиною майна будь-якого підприємства, без яких неможливе здійснення фінансово-господарської діяльності. Визначна роль їх полягає в тому, що вони є мірилом і основою розвитку продуктивних сил, забезпечуючи підвищення ефективності управління діяльністю суб'єктів господарювання.

Важливою умовою достовірного відображення основних засобів в обліку, для здійснення аналізу та контролю рівня їх використання в розрізах, які відповідають потребам керівництва підприємства, є правильне проведення класифікації таких об'єктів.

Про важливість дослідження проблем класифікації основних засобів підприємств свідчить наявність на даний час різних підходів до групування останніх, які наведені, зокрема, у Податковому кодексі України [1], П(С)БО 7 [2], Методичних рекомендаціях з бухгалтерського обліку основних засобів, Плані рахунків бухгалтерського обліку [3].

Слід зазначити, що наведені класифікації основних засобів у нормативних документах є дуже узагальненими і тому не можуть сприяти раціональній побудові бухгалтерського обліку, аналізу та контролю використання основних засобів підприємств для формування якісної й своєчасної обліково-аналітичної інформації, яка необхідна для прийняття рішень. Це пояснюється тим, що управлінські рішення щодо ефективності використання основних засобів, мають значний вплив на загальні показники діяльності підприємства. З огляду на це, прийняття управлінських рішень не може бути достатньо ефективним без правильної класифікації основних засобів.

Тому бухгалтерській службі підприємств доцільно самостійно удосконалювати класифікацію основних засобів із врахуванням галузевої специфіки, виділяючи відповідні їх групи виробничого, невиробничого призначення із зазначенням власних, орендованих об'єктів і таких, що перебувають в експлуатації, запасі, ремонті, на модернізації тощо (рис.1).

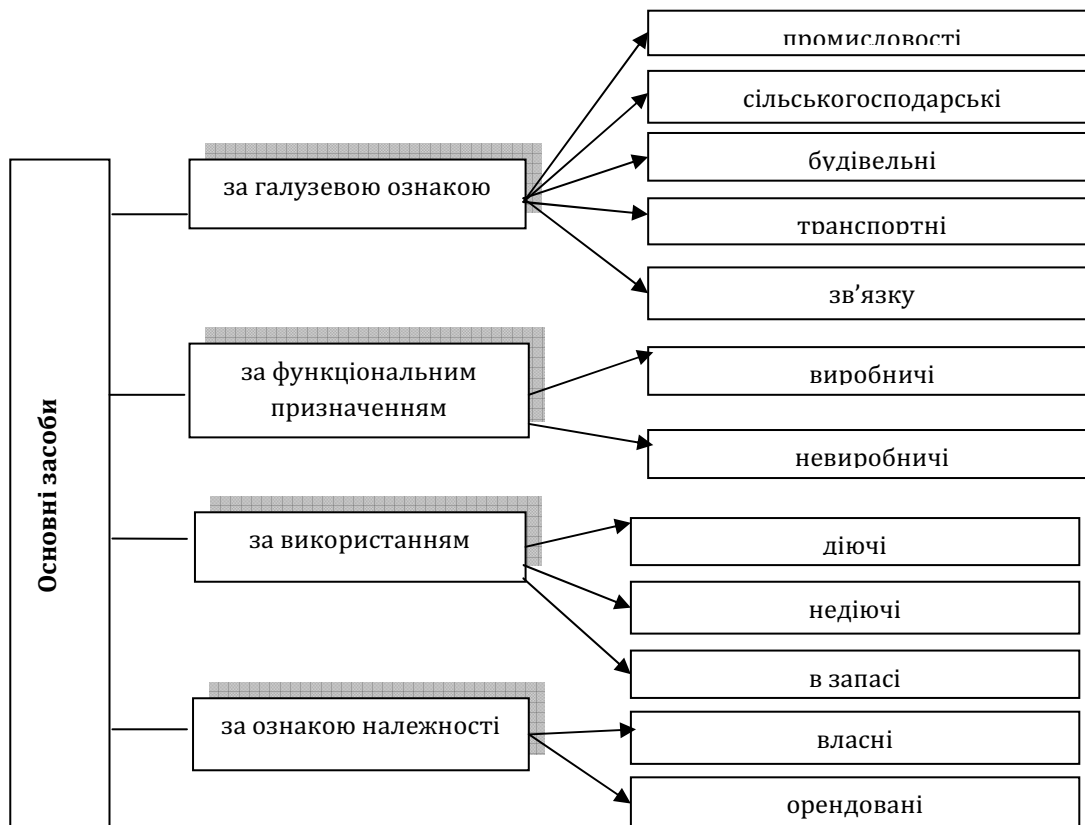


Рис. 1. Класифікація основних засобів

Вважаємо, що саме таке групування основних засобів підприємств дозволить забезпечити інформаційні потреби менеджерів, виходячи з конкретних цілей управління. Останнє створить основу для підвищення ефективності функціонування підприємств в цілому.

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]: сайт Верховної ради України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 7 “Основні засоби” [Електронний ресурс]: сайт Верховної ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>
3. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів від 30 вересня 2003 р. № 561 [Електронний ресурс]: сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>

УДК 65.012:658.14:330.322

Полозова Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної кібернетики
та управління економічною безпекою,
Харківський національний університет радіоелектроніки,
м. Харків

КРИТЕРІЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання одним із найвпливовіших факторів конкурентоспроможності підприємства на національному та світовому ринках є його інноваційно-інвестиційна спроможність. Обов'язкове урахування впливу багатьох факторів мінливого зовнішнього і внутрішнього середовища на результати діяльності суб'єктів господарювання обумовлює необхідність розробки та використання відповідної сукупності критеріїв ефективності системи інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства (І-ІСП).

Оцінка ефективності функціонування системи І-ІСП за умов нестабільності зовнішнього середовища здійснюється за такими критеріями: інноваційно-інвестиційна гнучкість підприємства (І-ІГП); інноваційно-інвестиційна чутливість підприємства (І-ІЧП); інноваційно-інвестиційна конкурентоспроможність підприємства (І-ІКП); можливість інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства (І-ІРП); інноваційно-інвестиційна безпека підприємства (І-ІБП).

З позицій системного підходу та на основі попередніх досліджень [1, 2] запропоновано критерії ефективності системи інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства, яку можна представити у вигляді піраміди (рис. 1).

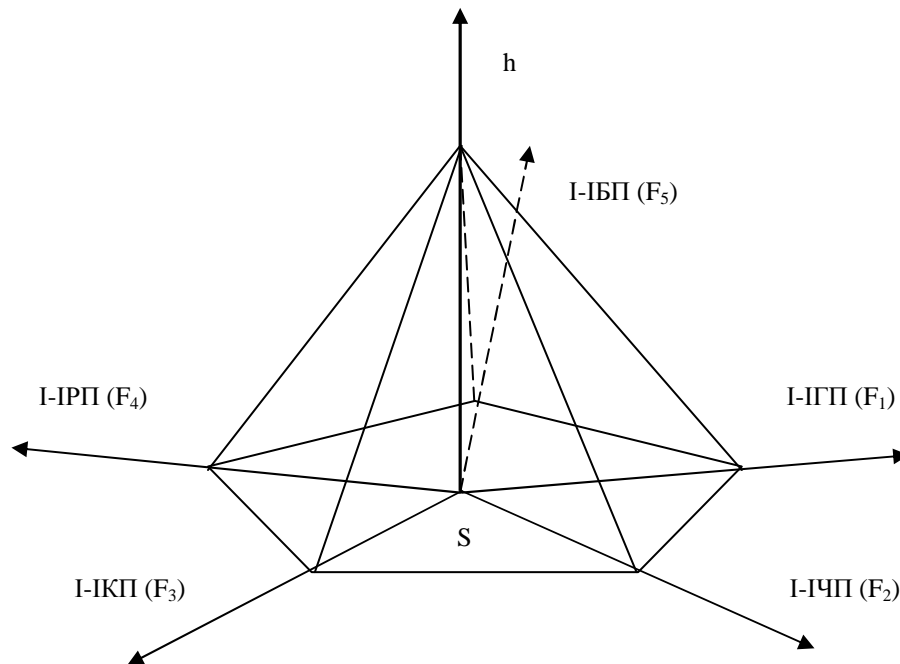


Рис. 1. Сукупність оцінних критеріїв ефективності системи І-ІСП

Джерело: розробка автора

Реальний результат стану системи І-ІСП за умов мінливості внутрішнього та зовнішнього середовища характеризує об'єм піраміди. Звичайно математичний вираз для обчислення об'єму піраміди (V) має такий вигляд:

$$V = \frac{1}{3} \cdot S \cdot h, \quad (1)$$

де S – площа підстави піраміди (багатокутника критеріїв І-ІСП); h – висота піраміди.

Оскільки підставу піраміди формують кілька векторів-променів, що характеризують критеріальну оцінку І-ІСП, то її величину (S) можна визначити за формулою:

$$S = \frac{1}{2} \cdot \sin \alpha \cdot \sum_{i=1}^n F_i \cdot F_{i+1} = \frac{1}{2} \cdot \sin \alpha \cdot (F_1 \cdot F_2 + F_2 \cdot F_3 + F_3 \cdot F_4 + F_4 \cdot F_5 + F_5 \cdot F_1), \quad (2)$$

де $\sin \alpha$ – кут між векторами в багатокутнику (підставі), оскільки векторів в моделі п'ять ($n=5$), то кут дорівнюватиме 72° ; n – кількість векторів-променів, що характеризують критеріальну оцінку І-ІСП; F – величина вектора, який характеризуватиме i -й критерій І-ІСП.

Кожен вектор в своєму граничному значенні є радіусом круга, відповідним максимальному значенню (ідеальний варіант) оцінного критерію.

Враховуючи предметну область досліджень, як висоту піраміди (h) пропонується використати рентабельність підприємства з урахуванням інноваційно-інвестиційних активів, яка розраховується за формулою:

$$h = \frac{\Pi_{\text{вал}}}{\text{ОЗМ} + \text{ОЗН} + \text{Ідф} + \text{Зоб}}, \quad (3)$$

де $\Pi_{\text{вал}}$ – валовий прибуток підприємства; ОЗМ – матеріальні основні засоби; ОЗН – нематеріальні основні засоби; Ідф – довгострокові фінансові інвестиції; Зоб – оборотні засоби.

Підставляючи формули (2) і (3) до формули (1) можна отримати вираз для визначення ефективності функціонування системи І-ІСП:

$$\begin{aligned} V_{\text{І-ІСП}} &= \frac{1}{3} \cdot \frac{\Pi_{\text{вал}}}{\text{ОЗМ} + \text{ОЗН} + \text{Ідф} + \text{Зоб}} \cdot \frac{1}{2} \cdot \sin \alpha \cdot \sum_{i=1}^n F_i \cdot F_{i+1} = \\ &= \frac{1}{6} \cdot \frac{\Pi_{\text{вал}}}{\text{ОЗМ} + \text{ОЗН} + \text{Ідф} + \text{Зоб}} \cdot \sin \alpha \cdot (F_1 \cdot F_2 + F_2 \cdot F_3 + F_3 \cdot F_4 + F_4 \cdot F_5 + F_5 \cdot F_1) \end{aligned} \quad (4)$$

Такий методичний підхід дозволяє аналізувати вплив окремих чинників, що впливають на рівень І-ІСП, а також оцінювати можливі наслідки їх зміни в майбутньому. Практичне використання даної моделі дозволяє оцінити ефективність системи І-ІСП та бути основою обґрунтування рішень щодо управління поточною інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства.

Література

1. Polozova T. V. Particulars of diagnostics of innovative-investment ability of the enterprise in a competitive space / T. V. Polozova // Wirtschaft und Management: Probleme der wissenschaft und praxis: Sammelwerk der wissenschaftlichen Artikel. Vol. 1 – Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2014. – s. 248-253.
2. Полозова Т. В. Багатоконтурна діагностика інноваційно-інвестиційної спроможності підприємства / Т. В. Полозова // Науковий Вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Випуск 9. – 2014. – № 9. – С. 128-132.

УДК 658.8

Копчак Юрій,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу,

Полянюк Ганна,

*Студентка спеціальності “Облік і аудит” ОКР “бакалавр”,
ДВНЗ “Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника”,
м. Івано-Франківськ*

ПРИХОВАНИЙ МАРКЕТИНГ

Інновація маркетингу вітається у всьому. Можливо тому, що споживач втомився від яскраво вираженої реклами, відкритого нав'язування послуг і продуктів. Будь-який споживач бажає отримати максимум інформації про продукт або послугу, на основі цього завжди виникають питання, на які споживач хотів би отримати відповіді. Замість того, щоб пропонувати споживачеві рекламний слоган, прихований маркетинг відповідає на питання потенційного покупця.

Прихований маркетинг (stealth marketing) – досить поширений термін в середовищі рекламистів. Під цією фразою мається на увазі навмисне використання нетямущих людей в рекламі нового продукту – тих, хто навіть і не підозрює про це [1].

Прихований маркетинг – це інструмент для нерекламного просування. В основі комунікацій, вибудовується за допомогою технології мережевого маркетингу, лежить непрямий вплив. Коли ваші знайомі діляться з вами думками про останній фільм або розповідають про функції мобільного телефону, який планують придбати – це не реклама. Це обмін думками [2].

Так званий прихований маркетинг має ряд відмінних якостей і переваг перед традиційною рекламою:

- ефективність – цільова аудиторія сприймає повідомлення як достовірне, а не рекламне;
- точковий вплив – експерти прихованого маркетингу безпосередньо взаємодіють з цільовою аудиторією;

- оперативність – протягом кількох годин можна організувати кампанію з просування. (Згадайте про методи флешмоба);

- оцінювані результати – результати кампаній “прихованого маркетингу” піддаються кількісній оцінці та якісному підрахунку;

- реальні ціни – ресурси, що займаються прихованим маркетингом, стверджують, що розцінки на їхні послуги нижче, ніж вартість прямої або контекстної реклами;

- вірусний маркетинг – прихований маркетинг – це ефективний спосіб поширення необхідної інформації, інноваційний інструмент для запуску хвилі розповсюдження чуток (buzz маркетинг, сарафанне радіо);

- технології директ маркетингу – в ході кампанії прихованого маркетингу інформація передається від замовника, через менеджера проекту, до виконавців, а від виконавців вже конкретно до клієнтів [2].

За допомогою технологій прихованого маркетингу можна:

- сформувати інтерес користувачів до особливостей продукту, його достоїнств;

- налаштувати процес комунікації між людьми, вже скористалися продуктом або послугою, і потенційною аудиторією;

- створити необхідне емоційне ставлення до продукту або послуги.

Варто також зауважити, що на даний момент прихований маркетинг займається тільки мережними проектами (технологія просування товарів і послуг в мережі інтернет); не займається прямою рекламою у форумах, блогах, в співтовариствах і т.д.; не займається простим поширенням посилань на ресурси (цим займаються т.зв. “оптимізатори”).

Проект “Прихований маркетинг”, наприклад, пропонує роботу в мережних рекламних проектах. Ви можете заробляти, просто розповідаючи іншим, що ви думаєте, щодо того чи іншого питання, про те, що вам справді цікаво. Працювати можна на дому, в якому місці, де є доступ до мережі Інтернет [2].

“У прихованого маркетингу є величезний потенціал, щоб надавати великий вплив на публіку – на протипагу ТБ або білбордам, – пояснює Джейсон Ван Трентлайон, президент компанії Street Guerrilla Marketing – “Люди переповнені рекламою по ТБ і в журналах, і вони звертають увагу на неї увагу все менше і менше. А прихований маркетинг – відмінне джерело для створення чуток з позитивним відтінком” [1].

Література

1. Прихований маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: За матеріалами статті порталу Daily News. <http://mmr.net.ua>.
2. На тайній службі брэнда: шпионские маркетинговые игры в сети Интернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webmen.org.ua>.

Полятикіна Л.І.,

*к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку,
Сумський національний аграрний університет*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Нинішній стан розвитку національної економіки в умовах забезпечення стабілізаційних процесів з усією очевидністю показує, що її головним пріоритетом є забезпечення сталого розвитку підприємств малого бізнесу. Як засвідчує досвід розвинутих країн, гострота продовольчого забезпечення згаджується в умовах, коли успішно функціонує агропродовольча сфера.

Прискорена динаміка змін вимагає від українського суспільства оперативної та адекватної реакції. Об'єднання зусиль має бути спрямовано на мінімізацію негативних впливів та максимізацію корисності від поглиблення економічної інтеграції. Такого результату можна досягти лише за умов побудови функціональної економічної системи, яка розвивається на принципах сталого розвитку. Особливе місце в функціонуванні цих процесів відводиться підприємствам малого бізнесу, які діють на сільській території [2, с. 105].

Для забезпечення економічного оздоровлення економіки України доцільно провести реформування підприємств агропромислового комплексу і розглянути всі можливі варіанти реструктуризації з метою адаптації сільськогосподарських виробництв до ринкових умов господарювання та підвищення конкурентоспроможності у відповідних умовах.

Аграрна реформа і трансформація сільськогосподарських підприємств на приватну основу позначились головним чином на структурі фінансових результатів підприємницьких структур різних форм власності, а тому виникає необхідність у науковому аналізі й теоретичному обґрунтуванні ряду питань щодо структури фінансових результатів.

Одним із перспективних напрямів створення конкурентно-ринкового середовища є сталий розвиток підприємств малого бізнесу. Малі підприємництва на протязі останніх десятиріч не випадково привертає до себе прискіпливу увагу. І це не є примхою часу чи випадком. Малі підприємництва є багатогранним соціально-економічним явищем, в якому кожен з учасників, тобто безпосередньо підприємець або підприємство, має можливість знайти своє місце, а зовнішні учасники також отримують позитивні результати: держава - податки, збільшення виробленого валового продукту та число робочих місць в реальній економіці, зменшення соціальної напруги, місцева влада - податки і голоси на виборах, економічні партнери - гнучких та динамічних партнерів з низькими накладними видатками.

Формування активного ділового середовища протягом останніх років сприяло збереженню позитивної тенденції розвитку малого та середнього підприємництва в Україні.

Мале підприємство — це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств та громадян підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично, це будь-яка діяльність (виробнича, комерційна, фінансова, страхова тощо) зазначених суб'єктів господарювання, що спрямована на реалізацію власного економічного інтересу [1, с. 6].

Метою дослідження є одержання правдивої неупередженої повної інформації, яка дасть змогу визначити об'єктивну і всебічну оцінку діяльності приватного підприємця на сучасному етапі розвитку підприємницьких відносин в Україні; виявлення перешкод в його діяльності; знаходження резервів покращення здійснення діяльності приватним підприємцем.

Головною метою перетворень в умовах сталого розвитку є формування ефективного господаря – власника. Становлення нової організаційно-приватної моделі організації сільського господарства вимагає об'єктивно нових підходів до структури фінансових результатів функціонування підприємств малого бізнесу України.

Для вирішення поставлених питань потрібний постійний пошук шляхів доцільного функціонування підприємств малого бізнесу України. Це необхідно для того, щоб суб'єкти господарювання мали можливість забезпечити безперервний процес виробництва та реалізацію продукції і своєчасно розрахуватися за своїми зобов'язаннями, вільно маневрувати власними і залученими капіталами.

Організаційно-правова форма власності і функціонування приватної власності на землю в сільському господарстві, у значних обсягах використовується орендована земля, власниками якої є громадяни України. До таких форм господарювання належать акціонерні товариства відкритого або закритого типу, господарські товариства і товариства з обмеженою відповідальністю, сільськогосподарські виробничі кооперативи, приватні і приватно-орендні підприємства та їх об'єднання. Має перевагу змішане землекористування. Підприємства працюють в умовах конкуренції, яка є необхідною властивістю ринкової економіки в цілому.

При створенні організаційно-правових форм господарювання громадяни України віддають перевагу сільськогосподарським товариствам з обмеженою відповідальністю та приватним і приватно - орендним підприємствам, де вони є власниками і засновниками. Засновники при створенні обирають правління і керівника, який підзвітний загальним зборам підприємства, беруть участь у формуванні й розподілі доходів, формуванні фондів підприємства, на свою власність одержують дивіденди.

Інформаційне забезпечення передбачає створення єдиного інформаційного простору, систематизацію та уніфікацію показників і документів. Автоматизацію управлінської діяльності представляє об'єктивний процес, який має охопити галузь у цілому. Основою цієї діяльності є створення середовища, що має охоплювати та об'єднувати інформаційне, телекомунікаційне, програмне забезпечення, інформаційні технології та інше, що буде сприяти якісно новому рівню проведення повсякденної оперативної роботи та аналізу перспектив діяльності в цілому.

Економічний аналіз господарської діяльності та оцінка економічної ефективності діяльності підприємств малого бізнесу в умовах ринку спираються на системний підхід, для якого характерна комплексна оцінка різноманітних факторів, цільовий підхід до їх вивчення з метою підвищення ефективності діяльності підприємств малого бізнесу.

Сталий розвиток підприємств малого бізнесу представляє собою розвиток, що задовольняє потреби нинішнього покоління і не шкодить можливостям майбутніх поколінь задовольняти їхні потреби за рахунок забезпечення взаємодії економічних, соціальних та екологічних сфер. Стабільний розвиток підприємств малого бізнесу має виняткове суспільне значення, яке зумовлено безальтернативною роллю в забезпеченні продовольчої безпеки країни.

Економічний, соціальний та екологічний виміри сталого розвитку мають складну природу, що зумовлює необхідність нелінійного підходу до забезпечення їх гармонійного поєднання. Економічний вимір сталого розвитку агропродовольчої системи, яка об'єднує виробництво і переробку продукції та продовольчий ринок, передбачає стабільне економічне зростання підприємств малого бізнесу в сфері переробки продукції. Впровадження зазначених пропозицій буде сприяти прийнятті науково - обґрунтованих управлінських рішень та сталому розвитку підприємств малого бізнесу.

Література

1. Михайлов М.Г. Організація бухгалтерського обліку на підприємствах малого бізнесу : навч. пос. / Михайлов М.Г., Полятикіна Л.І., Славкова О.П. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 320с.
2. Сталий розвиток та безпека агропродовольчої сфери України в умовах глобалізаційних викликів : монографія / Павлов О.І., Хвесик М.А., Юрчишин В.В. та ін.; за ред. О.І. Павлова. – Одеса: Астропринт, 2012.– 760 с.

Попович Г.В.,

*магістр економіко-правничого факультету,
Буковинського державного фінансово-економічного університету,
м. Чернівці*

ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ДО ЗМІН ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Питання ефективної роботи суб'єктів господарювання пов'язані з перманентними флуктуаціями зовнішнього середовища, що безпосередньо здійснюють вплив на результати їх діяльності. В сучасних умовах господарювання макро- та мікрооточення підприємств є нестабільним, відповідно виникають проблеми, пов'язані з вчасним реагуванням господарюючих суб'єктів на ці зміни. Тому актуальним залишається формування та впровадження адаптаційної моделі та механізму пристосування підприємств до цих змін, що сприятиме його стабільному функціонуванню на ринку і забезпеченні конкурентних переваг. У зв'язку з перспективами вступу України до Європейського Союзу актуальності також набуває питання адаптації Українських підприємств до європейського середовища.

Проблеми адаптації та адаптивного управління підприємством висвітлені такими дослідниками, як Найпак Д. В. [7], Погорелов Ю. С. [8], Рудніченко Є. М. [9], Турило А. А. [10] та Шебаніна О. В. [12], які приділяють увагу різним аспектам адаптації як складного процесу пристосування господарюючих суб'єктів до змінних умов. Проте, незважаючи на значну кількість робіт, які присвячуються системі адаптивного управління, ще багато теоретичних та практичних питань потребують подальшого розгляду.

Метою публікації є теоретичне обґрунтування сутності процесу адаптації суб'єктів господарювання до ринкових умов, розробка практичних рекомендацій щодо створення та використання моделі адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища.

Характерною рисою розвитку суб'єктів господарювання в ринковій економіці є волатильність зовнішнього середовища, а саме: невизначеність ринкової ситуації, термінів і умов поставок, поведінки споживачів, конкурентів, органів державної влади тощо. Складність і нестабільність ринкового оточення вимагають від підприємства постійного вдосконалювання форм і методів господарювання.

Доцільно визначитися з трактуванням самого поняття «адаптація підприємства». Воно є більш складною ринковою категорією, значно ширшою від поняття стійкості і надійності. Слід звернути увагу на багатозначності висвітлення сутності поняття «адаптація» сучасними економістами (табл.1).

Таблиця 1

Погляди вчених-економістів на категорію «адаптація підприємства»

Автор	Визначення
Алексеев С. Б. [1, с. 23]	Адаптація підприємства – це процес розробки і реалізації дій, спрямованих на зміни внутрішнього середовища підприємства згідно з вимогами зовнішнього середовища.
Білошкурська М. В. [2, с. 106]	Адаптація підприємства – це - процес пристосування підприємства та його діяльності до зовнішнього середовища, а також ефективного використання його виробничого потенціалу.
Будник М. М. [3]	Адаптація підприємства – це кінцевий етап процесу пристосування підприємств до ринку.
Дубчак В. В. [4]	Адаптація підприємства – це вид взаємодії суб'єкта господарювання або групи суб'єктів з соціально - економічним середовищем, в ході якої узгоджуються вимоги з очікування її учасників.
Козаченко Г. В. [5]	Адаптація підприємства – це процес цілеспрямованої зміни параметрів, структури і властивостей будь-якого об'єкта у відповідь на зміни, що відбуваються як у зовнішньому середовищі діяльності об'єкта, так і у середині нього.
Крисько Ж. Л. [6, с. 38]	Адаптація підприємства – це здатність своєчасно проводити адекватні зміни для корекції діяльності підприємства у відповідності до вимог зовнішнього середовища.
Чиженкова Ч. Є. [11, с. 24]	Адаптація підприємства – це процес пристосування параметрів до невизначених умов зовнішнього середовища, який забезпечує підвищення ефективності їх функціонування на протязі усього життєвого циклу.

Джерело: розроблено автором

Наведена полеміка в табл. 1 дає підстави стверджувати, що сутність економічної категорії «адаптація підприємства» різними авторами розуміється в цілому однаково і зводиться до здатності суб'єкта пристосовувати параметри і дії своєї діяльності до змінних умов середовища, які впливають на успішність його діяльності в умовах економічного змагання. Роль адаптації підприємства наведена рис. 1.

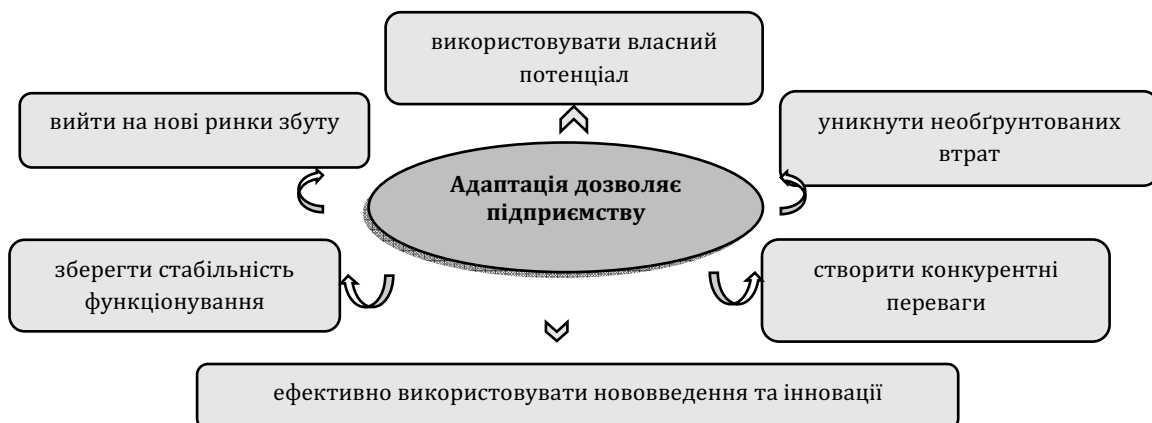


Рис. 1. Роль адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища

Джерело: розроблено автором

Таким чином, враховуючи, що адаптації належить ключова роль за вектором забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства, необхідно виділити ключові принципи побудови адаптаційної системи (рис. 2).

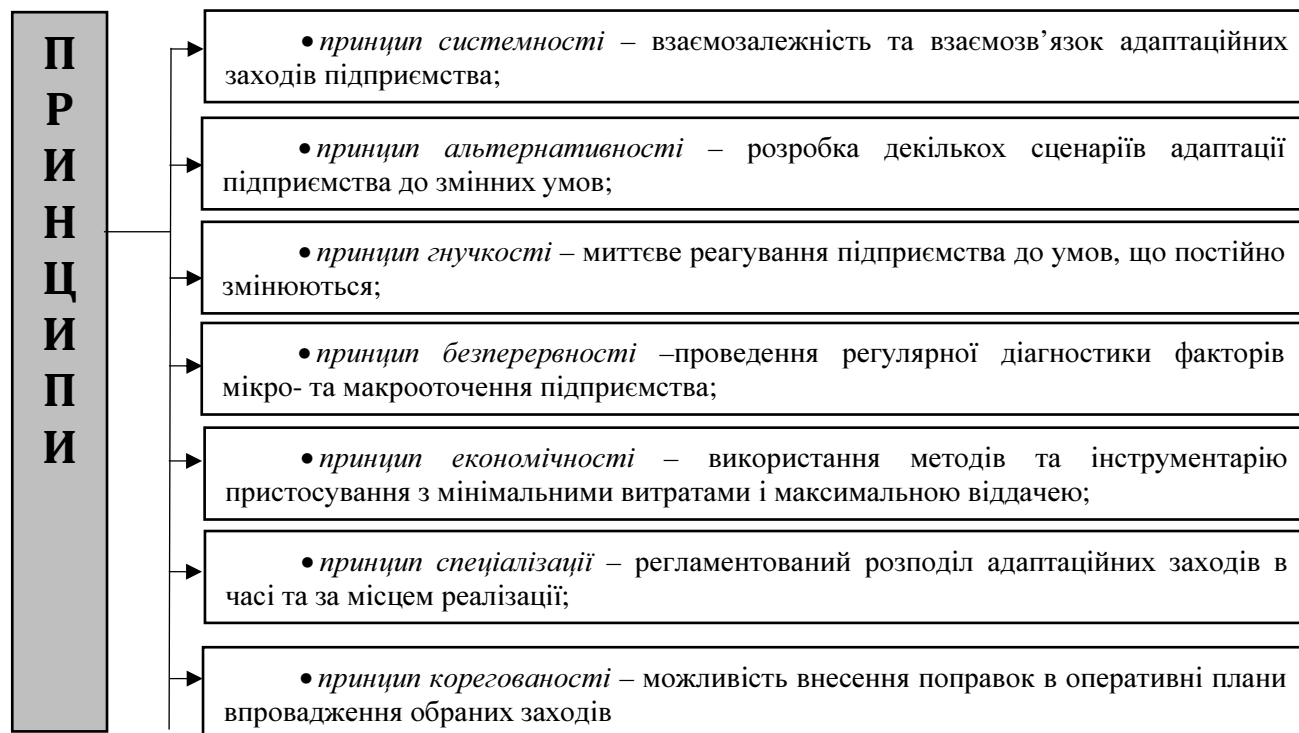


Рис. 2. Принципи побудови адаптаційної моделі суб’єктів господарювання до змінних умов середовища

Джерело: розроблено автором

Крім спроби протистояти загрозам, необхідним є розробка та поетапне формування загальної адаптивної моделі ефективного управління діяльністю підприємства, яка повинна базуватись на принципах, наведених на рис. 2. Це дасть змогу врахувати всі факторів діяльності суб’єктів господарювання. Послідовність кроків формування адаптивної моделі ефективного управління підприємством систематизовано на рис.3.

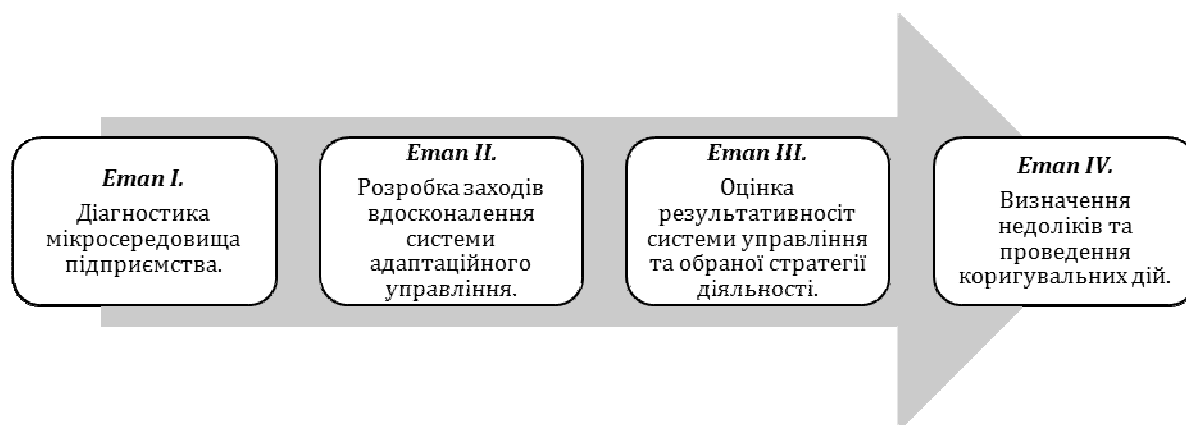


Рис. 3. Етапи формування адаптивної моделі ефективного управління підприємством

Джерело: розроблено автором

На нашу думку, адаптуватись можливо лише до ґрунтовно проаналізованих змін, які необхідно оцінити, виявити й ідентифікувати в контексті появи негативних ситуацій. Така оцінка дає характеристику соціально-економічного середовища, наявних і прихованих особливостей, які впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства. При цьому враховується сукупність змін, пов’язаних з нестабільністю рівні мікроекономічних факторів.

Таким чином, формуванні адаптаційної моделі доцільно розпочати з процесу діагностики мікросередовища. З метою кількісного оцінювання можливого впливу факторів мікросередовища на діяльність підприємства необхідно проводити збір, обробку і аналіз інформації з метою ухвалення обґрунтованих рішень щодо виробництва, закупівлі й реалізації продукції підприємства. Процес структуризації та проведення аналізу факторів мікросередовища можна розділити на декілька етапів, зображених на рис. 4.

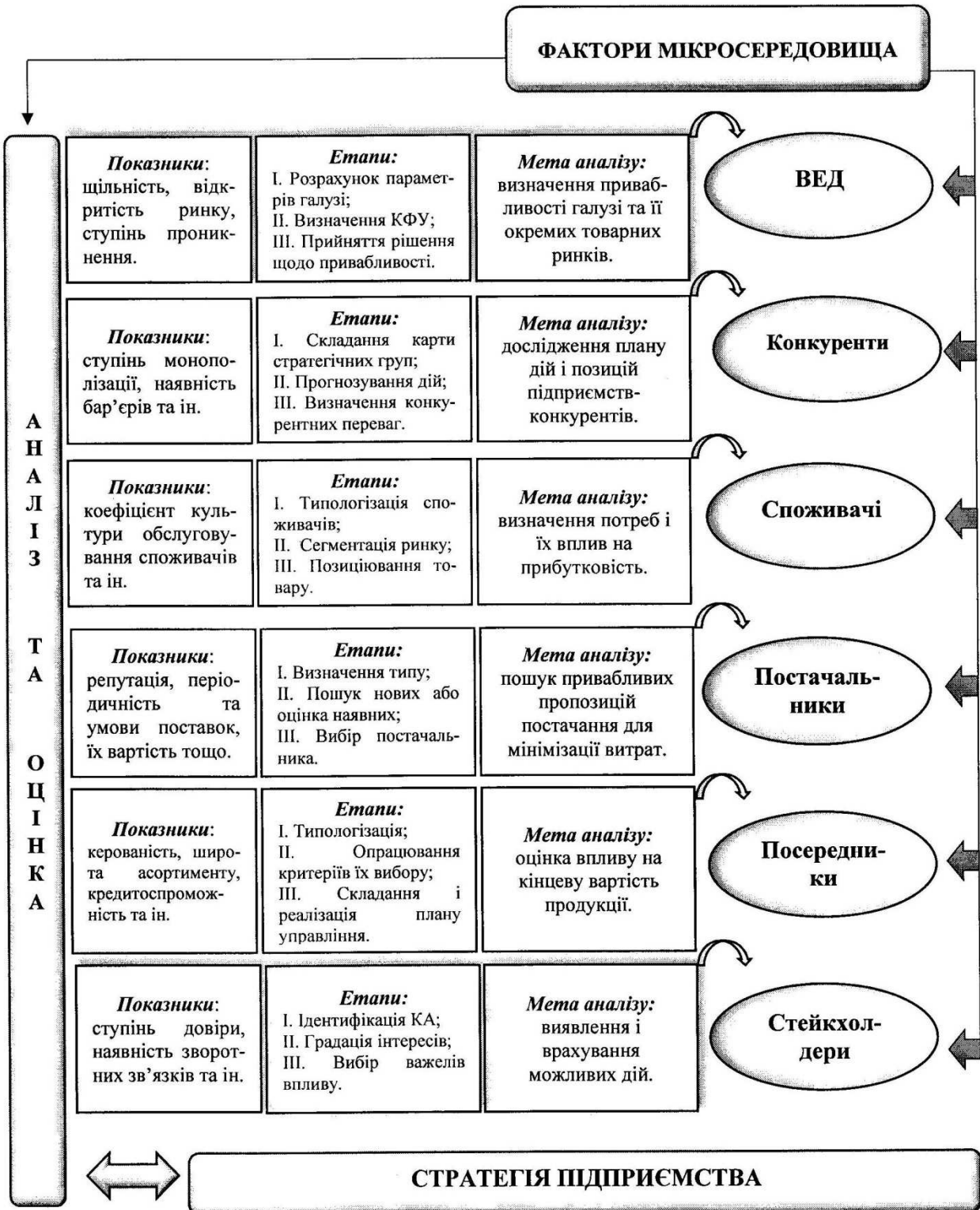


Рис. 4. Етапи діагностики факторів мікросередовища підприємства

Джерело: розроблено автором

Результатом проведення другого етапу моделі є вдосконалення і підвищення ефективності системи управління, визначення подальших перспектив розвитку, економічне обґрунтування розроблених пропозицій. Також слід враховувати спроможність до реалізації дій за певний період часу згідно з загальним станом підприємств [2, с. 106].

Третій етап моделі – це оцінювання результативності системи адаптивного управління та обраної стратегії розвитку підприємств. Метою даного етапу є визначення ступеню реалізації та ефективності управлінських рішень, досягнення стратегічних цілей, ефективності використання наявних ресурсів методом порівняння фактичних результатів діяльності із плановими. Необхідним є формування системи показників, за якими планується і

оцінюється ефективність моделі управління та стратегії розвитку.

Планові показники діяльності визначаються на основі результативності впроваджених методів вдосконалення стратегії управління за сприятливих ринкових умов, стабільності конкурентного середовища та повноти реалізації управлінських рішень. Слід зауважити, що планові показники для кожного з досліджуваних підприємств будуть відрізнятися в залежності від фінансового стану, рівня конкурентоспроможності, ступеню управління та використання складових системи.

Метою проведення завершального етапу формування адаптаційної моделі суб'єктів господарювання є визначення основних причин відхилення фактичних показників із запланованими. Таким чином формуються проблемні аспекти діяльності, стратегії розвитку та управління, що стануть основою для наступної діагностики факторів мікросередовища.

Таким чином, за умов зростання конкуренції на вітчизняному ринку, підприємство може опинитися перед фактом неадекватної реакції елементів зовнішнього середовища на запропоновану продукцію. Тому вся його діяльність має базуватись врахуванні мінливого зовнішнього оточення та пристосування до його змін. Запропоновані етапи адаптивної моделі характеризують циклічний розвиток системи управління протягом визначеного періоду, на який розраховано впровадження доцільних для підприємств заходів.

Література

1. Алексеев С. Б. Формування адаптивного управління підприємствами вугільного машинобудування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата екон. наук : спец. 08.06.01 "Економіка, організація та управління підприємствами" / С. Б. Алексеев. – Донецьк, 2003. – 23 с.
2. Білошкурська Н.В. Моделі адаптивної поведінки та їх роль у формуванні економічної безпеки підприємства / Н.В. Білошкурська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12 (114). – С. 101-105.
3. Будник М. М. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов господарювання: Дис. канд. економ. наук: 08.06.01. – Харків, 2002. – 199 с. – Режим доступу: [http://librar.org.ua/sections_load.php?s=business_economic-science&id=27].
4. Дубчак В. В. Теоретико-методологические аспекты формирования системы адаптивного управления промышленными предприятиями [Текст] : автореферат дис. канд. экон. наук / Дубчак В. В. – Ростов- на-Дону, 2006.
5. Козаченко А. В., Пономарев В. П., Ляшенко А. Н. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения / Козаченко А. В., Пономарев В. П., Ляшенко А. Н. //: Монография – К.: Либра. – 2003. – 280 с.
6. Крисько Ж. Л. Адаптація підприємства до зовнішнього середовища через механізм реструктуризації / Жанна Крисько // Галицький економічний вісник. - 2009.- № 2. - С. 38-42.
7. Найпак Д. В. Аналіз методів та моделей оцінювання рівня адаптації підприємства до організаційних змін в умовах стратегічного розвитку / Д.В. Найпак // Економіка розвитку. - 2014. - №3. - С. 112 – 117.
8. Погорелов Ю. С. Види адаптації системи економічної безпеки підприємства до впливу суб'єктів митного регулювання [Електронний ресурс] / Ю. С. Погорелов, Є. М. Рудніченко // Проблеми економіки . - 2014. - № 1. - С. 241-246.
9. Рудніченко Є. М. Адаптація системи економічної безпеки підприємства до впливу суб'єктів митного регулювання: сутність та рівні / Є. М. Рудніченко // Бізнес інформ. – 2014. - № 4. – С. 308-312 .
10. Турило А. А. Теоретико-методичні підходи до оцінювання і класифікації процесу адаптації / А. А. Турило // Наука й економіка . - 2014. - Вип. 3. - С. 199-206.
11. Чиженькова Е. В. Формирование экономического механизма адаптации хозяйствующего субъекта к рыночной среде: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.01 / Е. В. Чиженькова / Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. – М., 2006. – 24 с.
12. Шибаніна О. В. Бенчмаркінг – як інструмент управління процесом адаптації аграрних підприємств до умов світового продовольчого ринку / О. В. Шибаніна, Н. І. Галунець // Економіка АПК. – 2014. - № 6. – С.38-44.

Попадинець І.Р.,

*аспірант кафедри менеджменту і адміністрування,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ОБМЕЖЕНЬ НА РІВНЯХ ІЄРАРХІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ПРАЦІ НАФТОГАЗАВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджуючи соціальні, економічні, політичні і психологічні сили, що впливають на розвиток суспільства можна прийти до деяких узагальнень щодо змісту діяльності сучасного керівника. Ці узагальнення дозволяють виділити ті здібності і уміння, які потрібні від умілого, грамотного, ефективного менеджера в даний час і в майбутньому.

Для отримання об'єктивної інформації про стан мотиваційних обмежень управлінської праці ієрархії управління було проведено соціологічне опитування керівників НГВУ «Долинанафтогаз» ВАТ «Укрнафта».

Опитування управлінського персоналу вище зазначеного підприємства проводилося шляхом заповнення респондентами (керівниками різних рівнів ієрархії) анкети. За основу взято дослідження М. Вудкок і Д. Френсис, які виділяють одинадцять чинників, які впливатимуть на управлінську діяльність в найближчі десятиліття: стреси, ерозія традиційних цінностей, широка можливість вибору, не спроможність організаційних систем забезпечити всі можливості для навчання керівників, зростання кількості та складності проблем, постійна боротьба за ринки збуту, традиційні ієрархічні відносини, вичерпність ефективності традиційних методів управління, неуміле використання людських ресурсів, зростаючі масштаби змін, низька здатність формувати робочі групи.[10, с. 241].

Моніторинг дає можливість результати, які були узагальнені по рінях управління, представити у вигляді матриці.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
TOP	-				+		+	-	-		+
MIDDLE	+	-	-	+		-		+			
LOWER		+	-	-		-		+			+

Умовні позначення:

«-» - обмеження; «+» - сильні сторони

Рис. 1. Матриця моніторингу обмежень і сильних сторін мотивації управлінської праці згідно ієрархії управління

Джерело: розроблено автором на основі власних досліджень

Отже, дослідження показало що рівні ієрархії мають різні обмеження та сильні сторони мотивації управлінської праці, тому при формуванні мотиваційного механізму управлінських кадрів необхідно враховувати визначені відмінності.

Для перетворення мотиваційних обмежень управлінської праці на сильні сторони пропонуємо алгоритм перетворення (табл. 1).

Таблиця 1

Алгоритм перетворення обмежень мотивації управлінської праці на сильні сторони (взаємозв'язок «вхід – перетворення - вихід»)

Система: Результат	Основний «вхід»: Обмеження	Ресурси (методики вдосконалення обмежень)	Основна перетворююча функція	Типовий очікуваний «вихід»: Сильні сторони
1	2	3	4	5
A	Невміння управляти собою	«Здатність до самоуправління» (Н.М. Пейсахов) [5]	Опанування вміння правильно боротися з конфліктами і стресами, ефективно використовувати свій час та енергію і т.д.	Здатність самоуправління
B	Розмиті особисті цінності	«Цінність орієнтації» (М.Рокича) [3]	Формування концепції успішного управління, яка ґрунтується на таких цінностях як ефективність, реалізація потенціалу працівників, готовність до нововведень і т.д.	Чіткі цінності
C	Несформовані особисті цілі	Міні-тренінг «Постановка цілей» (М. Тустова) [8]	Визначення та формування керівником своєї мети, що дасть змогу досягти успіху в управлінській діяльності	Чіткі особисті цілі
D	Зупинений саморозвиток	Акмеологічний тренінг самопізнання (О. Сітніков) [11]	Розуміння, що саморозвиток – це не тільки постійне навчання, але і уміння впровадити в практику отримані знання	Безупинний саморозвиток
E	Низький рівень навиків вирішення проблеми	«Можливі стилі поведінки у конфліктних ситуаціях» (К. Томас) [13]	Кваліфіковане розв'язання проблеми: грамотне проведення нарад, обговорення інформації, планування та контроль	Високий рівень навиків вирішення проблеми
F	Низький рівень творчого підходу	«Рівень креативності (малюнок-тест)» (П. Торренс) [13]	Використання у своїй діяльності ситуаційного підходу, здатності виконувати багато ролей, вчасно корегувати свої дії і т.д.	Творчий підхід
G	Невміння впливати на оточуючих	«Чи вмієш Ти впливати на інших?» [9]	Використовувати у своїй практиці такі якості як владність, манера триматися, невербальні форми впливу	Вміння впливати на оточуючих
H	Недостатнє розуміння особливостей управлінської праці	«Ступінь адаптації керівника і підлеглого» [6]	Навчитись домагатись результатів не особистою працею, а через працю своїх підлеглих	Розуміння особливостей управлінської праці
I	Невміння управляти	Структурованість інформації (E.Lehrer) [2]	Уміння керівника «заряджати» енергією членів колективу, уміння оптимально організувати роботу	Здатність управління
J	Невміння навчати	Особливість навчання дорослих (David A. Kolb) [1]	Керівник повинен піклуватися про підвищення компетенції тих, ким він керує, адже гарний керівник виступає в ролі вчителя	Вміння навчати
K	Низька здатність формувати колектив	«Чи вмієте Ви працювати з людьми?» [7]	Розвиток вміння перетворювати групу людей на кваліфікований і результативний колектив однодумців	Вміння налагодити групову роботу

Джерело: розроблено автором на основі праць [4, с. 39; 12, с. 25]

Отже, запропонований алгоритм дає змогу корегувати мотиваційні обмеження як окремого рівня управління, так і окремого індивіда. Також він дає змогу правильно розробити мотиваційний механізм управлінської праці на різних рівнях управлінської діяльності.

Література

1. A. Kolb. David Experiential learning : experience as the source of learning and development / David A. Kolb. – Prentice-Hall, 1984. – 256 p.
2. Fillmore, Ch. and Atkins, B. Towards a Frame-based organization of the lexicon: the semantics of RISK and its neighbors // Frames, Fields and Contrasts / Ed. A. Lehrer and E. Kittay. – Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1992. – P. 75-102.
3. Rokeach M. The Nature of Human Values / Milton Rokeach. – NY "Free Press", 1973. – 438 p.
4. Вудкок М. Розкутий менеджер. Для керівника-практика : пер. с англ. / Вудкок М., Френсіс Д. – М. : «Дело», 1991. – 320 с.
5. Гуляс І.А. Перфекціоністські настанови як чинник професійної готовності майбутніх практичних психологів. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія / І.А. Гуляс. – Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Івано-Франківськ, 2007.
6. Кузьмін О.Є. Дослідження моделі взаємодії керівника з підлеглим: методичні підходи / О.Є. Кузьмін, Н.Т. Мала // Регіональна економіка. – 2005. – № 2(36). – Львів: НАН України, ІРД. – С. 225-231.
7. Кумар В. Кто я? Какой Я? / В. Кумар. – Санкт-Петербург, 1997. – С. 117-118.
8. Офіційний сайт М. Тустова: <http://tustov.com>
9. Орлова В. Психологические тесты для тинейджеров / В. Орлова. – К. : Таир, 1997. – С. 92.
10. Попадинець І.Р. Моніторинг рівнів ієрархії мотивації управлінської праці нафтогазових підприємств / І.Р. Попадинець // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Хмельницький: ХмЦНП, 2014. – 350 с.
11. Скірко Р.Л. Розвиток соціальної компетентності практичних психологів у процесі професійної підготовки / Р.Л. Скірко // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2013 р. – № 29 (82). – С. 352-357.
12. Школа І.М. Операційний менеджмент. Практикум / І.М. Школа, О.В. Михайловська. – Чернівці: Книги – XXI, 2004 – 376 с.
13. Шпалінський В.В. Психологія управління : навчальний посібник для керівників навчальних закладів, практичних психологів, вчителів та вихователів / В.В.Шпалінський, К.А. Помазав. – Харків: Веста: Видавництво «Ранок», 2002. – 128 с.

Потапюк І.П.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка*

СУТНІСТЬ І ЗМІСТ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах ринкові відносини виявляються у різноманітних формах. Найбільш масштабно і багатогранно вони відображаються в комерціалізації, для якої характерний вільний вибір виду підприємницької діяльності, поширення товарно-грошових відносин на господарську, економічну, соціальну діяльність, розвиток товарних зв'язків, товарно-грошовий обмін продуктів праці відповідно до законів ринку [9]. Завдяки цьому у економіці країни спостерігається активізація комерційної діяльності підприємств у конкурентному середовищі, що зумовлює збільшення уваги до комерційного підприємництва як важливого фактору розвитку ринку товарів і послуг.

Слово «комерція» походить від латинського «commercium», що означає торгівля. [4]. Тлумачний словник В.І. Даля дає визначення комерції як «торг, торгівля, торгівельні обороти, купецькі промисли» [6]. Представники Гарвардської школи бізнесу вважали, що «комерційна діяльність існує для того, щоб з прибутком задовольняти споживчі потреби». Означені поняття передбачають професійну діяльність, головна мета якої – отримання прибутку.

Термін «комерційна діяльність» з'явився в Україні разом із терміном «ринок». Згідно з п. 1, ст. 42, глави 4 Господарського кодексу України, господарську комерційну діяльність (підприємництво) розуміють як самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [5].

У таблиці 1 подано основні варіанти трактування поняття «комерційна діяльність».

Таблиця 1

Аналіз дефініції поняття «комерційна діяльність»

Автор	Трактування поняття
1	2
В. Абчук [1]	Діяльність щодо забезпечення купівлі-продажу товарів, що супроводжується проведенням відповідних розрахунків з метою одержання максимально можливого прибутку в умовах існуючих правових норм.
В. Апопій [9]	Спосіб реалізації комерційних процесів як послідовного виконання операцій, що забезпечують організаційні, економічні, соціальні, правові аспекти товарно-грошового обміну.

І. Беляєвський [2]	Діяльність із купівлі-продажу та зберігання товарів з метою задоволення споживчого попиту й отримання прибутку.
А. Бусигін [3]	Комплекс операцій, які забезпечують купівлю-продаж товарів, і разом з торговельними процесами формують торгівлю як вид діяльності.
Л. Дашков [7]	Технологія торгівлі як сукупність способів раціональної організації та методів ефективного виконання операцій торгово-технологічного процесу.
Г. Дяченко [8]	Комплекс операцій по забезпеченню процесу закупівлі й збуту на основі взаємодії господарюючих суб'єктів з метою отримання ними прибутку, а також кінцевим споживачам максимальної вигоди.
І. Марченко [10]	Система оперативно-організаційних заходів, спрямованих на організацію та управління процесами купівлі-продажу товарів з метою задоволення споживчого попиту та отримання прибутку.
Л. Осіпова [11]	Сукупність процесів і операцій, спрямованих на здійснення купівлі-продажу товарів з метою задоволення купівельного попиту та отримання прибутку.
Ф. Панкратов [12]	Сукупність торгових процесів щодо здійснення актів купівлі-продажу з метою одержання прибутку.
Ф. Половцева [13]	Особливий вид діяльності, пов'язаний із реалізацією товарів, від якого залежить кінцевий результат торговельного підприємства. Тобто товарно-грошовий обмін, у процесі якого товари від постачальника переходять у власність торговельного підприємства з орієнтацією на потреби ринку.
О. Русева [14]	Особливий вид діяльності, що охоплює обмін матеріальними цінностями й послугами, торговельні операції з придбання матеріально-технічних ресурсів і реалізації продукції.

Отже, аналіз дефініції поняття «комерційна діяльність» дав змогу зробити висновок, що більшість науковців вважають, що предметом комерційної діяльності є процеси у сфері товарообігу з метою отримання прибутку та задоволення потреб споживачів.

Комерційна діяльність підприємств забезпечує умови і механізм здійснення купівлі-продажу товарів та послуг. Ця діяльність включає операції й процеси організаційного, управлінського, правового, економічного характеру і змісту. Можна погодитися з думкою В.В. Апопія з приводу того, що комерційна діяльність не охоплює операції, які належать до продовження процесу виробництва у сфері обігу: товаропросування, зберігання, пакування, розфасування, товаропостачання, сортування товарів, формування партій [9].

Отже, комерційна діяльність підприємств – це діяльність, яка в умовах ринкового конкурентного середовища спрямована на організацію та управління процесами купівлі-продажу товарів чи послуг з метою отримання прибутку та задоволення потреб споживачів.

Література

1. Абчук В.А. Комерція / В.А. Абчук. – Спб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 475 с.
2. Беляєвский И.К. Основы коммерции / И.К. Беляєвский. – М. : Изд-во Москов. гос. ун-та экон., стат. и инф-ки, 2005. – 129 с.
3. Бусыгин А.В. Важнейший источник экономического анализа / А.В. Бусыгин // Деловой вестник «Рос. кооперации». – 2001. – № 5. – С. 15.
4. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво : сучасний стан, стратегії розвитку : [моногр.] / А.М. Виноградська. – К. : ЦУЛ, 2004. – 807 с.
5. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. – Назва з екрану.
6. Даль В.И. Толковый словарь живого великого русского языка [в 4 т.] / В.И. Даль. – И.-О.-М. : ОЛМА-ПРЕСС, т. 2. – 2001. – 672 с.
7. Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли / Л.П. Дашков, В.К. Памбучьянц. – М. : Информ.-внедрен. центр «Маркетинг», 2007. – 448 с.
8. Дяченко Г.А. Комерційна діяльність : [навч. посібник] / Г.А. Дяченко, Л.С. Курська, О.Н. Сахарова та ін. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 296 с.
9. Комерційна діяльність : [підруч.] / за ред. проф. В.В. Апопія. – К. : Знання, 2008. – 558 с.
10. Марченко И.С. Системный подход к управлению коммерческой деятельностью организаций / И.С. Марченко // Вестник МГТУ. – 2010. – № 1, т. 13. – С. 27-30.
11. Осипова Л.В. Основы коммерческой деятельности / Л.В. Осипова, И. М. Синяева. – М. : Юнити-Дана, 2000. – 623 с.
12. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 2003. – 504 с.
13. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность / Ф.П. Половцева. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 248 с.
14. Русева О.Н. Стратегическое управление коммерческой деятельностью предприятия / О.Н. Русева, А.С. Балан // Труды Одесского политехнического университета. – 2003. – Вып. 2(20). – С. 1-4.

УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ КАПІТАЛІЗАЦІЄЮ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА В УКРАЇНІ

Капіталізація акціонерних товариств залежить від ринкової кон'юнктури і практично не залежить від персональних властивостей того хто її оцінює.

В сучасних умовах, широкого вжитку набуло поняття ринкової капіталізації, яка за своєю сутністю визначає ринкову ціну на фондовій біржі зареєстрованих акцій підприємства або всіх його акцій, тобто це вартість, яка може значно перевищувати вартість активів по балансу підприємства. Це пов'язано з тим, що не всі активи, які мають цінність включаються в баланс підприємства, наприклад кваліфіковані працівники, ділова репутація, попит на продукцію тощо [2, с. 115]. Але на момент продажу акцій того чи іншого підприємства, його вартість може як зростати так і знижуватись, в залежності від попиту та пропозиції акцій на ринку.

Таким чином, ринкова капіталізація акціонерного товариства – вартість всіх її акцій, тобто ціна, яка встановлюється шляхом котирування на фондовій біржі (якщо не враховувати зміну ціни акції в процесі їх купівлі). Іншими словами – ринкова капіталізація – ціна, яку ринок готовий сплатити за підприємство [2, с.115].

В Законі України "Про акціонерні товариства" визначено порядок організації створення та діяльності товариства на фінансовому ринку, але не зазначено ролі ринкової капіталізації в економічному розвитку акціонерних товариств.

Сьогодні, структура власності типового українського публічного акціонерного товариства характеризується наявністю великого акціонера, який володіє понад 50 % акцій; одного або кількох акціонерів з великими пакетами; а також – великої кількості дрібних акціонерів. Для великого акціонера за такої структури власності управління зводиться до здійснення корпоративного контролю над компанією [3, с.36].

Тому, на даний час, важливим є запровадження змін на державному рівні (у вигляді законодавчих актів) щодо підвищення якості управління та затвердити термін «ринкова капіталізація акціонерного товариства» як ринкову вартість ПАТ, що визначатиметься шляхом множення кількості випущених товариством акцій на їхню вартість. Вартість акцій визначають у процесі котирування на фондовій біржі на підставі попиту на них [4].

При внесених змінах, держава забезпечить: різкий приплив інвестицій у промисловість; підвищення керованості та ефективності управління компаніями з державною часткою в структурі власності; захист прав своїх громадян (які є власниками акцій); вступ до Європейських і світових економічних структур.

Акціонерним товариствам впровадження механізмів ефективного управління дасть змогу отримати кошти, необхідні для реалізації політики зростаючої компанії, структурувати бізнес, розділити стратегічний та операційний рівні управління компанією, повністю легалізувати стосунки власник-керівник, замінивши неформальні домовленості докладно розробленим трудовим контрактом.

Вдосконалити відповідне законодавство, на нашу думку, можливо при внесенні низки поправок (доповнень) у діюче законодавство, які стосуються питань, пов'язаних з українською ринковою капіталізацією.

Запровадження терміну «ринкова капіталізація» дасть можливість визначати ринкову капіталізацію публічного акціонерного товариства за день, тиждень, місяць та рік. Загальну ринкову капіталізацію акціонерного товариства, з врахуванням найвищої ціни продажу цінного паперу, можна визначити двома способами:

- початкова капіталізація акціонерного товариства – в основі лежить номінальна вартість акцій (номінальна вартість акцій помножити на їх кількість).

- ринкова капіталізація акціонерного товариства – максимальна ціна продажу акціонерного товариства (ринкова ціна на фондовій біржі зареєстрованих акцій підприємства або всіх його акцій) [4].

Початкова капіталізація акціонерного товариства не лише визначить капіталізацію товариства, акції якого не мають курсової ціни, а й дасть змогу порівняти вартість акціонерного товариства за різні періоди його діяльності та котирування на фондовому ринку.

Отже, законодавчо встановлене поняття ринкової капіталізації акціонерного товариства дозволить визначити інвестиційну привабливість акціонерного товариства на фондовому ринку і вартість акціонерного товариства за умови його продажу, злиття чи поглинання, а також сприятиме встановленню додаткового аспекту регулювання та стимулювання діяльності акціонерного товариства на фондовому ринку.

Крім цього, оновлення законодавчої бази дасть можливість акціонерним товариствам встановити новий рівень корпоративної політики, спрямований на забезпечення поліпшення фінансового стану товариства, вихід на новий рівень залучення інвестицій та забезпечення добросовісної конкуренції на фінансовому ринку.

За твердженнями провідних спеціалістів: – рівень корпоративного управління в компанії має значення тільки там, де акції перебувають у вільному обігу на ринку. А за сьогоднішніх умов, коли інвестиційні ресурси різко обмежені, акції продаються та купуються переважно з метою встановлення контролю над підприємством або зміною власника. Зрозуміло, що у цьому разі покупця цікавить не структура управління компанією, а власне саме підприємство та його активи.

Недоліком сьогоденної системи, що регулює діяльність акціонерних товариств є ще і те, що в Україні при прийнятті інвестиційних рішень враховуються більше фінансові показники, потенціал зростання, ніж корпоративне управління, яке передбачає ефективну роботу наглядової ради, розкриття інформації, однакове ставлення до акціонерів, забезпечення їх прав тощо. Причиною такого ставлення до корпоративного управління є не закріплені законодавчо основні елементи корпоративної культури управління, а залишені на розсуд статуту кожного АТ. Аналогічна проблема щодо забезпеченням прав акціонерів – недостатнє закріплення на рівні закону їх прав призводить до того, що акціонери вимушені звертатися до судових органів.

Отже, що високий рівень культури управління та ринкова капіталізація акціонерного підприємства робить його більш стійким в умовах ринку, більш привабливим та надійним для інвесторів, більш захищеним від конкурентів, коливання цін, вартості акцій та сприятиме визначенні його статусу належності до складу індексів фондових бірж. Законодавчо-правова підтримка розвитку АТ – це дотримання правил корпоративної політики та етики ведення бізнесу, що забезпечить позитивний соціально-економічний розвиток країни.

Література

1. Закон України “Про акціонерні товариства” [Електронний ресурс] . № 514-VI. – 2008. – Режим доступу до закону : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=51417>.
2. Пронько Л.М. Вартість і капіталізація підприємств та методи їх оцінки / Л.М. Пронько // АгроІнКом. – 2011. – № 10-12. – С. 113-118.
3. Румянцев С.А. Українська модель корпоративного управління: становлення та розвиток. - К.: Т-во “Знання”, КОО, 2003. - 149 с.
4. Шевченко Н.В. Внесення змін до законодавства як метод підвищення ринкової капіталізації акціонерних товариств [Електронний ресурс]// Економічні науки. – 2012. – Режим доступу: <http://наука.kushnir.mk.ua/>.

Пунда О.В.,

аспірантка кафедри маркетингу та ресурсозабезпечення,
Національного авіаційного університету,
м. Київ

МАРКЕТИНГОВА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА В УПРАВЛІННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна наука сьогодні пропонує значний методологічний інструментарій для оцінки ефективності інвестицій. Проте динамічна природа самої ринкової економіки вимагає постійного його удосконалення.

Розуміючи під поняттям інвестиційної діяльності процес спрямування фактичних економічних цінностей на реалізацію інвестиційних програм з метою їх приросту, інвестор має визначати цілі, види, обсяги інвестицій та при необхідності залучати інших учасників. Важливим етапом цього процесу є управління інвестиційною привабливістю підприємства.

Спираючись на концепцію стратегічного управління в плануванні такої діяльності інвестор має постійно оцінювати баланс взаємодії зовнішнього середовища і потенціалу підприємства. Підвищення значення та ефективності маркетингової інформаційної системи (MIS), розвиток її завдань в методології інвестиційного аналізу, на нашу думку, є важливим фактором визначення достовірного підходу до управління інвестиційною привабливістю підприємства, яка має забезпечити формування довгострокової довіри інвесторів до бізнесу і формування збалансованого портфеля інвестицій. Це особливо важливо для динамічних ринків. Нагадаємо, що більшість сучасних привабливих для інвестування ринків можна характеризувати як:

- швидкозростаючі ринки з характерним екстенсивним зростанням попиту;
- високотехнологічні ринки, які також швидко зростають за інтенсивним сценарієм, що забезпечується інноваційним процесом;
- турбулентні ринки з високою невизначеністю напрямків та темпів розвитку, навіть певним хаотичним розвитком (турбулентність може призвести до істотних якісних змін);
- ринки із різновекторною динамікою, для яких не характерна стабільна динаміка розвитку, але на відміну від турбулентних ринків, вони більш придатні для прогнозування тощо.

Нагадаємо, що під поняттям MIS, як правило, розуміють сукупність постійно функціонуючих прийомів і ресурсів для збору, класифікації, аналізу та оцінки ринкової інформації з метою обґрунтування ефективних маркетингових рішень, тобто інвестиційних рішень в даному випадку. MIS має забезпечити динамічну комбінацію маркетингової інформації на засадах сучасних інформаційних технологій в єдиній системі стратегічного управління підприємством. MIS складається, як правило, з наступних компонентів:

1. Система спостереження за зовнішнім середовищем:
 - вторинна інформація,
 - первинна інформація,
 - спеціалізовані джерела тощо.
2. Система маркетингових досліджень:
 - звіти щодо стану лояльності постійних покупців,
 - звіти щодо ефективності методів просування,
 - звіти щодо «портрету» цільового покупця тощо.
3. Система внутрішньої звітності:
 - для власного апарату управління,
 - для партнерів по бізнесу,
 - для податкової служби,
 - для органів державної статистики,
 - для кредитно-банківської та страхової системи,
 - для інформування громадськості тощо.
4. Система аналізу маркетингової інформації:
 - аналіз внутрішньої маркетингової інформації.

- SWOT-аналіз.
- 5. Регламенти використання звітів MIS:
 - регламенти по використанню звіту контакт-центру,
 - регламент з використання звіту за результатами застосування методу «таємного покупця»,
 - регламенти по використанню звіту щодо ефективності методів просування продукції,
 - регламенти по використанню звіту щодо дослідження споживчих переваг (наприклад, за методом «Кано»)

тощо.

Таким чином, урахування важливості динамічних змін на сучасних інвестиційно-привабливих ринках шляхом розвитку MIS підприємства (інвестиційного проекту, інвестиційної програми) дозволить забезпечити якісне управління інвестиційною привабливістю підприємства, скоординувати зусилля в стратегічному напрямку, методично вірно оцінювати основні ринкові загрози (ризики) та одночасно визначити потенційно привабливі варіанти розвитку інвестиційного процесу, сформувати стратегічний набір альтернатив для інвестиційних проектів та програм. Розвиток MIS при цьому можна забезпечити:

- підвищенням якості обробки інформації від рівня статичного накопичення даних до рівня інтегрованих знань;
- збільшенням кількості нових джерел інформації,
- впровадженням сучасних підходів менеджменту як, наприклад, процесного підходу;
- удосконаленням існуючих або впровадженням нових процедур та методів обробки інформації;
- опрацюванням інформації для менеджменту в звітах за такою формою, яка найкращим чином забезпечить *ринкову стратегічність* в інвестиційних рішеннях.

Пуцетейло П.Р.,

*д.е.н., професор кафедри обліку і правового забезпечення
агропромислового виробництва,
Тернопільський національний економічний університет*

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ – НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У будь-якому підприємстві незалежно від його розмірів та сфери діяльності важливе місце займає аналітична система, котра існує як невід'ємна складова здійснення діяльності господарюючим суб'єктом. При побудові системи аналітичного забезпечення повинна враховуватися специфіка сфери діяльності господарюючого суб'єкта, комплексний підхід до здійснення бізнесу, розвитку різних напрямків виробничо-господарської діяльності. Враховуючи ці особливості при формуванні ефективної системи аналізу підприємства, необхідно її побудова у відповідності з цілями і стратегією діяльності. Саме розробка стратегії висуває вимоги до якості інформації, яка застосовується для управління підприємством. Від того, наскільки раціонально побудована аналітична система на підприємстві, наскільки вона адаптована до специфічних особливостей та об'єктивно відображає господарську діяльність, залежить не тільки процес ефективного управління, а й успішне його функціонування в сучасних умовах.

Аналітичне забезпечення процесу управління підприємством включає в себе:

- 1) нормативну інформацію;
- 2) облікову інформацію;
- 3) аналітичну інформацію;
- 4) виробничо-господарську інформацію.

Процес аналітичного забезпечення підприємств складається з таких етапів:

- організаційно-планові заходи;
- збір та обробка інформації, отримання цифрової і контекстної інформації;
- підготовка і первинне опрацювання аналітичних матеріалів;
- поширення інформації;
- отримання зворотного зв'язку;
- складання прогнозу.

Метою аналітичного забезпечення управління підприємствами є створення інформаційної бази, прийняття та оцінки обґрунтованості управлінських рішень, виявлення ступеня їх реалізації, про які доцільно проінформувати керівництво підприємства або зарубіжних партнерів (за їх участі в статутному капіталі та управлінні).

Аналітичне забезпечення управління підприємствами може розкриватися в таких формах:

1) стратегічне аналітичне забезпечення управління підприємством, яке виконує завдання якісно-змістовного перетворення і передачі інформації про внутрішнє і зовнішнє середовище функціонування підприємства для вибору стратегії і напрямків розвитку;

2) бухгалтерське аналітичне забезпечення управління підприємством, яке виконує завдання якісно-змістовного перетворення і передачі інформації про закономірності кругообігу активів підприємства в розрізі основних бізнес-процесів і господарських операцій, які відображаються в системі бухгалтерського обліку та у фінансовій звітності;

3) логістичне аналітичне забезпечення управління підприємством, яке виконує завдання якісно-змістовного перетворення і передачу інформації про системи закупівлі, зберігання, обробки, постачання і транспортування матеріальних потоків підприємства;

4) інжинірингове аналітичне забезпечення управління підприємством, яке виконує завдання якісно-змістовного перетворення і передачі інформації про відповідність різних видів бізнес-процесів на підприємстві його цілям для побудови бізнес-моделі;

5) організаційне аналітичне забезпечення управління підприємством, яке виконує завдання якісно-змістовного перетворення і передачу інформації про стан і управлінські якості організаційної структури підприємства, процеси прийняття рішень, кадрову ситуацію і організаційну культуру;

6) маркетингове аналітичне забезпечення управління підприємством, яке виконує завдання якісно-змістовного перетворення і передачі інформації про стан маркетингової діяльності підприємства з урахуванням впливу зовнішнього середовища, ринку і елементів комплексу маркетингу: товарної політики, цінової політики, дистрибуції та маркетингових комунікацій;

7) інформаційне аналітичне забезпечення управління підприємством, яке виконує завдання якісно-змістовного перетворення і передачу інформації про циклічні тенденції розвитку стану системи управління підприємством під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

Отже, найважливішими завданнями сучасної практики обліку, аналізу та управління є вироблення і виконання рішень, спрямованих на досягнення фінансово-економічної стійкості та ефективності функціонування підприємства. З цієї метою актуальною стає проблема формування системи, якій притаманні аналітичні функції. Аналітична інформація використовується для прийняття управлінських і фінансових рішень як всередині підприємства, так і за його межами. Система аналітичного забезпечення, діючи безперервно, підвищує якість і розширює сферу практичного застосування інформації, позитивно впливаючи на якість звітності у процесі її підготовки і складання, тобто на ефективність управлінської інформації для сторонніх користувачів. У цьому головному призначенні і головна суть аналітичної системи, реалізацію якої доцільно покласти на аналітика і бухгалтера, що займається первинною обліковою та аналітичною інформацією. Поняття «аналітичне забезпечення» застосовується для визначення якісного стану облікових і аналітичних процесів, які є необхідними, для задоволення інформаційних потреб керівників і достатніми для прийняття управлінських рішень.

Література

1. Гудзинський О.Д. Теоретичні аспекти формування обліково-аналітичного механізму менеджменту / О.Д. Гудзинський, Г.Г. Кірейцев, Т.М. Пахомова // Облік і фінанси АПК. – 2008. – № 3. – С. 89-93.
2. Лазаришина І.Д. Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика: монографія / І.Д. Лазаришина – Рівне: НУВГП, 2005. – 369 с.
3. Усатова Л.В. Формирование учетно-аналитической системы на предприятии // Управленческий учет. – 2008. – № 9. – С. 17-25.

УДК 658.5

Пшенична Т.М.,
к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу,
Чернігівський національний технологічний університет

БЕЗПЕКА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЯК УМОВА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКИ ЄС

Важливим кроком в інтеграції України до світового економічного простору став вступ до Світової організації торгівлі (СОТ) та підписання угоди про асоціацію з ЄС. Україна здатна отримати значні вигоди від Угоди про асоціацію лише у разі її виконання. Можна виділити п'ять ключових сфер, які є визначальними для імплементації економічної частини Угоди про асоціацію: безпека харчових продуктів, митне законодавство, технічне регулювання та стандартизація продукції, відкрита конкуренція (антимонопольне законодавство) та реформа державних закупівель [1]. Головна проблема безпеки харчових продуктів в Україні – відсутність ефективної системи забезпечення безпеки продуктів, яка б контролювала продукт від постачальника сировини до місця продажу готового продукту.

ЄС застосовує дуже жорсткі вимоги щодо безпечності продуктів, щоб звести до мінімуму можливі випадки харчових отруєнь. Угода дає можливість українським виробникам вийти на ринок ЄС. Проте для цього Україна зобов'язана адаптувати європейські стандарти та прийняти кілька законів, які запровадять європейську систему контролю безпечності продуктів. Щоб Угода про асоціацію почала діяти і наша продукція вийшла на ринки Європи, потрібно, перш за все, прийняти закон про безпечність харчових продуктів.

Нині основною моделлю управління якістю і безпечністю харчових продуктів у промислово розвинутих країнах є система НАССР (англ. – *Hazard Analysis and Critical Control Points*) – аналіз небезпечних чинників та критичні точки контролю. Принципи системи НАССР рекомендовано до практичного застосування Комісією Codex Alimentarius (Харчовий кодекс) і є обов'язковими для країн Європейського Союзу на всіх харчових підприємствах [2, с. 68-69].

В Україні впровадження системи управління безпечністю харчових продуктів на основі концепції НАССР розпочато ще у 2002 році. З 01.07.2003 р. діє національний стандарт ДСТУ 4161-2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги» та з 01.08.2007 р. набув чинності національний стандарт ДСТУ ISO 22000:2007 (ідентичний міжнародному стандарту ISO 22000:2005). У зв'язку з певними складнощами виконання українськими підприємствами вимог стандарту ДСТУ ISO 22000 деякий час ці два стандарти будуть діяти паралельно. Процес впровадження ДСТУ ISO 22000 для підприємств, на яких функціонує система управління безпечністю харчових продуктів у відповідності з ДСТУ 4161-2003, буде легшим, ніж для підприємств, які розпочинають цю роботу з «нуля», тому що обидва ці стандарти базуються на принципах НАССР і на засадах

системного управління. Загалом вимоги зазначених стандартів призначені для застосування організаціями харчової та переробної промисловості, громадського харчування й іншими організаціями, діяльність яких пов'язана з харчовими продуктами. Цей стандарт можна використовувати як для впровадження систем управління безпечністю харчових продуктів (продовольчої сировини), так і для сертифікації цих систем.

Впровадження системи НАССР – не просто вимога українського законодавства чи умова для виходу на зовнішні ринки. НАССР – це концептуально проста система, за допомогою якої підприємства, що виробляють харчові продукти, можуть встановлювати й оцінювати ризики, що впливають на безпечність і якість продукції, запроваджувати механізми технологічного контролю, необхідні для профілактики виникнення або зменшення ризиків у припустимих межах, стежити за функціонуванням механізмів контролю і вести поточний облік з метою виявлення невідповідностей від моменту одержання сировини до виробництва готової продукції та реалізації її споживачеві. Метою системи є запобігання ризикам у найпершій з можливих ланок цього ланцюга виробництва [3, с.116].

Система НАССР може бути розроблена і впроваджена на підприємстві як самостійна система. А на підприємствах, де вже функціонує система управління якістю відповідно ISO 9000, система НАССР може бути її складовою частиною. Деякі підприємства використовують ISO 9000 та систему НАССР як інтегровану систему безпечності харчових продуктів та управління якістю, що набагато ефективніше.

Звичайно, НАССР не може бути абсолютною гарантією безпечності харчових продуктів, але вона надає впевненості у тому, що підприємство успішно управляє їх безпечністю. Система також дає змогу підтримувати високий рівень якості продуктів харчування і попереджати можливі невідповідності. До того ж зарубіжні інвестори значно активніше погоджуються на капіталовкладення, якщо знають, що на підприємстві діє система НАССР. Крім того, робота підприємства за системою НАССР, що унеможливорює потрапляння неякісної продукції кінцевому споживачеві, суттєво підвищує конкурентоспроможність підприємства, сприяє проведенню державного контролю і нагляду за дотриманням обов'язкових вимог стандартів у процесі виробництва.

Література

1. Угода про асоціацію між Україною та Європейським союзом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>
2. Ширококова А. Управління безпечністю харчових продуктів: системний підхід / А. Ширококова // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2010. – № 2. – С. 68-70.
3. Сіднева Ж.К. Особливості управління якістю та безпечністю продукції в харчовій промисловості / Ж. К. Сіднева // Економіка АПК. – 2007. – № 9. – С. 115-120.

Ромашко О.М.,

*аспірант кафедри організації виробництва і праці,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу*

РОЛЬ ГАЗОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ГАЗОПОСТАЧАННЯ КРАЇН ЄВРОПИ

У сучасному світі основним фактором енергетичної безпеки є ефективна політика в сфері диверсифікації енергоресурсів. Зниження рівня енергетичної залежності та гарантування енергетичної безпеки з кожним роком все більше стають ключовими питаннями політики держав на міжнародному рівні, а питання енергетики набувають важливого політичного значення.

За прогнозами британської компанії British Petroleum у довгостроковій перспективі серед видобувних енергоресурсів найвищими темпами буде зростати попит саме на природний газ за рахунок більш сприятливих екологічних характеристик [1, с. 47]. Зростання обсягів споживання газу характерне як для більшості країн світу, так і для країн ЄС. При цьому збільшення попиту на газ в ЄС зумовлюється [2]:

- перспективою закриття атомних електростанцій в окремих країнах ЄС (Німеччина, Швейцарія, Бельгія). 30 травня 2011 року уряд Німеччини оголосив про рішення закрити до 2022 року усі 17 ядерних реакторів, які сьогодні виробляють близько 23% електроенергії. У Швейцарії до 2034 року планують закрити всі 5 атомних станцій, на які припадає близько 40% енергії у країні. Поступове закриття бельгійських АЕС почнеться з 2015 року і має завершитись до 2025 року;

- потребою забезпечення природним газом окремих регіонів ЄС, які його досі не отримують, за рахунок будівництва нових газопроводів;

- збільшенням країн-учасниць ЄС (Хорватія стала 28 членом ЄС 1 липня 2013 року, претендентами на вступ до ЄС є Македонія та Чорногорія, потенційним кандидатом значиться і Сербія).

Значний дефіцит енергоносіїв в країнах ЄС обумовлює актуальність вирішення проблеми диверсифікації джерел та шляхів їх постачання на внутрішні національні ринки. Так як основним імпортером газу до європейських країн є Росія, а Україна є державою-транзитером, то диверсифікація газопостачання ЄС зачіпає і інтереси України, оскільки від рівня завантаженості ГТС залежить транзитний дохід.

Газотранспортна система (ГТС) України за своєю пропускнуою здатністю та протяжністю посідає друге місце в світі після Росії. Пропускна здатність газотранспортної системи України станом на 01.01.2015 року на вході складає 287,7 млрд. м³ газу, на виході - 178,5 млрд. м³, зокрема технічні можливості дозволяють транспортувати до країн Європи 142,1 млрд. м³. Загальна протяжність газопроводів української ГТС — близько 38,55 тис.км. і до її складу належать 12 підземних сховищ газу (ПСГ) ємністю понад 31 млрд. м³ [3]. Експлуатує ГТС України дочірня компанія НАК «Нафтогаз України» — ДК «Укртрансгаз» до складу якої входять 6 управлінь магістральних газопроводів (УМГ): «Київтрансгаз», «Харківтрансгаз», «Львівтрансгаз», «Прикарпаттрансгаз», «Донбастрансгаз», «Черкаситрансга

08.00.04 Економіка та управління підприємствами

з», які здійснюють транспортування газу. Всі газотранспортні управління, за винятком УМГ «Черкаситрансгаз», мають у своєму складі ПСГ. Слід зазначити, що близько 65% транспортованого обсягу природного газу ДК «Укртрансгаз» йде на експорт саме до країн ЄС.

Характерною рисою європейського газового ринку є майже стабільний рівень імпортозалежності, оскільки протягом 2010-2013 років обсяг імпортованого природного газу був майже на одному рівні, хоча і відмічено починаючи з 2011 року певну тенденцію до скорочення імпорту, таблиця 1.

Таблиця 1

Імпорт газу в країни ЄС [3, 4]

Показник	2010	2011	2012	2013
Імпорт газу в країни ЄС, млрд.м ³ в т.ч.	411,6	418,9	405,5	404,3
- трубопроводами	331,7	334,1	345	358,9
- LNG	79,8	84,9	60,5	45,4
з них імпорт російського газу	110,4	117,1	105,5	136,2
Обсяг транзиту територією України у країни ЄС, млрд.м ³	92,8	95,4	101,1	81,2
Частка імпортованого російського газу, %	26,82	27,95	26,02	33,69
Частка транзиту в імпорті, %	22,55	22,77	24,93	20,08
Частка транзиту в російському газі, %	84,06	81,47	95,83	59,62

Певний рівень дефіциту природного газу покривається за рахунок внутрішнього імпорту – з Данії та Нідерландів. Основними зовнішніми імпортерами трубопровідного газу до країн ЄС є Російська федерація, Алжир і Норвегія. Певні обсяги газу європейські країни отримують від Лівії. Слід відмітити, що частка імпортованого російського газу протягом 2010-2012 років коливалась в межах 26-28%, а у 2013 році зросла до рівня 34%, тобто європейські країни на 29,1% стали більш залежними від російського газопостачання. Таким чином третину аналізованого енергетичного ресурсу країни ЄС отримують саме від Росії, а за міжнародними критеріями енергетичної безпеки постачання енергоресурсів із одного джерела не повинно перевищувати 25% [5]. Слід відмітити, що ряд країн ЄС весь обсяг імпорту природного газу отримують від одного постачальника: Болгарія, Фінляндія, Литва, Латвія і Словаччина – від Росії, а Ірландія – від Великобританії. Ці країни перебувають у становищі, яке на міжнародному рівні називається критичною монопольною залежністю, оскільки вони на 100% імпортозалежні від одного постачальника.

Диверсифікацію поставок природного газу Євросоюз забезпечує і за рахунок технологій LNG, тобто транспортування природного газу у скрапленому стані з використанням спеціальних суден-газовозів.

Споживачами скрапленого газу серед європейських країн є Бельгія, Франція, Греція, Італія, Іспанія, Португалія та Велика Британія. Основними імпортерами є Катар, Алжир та Нігерії. Певні обсяги скрапленого газу європейські країни отримують від Норвегії, Перу, Тобаго і Тринідаду, Єгипту, Емену, Оману, Екваторіальної Гвінеї та Лівії.

Слід відмітити, що протягом аналізованого періоду співвідношення між обсягами транспортування природного газу трубопроводами та за рахунок технологій LNG було в сторону збільшення обсягів магістрального транспортування.

Щодо обсягів транзиту природного газу ВАТ «Газпром» через українську ГТС, то протягом 2010-2012 років відбулось зростання його обсягів на 8,3 млрд.м³, що майже на 9% більше. Проте у 2013 році за рахунок збільшення обсягів транспортування газопроводом в обхід української території Україна втратила майже п'яту частину обсягів транспортування російського газу. Дана ситуація і призвела до зменшення частки транзиту як і в загальному обсязі імпорту так і в тій частині, яку країни ЄС отримують від Росії. Проте навіть при скорочення обсягів транзиту через територію України частка природного газу у 2013 році становила 20%.

Отже, енергетична безпека європейських держав, які споживають російський газ, значною мірою залежить від стабільної та безперебійної роботи української ГТС. За рахунок потужного потенціалу газотранспортних підприємств Україна спроможна забезпечувати надійне газопостачання з Росії до країн Європи з вигодою для себе. А для того щоб наша держава отримувала стабільний дохід необхідно, що магістральні трубопроводи були завантажені хоч би на сьогоднішньому рівні. Оцінка завантаженості української газотранспортної системи в середньо та довгостроковій перспективі залежить від прогнозованих обсягів російського газу, який буде постачатися в Європейський Союз. Ці обсяги, в свою чергу, залежать від потреб імпорту природного газу в країни Євросоюз. А для того, щоб запобігти скороченню обсягів транзиту газу територією України необхідна послідовна політика взаємодій з постачальником газу та оптимізація тарифів на транзит газу, що може бути важливим та ефективним інструментом впливу на перспективні проекти. Також необхідно створити спільну платформу дій трикутника інтересів ЄС-Україна-Росія в газовій сфері, де Україна як транзитер є досить вразливою стороною.

Література

1. BP: прогноз розвитку мировой BP: прогноз развития мировой энергетики до 2030 г. энергетики до 2030 г. [Електронний ресурс]. - Режим доступу із http://www.bp.com/liveassets/bp_internet/russia/bp_russia_russian.
2. Саприкін В. «Газовий трикутник» ЄС-Україна-Росія: єдність та боротьба інтересів / В.Саприкін // Дзеркало тижня. – 13.04.2004.– №8(332).
3. Офіційний сайт ПАТ «Укртрансгаз» [Електронний ресурс] – Режим доступу:– www.utg.ua.
4. BP Statistical Review of World Energy, June 2011 – June 2014 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.bp.com>
5. Волович О. Перспективи диверсифікації джерел постачання енергоносіїв в Україну / О. Волович [Електронний ресурс] // Національний інститут стратегічних досліджень. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Monitor/mart2009/5.htm>

Романюк Михайло,
д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту і маркетингу,
заслужений діяч науки і техніки України,
ДВНЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
м. Івано-Франківськ

МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В СИСТЕМІ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Планування є важливою частиною соціальної, економічної та комерційної діяльності підприємства і першоосновою будь-якої його діяльності. Планування здійснюється як великими, так і малими підприємствами. Перш, ніж здійснити будь-яку дію потрібно чітко сформулювати бажаний результат, дії та ресурси для його досягнення. Це спонукає керівництво підприємства передбачати майбутнє, змушує постійно визначати цілі та координувати свою політику, що призводить до більш продуктивної керованої роботи. Крім того, ретельне планування допомагає передбачити зміни середовища і оперативно реагувати на них, сприяє більш ефективному використанню ресурсів, що вважається одним з найважливіших завдань, оскільки ресурси і потенціал є обмеженими.

Маркетингове планування надає можливість підприємству найкращим шляхом використати обмежені ресурси для досягнення поставлених цілей. Маркетинговий процес на підприємстві визначає свій ринок, поділяє його на дрібні сегменти, вибирає з них найперспективніші і концентрує увагу на обслуговуванні та задоволенні цих сегментів. Розробляється маркетинговий комплекс, що складається з контрольованих підприємством компонентів: ціни, товару, методів розповсюдження та просування товару. Щоб скласти та втілити в життя оптимальний маркетинговий комплекс, підприємство використовує такі заходи, як аналіз, планування та контроль маркетингу. За допомогою таких заходів підприємство спостерігає за змінами маркетингового середовища та адаптується до них.

Маркетинг розглядається як методологія ринкової діяльності. Він визначає тактику та стратегію підприємств, що задовольняє потреби споживачів та підвищує прибутковість підприємства. В сучасних умовах господарювання в Україні використання маркетингу на підприємствах стикається з низкою проблем одна з яких є чи необхідне його використання та організація самого маркетингу на підприємстві.

Планування маркетингу – це логічна послідовність видів маркетингової діяльності, визначення цілей підприємства, складання плану маркетингу, максимізація об'єму продажу та прибутків, вибір стратегії маркетингу. Також планування маркетингу можна розглядати як поведінку маркетингової системи, що забезпечує ефективне виробництво, розподіл та реалізацію продукції підприємства. Тому під плануванням маркетингу слід розуміти логічну послідовність окремих видів діяльності і процедур з постановки цілей маркетингу, вибору стратегії маркетингу і розробки заходів з їх досягнення за певний період.

Сучасне підприємство змушене працювати в умовах жорстокої конкуренції, саме для цього, щоб вижити та успішно функціонувати на ринку підприємству необхідний план маркетингу. Складання плану маркетингових заходів є кінцевим результатом планування маркетингу. Система планування маркетингу включає, крім розробки план-маркетингу, його реалізацію та контроль.

Маркетингове планування залежить від зовнішнього середовища. Це означає, що його потрібно адаптувати до його умов, оскільки вплинути на ці умови організація не може. Маркетинговий план – це документ, в якому сформовані основні цілі маркетингу товару чи послуг компанії та шляхи їх досягнення. План маркетингу має формальну структуру, але може використовуватися і як неформально достатньо гнучкий інструмент: для підготовки аргументів при введенні нового товару, при зміні підходів до маркетингу товарів компанії, при розробці повних маркетингових планів відділу чи фірми для включення в корпоративний чи бізнес-план.

Якщо план маркетингу – документ з формальною структурою, то він зобов'язує людину, яка його складає висловлювати свої думки, факти та висновки таким чином, щоб його могли зрозуміти інші. У правильно підготовленому маркетинговому плані повинні міститися ті стратегії, якими керуються менеджери фірми у повсякденній роботі. Маркетингове планування це аналіз реалізації ресурсів маркетингу для цього необхідно: сегментувати ринок, визначити ринкові позиції, прогнозувати життєздатність ринкової частки всередині кожного сегмента. Як відомо, ситуація на ринку змінюється дуже швидко, і сьогодні розроблений маркетинговий план завтра може виявитися неактуальним. Тому маркетинговий план потрібно постійно модернізувати, удосконалювати, відслідковувати поточну ситуацію на ринку та коригувати.

Вітчизняний та зарубіжний досвід господарювання свідчить про те, що планування в підприємстві здебільшого не забезпечує значного успіху, який проявляється в зростанні обсягів обороту, прибутку, економічного росту. Як правило планування починають широко використовувати в період розвитку, коли після стрімкого росту або періоду становлення, виникають проблеми в зміцненні досягнутого успіху, забезпеченні стабільності.

В умовах ринкового регулювання підприємство самостійно здійснює весь комплекс планової роботи. Надання самостійності означає не тільки скасування повної залежності його діяльності від уряду, а й надання широких прав у визначенні та реалізації виробничої програми, організації матеріально-технічного і кадрового забезпечення, шляхів розвитку підприємства, методів мотивації праці та економічної відповідальності за кінцеві результати роботи.

Отже, планування – вид, сфера діяльності органів управління підприємства по передбаченню майбутнього стану його економіки на основі врахування дії законів розвитку природи і суспільства, а також тенденцій розвитку підприємства галузі та національної економіки. Суть планування полягає в обґрунтуванні цілей. Для їх досягнення виділяють такі параметри як: час, матеріально-технічні, трудові та фінансові ресурси, терміни поставки сировини, матеріали, устаткування. В плані відображають комплекс завдань, робіт, методів, способів їх виконання, необхідні фінансові, матеріальні, трудові та інші ресурси, розміри та напрямки використання інвестицій, а також управлінські рішення і заходи для їх реалізації. Діяльність щодо розробки планів охоплює всі сторони життя, всі етапи діяльності підприємства.

Мета планування полягає у створенні максимально наближених до умов діяльності підприємства планів в мінімальні терміни із мінімальними допустимими витратами матеріальних, трудових та фінансових результатів. Задача планування - це вирішення поточних проблем планування, що виникають на етапах планових розрахунків і забезпечення виконання основної його мети. Засобами планування виступають матеріальні, трудові і фінансові ресурси, що забезпечують виконання поставлених цілей та задач. Об'єктом планування є виробничо-комерційна діяльність підприємства і його науково-технічний розвиток, соціальна сфера, охорона довкілля, а суб'єктом – підприємство, цех, дільниця, потокова лінія, робоче місце.

План по маркетингу чітко визначає, де компанія знаходиться на даний момент та в якому напрямку планує йти далі. Планування маркетингу обирає тенденцію розвитку, розвиває власні можливості фірми. Збільшує ефективність використання власних ресурсів, згуртовує колектив, ставить цілі і планує постійний їх ріст та розвиток компанії.

Реальність плану маркетингу в значній мірі залежить від осіб, які його формують. Підготовка плану маркетингу означає постановку задач, конкретизацію цілей маркетингових взаємодій фірми. Вибір плану маркетингу являє собою вибір найбільш оптимальної моделі планування заходів. План маркетингу включає основні напрямки реалізації товарів і послуг фірми; визначає співвідношення між попитом і пропозицією, а також між економічними витратами і виручкою; фіксує потенційні об'єми збуту нової продукції; містить розрахунок максимальних об'ємів розширення продаж.

Маркетинговий план, як складова загального плану підприємства враховуючи специфіку виробництва і збут продукції, визначає стратегію і тактику поведінки на ринку та збільшує його ринкові переваги. В будь-якому випадку маркетинговий план – це важливий документ підприємства, який є основою здійснення і координації всіх видів його діяльності.

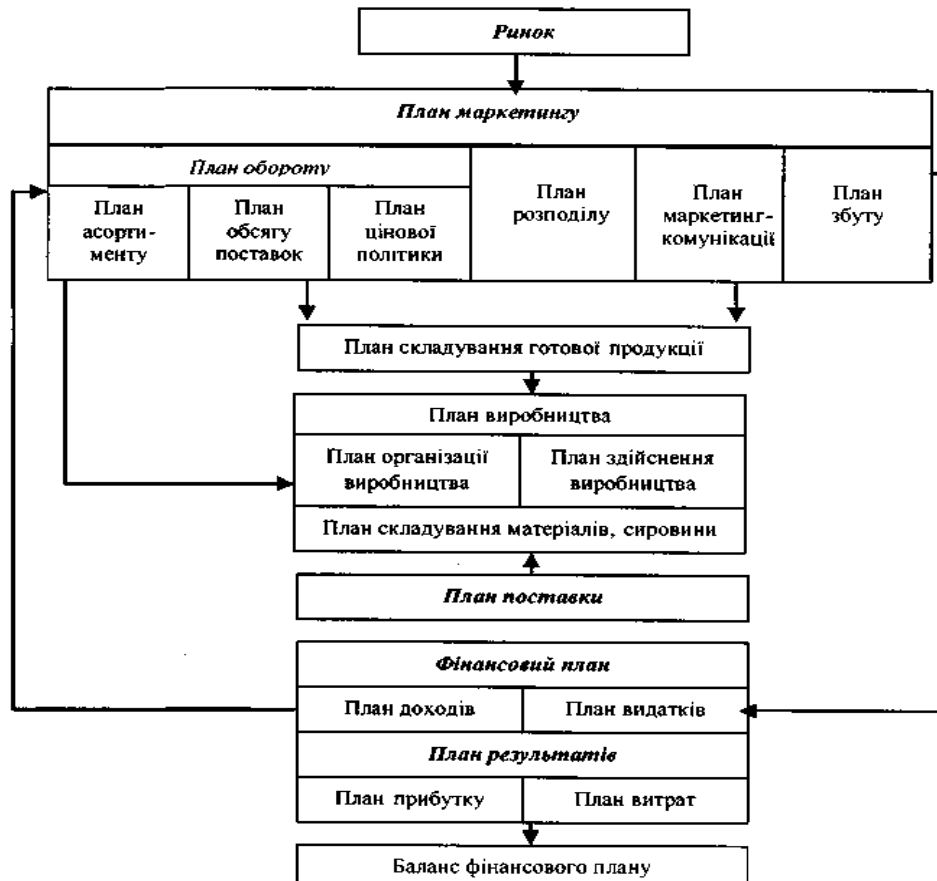


Рис. 1. План маркетингу в системі планування на підприємстві

Отже, основне призначення плану маркетингу підприємства полягає в забезпеченні збуту своєї продукції. В кінцевому результаті план має містити наступне: характеристику вашої компанії, опис ваших клієнтів, їх попит на продукцію який ви уже задовольнили чи збираєтесь задовольнити, вибір регіонального та демографічного сегменту ринку, аналіз сильних та слабких сторін конкурентів та вашого бізнесу, реальні цілі та прогнози продаж, стратегію в сфері реклами і просування товару, план продаж.

Маркетинговий план в вузькому сенсі стає інструментом контролю підприємницької діяльності підприємства в цілому, сприяє досягненню максимальних результатів при мінімальних витратах та є вигідним для всіх маркетингових партнерів, а в широкому сенсі маркетинговий план відображає стан вашого бізнесу на даний момент та на майбутнє.

Література

1. Єфімова С.А. Маркетингове планування, чи як за допомогою плану досягти збільшення прибутку організації. / С.А. Єфімова. – М. : Вид-во “Альфа-прес”, 2007. – 196 с
2. Зінь Е.А. Планування діяльності підприємства: навчальний посібник: європейська кредитно-трансферна система: для студентів напрямів підготовки 6.030504 “Економіка підприємства” та 6.030601 “Менеджмент” / Е.А. Зінь, М.О. Турченко – Рівне : НУВГП, 2011. – 136 с.
3. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства : навчальний посібник / Л.А. Швайка. – Львів: Новий Світ – 2000, 2003 – 268 с.
4. Морохова В.О. Планування та організування маркетингової діяльності підприємств: монографія / В.О. Морохова, О.В. Ковальчук. – Луцьк: Луцький державний технічний університет, 2006. – 176 с.
5. Ястремська О.М. Планування діяльності підприємства : навчальний посібник / О.М. Ястремська, К.В. Яковенко, О.О. Ястремська, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Харківський національний економічний університет – Харків: Видавництво “ХНЕУ”, 2011 – 172 с.
6. Романюк М.Д. Підходи до класифікації маркетингових комунікацій при виході на новий сегмент ринку / М.Д. Романюк, І.М. Расевич. – Тернопіль : ТНЕУ, 2010. – С. 200–208.

УДК 339.138:65.012.32

Росоха В.В.,

*д.е.н., професор, зав. кафедри маркетингу та управління бізнесом,
НУ “Києво-Могилянська академія”*

**УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ В МАРКЕТИНГУ:
ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ**

У широкому розумінні маркетинг являє собою діяльність на ринку, головною ознакою якого є конкуренція. Ринкова система – це соціальний організм, здатний забезпечити співпрацю й розв'язання широкомасштабних національних і світових проблем. Для розвитку маркетингу необхідна наявність двох найвагоміших класичних компонент – товару і конкуренції. Без них потреба в маркетингу відпадає. Лише за умови насичення ринку товарами маркетинг набуває ключового значення.

Маркетинг безпосередньо пов'язаний із соціально-економічними явищами і процесами, перебуває у сфері економічної науки, спирається на методологію, управління, витрати і доходи з урахуванням основних законів ринку. Економіка – це, насамперед, постійно змінювана економічна система, що характеризується циклічністю, диспропорційністю, кризовими явищами, спадами й підйомами, залежністю від багатьох чинників, значущість яких для економіки також змінюється. Тому в економічних дослідженнях, у визначенні перспектив подальшого поступу економічної науки й підвищенні якості наукового доробку суттєво зростає роль методології. Вона стає інструментом пошуку нових знань для побудови раціональних економічних моделей на таких засадах: інтеграції знань, посилення зв'язку між науками й науковими напрямками; ускладнення економічної науки, різноманітності методів дослідження; закономірності розв'язання проблем, що виходять за межі конкретного дослідження; обґрунтування математичних методів проведення кількісного аналізу та якісного аналізу процесів і явищ; зростання ролі людського фактора у розв'язанні економічних проблем, людського й соціального потенціалу; становлення заснованого на продукуванні й споживанні знання (*knowledge economy*) постіндустріального суспільства й виробництві на основі їх благ (*knowledge based goods*).

Управління маркетингом – це систематичний цілеспрямований вплив на маркетингову діяльність через планування, організацію, мотивацію і контроль для досягнення маркетингових цілей підприємства. Проте маркетинг як цілісна система являє собою лише *n*-у частину менеджменту в системі управління. Згідно з цим, поняття “маркетинговий менеджмент” розглядають у широкому і вузькому сенсі. У широкому сенсі маркетинговий менеджмент або “управління маркетингом” включає комплекс стратегічних і тактичних заходів, спрямованих на забезпечення стійкого й усестороннього успіху у споживачів товарів і послуг підприємства й прибутковості його діяльності. Вузьке розуміння маркетингового управління базується на сфері управління службою маркетингу з урахуванням впливу чинника загального керівництва всією виробничо-фінансовою діяльністю підприємства. Управління маркетингом має здійснюватися відповідно до схваленого плану маркетингу, який водночас є частиною загального плану діяльності суб'єкта господарювання.

У прогнозуванні ринку й продажів товарів важлива роль належить експертним технологіям. Вони базуються на правилах аналогій, обмеженнях і взаємозв'язку ринкових параметрів, а також безпосередньо на інтуїції менеджера. Аналогом слугує період схожого розвитку ринку і продажів. Відповідно можна передбачити, що і як відбуватиметься на ринку та з продажами товару в майбутньому з урахуванням поправки на економічні кризи (приблизно через 10 років) і посткризовий етап економічного зростання.

За відсутності ринкової інформації по будь-якій товарній групі беруться базові ринкові показники утримання клієнтів (як правило 65–70 %) і частина ринку відповідно до потенціалу підприємства. Якщо максимальна частка ринку компанії-лідера становить 40 %, то інші суб'єкти господарювання знаходяться нижче за лідера на частках ринку, кратних числу два. Джерелом інформації слугує схожий або сусідній ринок (географічний або товарний), аналог з власного бізнесу, аналог конкурентного порівняння (бенчмаркінг), результати маркетингових досліджень і тестів.

Розвиток ринків і товарів лише на перший погляд має хаотичну і непередбачувану природу. Насправді існують жорсткі обмеження на практично будь-який ринковий показник і на можливості продажів. Так, підвищення попиту на споживчому ринку в середньому на 10 % спричинює збільшення попиту на промисловому щонайменше у

5 разів. Якщо зростання доходів підвищує попит на житло, то це водночас впливає на зростання виробництва будівельних матеріалів.

Більшість ринків і продажів розвиваються циклічно, по синусоїді, що піднімається вгору відповідно до життєвого циклу товару (ЖЦТ). Зміни ринків і продажів більш ніж на $\pm 35\%$ в рік виняткові. Основними причинами такої зміни є кризи, кліматичні умови, державні обмеження чи, навпаки, стимулювання у вигляді держзамовлень або відкриття великих кредитних ліній.

Формування раціональної асортиментної політики підприємства має спиратися на емпіричний закон Парето "The 80/20 principle". Так, 20 % клієнтів забезпечують 80 % усіх доходів, 80 % часу, зусиль, матеріалів припадає на створення 20 % всіх продуктів, 20 % всіх продуктів фірми (зовсім не ті, на які припало більше всього зусиль) забезпечують 80 % сукупному доходу.

Організація діяльності фірми на засадах маркетингового менеджменту значною мірою збігається з підприємницькою діяльністю, яка базується на інноваціях. Технологічна концепція, застосування технологій маркетингового проектування, виведення на ринок нових продуктів дає змогу фірмам отримувати 37 % зростання продажу і прибутку. Водночас застарілі продукти зменшують ці показники на 11 %.

Проте у вітчизняній економіці немає необхідного інвестиційного попиту на інновації з боку підприємств. Конкуренція навколо нових технологій поки-що підміняється конкуренцією за витоки влади над господарською діяльністю. Інноваційна економіка пригнічується рентною економікою з гламурним дисконтом. Тому наша промисловість й має такий, вельми жалюгідний стан.

Сабірова І.М.,

*асистент кафедри маркетингу та ресурсозабезпечення,
Національний авіаційний університет,
м. Київ*

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ БРЕНД-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ СФЕРИ ПОСЛУГ

Еволюція і застосування брендингу в світі має півторавікову історію, впродовж якої брендинг пройшов шлях від звичайного підтвердження якості продукції і послуг через персоніфікацію товару в образах і символах до сучасного уявлення про свою сутність, як маркетингову категорію, і місце на ринку та в суспільстві. Сучасний брендинг містить значний споживчий досвід, різні підходи виробників і торговців до просування товарів і послуг, які передбачають формування у споживачів певних асоціацій, пов'язаних з якістю товарів і послуг.

Створюючи свої торгові марки та бренди і просуваючи їх на ринку, компанії і підприємства вступають в таке конкурентне змагання, в якому торгові марки/бренди забезпечують впевненість споживачів в постійному отриманні очікуваного рівня властивостей товарів і послуг, надають можливість швидкого вибору товару в умовах дефіциту часу, що призводить до створення феномену лояльності, який формує добробут підприємства.

Бренд має свою власну структуру, що складається з гідності бренду, яка визначається якістю товару чи послуги, пакування, гарантії і зобов'язання, які надаються виробником споживачам, та доповнюють товар чи послугу.

Системний підхід до аналізу елементів брендингу, які відображають відмінні властивості товарів чи послуг і здатні викликати позитивні чи негативні емоції споживача є необхідним для розуміння сутності брендингу. До елементів брендингу відносяться: атрибути, які викликають функціональні і емоційні асоціації, надані бренду покупцями і потенційними клієнтами; сутність бренду; індивідуальність, що складається із сукупності всіх атрибутів, створюється і підтримується бренд-менеджером; імідж, що є унікальним набором асоціацій, які в даний час знаходяться на думці у споживачів

В світі існують дві основні моделі рекламного ринку і бренд-менеджменту: англо-американська або західна і японська або азійська.

Створення нового бренду для західної компанії є довгостроковою інвестицією як у виробництво, так і в просування особливо в перші роки життєвого циклу бренду. Лише за декілька років бренд починає генерувати гроші для компанії, перетворюючись на «дійну корову», що принесе прибуток і дозволяє запускати нові бренди.

Бренди в західній моделі можна розділяються на споріднені бренди, в яких присутня назва компанії-виробника, і на індивідуальні бренди – самостійні назви товарів. «Бренд-парасолька» є різновидом споріднених брендів.

Основна відмінність англо-американської і японської моделей бренду полягає в тому, що японські компанії і рекламні агенції відмовились від створення «вільних брендів» і натомість ввели систему підбрендів.

Сьогодні обидві моделі здійснюють вплив одна на одну, і деякі характерні властивості однієї моделі переходять до іншої.

В нашій країні недостатньо об'єктивних умов для його масового впровадження і створення досить широкого асортименту фірмових товарів, конкурентноздатних як на українському ринку, так і за його межами. Існує ряд факторів, які здійснюють найбільший вплив на визначення позицій на українському ринку вітчизняних та іноземних фірм, які вступили у конкурентну боротьбу за долю ринку та лояльність українських споживачів.

Для українського ринку характерні проблеми, які не сприяють розвитку брендингу. Серед них слід визначити відсутність «фону», тобто особливостей, притаманних певній країні, місцевості, галузі, де товар вироблено. За допомогою «фону» формується престижність товару, яка ідентифікується брендом.

Розробка елементів брендингу, зокрема товарних знаків, в нашій країні відбувається в основному без попередніх досліджень та обґрунтувань, а малі компанії за браком коштів створюють бренди інтуїтивно.

Відсутність «мегабрендів», які оптимізують уявлення про товар у багатьох регіонах, а в ідеалі в глобальних масштабах, також не сприяє розвитку брендінгу. Створення численних варіантів бренду, що відповідають специфічним властивостям конкретних ринків, призводить до розпилення коштів.

Небагато українських виробників мають фінансові можливості на розробку, створення та управління брендом.

Торгова марка/бренд в умовах ринкової економіки є одним із заходів встановлення права власності і самоствердження виробника. Розуміючи сутність брендінгу неважко визначити його основні функції, до яких відносяться знайомство та інформування споживачів; асоціативна функція, пов'язана з іміджем бренду; надання споживачам відчутних вигод; надання конкурентних переваг виробникам; управління товаром.

Формування концепції брендінгу в сфері послуг повинно починатися з аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища компанії, тобто проведення досліджень ринку, конкурентного і споживчого середовища, оцінка і аналіз стереотипів сприйняття і переваг цільової аудиторії, а також оцінка ресурсів фірми на предмет готовності до створення нового іміджу.

На другому етапі відбувається вибір і тестування назви та створення слогану, реєстрація торгової марки та початкове її позиціонування.

Третій етап – це формування комунікаційної стратегії, передбачає вибір найбільш ефективних каналів передачі інформації.

Четвертий етап – формування програми просування – містить план з вказівкою конкретних рекламних, PR заходів і заходів із стимулювання збуту з встановленням термінів виконання та попередньою оцінкою вартості.

На п'ятому етапі відбувається розробка самого бренду, його характеру. Для послуг стає більш важливим елементом назва фірми, а також фірмовий стиль, який дозволяє відрізнити дану фірму від фірми конкурента.

Функція контролю бренд-маркетингу створює основу для прийняття важливих маркетингових рішень відносно торгової марки, зокрема стосовно того, хто буде контролювати товарні марки: сам виробник чи посередник; ким буде організована рекламна підтримка бренду. В залежності від того, хто їх контролює, бренди можна класифікувати як марки виробника; приватні марки; безмарочні або так звані «білі товари» та дешеві бренди.

Впровадження системи бренд-маркетингу покликано досягти найвищого рівня якості послуг, підвищити ефективність процесу розподілення послуг, максимально задовольнити потреби кінцевих споживачів

Література

1. Брендінг: Учебное пособие. – СПб. : Питер, 2011. – 288 с.
2. Анхольт С. Бренд Америка: мать всех брендов / Анхольт С., М., 2010.
3. Кий М. Оцінювання вартості бренду / Кий М. // Отдел маркетинга. – 2010. – №9. – С. 13-18.
4. Зеркаль Д.А. Формирование бренда территории как ресурс развития муниципального образования // Без темы. 2009. №2 (12). С.27.
5. Линдстром М. Buology: увлекательное путешествие в мозг современного потреби тела / Линдстром М. – М., 2010.
6. Шилина Ю. Секреты современного брендінга / Ю. Шилина // впервые опубликовано в журнале: Продвижение Продовольствия. Prod&Prod. – 2010. – №2.
7. Braun, E. (2011), "Putting city branding into practice", Journal of Brand Management, Vol. 19 No. 4, pp. 257-267.

Савка Ю.В.,

аспірантка кафедри менеджменту та адміністрування,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ПЕРЕВАГИ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ОДНІЄЇ З ЕФЕКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Становище українських підприємств в умовах сьогодення є досить жорстким. Висока нестабільність та непередбачуваність ринку, повна девальвація національної валюти, що тягне за собою негативні інфляційні процеси, недосконале законодавство та нестабільна політична ситуація вимагають від підприємств посиленої роботи щодо їх життєзабезпечення. Саме тому, перед вітчизняними підприємствами ставиться завдання не лише контролю за здійснення ефективної операційної діяльності, але й за якістю системи управління. І в даній ситуації особливого значення набуває бюджетування. Оскільки забезпечити керівників підприємств своєчасною та достовірною інформацією можна за рахунок застосування технологій бюджетного управління.

Значний внесок у розроблення теоретико-методологічних та практичних засад бюджетування на підприємстві здійснили такі вітчизняні науковці: Давидович І. Є., Квасницька Р. С., Кравченко О.С. та ін.

Дана робота має на меті сформулювати основні переваги, що надає бюджетування сучасним українським підприємствам.

Якщо взяти до уваги вітчизняний та зарубіжний досвід науковців та практиків, бюджетування є ефективною технологією управління фінансово-господарською діяльністю підприємств. Також воно виступає основним засобом управління необхідною оперативною інформацією про технологічні і господарські процеси, які у поєднанні з іншою інформацією за допомогою оперативного аналізу дають змогу своєчасно оцінювати результати діяльності підприємства, реагувати на зміни, уникати їх у майбутньому та приймати поточні та стратегічні управлінські рішення[1].

Існує чимало публікацій, які стосуються бюджетування. В одних із них бюджетування розглядають, як процес розробки, виконання, контролю та аналізу фінансового плану, що охоплює всі сторони діяльності підприємства [2]; в інших – як технологія управління фінансово-господарською діяльністю підприємства та його окремими

підрозділами (центрами фінансової відповідальності) на базі обробки, координації та контролю внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків [3]. Але беззаперечно воно визнається ефективним та корисним.

Якщо взяти до уваги накопичений світовий досвід, то ми розуміємо, що за допомогою бюджетування ми можемо з нових позицій використовувати планування в цілому і ставитись як до основної системи управління. Управлінські рішення, які так чи інакше стосуються доходів, витрат і грошових потоків, також співвідносяться з бюджетом і оцінюються відповідно до нього. Загалом бюджетування більшою чи меншою мірою використовується на переважній більшості вітчизняних підприємств.

Безпосередньо бюджетування включає технологію планування, обліку, контролю і аналізу фінансових, інформаційних і матеріальних потоків, а також отримуваних результатів. Ця технологія охоплює всі функціональні сфери діяльності підприємства: маркетинг, адміністрування, управління персоналом, виробництво, закупки, продажі та контроль якості.

Необхідність удосконалення системи бюджетування на вітчизняних підприємствах можна обґрунтувати за допомогою таких факторів, як: необхідність для компаній у сучасних умовах знаходити внутрішні резерви зниження витрат; обґрунтування оптимального рівня витрат фінансових коштів; оптимізація податкової політики й інших завдань, пов'язаних з удосконаленням системи управління підприємством.

Бюджетування, на відміну від традиційних способів управління, ефективніше впливає на формування фінансових ресурсів, рух коштів і на фінансово-господарські результати внаслідок оперативнішого отримання інформації, яка є значною аналітичною цінністю для прийняття управлінських рішень. Сьогодні бюджет є невід'ємною частиною прогнозування та контролю основних показників діяльності підприємства, це інструмент бізнесу, технологія планування, обліку та контролю коштів і фінансових результатів [4].

Таким чином, можна згрупувати позитивні результати впровадження бюджетування на підприємстві за сферами діяльності підприємства. Для цього слід виокремити такі сфери діяльності підприємства, як: управління, виробництво, фінансова сфера діяльності та планування діяльності.

Що стосується управління, то основними перевагами, які вносять технології бюджетування є: чіткість та цілеспрямованість діяльності організації; підвищення якості та оперативності прийняття управлінських рішень; узгодження, координація дій окремих підрозділів (філій, відділень та ін.) і відділів підприємств, а також окремих напрямів діяльності для досягнення поставлених глобальних завдань; поліпшення процесів комунікації на підприємстві; допомога менеджерам нижньої ланки зрозуміти свою роль в організації; підвищення відповідальності конкретних виконавців шляхом делегування їм повноважень і обов'язків щодо виконання певних показників бюджету; оптимізація документообігу.

Щодо переваг в плануванні, можна виділити наступне: аналіз бюджетів, що дозволяє вчасно вносити коригувальні зміни; можливість вчитися на досвіді складання бюджетів минулих періодів; інструмент порівняння досягнутих і бажаних результатів.

По відношенню до виробництва, перевагами виділяємо: оптимізацію витрат і впровадження оперативного контролю за постійними та змінними витратами; більш раціональний розподіл і використання ресурсів; ритмічність та безперервність виробничо-господарських процесів; можливість удосконалити процес розподілу ресурсів; посилення контролю за виробничими показниками, доходами та видатками як в цілому підприємства, так і окремих структурних підрозділів.

В фінансовій сфері діяльності перевагами впровадження технології бюджетування можна виокремити такі: поліпшення платоспроможності підприємства на основі ефективного управління грошовими потоками; покращення фінансових результатів на основі управління прибутком і витратами; забезпечення прозорості і передбачуваності потоку коштів, посилення контролю керівництва за рухом коштів; збільшення ефективності та одночасно зниження ризику використання вільних коштів; оптимізація фінансових потоків при заздалегідь визначених критичних періодах у діяльності компанії та необхідності зовнішнього фінансування.

Таким чином, бюджетування сьогодні є найважливішою конкурентною перевагою українських підприємств, його роль у діяльності вітчизняних підприємств полягає у визначенні того, як, де і коли потрібно використовувати ресурси, щоб забезпечити зростання ефективності діяльності підприємства. Упровадження бюджетування є першочерговим для наших підприємств, оскільки ефективність їх діяльності знаходиться на дуже низькому рівні. Досліджене питання є актуальним та потребує подальших досліджень з метою створення передумов для формування ефективної конкурентної стратегії підприємства.

Література

1. Кравченко О.С. Місце бюджетного управління в загальній системі управління торговельним підприємством // О.С. Кравченко, О.С. Брагіна / Бізнесінформ. – Харків. : 2014. - №1.- С.154-158.
2. Давидович, І. Є. Контролінг : навч. посіб. / І. Є. Давидович. – К. : ЦУЛ, 2008. – 552 с.
3. Квасницька Р.С. Змістовно-функціональні аспекти бюджетування та принципи його побудови на українських підприємствах // Р.С. Квасницька, С.О. Джерелейко / Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. - К.: 2011.- №1. – С. 217-227.
4. Міньковська М. В. Аспекти бюджетування: переваги та недоліки, успіхи та помилки / М. В. Міньковська, Ю. О. Виноградова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.

БАЗОВІ КОМПОНЕНТИ БРЕНДУ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Від якості побудови сильної торговельної марки залежать перспективи успіху будівельного підприємства у комерційному середовищі, бренд котрого формують три основних компонента – корпоративна позиція (призначення), корпоративна поведінка, корпоративний імідж [1, с. 112–120].

Перший елемент – корпоративна позиція (призначення) будівельного підприємства – утворює основу бренду та індивідуальності торговельної марки суб'єкту господарювання будівництва. Воно визначає які потреби, у кого і в який спосіб жадає задовольняти підприємство, а також відношення до ринку, конкурентів, споживачів. Цей елемент виконує дві основні функції: інформаційну та цільову.

Інформаційна функція виражається посередництвом ідентифікації потреб, що буде задовольняти підприємство, презентації своєї присутності на ринку, попередження конкуренції про ринкову активність, готовність прийняти очікування ринку та свого оточення.

Цільова функція пов'язана із внутрішньою активністю підприємства, що віддзеркалюється відповідно на стратегії, структурі та рішеннях.

Сутність призначення будівельного підприємства можна також виразити у контексті стабілізуючої функції (гарантії відносної стабільності роботи), інтегруючої функції (діяльність на стратегічному та оперативному рівнях), забезпечення достовірності у суспільній думці (призначення роботи інтересам споживачів).

На формування призначення будівельного підприємства впливають внутрішні та зовнішні фактори. Основними елементами впливу є наміри та очікування власників, компетенція менеджерів, ресурси та історія суб'єкту господарювання будівельного ринку.

Формування призначення тісно пов'язано із формуванням індивідуальності підприємства, що виступає особливою відмінністю та компонентом бренду та іміджу підприємства. Індивідуальність підприємства на основі специфічного процесу персоналізації представляє собою своєрідну суму індивідуальностей співробітників. Тому особові якості людських ресурсів підприємства мають основне значення для побудови бажаного образу суб'єкту господарювання. Другий вагомий елемент бренду – корпоративна поведінка будівельного підприємства. Вона формує комплекс основних принципів, на які спирається функціонування підприємства. В області стратегії – це принципи довгострокових та середньострокових правил поведінки, що утворюють образ розвитку підприємства та визначають межі його ринкової активності. У питанні структур та рішень – принципами виступають такі, що регулюють поведінку усіх співробітників у короткі періоди у всіх функціональних сферах, як під час виконання внутрішніх так і зовнішньо-організаційних задач.

Для побудови корпоративної поведінки будівельного підприємства визначаються професійні ролі співробітників, спосіб їх реалізації та складається організаційна культура підприємства. Принципи функціонування, як складова частина бренду, формують мотивацію співробітників до реалізації призначення будівельного підприємства. Мотивація можлива посередництвом формального примусу (регламенти, розділ влади та відповідальності), засобів заохочення (матеріального та нематеріального характеру) та переконання.

Принципи функціонування повинні впливати на реальну інтерналізацію призначення усіх співробітників. Це умова формування чіткої організаційної культури та очікуваного власниками образу серед колективу та зовнішнього оточення. Корпоративна культура базується на конкретних принципах та загальних цінностях, що розділяються як керівниками так і виконавчими кадрами. Це відзначено у відносинах: менеджмент – співробітники, підприємство – клієнти та оточення.

Третім елементом бренду будівельного підприємства є візуальна ідентифікація – корпоративний імідж. Його сутність полягає у наданні складовим частинам організації цілісності, єдиної згуртованої концепції графічної презентації, що спонукає до корпоративного призначення та стратегії функціонування [2]. Візуальна ідентифікація зводиться до створення виразної графічної марки та іміджу підприємства, що передається через ім'я, назви відділів та посад, продукцію, рекламну компанію, печатки, фірмові бланки, візитні картки, бейжі, фірмовий одяг, промо-матеріали тощо. Набір цих та інших інструментів формує систему візуальної ідентифікації, основними елементами якої виступають: назва підприємства, емблема та логотип (фірмовий знак), тип, розмір та колоритність письма, принципи композиції реклами, формат веб-сайту, правила позиціонування [3, с. 561].

Система візуальності підприємства представляє собою з'єднуючу ланку у відносинах з ринковим оточенням. Ця система забезпечує чітку ідентифікацію суб'єкту господарювання будівництва у сегменті функціонування серед клієнтів, постачальників, посередників, ЗМІ, а також являється елементом, що формує почуття приналежності персоналу та його інтеграції з підприємством.

Таким чином, від належної спрацьованої роботи колективу будівельного підприємства та кваліфікованого менеджменту у сфері бренд-маркетингу залежить конкурентоспроможність на ринку будівельної продукції.

Література

1. Ян В. Виктор. Продвижение. Система коммуникации между предпринимателями и рынком : пер. с польского / Ян В. Виктор. – Х. : Изд-во Гуманитарный Центр, 2003, – 480 с.
2. Altkorn, Wizualizacja firmy, Instytut Marketingu, Kraków, 1999.
3. Strategor. Zarządzanie firmą. Strategie, struktury, decyzje, tożsamość. PWE, Warszawa, 1995.

УПРАВЛІННЯ РИТМІЧНІСТЮ ВИРОБНИЦТВА ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Важливою складовою організації ефективного виробничого процесу на підприємстві є забезпечення його ритмічності, ефективне управління якою дозволить підприємству досягти запланованого обсягу випуску та реалізації продукції, а отже і запланованого рівня прибутку.

У сучасних літературних джерелах з управління виробничим процесом на підприємстві зовсім не приділено уваги такій його складовій, як управління ритмічністю виробництва.

За своєю суттю ритмічність виробництва представляє собою систематичне виконання плану випуску продукції за встановленим графіком, асортиментом і відповідної якості при максимальному використанні виробничих ресурсів підприємства. Щоб забезпечити ритмічне виробництво готової продукції необхідно розробити ефективну політику управління даним процесом на підприємстві. Ми вважаємо, що управляти ритмічністю виробництва означає управляти всіма факторами, що на неї впливають, розглянемо основні з них.

Одним із важливих факторів, що впливає на ритмічність виробництва є трудові ресурси, зокрема це забезпеченість робочою силою, склад, структура та кваліфікація працівників, організація праці та трудова дисципліна, плинність кадрів. Адже низька кваліфікація працівників, їх відсутність на робочому місці або психологія «все робити в останню хвилину», ставлять під сумнів своєчасне та повне виконання планового завдання з виробництва продукції, що безпосередньо впливає на рівень ритмічності виробництва готової продукції. Отже, для підвищення рівня ритмічності виробництва підприємству необхідно проводити ефективну кадрову політику, однією із важливих напрямів якої має стати матеріальне стимулювання робітників за виконання планових обсягів виробництва продукції. Преміювання працівників за виконання плану з виробництва підвищить зацікавленість персоналу у ритмічній роботі, що позитивно вплине на результати діяльності підприємства.

Наступним важливим фактором, що суттєво впливає на ритмічну роботу підприємства є засоби праці, тобто забезпеченість підприємства основними засобами, склад і якість устаткування, організація технічного догляду і профілактики, терміни і якість капітальних і поточних ремонтів, наявність резервних виробничих потужностей. Адже, якщо підприємство має застаріле обладнання та не підтримує його у належному стані, то з часом можуть виникнути простої, пов'язані з його поломкою. Це, в свою чергу, призведе до невиконання плану з виробництва продукції, а, отже, і до порушення ритмічності. Таким чином, одним із основних напрямів роботи підприємства у сфері управління основними засобами підприємства мають стати своєчасний ремонт та оновлення діючого обладнання.

Третім фактором, який впливає на рівень ритмічності виробництва є предмети праці, зокрема це забезпеченість матеріальними ресурсами, своєчасність їх постачання, якість і комплексність сировини і матеріалів, наявність і комплексність складських запасів, організація зберігання та використання матеріальних ресурсів. Затримки поставок сировини, неналежне зберігання запасів на складах, поставки неякісних матеріалів призводять до збоїв в роботі цехів і ставлять під загрозу виконання планів з виробництва готової продукції. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є перехід підприємства на організацію виробництва за принципом логістики, що передбачає формування господарчих зв'язків; визначення потреби в обсягах і напрямках перевезень продукції; визначення послідовності проходження продукції через пункти складування; оперативне регулювання поставок та перевезень; формування й управління надлишками; розвиток складського господарства; надання комерційних та транспортно-експедиційних послуг.

Іншими, не менш важливими факторами, що впливають на ритмічність виробництва готової продукції є організація виробництва та управління, оперативно-календарне планування виробництва, оперативний облік та контроль, наявність і комплексність незавершеного виробництва, рівень підготовки нових виробів, завершеність технологічних процесів. Зокрема, неналежна організація виробництва, відсутність планування або необґрунтоване завищення чи заниження планів з виробництва порушують ритмічну роботу підприємства.

Також, вважаємо за доцільне, процес управління ритмічністю виробництва розглядати у двох аспектах: організаційному і технологічному.

Організаційний напрямок представляє собою організацію ритмічного виробництва шляхом вдалої розстановки працівників і налагодження взаємодії між ними, контроль з боку начальника цеху за виконанням планів з виробництва.

Технологічний напрямок передбачає вдосконалення технологій виробництва та транспортних перевезень, складського господарства, інформаційного забезпечення, планування та контролю, а також оптимізація витрат на ефективне функціонування кожного з цих підрозділів.

Отже, вдала політика підприємства в управлінні ритмічністю виробництва готової продукції полягає у визначенні основних факторів, які значно впливають на її рівень, що дає можливість підприємству забезпечити безперебійний виробничий процес і отримати запланований обсяг виробленої продукції.

ПРИНЦИПИ ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ЙОГО СКЛАДОВИМИ

Необхідність оцінювання рівня інноваційного розвитку машинобудівного підприємства виникає на різних етапах виробничо-господарських процесів, зокрема під час формування рішень щодо необхідності технологічного оновлення виробництва, адаптування технологічних процесів до використання нових видів сировини і матеріалів, доцільності інвестування у створення інноваційних продуктів. Недосконалість науково-прикладних розробок у цій сфері полягає у відсутності загальноновизнаних критеріїв оцінювання рівня інноваційного розвитку машинобудівного підприємства, віддаленість результатів оцінки від тих результатів, які необхідні для побудови або коригування ефективної інноваційної стратегії підприємства, що не дозволяє визначити альтернативні напрями подальшого інноваційного розвитку підприємства.

Проведення оцінювання інноваційного розвитку підприємства на практиці – це досить складний і багатоступінний процес, який вимагає значних трудових і тимчасових витрат ресурсів. Крім цього, система показників, необхідних для комплексної оцінки інноваційного розвитку машинобудівного підприємства, повинна відповідати таким вимогам [1, с. 18-19; 2, с. 476]: система показників повинна враховувати галузеві особливості перебігу інноваційних процесів на підприємстві; система повинна містити показники, що характеризують наявність і якість основних стратегічно важливих для підприємства ресурсів, задіяних в інноваційній діяльності; в системі повинні бути показники, які прямо чи опосередковано вказують на результативність використання наявних ресурсів підприємства, задіяних та інноваційної діяльності; система повинна забезпечувати можливість порівняння показників, використовуваних для аналізу на різних машинобудівних підприємствах; спрямовуватися на виконання підприємством поточних та перспективних завдань; узгоджуватись із існуючою на підприємстві звітністю; витрати на збір та обробку інформації відповідно до обраної системи показників повинні бути мінімальними.

На підставі проведених досліджень, рекомендується розглядати структуру інноваційного розвитку промислового підприємства як сукупність елементів різного роду складності та організації, між якими існує певний взаємозв'язок: інноваційний потенціал та результативність інноваційних процесів на підприємстві. Для розробки ефективного механізму управління інноваційним розвитком пропонується використовувати наступну систему показників за якісним і кількісним складом, які найбільш детально і всебічно, на нашу думку, характеризують стан інноваційного розвитку машинобудівного підприємства та рівень використання основних видів ресурсів, що спрямовуються на реалізацію інноваційної діяльності.

Матеріально-технічне забезпечення: питома вага нового обладнання в загальній вартості основних засобів виробничого призначення; коефіцієнт призначеного для НДДКР майна; коефіцієнт фондоозброєності.

Науково-дослідна активність: питома вага витрат на НДДКР у загальних витратах підприємства; коефіцієнт ефективності НДДКР; питома вага зайнятих у дослідженнях і розробках в загальній кількості персоналу; частка персоналу, задіяного в інноваційних проектах; середній рівень заробітної плати науково-технічних спеціалістів щодо середнього рівня заробітної плати по підприємству; частка заохочувальних виплат працівникам для стимулювання інновацій у загальних витратах на оплату праці; коефіцієнт освітнього рівня; коефіцієнт спеціалізації та підвищення кваліфікації.

Організаційно-управлінська структура: рівень організаційної структури управління інноваційним розвитком; забезпеченість власними інноваційними підрозділами, технологічними відділами, конструкторськими відділами, лабораторіями контролю якості продукції тощо; рівень якості конструкторської і технічної документації; частка сертифікованої продукції, технологій, виробництв; коефіцієнт забезпеченості інтелектуальною власністю.

Ринкові можливості: коефіцієнт ефективності інноваційного розвитку; коефіцієнт конкурентоспроможності інноваційної продукції; участь підприємства у виставках, семінарах, конференціях; раціональність використання каналів розподілу товарів; гнучкість цінової політики; рівень використання реклами.

Фінансово-економічний потенціал: частка власних коштів на фінансування інновацій в загальній сумі інвестиційних коштів; питома вага залучених коштів на інновації в загальній сумі інвестиційних коштів; питома вага позикових коштів на інновації в загальній сумі інвестиційних коштів.

Результативність інноваційних процесів на підприємстві: рівень реалізації інноваційних проектів; рівень використання підприємством (переданих) нових технологій (технічних досягнень). Крім того, слід розуміти, що інноваційна діяльність підприємства може отримувати як позитивні, так і негативні ефекти, залежно від того, яким чином використовуються структурні елементи інноваційного розвитку.

Література

1. Шира Т.Б. Підходи до статистичного оцінювання стану інноваційно-технологічного потенціалу підприємства / Т.Б. Шира // Статистика України : науково-інформаційний журнал. – 2009. – № 1. – С. 14-20.
2. Темненко С.М. Методи оцінки інноваційного потенціалу підприємства / С.М. Темненко // Науково-технічний бюлетень. – 2012. – № 1. – С. 474-477.

Синицына Ю.П.,
доцент, к.т.н., кафедра менеджмента,
Алексеенко И.А.,
ассистент, кафедра менеджмента,
Национальная металлургическая академия Украины,
г. Днепрпетровск

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Правильная и полноценная кадровая стратегия металлургического предприятий в условиях кризисной ситуации невозможна без понимания особенностей производственной структуры, управления персоналом, особенностями производственных процессов на предприятиях.

Черная металлургия - крупнейшая ключевая отрасль экономики Украины. Ее важность обусловлена тем, что предприятия машиностроения и металлообрабатывающей промышленности зависят от производства металлургической отрасли, а также, что металл является важной статьёй экспорта и основным источником строительных материалов.

Металлургическое предприятие как производственная система включает средства труда как кооперацию (систему) машин, рабочую силу как кооперацию рабочих или систему совместного труда, экономику как систему экономических отношений внутри и вне предприятия и систему управления.

Результатом актуализации вопросов эффективной организации стратегического управления стало издание ряда фундаментальных научных трудов, главное место среди которых сегодня занимает проблема адаптации предприятий Украины к западной парадигме стратегического управления.

В последние годы этим проблемам посвящены разработки Г.А. Андрусенко, А.Н. Бурлаковой, С.К. Василик, Л.Е. Довганя, А.П. Мищенко, Г.В. Осовской, Т.М. Хмеля, З.Е. Шершнева, Л.А. Шишмарев и других. Практические рекомендации по созданию и реализации успешных стратегий современных предприятий представлены в публикациях зарубежных авторов - Д. Акера, К. Боумана, Х. Виссема, Р. Каплана, Д. Кембела, Д. Кинга, М. Коуэн, Г. Минцберг, К. ноумана, С. Левицкий, Д. Нортон, К. Обломов, Б. Хартлена, Д. Хасси.

Относительно содержания и разновидностей стратегий организации в литературе по стратегическому менеджменту существуют разные точки зрения. Понятие «стратегия» используется в науке и практике управления с 50-х годов XX в.. Концепция стратегии впервые была разработана в 60-х года А. Чандлером, К. Эндрюсом. Содержание понятия стратегии менялся под воздействием экономического развития общества. Проблемам развития предприятия и стратегического управления развитием посвящены работы как отечественных, так и зарубежных ученых, а именно: Раевнева А.В. [1], Василенко В.А. [2], Пономаренко В.С. [3] и др.

Несмотря на большое количество научных трудов и значительные достижения в сфере обоснования теоретических основ развития предприятия, на сегодня сущность, классификация видовых проявлений на уровне предприятия четко определены.

В начале нового века на этапе обострения международной конкуренции, снижение темпов экономического развития стран существенно возросло внимание к вопросам разработки и внедрения стратегий экономического развития. При этом решающим фактором экономического успеха стало считаться, прежде всего, квалифицированное управление персоналом, инвестирование в человеческий капитал. Появилось новое понимание стратегии, которое акцентировало внимание на том, что стратегия - это процесс, отражающий управленческую философию руководства фирмы, именно человеческие ресурсы имеют доминирующее влияние на реализацию разработанной стратегии, именно персонал является базой стратегического управления организацией.

Проблема получения конкурентных преимуществ обусловила постановку принципиально новой задачи - определение стратегий управления персоналом или кадровых стратегий на определенный длительный период развития организации.

Анализ научных подходов различных авторов [4, 5] позволяет констатировать, что важнейшими элементами кадровых стратегий независимо от формы собственности предприятий являются: цель деятельности организации, система планирования организации, отношения топ-менеджеров; организационная структура служб управления персоналом; критерии эффективности системы управления персоналом; различные ограничения на функционирование организации, то есть определенное наличие финансовых, трудовых, материальных ресурсов, возрастных, социальных ограничений; взаимосвязь с окружающей средой.

Целевые ориентиры кадровой стратегии в рыночных условиях направлены, прежде всего, на достижение конкурентоспособности персонала и конкурентоспособности организации, обеспечения максимально возможных доходов. Разработка стратегических целей кадровой политики должно непременно учитывать опыт организации, ее достижения, корпоративные ценности, организационное окружение, стратегические цели деятельности в целом [6, с. 68], особенности внешней среды (существующее законодательство, состояние рынка труда, действенность профсоюзов).

Кадровая стратегия любой организации должен предусматривать такие ключевые составляющие, как отбор персонала, оценка квалификации, развитие персонала, материальная и моральная мотивация, другими словами, вознаграждение в виде заработной платы, участия в прибыли, продажи акций, выражение благодарности, карьерный рост, поощрение возмещением затрат на обучение, оздоровление и тому подобное.

Анализ показывает, что в последние годы промышленные предприятия Украины, в частности металлургические пытаются на практике руководствоваться современными достижениями кадрового менеджмента. Однако, несмотря на положительные сдвиги в становлении промышленных предприятий остается остро ощущаемым дефицит высококвалифицированных специалистов. При этом следует иметь в виду, что речь идет о недостатке работников, способных к разработке инноваций, проявления инициативы, творчества, постоянного обучения и переобучения, активного общения с коллегами на высоком профессиональном и культурном уровне.

На металургічних підприємствах поки остається проблемним питанням розробка і впровадження кадрових стратегій, здатних гнучко реагувати на змінюючіся потреби ринку, забезпечуючи економічний і соціальний ефект, стимулювати підвищення корпоративної культури, ріст професійної компетенції працівників і їх адаптивності до конкурентних умов діяльності.

Вважаємо, що причини існуючих недоліків в реалізації кадрових стратегій металургічних підприємств пов'язані з відсутністю комплексного підходу до вирішення кадрових проблем.

Всі складові кадрової стратегії повинні мати пряму і зворотню зв'язь з стратегічним аналізом стану розвитку конкурентної середовища в регіоні, країні і стратегічними, аналітичними і прогнозованими оцінками розвитку металургічних підприємств.

Стратегічний аналіз і прогноз розвитку металургічного підприємства необхідно здійснювати по наступним складовим компонентам (етапам) кадрової стратегії металургічного підприємства: формування стратегічних орієнтирів кадрової політики металургічного підприємства; розробка професійно-кваліфікаційних вимог до персоналу; набір, відбір, ротация, атестація кадрів; адаптация до умов професійної діяльності; організація матеріальної і нематеріальної мотивації праці; підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації; мотиваційний моніторинг, оцінка результатів трудової; аналіз стану і перспектив розвитку ринку металургії; вдосконалення роботи з персоналом з урахування змін; визначення шляхів рісту конкурентоспроможності.

Моніторинг результатів реалізації складових кадрової стратегії повинні створювати необхідне обґрунтування для вдосконалення кадрової роботи, прогнозування руху кадрів, адекватного змін системі поощрень, матеріальних і нематеріальних стимулів в тісній залежності з досягненням цілей організації на ринку.

Таким чином, для забезпечення розвитку металургічних підприємств України необхідно комплексне бачення процесу розробки і впровадження кадрової стратегії, що є найбільш прийнятним для управління конкурентоспроможністю персоналу організацією в цілому.

Література

1. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: [монографія] / Раєвнева О.В. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
2. Василенко В.О. Стратегічне управління: [навч. посібник] / В.О. Василенко, Т. І. Ткаченко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 396 с.
3. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : [монографія] / Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. – Х. : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. – 328 с.
4. Колпаков В.М. Стратегічний кадровий менеджмент. Ч.1.: учеб. посібник / В.М. Колпаков, Г.А. Дмитренко-К. : МАУП, 2002. – 280 с.
5. Щекин Г.В. Основи кадрового менеджменту : ученик / Г.В. Щекин. – 4-е изд., испр. – К. : МАУП, 2002. – 280 с.
6. Руфан В.Г. Управление развитием аттестации персонала / В.Г. Руфан // Вісник СНУ ім. В.Далі. – 1(71).– Ч.2. – 2004 – С. 167–169.

УДК 336.631.162

Смирнова Н.В.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту і маркетингу,

Одеський державний аграрний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СКЛАДУ КЕРУЮЧОЇ ТА КЕРОВАНОЇ ПІДСИСТЕМ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Будь-яка організація, що прагне до розширення можливостей досягнення успіху, має чітко окреслювати напрями власного розвитку, раціонально формувати зв'язки між керуючою та керованою підсистемами управління. Адаже з точки зору системного підходу, система управління має основним завданням вироблення і реалізацію управлінських впливів чи рішень керуючою системою (суб'єктом управління) для формування необхідної поведінки керованої системи (об'єкта управління) в умовах різних впливів навколишнього середовища для досягнення сформульованих цілей.

Формуванню і встановленню цілей і завдань в управлінні активами організації як складової фінансового менеджменту приділяють увагу українські та російські дослідники: І.О. Бланк, Н.Г. Виговська, М.О. Данилюк, Г.Г. Кірейцев, Л.О. Коваленко, Т.В. Момот, О.М. Петрук, В.І. Савич, Г.А. Семенов, Л.М. Ремньова, В.М. Федосов. Однак не існує в сучасних джерелах однозначних точок зору стосовно об'єкту та суб'єкту управління активами підприємства. Тому, цілями дослідження є уточнення елементів керованої системи (об'єкту) та керуючої системи (суб'єкту) управління активами в системі менеджменту організації.

У досліджуваних нами працях не знайдено визначення об'єкту управління активами. Згідно з нашою точкою зору, об'єктами управління активами є самі активи та відносини, які виникають у процедурі організації бізнес-процесів та операцій, що формують і розподіляють активи, регулюють ризики, пов'язані з їх формуванням і використанням, визначають результати від їх використання, тобто управління активами охоплює всю сукупність форм і методів організації відносин щодо формування і використання активів підприємством. Не досить однозначно також в роботах враховуються суб'єкти управління активами (табл. 1).

Підходи до визначення суб'єктів управління активами підприємства	
Вчені, автори	До суб'єктів управління активами підприємств відносяться
І.О. Бланк Г.А. Семенов	власники підприємства; фінансові менеджери широкого профілю; функціональні фінансові менеджери.
Т.В. Момот	власники; фінансові менеджери.
Г.Г. Кірейцев Н.Г. Виговська О.М. Петрук	керівний та фінансовий апарат системи органів управління на підприємстві
В.М. Федосов	посадові особи фінансової служби або працівники, в компетенцію яких входить управління активами на підприємстві
Г.Г. Кірейцев	органи державного управління; фінансові й податкові органи; власники; апарат управління підприємством.
Л.О. Коваленко Л.М. Ремньова	фінансова дирекція та безпосередньо фінансові менеджери, які шляхом різних управлінських заходів справляють цілеспрямований вплив на фінансову діяльність підприємства
М.О. Данилюк В.І. Савич	група спеціалістів, яка за допомогою фінансових інструментів, методів відповідної фінансової інформації здійснює цілеспрямований вплив на управління активами.
Російський форум спілки економістів "Фінанси та кредит"	сукупність фінансових інструментів, методів, технічних засобів, а також фахівців, організованих у певну фінансову структуру, що здійснюють цілеспрямоване функціонування активів.

Джерело: згруповано автором

Одні вчені відносять до суб'єктів управління активами лише керівний та фінансовий апарат системи органів управління на підприємстві [2; 3; 4; 9], інші – включають до їх складу також власників підприємства [1; 11], а також інколи елементи зовнішнього середовища підприємства органи державного управління, фінансові й податкові органи [10] чи фінансові інструменти, методи, технічні засоби [7]. Вважаємо за потрібне зауважити, що згідно загальноприйнятої концепції, яка також використовується і в юридичній законодавчій практиці "...Суб'єкти управління – це персонал, функціональні служби, структурні підрозділи, спеціально створені органи, які впливають на систему управління з метою забезпечення її функціонування" [5, с. 8]. Однак в даному випадку зазначається, що "суб'єктом управління фінансового менеджменту є загальний вид діяльності, який відображає відношення людей в фінансовій роботі" [6, с. 7].

Саме тому ми пропонуємо віднести до суб'єктів управління активами підприємства власників, економічні чи фінансові служби та фінансових менеджерів вищої, середньої та низової ланок. Власники та фінансові менеджери вищої ланки формують політику управління активами (у її числі оборотними і необоротними) та затверджують фінансову стратегію підприємства. Фінансові менеджери середньої ланки – приймають участь у розробці стратегії та впроваджують оперативні управлінські рішення стосовно формування активів, схвалені власниками, узгоджують різноманітні форми діяльності та зусилля різних підрозділів організації. Менеджери низової ланки займаються щоденними операціями та діями, що необхідні для забезпечення ефективного використання активів підприємства.

Література

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2007. – 656 с.
2. Данилюк М.О. Финансовый менеджмент: навч. посібник для студ. вищ. навч. закл./ М.О. Данилюк, В.І. Савич. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 204 с.
3. Кірейцев Г.Г. Финанси підприємства : навчальний посібник: Курс лекцій / Г.Г. Кірейцев, Н.Г. Виговська, О.М. Петрук. – Житомир: ЖІТІ, 2003. – 272 с.
4. Коваленко Л.О. Финансовый менеджмент: навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова. – К. : Знання, 2005. – 485 с.
5. Кузьмін О.Е. Основы менеджмента : підручник / О.Е. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К. : Академвидав, 2007. – 464 с.
6. Поддєрьогін А.М. Финансовый менеджмент : підруч. / А.М. Поддєрьогін, Я.І. Невмержицький. – К. : КНЕУ, 2006. – 535 с.
7. Понятие, цели и задачи финансового менеджмента. Финансовые инструменты – [Електронний ресурс] "Фінанси та кредит" – Режим доступу: <http://finansi-credit.ru/ponyatie-tseli-i-zadachi-finansovogo-menedzhmenta-finansovye-instrumenty>
8. Финансовое планирование і управління на підприємствах : навчальний посібник / Г.А. Семенов, В.З. Бугай, А.Г. Семенов, А.В. Бугай. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 432 с.
9. Федосов В.М. Теорія фінансів: підручник/ В.М. Федосов. – ЦУЛ, 2010 – 450 с.
10. Финансовый менеджмент : навч. посіб. за ред. Г.Г. Кірейцева. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 531 с.
11. Финансовый менеджмент : навч. посібник / Т.В. Момот, В.О. Безугла, Ю.О. Тараруєв, М.В. Кадничанський; за ред. Момот Т.В. – Харків: ХНАМГ, 2009. – 650 с.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Сільськогосподарські підприємства України не демонструють динаміки розвитку, яка б відповідала суспільним вимогам. Незважаючи на помітні позитивні зміни в їх діяльності упродовж останнього десятиліття, рівень продуктивності праці, технологічної ефективності виробництва продукції в них значно поступається показникам розвинутих країн, що негативно позначається на економічній ефективності сільськогосподарського виробництва. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є забезпечення інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств.

Згідно зі статтею 1 Закону України "Про інноваційну діяльність" інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, підпадає під визначення інноваційної діяльності [2]. Виходячи з цих визначень, інноваційну діяльність у сільському господарстві розглядаємо як процес впровадження у сільськогосподарське господарювання і, як наслідок, конкурентоспроможності суб'єктів галузі. Разом з тим, зазначений процес відзначається складністю й багатоаспектністю, тому розглядається в економічній літературі як складна динамічна система дії і взаємодії різноманітних методів, факторів і органів управління, установ, організацій [1, с. 32].

Інновації в сільськогосподарському підприємстві можуть набувати різних форм прояву. Найчастіше вони впроваджуються у вигляді: нових, продуктивніших і стійкіших до хвороб та природно-кліматичних проявів сортів та гібридів рослин, порід тварин; досконаліших марок і модифікацій сільськогосподарської техніки; нових технологій виробництва сільськогосподарської продукції; використання біотехнологій, агрохімікатів та біологічних препаратів (вакцин); впровадження економічних розробок, спрямованих на удосконалення організації виробництва.

Ефект від впровадження інноваційної діяльності в сільськогосподарських підприємствах може бути виражений у трьох основних формах:

- у підвищенні урожайності культур та продуктивності тварин, тобто в технологічній ефективності сільськогосподарського виробництва;
- у поліпшенні якісних параметрів сільськогосподарської продукції, що дозволить підвищити ціну її реалізації, зміцнити позиції вітчизняних виробників у конкуренції з зарубіжними виробниками як на зовнішніх, так і на внутрішньому ринках;
- у зниженні собівартості продукції завдяки впровадженню енерго- та ресурсозберігаючих технологій, посиленню контролю за використанням наявних ресурсів.

При впровадженні інновації часто розраховують на комплексний ефект, коли підвищення технологічної ефективності веде до зниження собівартості продукції, супроводжується досягненням високих параметрів її якості. Індикатором цього ефекту є суттєве підвищення рентабельності продукції, що дозволить поліпшити фінансовий стан підприємства і сформувані передумови для подальших інвестицій у його розвиток.

Серед індикаторів, що відображають результати інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств, виділимо динаміку урожайності культур і продуктивності тварин. Стійка тенденція до їх підвищення, яка сформувалася у більшості галузей сільськогосподарського виробництва України, вказує на певні досягнення у поширенні в галузі інноваційних продуктів. Разом з тим, результати інноваційної діяльності окремих агровиробників вкрай неоднозначні. Про це свідчить дуже велика (кількакратна) варіація показників продуктивності в рослинництві і тваринництві в сукупності підприємств. Тому для оцінки результатів інноваційної діяльності в системі аграрного виробництва пропонуємо аналізувати не тільки динаміку, а й варіацію зазначених показників.

Чимало сільгоспвиробників взагалі не мають змоги вносити суттєві поліпшення в застосовувані технології. Певна частина орієнтується лише на придбання нової техніки і часткові зміни в технологіях. І лише відносно невелика кількість суб'єктів господарювання спроможна забезпечити комплексність інноваційної діяльності. Однак в останньому випадку йдеться про потужні структури агрохолдингового типу, на які припадає значна частка виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції. Тому вкрай актуальним є завдання трансферу інновацій у малі й середні сільськогосподарські підприємства, в усі галузі сільськогосподарського виробництва. Це дозволить зберегти модель аграрного виробництва, в якій поєднуюватимуться різні за розмірами і спеціалізацією підприємства, може бути створена достатня кількість високооплачуваних робочих місць.

Література

1. Інноваційне забезпечення розвитку сільськогосподарського господарства України: проблеми та перспективи / [Лупенко Ю. О., Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. та ін.]. – К. : ННЦ "ІАЕ", 2014. – 516 с.
2. Про інноваційну діяльність : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

ОСОБЛИВОСТІ ІНФОКОМУНІКАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ВИРОБНИЧИМИ СТРУКТУРАМИ

Підвищення самостійності господарюючих суб'єктів в умовах глобалізації економіки вимагає створення ефективних систем управління, як галуззю в цілому, так і самих підприємств. Із збільшенням кількості вирішуваних в управлінні задач, прямо пропорційно до них збільшується кількість інформаційних потоків, що обумовлено впливом на підприємство великої кількості різних за природою чинників. У мінливих інформаційно-насичених умовах функціонування структур управління стає можливим за умови системного підходу до їх розробки і аналізу.

На всіх етапах управлінського процесу ОПР (особа, що приймає рішення) повинна мати інформацію про проміжні та кінцеві результати виробництва, його цілі, критерії їх досягнення, наявність природно-ресурсного потенціалу керованого об'єкта, про стан виробництва, взаємини з навколишнім середовищем, а також про наслідки можливих альтернатив прийнятим управлінським рішенням. При цьому треба мати можливість отримувати будь-яку інформацію з різних джерел і швидко та якісно її переробляти.

Ефективне управління сільським господарством потребує удосконалення та розвитку бази фінансово-економічної та спеціальної інформації, яка вимагає високого ступеня інформатизації на всіх рівнях управління, що в свою чергу пов'язано з постійним розвитком інструментів моделювання і вдосконаленням засобів обчислювальної техніки.

Використанню інформаційних технологій в агропромисловому виробництві останнім часом приділяється багато уваги як у нас в країні, так і за кордоном. При цьому увага концентрується на загальному впровадженні інфокомунікаційних технологій (ІКТ) в управління, на точному землеробстві [2], на ІКТ забезпеченні економіко-математичного моделювання, побудови комп'ютерних моделей, в інформаційному забезпеченні АПК. Розглядаються також питання моніторингу родючості земель з використанням геоінформаційних технологій та даних дистанційного зондування землі [1]; наукові засади та результати створення систем управління та підтримки прийняття рішень на основі використання системного аналізу і ГІС-технологій [3, 4].

У розвинених країнах світу (США, Канада, Австралія, країни ЄС) для інформаційного забезпечення аграрного менеджменту всіх рівнів широко використовують різноманітні інформаційні системи, такі як: системи моніторингу стану агресурсів та прогнозування урожайності сільськогосподарських культур; системи забезпечення контролю якості сільськогосподарської продукції; системи оперативного управління та оптимізації виробничих процесів; інформаційно-довідкові системи маркетингової спрямованості; аналітичні та моделюючі системи відстеження розвитку надзвичайних ситуацій та їх впливу на виробництво та якість сільськогосподарської продукції.

Система моніторингу стану агресурсів та прогнозування врожайності (СМАПВ) – це складна багатоскладова інформаційна система, яка здатна в оперативному режимі надавати відомості про поточний стан та майбутню урожайність сільськогосподарських культур на певних площах. В залежності від оглядовості розрізняють СМАПВ локального, регіонального та національного рівнів, але всі вони зазвичай складаються з наступних трьох блоків: блок отримання інформації; блок обробки та аналізу інформації; блок розповсюдження інформації. Як правило в СМАПВ для отримання інформації широко використовуються технології та методи дистанційного зондування Землі (ДЗЗ), для обробки та аналізу інформації використовуються географічні інформаційні системи (ГІС), а для її розповсюдження – технології Internet.

Дистанційне зондування Землі (Remote Sensing of Earth) – це отримання інформації про об'єкти на земній поверхні, а також про процеси та явища, що відбуваються на нашій планеті у відсутності безпосереднього контакту з об'єктами дослідження, тобто "здалеку". До переваг методів ДЗЗ, перш за все, слід віднести те, що отримання інформації відбувається бездеградаційним шляхом, тобто без будь-якого втручання в об'єкт дослідження. По-друге: методи ДЗЗ характеризуються великою обзорністю, що дозволяє виявляти та досліджувати явища та процеси, які неможливо спостерігати з невеликої відстані. По-третє: на відміну від людського ока, яке сприймає ЕМВ лише в дуже вузькому діапазоні довжин хвиль, різноманітні сенсори, що використовуються в системах ДЗЗ, здатні реєструвати ЕМВ у багатьох діапазонах спектру – видимому, інфрачервоному, мікрохвильовому та радіодіапазоні, що значно підвищує їх інформативність та розширює коло вирішуваних задач.

Географічна інформаційна система (Geographic Information System) – це сучасна комп'ютерна технологія для картування та аналізу об'єктів реального світу, а також подій, що відбуваються на нашій планеті. Ця технологія поєднує традиційні операції роботи з базами даних, такими як запит і статистичний аналіз, та забезпечує повноцінну візуалізацію і проведення географічного аналізу. Ці можливості відрізняють ГІС від інших інформаційних систем і забезпечують унікальні можливості для її застосування в широкому спектрі задач, пов'язаних з аналізом і прогнозом явищ і подій навколишнього світу, їх можливих наслідків та з плануванням стратегічних рішень.

Точне землеробство (Precision Farming) – це система сільськогосподарського менеджменту, яка спрямована на мінімізацію антропогенного навантаження на навколишнє середовище та підвищення продуктивності шляхом оптимізації продукційного процесу. Ця система передбачає використання цілої низки сучасних інформаційних технологій, в тому числі ГІС та ДЗЗ, але основними в реалізації точного землеробства є наступні технології: оцінка розподілу врожайності в межах окремого поля (Crop Monitor Technology); визначення точних координат місцезнаходження сільськогосподарських машин та агрегатів в межах окремого поля – глобальне позиціонування (Global Positioning System); технологія так званого "змінного нормування" (Variable Rate Technology), яка передбачає корегування норми висіву насіння, внесення поживних речовин, засобів захисту рослин або взагалі виконання/невиконання різних агротехнологічних операцій в залежності від ситуації, що склалася на кожній окремій ділянці поля.

Прикладом сучасної локальної СМАПВ є спеціалізована система аграрного менеджменту створена в 2003 році на базі АПК "Іл'їнка" (Російська Федерація), яка надає змогу швидко оцінювати стан справ у господарстві та приймати максимально ефективні управлінські рішення. Для управління великим (9000 га) агропромисловим господарством на базі ГІС було створено систему аналізу і підтримки прийняття рішень, що об'єднує дані, отримані за допомогою найсучасніших засобів моніторингу навколишнього середовища, включаючи моніторинг за допомогою методів ДЗЗ. За допомогою цієї системи керівництво господарством отримало можливість приймати оперативні і стратегічні рішення на базі реальних даних про стан господарства, зібраних інструментальними засобами.

В Україні окремі елементи СМАПВ локального рівня використовуються в дослідному господарстві корпорації "АГРО-СОЮЗ" (Синельниківський район Дніпропетровської області). Прикладом СМАПВ регіонального рівня є система KARS, розроблена регіональним Центром використання наук про Землю в рамках Програми прикладного використання даних ДЗЗ штату Канзас (США). Починаючи з 1996 р. кожні два тижні ця система надає відомості про стан рослинності в розрізі деяких регіонів США.

На основі вітчизняного і закордонного досвіду використання матеріалів аерокосмічних зйомок та ГІС-технологій в ДП "Науково-технічний комплекс статистичних досліджень" Держкомстату України розроблено методики використання матеріалів космічних зйомок для оперативного отримання статистичних показників сільськогосподарських об'єктів. Однією з них є методика вибіркового територіального обстеження за даними космічних зйомок і наземних спостережень для визначення дійсних площ посівів сільськогосподарських культур, їх продуктивності, валових зборів і втрат урожаю в межах територіальних адміністративних одиниць.

Отже, вищевикладене доводить актуальність розгляду питань пов'язаних з використання ІКТ у сільськогосподарському виробництві, що є запорукою формування високоефективного механізму збору, обробки, передачі і використання інформації, без якого, не може функціонувати жодна система, не можуть бути прийняті управлінські рішення. Тому розвиток ІКТ, їх застосуванням у різних сферах людської діяльності постійно знаходяться в центрі уваги провідних вчених.

Література

1. Інформаційне забезпечення зрошуваного землеробства. Концепція, структура, методологія організації / М.І. Ромащенко, Е.С. Драчинська, А.М. Шевченко – К.: Аграрна наука, 2005. – 196 с.
2. Сучасна класифікація точних агротехнологій / М.П. Лісовий, В.В. Медведєв, М.В. Лісовий, Т.М. Болотова, В.І. Макаров, Т.М. Шадчина // Вісник аграрної науки. – 2004. – №6. – С. 45-48.
3. Sorokin R. Intelligent Geoinformation Systems for Modeling and Simulation / R. Sorokin // Proceedings of The International Workshop on Harbor, Maritime and Multimodal Logistics Modeling & Simulation (HMS-2003) – Riga, 2003. – P. 395
4. Faust N.L. Geographic Information Systems and Remote Sensing Future Computing Environment / N.L. Faust, W.H. Anderson, J.L. Star // Photogrammetric Engineering and Remote Sensing, 1991. – № 57 (6). – P. 655-668.

УДК 331.5:664

Сьомченко В.В.,
к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку та аудиту,
ДВНЗ Запорізький національний університет

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ

Радикальні реформи системи господарювання, перехід до інтенсивних методів розвитку економіки спричиняють потребу в такому трудовому потенціалі, якісні характеристики якого повинні найбільш повно відповідати динамічному характеру виробництва і цілям суспільного розвитку.

До критеріїв ефективності використання трудових ресурсів як у країні загалом, так і в окремому регіоні, території, галузі можна віднести:

- підвищення (зниження) рівня і темпів продуктивності праці;
- динаміку основних параметрів зайнятості і безробіття;
- соціальний аспект ефективності використання трудового потенціалу;
- трудовий потенціал у системі показників розвитку економіки країни [1, с. 7].

Для того щоб реально оцінити трудові можливості країни, регіону чи галузі, необхідно знати реальний стан їх трудового потенціалу, тобто дослідити ефективність використання трудових ресурсів, яка значною мірою залежить від змін кількісно-якісних його характеристик.

Початковим етапом визначення кількісно-якісної характеристики трудових ресурсів є оцінка чисельності і складу осіб, здатних і готових працювати. На практиці для цього найбільш придатний такий статистичний показник, який відображає економічну активність населення [2, с. 77]. Цей показник найбільш повно відображає кількісну сторону трудового потенціалу, оскільки до економічно активного населення, крім населення в працездатному віці, належать також працюючі особи в непрацездатному віці, зайняті чи безробітні, які пропонують свою працю на ринку праці.

Проте до економічно активного населення не включається та категорія суспільства, яка не бере участі в процесі виробництва, тобто особи, які навчаються, одержують пенсії за віком або на пільгових засадах, зайняті в домашньому господарстві, вихованням дітей та доглядом хворих, зневірені знайти роботу і ті, що припинили її пошук. Дану категорію суспільства можна віднести до потенціального запасу праці регіону, території чи галузі, тому при визначенні кількісно-якісного стану трудового потенціалу її також варто враховувати.

Характеристика освітньо-інтелектуальних можливостей трудового потенціалу передбачає оцінку підготовленості працездатного населення до участі в процесі праці і у виробництві при досягнутому рівні: розвитку продуктивних сил; загальної і професійної освіти, економічної підготовки; трудової мобільності (галузевої, професійної, територіальної).

Розгляд показників стану здоров'я дозволить опосередковано судити про рівень працездатності та психофізичної придатності працездатного населення до праці, яка є однією із важливих якісних характеристик трудового потенціалу.

Таким чином, кількісна оцінка можливостей участі працездатного населення в суспільній праці залежить від низки якісних характеристик трудового потенціалу. Вона базується, з одного боку, на оцінці різних структур працездатного населення (стать, вік, рівень смертності, освітньо - інтелектуальні можливості тощо), які зумовлюють рівень розвитку здібності до праці. З іншого боку, якісна оцінка трудового потенціалу повинна доповнюватися показниками його соціально-економічної структури (галузевої і професійної) для виявлення міри відповідності потребам ефективного використання матеріальних складових економічного потенціалу [3, с. 34].

Оцінка кількісно-якісних параметрів трудових ресурсів є надзвичайно важливою в процесі функціонування і розвитку як окремого підприємства, так і економіки в цілому, оскільки від них залежать можливості використання виробничих, природних ресурсів, матеріально-технічної бази та обсяг виробництва суспільного продукту. При цьому варто зазначити, що трудовий потенціал є достатньо мінливою величиною, тому необхідно аналізувати чисельність та склад працівників підприємства (населення) в динаміці, щоб заздалегідь виявляти негативні тенденції і своєчасно змінювати умови, що їх породжують.

Разом з тим, на ефективність виробництва впливає не тільки і не стільки загальна забезпеченість його трудовими ресурсами, а, насамперед, забезпеченість ними в розрізі їх якісного складу. Відповідно, рівень забезпеченості можна і потрібно визначати, як зіставлення наявної кількості працівників в розрізі основних якісних категорій із нормативною потребою в них, що у свою чергу буде відображати рівень забезпеченості господарства спеціалістами із середньою, вищою освітою тощо. Такий аналіз варто здійснювати, оскільки при оптимальній структурі забезпечення трудовими ресурсами можна досягти кращих кінцевих результатів навіть при меншій їх кількості [4, с. 58].

Під час дослідження трудових ресурсів не менш важливим є аналіз їх руху, тобто зміни чисельності. На рівні підприємства рух працівників відбувається в результаті їх зарахування і звільнення з робочого місця. Для характеристики руху трудових ресурсів використовують такі основні показники як коефіцієнт надходження та коефіцієнт вибуття [5, с. 135].

Не менш важливим для оцінки динаміки кількісних показників трудових ресурсів на рівні суспільства є дослідження й аналіз тенденцій природного і механічного руху населення. До показників, які характеризують цей рух, належать показники народжуваності, смертності, природного і механічного приросту (зменшення) на 1000 осіб населення. Такий аналіз дозволить виявити достатньо точно характер тенденцій у чисельності і структурі трудового потенціалу [6, с. 80].

До основних показників, що характеризують рівень та ефективність використання трудових ресурсів, можна віднести: коефіцієнт (рівень) зайнятості працездатного населення; коефіцієнт зайнятості всього населення; ступінь використання фонду робочого часу; коефіцієнт сезонності; розмах сезонності; рівень продуктивності праці; рівень оплати праці; рівень використання інших ресурсів та інші показники [5, с. 141].

На жаль, в Україні сьогодні склалась парадоксальна ситуація, яка проявляється в тому, що в умовах погіршення економічного становища країни, скорочення обсягів виробництва, зниження рівня життя населення як у практиці управління, так і в науці мало уваги приділяється питанням припинення падіння рівня продуктивності праці і зниження ефективності виробництва. Більше того, у державній статистичній звітності підприємств практично відсутні показники, які дозволяють визначати та аналізувати продуктивність праці як в сільському господарстві, так і економіці в цілому. Це не дозволяє оцінити ефективність економіки за одним з основних критеріїв, що робить управління безсистемним і нерегульованим [7, с. 15].

Отже, трудові ресурси суспільства, галузі, регіону, території, підприємства не є постійною величиною, оскільки його кількісні і якісні характеристики постійно змінюються під дією великої кількості чинників. Крім того, хотілося б зауважити, що чим краще розвинутий трудовий потенціал, чим кращі потенційні можливості того чи іншого об'єкта дослідження, тим більше шансів на розвиток галузі, регіону, території, підприємства, з точки зору випуску продукції, її якості, освоєння нових видів продукції, виробничо-господарської діяльності, впровадження досягнень НТП тощо [8, с. 68].

Таким чином, процес формування і використання трудових ресурсів потребує постійного аналізу на основі низки показників, що характеризують ефективність його використання, а отже, виявлення та запобігання негативних тенденцій.

Література

1. Кір'ян Т. Створення конкурентного ринку праці в умовах інтеграції України у світову економічну систему / Т. Кір'ян // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 5. – С. 3–11.
2. Борщевский И. И. Производительность труда: методы анализа и прогнозирования / И. И. Борщевский, В. А. Трухов ; под ред. А. В. Ракова. – Мн. : Наука и техника, 1988. – 141 с.
3. Косяков П. О. Трудовые ресурсы – экономическая категория / П. О. Косяков. – Свердловск : УНЦ АН СССР, 1990. – 57 с.
4. Оникиенко В. В. Вопросы методологии и методы исследований трудовых ресурсов / В. В. Оникиенко. – К. : Наукова думка, 1998. – 183 с.
5. Ковалёв В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : [учеб.] / В.В. Ковалёв, О.Н. Волкова. – М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – 424с.
6. Ткаченко В. П. Вопросы теории производительности труда / В. П. Ткаченко. – Киев : Вища школа, 1976. – 102 с.

7. Вельфе В. Детермінанти зростання у формуванні економічного потенціалу / В. Вельфе // Економіка і прогнозування. – 2002. – № 4. – С. 9-34.
8. Корчагин В.П. Трудовыe ресурсы в условиях НТР / В.П. Корчагин. – М. : Экономика, 1974. – 168 с.

УДК 005.93

Талавирия Олександр,
*аспірант кафедри економіка підприємства,
Національний університет біоресурсів і природокористування України,
м. Київ*

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Важливе місце в сучасних ринкових умовах господарювання для кожного підприємства має не тільки забезпечення ресурсами, які необхідні для досягнення поставлених цілей та ефективність діяльності підприємства в цей період, але й стратегічний розвиток на перспективу, без якої неможливе ефективне функціонування в ринковому конкурентному середовищі.

Під стратегією прийнято розуміти комплексну програму дій, яка забезпечує здійснення мети фірми і досягнення її множинних цілей. При цьому стратегія завжди є багатооб'єктною. Зокрема, об'єктами стратегії можуть бути продукція, капітал, максимізація прибутку, поведінка на ринку, конкурентоспроможність, технологія та інші елементи ринкової системи господарювання.

Діагностика стратегії підприємства передбачає аналітичну оцінку внутрішніх можливостей щодо задоволення потреб ринку і досягнутого ступеня їх використання. Дієздатність стратегії має визначатись за допомогою відповідних критеріїв і умов. Основними з них є такі:

- цілісність;
- адекватність стратегії навколишньому зовнішньому ринковому середовищу з огляду на його швидкі зміни;
- збалансованість між собою стратегічних цілей і матеріально-фінансових ресурсів фірми;
- врахування потенційної можливості комерційного ризику і передбачення конкретних заходів для його мінімізації або повної "нейтралізації";
- обґрунтованість ділового планування і термінів реалізації, які містить у собі довго- та коротко- строкові цілі.

Внаслідок перегляду результатів діяльності підприємства і виявлення невідповідності між запланованими результатами та фактичними даними, може висуватися пропозиція щодо перегляду діючої стратегії. Залежно від того, на якій стадії життєвого циклу перебуває фірма у даний час, її керівництво може вибрати одну з наведених нижче базових стратегій:

- стратегію виживання – вона є захисною стратегією і використовується за кризового стану економічної діяльності підприємства;
- стратегію стабілізації – стратегію діяльності підприємства з урахуванням нестабільності обсягу продажу своєї продукції і отримуваної величини доходів;
- стратегію зростання – стратегію стабільного зростання обсягів продажу, прибутку капіталу, зайняття вигідних положень на ринку.

Дослідивши діяльність підприємства можна виділити, що серед загальних недоліків в організації маркетингової діяльності можна назвати такі як відсутність єдиного методологічного підходу до маркетингової концепції компанії; орієнтацію керівництва компанії на застарілі маркетингові концепції; відсутність єдиної служби маркетингу на підприємстві і цілеспрямованій діяльності в області управління маркетинговою діяльністю; відсутність ясних стратегічних цілей і планів компанії і лінійних підрозділів; недостатня діяльність компанії в області реклами і стимулювання збуту; відсутність налагодженої системи "зворотнього" зв'язку з покупцями товарів і послуг компанії. З методологічної точки зору, причиною усіх вище наведених недоліків є недорозуміння й ігнорування керівництвом компанії ролі маркетингу і менеджменту в управлінні підприємством. Головним і вирішальним заходом щодо подолання сформованої ситуації повинно бути формування єдиної служби маркетингу, що складається зі спеціалістів-маркетологів досить високої кваліфікації.

Література

1. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : навч. посіб. / М. Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка, 2007. – 310 с.
2. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. / Є. М. Кайлюк, В. М. Андреева, В. В. Гриненко. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 279 с.

МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКОМАРКЕТИНГУ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Більше 20 років тому П.Друкер стверджував: “Мета бізнесу – задовільнити споживача” [1, с. 81]. З того часу фірми-виробники переслідують цю мету, однак зробити це на сучасному гіперконкурентному ринку дедалі важче. Споживачі стають дуже вимогливими, тому на допомогу виробникам приходять все нові і нові інструменти маркетингу, диктовані сучасними поглядами і проблемами. Одним із найбільш обговорюваних питань сучасного світу є стан навколишнього середовища і антропогенний вплив на нього. Усвідомлюючи всю небезпеку від бездумного використання природних ресурсів, фірми розробляють та вдосконалюють товари і послуги, враховуючи їхній вплив на довкілля, забезпечуючи при цьому доступ до нових ринків, підвищення збалансованості прибутку та отримання конкурентних переваг над підприємствами, які не приділяють екологічним аспектам належної уваги. У різних країнах світу фірми, особливо великі корпорації, все частіше диференціюють свою продукцію, використовуючи екологічні аспекти та підходи екологічного маркетингу, створюючи і впроваджуючи екологічні інновації.

Маркетингові підходи, обумовлені існуючими проблемами довкілля, стають все більш ефективними і в Україні, що викликає зростаючу зацікавленість споживачів екологічною продукцією. Актуальним стає не тільки впровадження нових видів екологічної продукції, а і екологізація діючого виробництва. Екологічний бізнес повинен ставати перспективним напрямком діяльності. У той же час, багато компаній, і не лише в Україні, а й у інших країнах світу, вважають, що ведення бізнесу на засадах екомаркетингу – це лише зайві витрати, які не забезпечують конкурентних переваг на ринку. Дійсно, створення екологічних продуктів вимагає значних інвестицій: відновлювані та перероблювані матеріали, які використовуються для виготовлення таких товарів, часто є дорожчими за традиційні; екологічні технології також вимагають значних коштів для дослідження і розробки; дорогими є і технології очищення води тощо. Чимало компаній вважають, що через складність забезпечити прозорість постачання екологічною чистою сировини, через необхідність придбання і встановлення нового обладнання та налагодження нових процесів, через те, що більшість споживачів не можуть і не хочуть платити преміальну ціну за екологічні товари, ця концепція не забезпечує досягнення компанією своїх бізнес-цілей. З цим не можна погодитись, однак, провівши опитування споживачів щодо мотиваційних механізмів здійснення покупок, поряд із ціною і якісними характеристиками, ми зауважили і наступні мотиватори: 100% cотоп, виготовлено в Україні, натуральне, зелене, органічне, біорозкладне, підлягає переробці і т.п. Отже, українські споживачі проявляють і певні позитивні тенденції у відношенні до навколишнього середовища, власного здоров'я, екологізації і популяризації екотоварів, що виражається через ведення здорового способу життя; вибір натуральних матеріалів та виробів; діяльність екологічних фондів; організацію екологічних фестивалів, концертів, конференцій; поступове просування екологічної моди; зростання попиту на «зелену» продукцію, розвиток екотуризму. Звичайно, екологічно чиста продукція повинна пропонуватись покупцям в упаковці, виготовленій з натуральної сировини; підприємствам, які виготовляють екотовари, варто розміщувати виробничі приміщення у відносно незабруднених територіях, безпечно транспортувати продукцію і т.п. Все це в сукупності потребує додаткових капіталовкладень і відповідно не завжди є прибутковим та гарантує додаткові конкурентні переваги.

Однак, реалізація принципів екомаркетингу є рушійною силою організаційних та технологічних інновацій, які в результаті компенсують всі витрати на їх розробку та впровадження. Крім того, цей процес генерує додатковий дохід від кращої продукції та дозволяє компаніям створювати нові «зелені» товари і змінювати світогляд та звички споживачів.

Не зважаючи на нагальну потребу та відносні переваги використання засад екомаркетингу, на сьогодні в Україні є ряд перешкод щодо практичного їх застосування, а саме: недовіра споживачів до екологічних декларацій вітчизняних підприємств; неготовність споживачів переплачувати за екохарактеристики товарів; завищені ціни на екотовари та обмежений їх асортимент; недостатня поінформованість споживачів про екологічні проблеми та можливі шляхи їх вирішення; не усвідомлення підприємцями переваг практичного використання екомаркетингу; невдале, або тільки часткове втілення екомаркетингових ідей на практиці у зв'язку з їх не адаптованістю локально.

Підприємство-виробник вважає споживача раціональним шукачем належного продукту, який задовольнить його запити щодо якості продукції, доступності придбання, інноваційності, екологічності і, безумовно, суперраціональним – стосовно ціни, яку він готовий заплатити за цей продукт. Він сприймає споживача як того, хто шукає цінність, та витрачає власні кошти для придбання такої цінності. Тому при створенні продукту необхідно враховувати, поряд із власними інтересами, інтереси споживача і взаємодію з навколишнім середовищем.

Література

1. Чичкова Н. Зона ценности потребителя. Вы или Вас. Стратегии, с которыми побеждают/ Чичков Н. – К. : Издательский Дом «Максимум», 2003. – С. 80-91.
2. Ottman J.A. The Five Simple Rules of Green Marketing. // Design Management Review Fall 2008. – pp. 65-69 – доступно з [http://www.greenmarketing.com/files/5 %20Simple %20DMI %20Nov %2008.pdf](http://www.greenmarketing.com/files/5%20Simple%20DMI%20Nov%2008.pdf)

УДК339.138

Ткач Олег,
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу,
Великочій Володимир,
д.і.н., професор, директор інституту туризму,
Баланюк Іван,
д.е.н., професор, завідувач кафедри обліку і аудиту,
ДВНЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
м. Івано-Франківськ
Małgorzata Trocka,
dr. dziekan wydziału ekonomicznego,
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim, Polska

ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТОВАРУ ЗА МАРКЕТИНГОВИМ ПРОЕКТОМ

У сучасних умовах перехідного періоду, який характеризується конкурентним середовищем, суб'єкти господарювання можуть забезпечити розширене відтворення, одержувати прибутки, коли у своїй діяльності будуть застосовувати повний комплекс засобів маркетингу. До цього комплексу відносять: дослідження ринку; політику товару (послуги); політику цін; дистрибуційну політику; комунікативну політику (рекламу, пропаганду, стимулювання збуту, персональний продаж). Завершує зазначені засоби маркетингу – маркетингова стратегія. Тут враховуються всі узагальнення та висновки кожної складової комплексу маркетингу і визначаються перспективи розвитку суб'єкта господарювання на перспективу.

Суть презентації товару за маркетинговим проектом, полягає в тому, що для організації нового виду бізнесу або прийняття рішення з подальшою переорієнтацією функціонуючого виду діяльності – застосовують всі засоби маркетингу стосовно конкретного товару чи послуги. Для цього вибирають товар чи послугу, які презентують.

При дослідженні ринку, встановлюють конкретні потреби споживачів для товару чи послуги, які презентуються. Обґрунтовуючи товарну політику, характеризують товар, який потрібно виробляти та реалізувати споживачам, відповідно до їх потреб. Розкриваючи цінову політику, визначають оптимальну ціну на товар прийнятну для покупців та виробників. Дистрибуційна політика – визначає ефективні канали збуту товару. Комунікативна політика вимагає застосування чотирьох складових просування товару на ринку: реклами, пропаганди, стимулювання збуту, персонального продажу. У маркетинговій стратегії обґрунтовується пріоритети підприємства стосовно товару та ринку на перспективу. Презентація обраного товару чи послуги здійснюється у визначеній послідовності.

I. Дослідження ринку.

1. Покупець і ринок.

1.1 Покупці товару (послуги): *виявляються основні споживачі товару (послуги), здійснюється їх перелік, проводиться групування за юридичними, фізичними особами та іншими ознаками, зазначаються обсяги придбання ними товарів (послуг) у динаміці протягом 3 – 5 років.*

1.2 Характеристика ринку товару (послуги):

1.2.1 величина ринку: *розраховуються загальні обсяги збуту товару (послуги) протягом певного періоду (зазвичай рік) всіма суб'єктами господарювання у населеному пункті, регіоні, державі чи світі, залежно від об'єкта дослідження та географії реалізації товару (послуги);*

1.2.2 розвиток ринку: *визначаються тенденції збуту товару (послуги) упродовж декількох років всіма суб'єктами господарювання, що здійснюють реалізацію аналогічних товарів (послуг), які можуть характеризувати ріст обсягів продажу або їх зниження;*

1.2.3 частка на ринку: *наводиться питома вага обсягів реалізованих підприємством товарів (послуг) у загальній масі збуту всіх суб'єктів господарювання протягом 3 – 5 років.*

2. Основні конкуренти підприємства стосовно товару (послуги): *зазначається перелік конкурентів, які реалізують аналогічні товари (послуги), відображаються недоліки підприємства і конкурентів (якість, ціна, обсяги збут, сервіс товару (послуги), дистрибуційна та комунікативна політика тощо).*

3. Проведення дослідження.

3.1 Хто підлягає опитуванню: *виявляються особи, які мали бажання здійснити покупки або безпосередньо здійснюють їх (перехожі, покупці, клієнти фізичні особи, клієнти юридичні особи). До вибірки включають ту кількість респондентів, яких можна опитати і при цьому вони нададуть достовірну інформацію.*

3.2 Розробка листків опитування: *складаються запитання, які адресовані респондентам. Зміст питань, їх кількість та послідовність відображаються в анкетах перехожих, листках опитування покупців, листках опитування фізичних осіб, листках опитування юридичних осіб;*

3.3 Опитування респондентів: *передбачає збір інформації та безпосереднє заповнення можливими методами листків опитування;*

3.4 Аналіз опитування: *на основі анкет визначаються відповіді респондентів. Дані зводяться до таблиці, визначаються узагальнюючі показники: розподіл думок, вимоги, потреби, середні рівні, ступені відносності та ін. Для аналізу даних доцільно використовувати економіко-статистичні методи з використанням комп'ютерних програм;*

3.5 Висновки за результатами дослідження: *за результатом опитування дослідником складається висновок, який подається керівнику суб'єкта господарювання. На основі цих узагальнень ухвалюються рішення стосовно випуску товару, якості, ціни, дистрибуційної та комунікативної політики.*

II. Політика товару (послуги).

1. Характеристика товару (послуги), що презентується (товар (послуга) за задумом, товар (послуга) у

реальному виконанні, товар (послуга) із підкріпленням): з'ясується, який товар (послуга) презентується та його специфіка, розкривається концепція товару (послуги) з погляду маркетингу.

2. Опис товару (послуги).

2.1 Проблеми покупця, що вирішуються за допомогою товару (послуги): монографічно описується, які проблеми здатний вирішити товар (послуга) для споживача. Звертається увага на фізичну та юридичну особу;

2.2 Здійснення мрії покупця в результаті придбання товару, одержання послуги: наголошується, як товар (послуга) задовольняє побажання споживача, чи збуваються його мрії.

3. Заходи, що розробляються для поліпшення існуючого та розвитку нового товару (послуги).

3.1 На підприємстві: з'ясується, яким чином робота на підприємстві спрямовується на підвищення якості товару, в тому числі інтелектуальну, які вживаються заходи для створення аналогічного нового товару (послуги);

3.2 За межами підприємства: описується законодавче забезпечення збереження під час транспортування, страхування, залучення посередників, придбання винаходів, патентів, створення спільних підприємств, сервісне обслуговування, гарантійний ремонт.

4. Порівняння товару (послуги) підприємства з конкурентами.

4.1 Перевага конкуренції, якою володіє підприємство: розкривається головна перевага підприємства стосовно товару порівняно з іншими суб'єктами господарювання. Обґрунтовується вигода від неї для досліджуваної фірми;

4.2 Додаткова користь (поряд з основною), яку пропонує підприємство: характеризується додаткова вигода, яку одержує споживач при використанні товару (послуги).

5. Характеристика технології виробництва товару (послуги) на підприємстві. Відповідність виробництва товару надання послуги світовій системі продуктивності: описується, яка технологія виробництва використовується на підприємстві у процесі випуску товару, надання послуги, чи відповідає вона світовим стандартам, чи застаріла.

6. Спосіб, яким підприємство досягає унікальності – використовуючи назву товару (послуги); упаковку товару; через сервіс: констатується наявність власної марки товару (послуги), марочного (фірмового) знаку, товарного (торгівельного) знаку. Ілюструється та характеризується упаковка, з'ясовуються її переваги та недоліки порівняно з упаковками конкурентів, вплив упаковки на імідж товару. Зазначаються види сервісу, які пропонує підприємство.

7. Життєвий цикл товару (послуги): визначається та ілюструється стадія життєвого циклу, на якій знаходиться товар (послуга), та заходи, до яких вдається фірма на цій стадії.

8. Шкала оцінювання товару (послуги): заповнюється шкала оцінювання товару (послуги), визначається загальна сума балів товару (послуги) за показниками ринкової спроможності, потенціалу росту, можливостей розвитку виробництва.

III. Політика цін.

1. Порівняння товару (послуги) підприємства з дешевими конкурентами (на скільки процентів дорожче): порівнюється ціна на товар (послугу) підприємства з низькими цінами конкурентів. Проводиться аналіз ситуації.

2. Порівняння товару (послуги) з дорожчими конкурентами (на скільки процентів дешевше): порівнюються ціни підприємства на товар (послугу) з високими цінами конкурентів. Наводиться перелік цих підприємств із порівнянням та аналізом цін.

3. Розрахунок ціни на товар, послугу.

3.1 Методом прямого ціноутворення: наводяться методи, за якими розраховано ціну на товар. Визначається ціна одиниці продукції (послуги);

3.2 Методом непрямого ціноутворення: обґрунтовуються знижки на товар (послугу), до яких вдається підприємство; його кредитна політика та політика кондицій.

4. Маркетингова політика управління цінами: розкривається стратегія маркетингової політики управління цінами, яка використовується на підприємстві.

5. Гарантії конкурентоспроможності товару (послуги) через:

5.1 диференціювання ціни: обґрунтовується вплив ціни товару (послуги) на конкурентоспроможність підприємства, в залежності від обставин;

5.2 систему знижок, пов'язаних із покупцями: розглядається використання знижок на товар (послугу), які розраховані на конкретних споживачів;

5.3 сприятливу доставку: характеризується доставка товару від торгових закладів підприємства до споживача.

IV. Дистрибуційна політика.

1. Уточнення контингенту покупців, яким підприємство збуває 2/3 товару (послуги): наводиться перелік покупців, яким підприємство реалізує найбільші обсяги товару (послуги) в динаміці за 3 роки.

2. Розподіл товару (послуги) підприємства на світ, Європу, Україну, область, населений пункт: наводяться в кількісному та відсотковому співвідношенні показники збуту товару (послуги) за регіонами, дається пояснення кожного з них.

3. Отримання покупцем товару (послуги) підприємства на внутрішньому ринку в своїй країні та на зовнішньому ринку в інших країнах на даний час та в майбутньому: розглядаються канали збуту товару (послуги) підприємства.

4. Використання підприємством ярмарків, виставок, акцій для залучення покупців на внутрішньому ринку та за кордоном: характеризується участь підприємства у ярмарках, виставках, акціях, кількість укладених договорів, обсяги реалізації продукції за цими угодами.

5. Залучення помічників збуту (подорожуючих працівників) та посередників збуту для реалізації дистрибуційної політики підприємства: зазначається форма участі представників підприємства та посередників у забезпеченні збуту товарів (послуг).

V. Комуникативна політика.

1. Розробка рекламного процесу презентації товару (послуги): *обґрунтовується алгоритм прийняття рішення щодо рекламування.*

2. Характеристика реклами товару (послуги), що презентується, зокрема:

2.1 наявної реклами підприємства, що досліджується: *ілюструється реклама товару (послуги), що розповсюджується підприємством, аналізуються її переваги та недоліки;*

2.2 реклама інших підприємств на аналогічний товар (послугу): *ілюструється реклама, що розповсюджується конкурентами, аналізуються її переваги та недоліки;*

2.3 власна реклама дослідника: *ілюструється реклама, запропонована дослідником.*

3. Пропаганда, яка проводиться на підприємстві: *обґрунтовуються форми пропаганди підприємства.*

4. Стимулювання збуту, яке здійснюється на підприємстві: *характеризуються засоби стимулювання збуту.*

5. Персональний продаж, який організований на підприємстві: *розкривається процес персонального продажу, який використовується на підприємстві.*

6. Переваги та недоліки засобів маркетингової комунікації підприємства: *з'ясовуються позитивні та негативні аспекти складової маркетингової комунікації; зазначається, які її складові на підприємстві відсутні.*

7. Розробка заходів для ефективного збуту товару (послуги): *враховуються переваги та недоліки комуникативної політики підприємства, розробляються заходи ефективного збуту товару (послуги).*

VI. Маркетингова стратегія.

1. Визначення пропозиції і розробка заходів стосовно товару (послуги) на матриці з дев'яти полів: *заповнюється та ілюструється матриця, обґрунтовуються заходи стосовно поля, на якому розміщене підприємство.*

2. Встановлення маркетингової стратегії на матриці "продукт ринок": *заповнюється та ілюструється матриця, обґрунтовується маркетингова стратегія стосовно поля, на якому розміщене підприємство.*

3. Обґрунтування пріоритету підприємства стосовно подальшого розвитку товару (послуги): *враховуються складові маркетингової концепції (дослідження ринку, політика товару (послуги), політика цін, дистрибуційна політика, комуникативна політика, маркетингова стратегія); визначаються перспективи товару (послуги) – продовжувати випуск товару (послуги) без змін, підвищувати його (її) якість, модернізувати, припинити випуск, змінювати ціну, покращувати комуникативну політику тощо.*

4. Обґрунтування пріоритетів подальшого розвитку ринку: з урахуванням складових маркетингової концепції, *визначаються перспективи на ринку – реалізувати товар (послугу) на старому ринку, залучати посередників, завойовувати нові сегменти ринку, припинити продаж на ринку тощо.*

5. Прогноз розвитку підприємства на перспективу: *розробляються заходи для успішного функціонування підприємства протягом 5 років.*

PREZENTACJA TOWARU ZGODNIE Z PROJEKTEM MARKETINGOWYM

W nowoczesnych warunkach okresu przejściowego, który charakteryzuje się konkurencyjnym środowiskiem, podmioty gospodarcze mogą zapewnić rozszerzoną reprodukcję, otrzymanie zysków, gdy w swojej działalności będą stosować pełen zestaw narzędzi marketingu. Do tego zbioru należą: badania rynku; polityka towaru (usługi), polityka cen, dystrybucyjna polityka, polityka komunikacyjna (reklama, promocja, stymulacja sprzedaży, sprzedaż bezpośrednia). Podsumuje narzędzia marketingu strategia marketingowa. Tu liczą się wszystkie uogólnienia i wnioski z każdą częścią kompleksu marketingu i określają się perspektywy rozwoju podmiotu gospodarczego na perspektywę.

Cel prezentacji towaru zgodnie z marketingowym projektem, polega na tym, że do organizacji nowego rodzaju działalności gospodarczej lub podejmowania decyzji z kolejną orientacją funkcjonującego rodzaju działalności wykorzystują wszystkie narzędzia marketingowe w odniesieniu do określonego produktu lub usługi. Do tego wybierają towar lub usługę, które prezentują.

Badając rynek określają się konkretne potrzeby konsumentów towaru lub usługi, które są prezentowane. Podczas analizy towarowej polityki charakteryzują towar, który trzeba produkować i realizować klientom, zgodnie z ich potrzebami. Ujawniając politykę cenową, uzasadniają optymalną cenę na towar do zaakceptowania dla konsumentów i producentów. Dystrybucyjna polityka określa efektywne kanały dystrybucji towaru. Kомуникacyjna polityka wymaga zastosowania czterech elementów promowania towarów na rynku: reklamy, propagandy, promocji sprzedaży, sprzedaży bezpośredniej. W strategii marketingowej określają się priorytety przedsiębiorstwa w odniesieniu do towarów i rynku na perspektywę. Prezentacja towaru odbywa się w określonej kolejności.

I. Badanie rynku.

1. Kupujący i rynek.

1.1 Kupujące towarów (usług): identyfikacja głównych odbiorców towarów (usług) prowadzi się ich listę, przeprowadza się grupowanie na osoby prawne, osoby fizyczne oraz według innych cech charakterystycznych, zaznaczany jest zakres ilości określonych towarów (usług) w dynamice 3-5 lat.

1.2 Opis rynku towarów (usług):

1.2.1 Wartość rynkowa: oblicza się wartość sprzedaży towarów (usług) za określony okres (zazwyczaj rok) przez wszystkie podmioty w miejscowości, regionie, kraju lub świecie, w zależności od przedmiotu badania i geografii sprzedaży towarów (usług);

1.2.2 Rozwój rynku: określone są trendy sprzedaży towarów (usług) w przeciągu kilku lat przez wszystkie podmioty zaangażowane w realizację podobnych towarów (usług), które mogą charakteryzować wzrost wielkości sprzedaży lub jej zmniejszenia;

1.2.3 Udział w rynku: podawana jest część realizowanych przez przedsiębiorstwo towarów (usług) w łącznej skali zbytu wszystkich podmiotów gospodarczych w przeciągu 3-5 lat.

2. **Główni konkurenci spółki w odniesieniu do towarów (usług):** zaznacza się lista konkurentów, którzy sprzedają podobne produkty (usługi) ujmują się wady przedsiębiorstwa i konkurentów (jakość, cena, objętość, zbyt, obsługa serwisowa

towarów (usług), polityka dystrybucji i komunikacji, itp.) .

3. Przeprowadzenie badania.

3.1 Kogo obejmuje ankietywanie: identyfikowane są osoby, które mieli chęć dokonania zakupu lub są bezpośrednio zaangażowane w zakup (przechodnie, klienci, klienci - osoby fizyczne, klienci - osoby prawne). Wybiórka respondentów obejmuje ilości osób, które mogą być ankietywane, przy czym dostarczają rzetelnych informacji.

3.2 Opracowanie ankiet badania: układane są pytania które będą skierowane do respondentów. Zawartość pytań, ich ilość i kolejność w kwestionariuszu przedstawiono w ankietach dla przechodniów, kupujących, osób fizycznych, osób prawnych;

3.3 Przeprowadzenie ankietywania: przewiduje zbieranie informacji i bezpośrednie uzupełnienie wszystkimi możliwymi metodami arkuszy badań;

3.4 Analiza ankiet: W oparciu o uzupełnione ankiety definiowane są odpowiedzi respondentów. Dane ankietywania wprowadzane są do tabeli, definiowane uogólniające wskaźniki: podzielenia opinii, wymagań, potrzeb, uśredniony poziom, stopień względności itp. Do analizy danych należy użyć metod ekonomicznych i statystycznych z wykorzystaniem programów komputerowych;

3.5 Wnioski z badań: na podstawie wyniku przeprowadzonego ankietywania, badacz opracowuje wniosek, który jest składany na ręce kierownika podmiotu gospodarczego. Na podstawie tych uogólnień podejmowane są decyzje w odniesieniu do dalszej produkcji towarów (usług), polityki jakości, ceny, polityki dystrybucji i komunikacji.

II. Polityka towarów (usług).

1. Charakterystyka towarów (usług), które są prezentowane (produkt (usługa) według planu, produkt (usługa) w wydajności rzeczywistej, produkt (usług) wraz ze wsparciem): sprawdza się jaki produkt (usługa) jest przedstawiony i jego specyfika, ujawnia się koncepcja produktu (usługi) w zakresie marketingu.

2. Opis towarów (usług).

2.1 Problemy kupującego, które są rozwiązywane przy pomocy produktu (usługi): monograficznie opisuje się, jakie problemy może rozwiązać produkt (usługa) dla konsumentów. Zwraca się uwagę na osoby fizyczne i prawne;

2.2 Spełnienie marzenia nabywcy w wyniku zakupu towaru, uzyskania usługi: podkreśla się jak produkt (usługa) spełnia życzenia konsumenta lub jego marzenia.

3. Środki mające na celu poprawę istniejących i opracowania nowych produktów (usług).

3.1 Na przedsiębiorstwie: wyjaśnia się, w jaki sposób praca firmy skierowana jest na poprawę jakości towarów (usług), w tym intelektualnej, jakie są podjęte kroki w celu stworzenia analogicznego nowego produktu (usługi);

3.2 Poza przedsiębiorstwem: opisuje się prawne zaopatrzenie zabezpieczenia podczas transportu, ubezpieczenia, angażowania pośredników, nabycia wynalazków, patentów, wspólne przedsięwzięcia, serwis i gwarancja.

4. Porównanie produktów (usług) firmy z konkurentami.

4.1 Przewaga konkurencyjna firmy: ujawnia się główną zaletą firmy w odniesieniu do towarów (usług), w porównaniu z innymi podmiotami gospodarczymi. Uzasadnia się korzyści z niej dla badanej firmy;

4.2 Dodatkowe korzyści (oprócz podstawowej), które zapewnia firma: charakteryzuje się dodatkowe korzyści, otrzymywane przez konsumenta przy korzystaniu z produktu (usługi).

5. Opis technologii produkcji towarów (usług) w przedsiębiorstwie. Zgodność produkcji towarów, świadczenia usług w globalnym systemie wydajności: opis technologii produkcji, która jest używana w przedsiębiorstwie w produkcji towarów, świadczeniu usług, czy zgodna jest z standardami światowymi, czy jest już nieaktualna.

6. Sposób, w jaki firma osiąga unikalność – za pomocą nazwy produktu (usługi); opakowania towarów; zawdzięczając serwisowi: stwierdza się posiadanie własnej marki towaru (usługi), markowego (firmowego) logo, marki handlowej. Ilustrowane i opisywane jest opakowanie, wyjaśniane są zalety i wady w porównaniu do opakowań konkurencji, wpływu opakowania na wizerunek produktu. Wskazywane są rodzaje usług serwisowych oferowanych przez firmę.

7. Cykl życia produktu (usługi): zdefiniowane i zilustrowane etapy cyklu życia, w których znajduje się produkt (usługa), oraz środki podjęte przez firmę na tym etapie.

8. Skala oceny towarów (usług): wypełniania jest skala oceny towarów (usług), ustala się ogólna suma punktów towaru (usługi) według wskaźników siły rynkowej, potencjału wzrostu, możliwości rozwoju produkcji.

III. Polityka cenowa.

1. Porównanie produktu (usługi) firmy z tanimi konkurentami (o ile procent droższe): porównywana jest cena produktu (usługi) przedsiębiorstwa z niskimi cenami konkurentów. Przeprowadza się analiza sytuacji.

2. Porównanie produktu (usługi) firmy z droższymi konkurentami (o ile procent tańsze) porównywana jest cena produktu (usługi) przedsiębiorstwa z niskimi cenami konkurentów. Przedstawiana jest lista tych firm z przeprowadzeniem porównania i analizy cen.

3. Obliczenie ceny towarów i usług.

3.1 Metoda bezpośredniego ustalenia cen: przedstawiane są metody, według których obliczana jest cena towarów (usług). Określana jest cena jednostki produkcji (usługi);

3.2 Metoda pośredniego ustalenia ceny: przeprowadza się uzasadnienie niżek na towary (usługi), którymi zarządza firma; polityka kredytowa towaru i jej warunki.

4. Polityka marketingowa zarządzania cenami: ujawniana jest strategia marketingowa polityki zarządzania cenami stosowana w przedsiębiorstwie.

5. Gwarancje konkurencyjności towarów (usług) poprzez:

5.1 Różnicowanie ceny: uzasadnia się wpływ ceny towarów (usług) na konkurencyjność przedsiębiorstwa, w zależności od okoliczności;

5.2 System rabatów związany z klientami: rozpatrywane są rabaty stosowane dla towarów (usług), które są przeznaczone dla konkretnych klientów;

5.3 Korzystna dostawa: charakteryzuje się dostawa towarów z placówek handlowych przedsiębiorstwa do konsumenta.

IV. Політика дистрибуції.

1. Спрецизування контингенту купуючих, którym підприємstwo sprzedaje 2/3 produktów (usług): podaje się listę klientów, którym firma sprzedaje największą ilość towarów (usług) w dynamice 3 lat.

2. Дистрибуція товарів (услуг) на свічце, w Europie, na Ukrainie, w regionie, miejscowości: są wskaźniki ilościowe i procentowe zbytu towarów (usług) według regionów, przedstawia się uzasadnienie dla każdego.

3. Otrzymanie towaru (usługi) kupującym na rynku krajowym, w kraju i na rynkach zagranicznych, w innych krajach obecnie w chwili obecnej i w przyszłości: przedstawia się kanały zbytu towarów (usług) przedsiębiorstwa.

4. Korzystanie przez przedsiębiorstwo z uczestnictwa w targach, wystawach, promocjach w celu przyciągnięcia nabywców na rynku krajowym i za granicą: charakteryzuje się udział firmy w targach, wystawach i imprezach, liczba zawartych umów, objętości sprzedaży produktów w ramach tych umów.

5. Angażowanie asystentów sprzedaży (podróżujących pracowników) oraz pośredników sprzedaży w celu wdrożenia polityki dystrybucyjnej firmy: zaznacza się forma udziału przedstawicieli firm i pośredników w celu zapewnienia sprzedaży towarów (usług).

V. Komunikacja polityka.

1. Opracowanie procesu promocyjnego prezentacji towarów (usług): uzasadnia się algorytm podejmowania decyzji w sprawie reklamy.

2. Charakterystyka reklamy towarów (usług), które są przedstawiane, w szczególności:

2.1 dostępnej reklamy przedsiębiorstwa, które jest badane: ilustrowana jest reklama towarów (usług), która jest wykorzystywana przez przedsiębiorstwo, analizowane są wady i zalety;

2.2 reklama innych przedsiębiorstw podobnego produktu (usługi): ilustrowana jest reklama towarów (usług), która jest wykorzystywana przez konkurentów, analizowane są wady i zalety;

2.3 własna reklama badacza: ilustrowana jest reklama proponowana przez badacza.

3. Propaganda, która odbywa się w firmie: uzasadnia się formy propagandy stosowane przez firmę.

4. Promocja sprzedaży, która odbywa się w przedsiębiorstwie: charakteryzują się narzędzia promocji sprzedaży.

5. Sprzedaż osobista, która jest organizowana w przedsiębiorstwie: ujawnia się proces sprzedaży osobistej, która jest używana w przedsiębiorstwie.

6. Zalety i wady środków komunikacji marketingowej firmy: obecnie pozytywne i negatywne aspekty elementu komunikacji marketingowej; rozpatrywane są pozytywne i negatywne aspekty komunikacji marketingowej, zaznacza się, których jej składników brakuje na przedsiębiorstwie.

7. Opracowanie narzędzi dla skutecznego marketingu produktu (usługi): bierze pod uwagę zalety i wady polityki komunikacyjnej firmy, opracowanie skutecznych narzędzi sprzedaży towarów (usług).

VI. Strategia marketingowa.

1. Definicja propozycji i opracowanie środków w odniesieniu do towarów (usług) na macierzy z dziewięciu pól: wypełnia się i ilustruje się macierz, uzasadniane są środki w odniesieniu do pola na którym znajduje się przedsiębiorstwo.

2. Ustalenie strategii marketingowej dla macierzy "rynek produktów": wypełnia się i ilustruje się macierz, uzasadniana jest strategia marketingowa w odniesieniu do pola na którym znajduje się przedsiębiorstwo.

3. Uzasadnienie priorytetu na dalszy rozwój produktu przedsiębiorstwa (usługi): uwzględnia się elementy koncepcji marketingowej (badania rynku, polityka produktu (usługi), polityka cenowa, polityka dystrybucji, strategia komunikacyjna, strategia marketingowa); ustala się perspektywy dla produktu (usługi) – do kontynuowania produkcji towarów (usług), bez zmian, poprawiać jego jakość, modernizować, zatrzymać produkcję, zmienić cenę, ulepszyć politykę komunikacyjną i więcej.

4. Uzasadnienie priorytetów dla dalszego rozwoju rynku: biorąc pod uwagę elementy koncepcji marketingowej, ustalane są perspektywy dla rynku – sprzedawać towary (usługi) na starym rynku, angażować pośredników, zdobywać nowe segmenty rynku, zawiesić wprowadzenie do obrotu i tak dalej.

5. Prognoza rozwoju firmy na przyszłość: opracowywane są środki dla skutecznego funkcjonowania przedsiębiorstwa w okresie 5 lat.

УДК 659

Ткач Олег,
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу,
Баранецька Оксана, Джус Анастасія, Хробатин Катерина,
студенти спеціальності "маркетинг" ОКР "бакалавр",
ДВНЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
м. Івано-Франківськ

ПАРТИЗАНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ – ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА

Споживачі надають перевагу тим товарам та послугам які мають хороший імідж. Маркетологи плідно працюють над тим щоб досягти цього ефекту. Вибагливим споживачам набридла постійна нагадувальна реклама, вони часто перемикають рекламні звернення, а красиві статті газет та журналів відкладають. Споживачів не вразить яскравим ролик, і красивомовним зверненням. Тому маркетологи вдаються до партизанського маркетингу іншими словами прихованого маркетингу.

Термін "партизанський маркетинг" (guerrilla marketing) придумав в 1983 р. американський маркетолог Джей Конрад Левінсон (творець образу "ковбоя Мальборо"). Спочатку партизанський маркетинг замислювався як курс виживання для невеликих фірм, змушених конкурувати з великими компаніями. Саме тому для опису своїх ідей

Левінсон скористався військовою термінологією. Сьогодні, партизанський маркетинг – це будь-які маркетингові заходи, що виходять за рамки загальноприйнятих способів просування товарів і послуг. Як правило, йдеться про акції провокаційного, а іноді і скандального характеру, які дозволяють максимально ефектно представити товар потенційному клієнтові [1].

Основна риса партизанського маркетингу – дешевизна, “тут потрібно менше грошей, але більше мізків”. На відміну від прямої реклами, тут відкрито нічого не нав’язується покупцеві і тому не викликає у нього опору, отже, дозволяє впливати більш ефективно. Партизани не використовують раціональні аргументи. Вони змушують споживача випробувати сильні емоції, і під їх впливом спонтанно зробити покупку.

Проаналізувавши безліч прикладів партизанського маркетингу в найрізноманітніших сферах, можна виділити наступні його особливості:

- відмова від реклами в її класичному вигляді і від традиційних рекламних каналів;
- зведення до мінімуму можливих витрат бюджету;
- ставка на партнерські відносини з іншими видами бізнесу і використання таких зв’язків з метою просування власних товарів і послуг;
- використання запам’ятовуваних, цікавих, нестандартних прийомів, які приваблюють увагу людей;
- партизанський маркетинг зазвичай погано підходить для копіювання конкурентами, і часто вони його просто не помічають;
- швидкість віддачі, оскільки результати роботи проявляються упродовж невеликого проміжку часу [5].

Суть партизанського маркетингу – у пошуку дешевих способів реклами замість дорогих. При цьому, навіть роздача візиток вважається одною зі складових партизанської реклами, оскільки вважається відносно-дешевою.

Партизанський маркетинг означає нестандартність, нетрадиційність, відмова від азбучних істин і підвищену гнучкість, високі результати при обмежених можливостях [3].

Головне завдання всіх маленьких компаній – зростати. При цьому всі зароблені гроші зазвичай вкладаються в оборот, значить, на просування залишається дуже мало коштів [2]. Зараз розповсюдженою є думка, що партизанський маркетинг використовує лише малий бізнес, який не здатен витратити велику кількість коштів на рекламу. Ця думка є хибною – партизанським маркетингом тепер користуються і великі компанії – наприклад, IBM, Microsoft, Volvo, Adobe, American Express, Procter & Gamble, Nissan тощо.

Деякі конкретні тактики партизанського маркетингу настільки міцно затвердились, що дослідники називають їх окремими підвидами партизанської реклами, серед яких [4]:

Епатажний маркетинг



Ambient Media



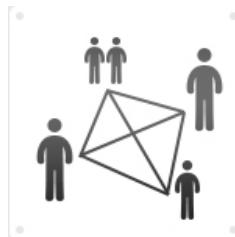
Прихований маркетинг



Вірусний маркетинг



Партнерський маркетинг



Партизанський маркетинг в Інтернеті



Епатажний маркетинг – малобюджетна (часто, але не завжди) реклама, яка порушує певні соціальні норми. Вважається вкрай ризикованим методом, оскільки може не тільки привернути увагу, але і назавжди зіпсувати репутацію в очах окремої верстви населення. Найпростіше – це скандальна реклама з використанням нецензурної лексики. Наприклад, слоган “Fuck fashion”, який є одночасно і назвою компанії, зробив мільйони своїм рекламодавцям, однак поставив хрест на можливості збуту лінійки товарів для старшої категорії людей. Епатажна реклама має бути спрямована на конкретну групу людей, і рекламодавець має чітко усвідомлювати, що дехто відмовиться з ним мати справу після такої реклами.

Ambient Media – зовнішня реклама, яка тісно взаємодіє із навколишнім середовищем. Ця реклама апріорі не може бути масовою – вона не має великого покриття, зате є дуже помітною. Найяскравіші приклади, які відомі в мережі – розфарбований під картоплю-фрі пішохідний перехід біля ресторану швидкого харчування, сидіння в громадському місці, розфарбоване під шоколадний батончик. Прикладів досить багато і залежно від успішності ідеї, така реклама може стати популярною і в мережі Інтернет.

Прихований маркетинг – комплекс рекламних заходів, при якому аудиторія не підозрює про те, що отримує повідомлення саме рекламного характеру. Найбільш розповсюдженим тут є замовлення тематичних статей на форумах, та використання “сарафанного радіо”. Саме за рахунок цього, цей вид партизанського маркетингу також називають “рекламою чутко”. Найпростіше – це замовлення реклами у блозі. Головне – не перестаратись, щоб матеріал не походив на рекламу, а швидше на огляд кількох видів продукції, серед яких саме ваша буде вигідно відрізнятися від інших.

Вірусний маркетинг – це вид реклами, згідно якого компанія не витрачає ресурсів на розповсюдження рекламного повідомлення. Натомість, самі реципієнти і стають розповсюджувачами. В епоху соціальних медіа, зробити своє повідомлення вірусним стало значно простіше. Конкретна порада тому, хто намагається створити вірусне рекламне повідомлення одна – піднімати настрій отримувачу. Статистика доводить, що позитивні та яскраві публікації в соціальних мережах мають більше репостів, ніж ті, що викликають сум.

Партнерський маркетинг – взаємодія із бізнесами спорідненої тематики і навіть із конкурентами. Наприклад, якщо компанія займається вкладанням паркету, логічно припустити, що її клієнти – люди які роблять ремонт. В таких умовах легко проводити взаємний обмін клієнтами, тобто радити з позиції майстра інші компанії по встановленню опалення, пластикових вікон, встановлення натяжних стель тощо. Сюди ж можна віднести вчасний маркетинг – по суті подібний до партнерського. Головною ідеєю є використання реклами “саме вчасно”. Для прикладу, в США розповсюдженою є практика, коли лікарі-травматологи рекомендують пацієнтам послуги юристів, які вже працювали з подібними випадками.

Партизанський маркетинг у Інтернеті. Варто сказати, що в еру смартфонів існує можливість рекламуватися за допомогою цікавих (ігрових) або зручних (наприклад, бухгалтерський облік, програма контролю ваги тощо) додатків. Цей вид реклами є затратним на етапі створення продукту, однак далі не вимагає жодних фінансових вкладень (а іноді може приносити прибутки).

Однак, не буває стандартних методів партизанського маркетингу, оскільки вся його суть в тому, що ця реклама має бути креативною та відрізнятися від рекламних повідомлень конкурентів. Тому, рекламні агенції беруть за креативну ідею доволі високі гонорари. Зате, за втілення цих ідей в життя, зазвичай, доводиться платити так мало, що метод повністю себе окупає.

Під час використання методів партизанського маркетингу ціна питання набагато нижча цінності, яку можна отримати в результаті.

Література

1. Ганна Макарова “Партизани, віруси або прихований маркетинг”. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://alls.in.ua/16405-partizani-virusi-abo-prihovanij-marketing.html>
2. Партизанський маркетинг. Як змусити людей говорити про компанії. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://alls.in.ua/11713-partizanskij-marketing-yak-zmusiti-lyudej-govoriti-pro-kompani.html>
3. Партизанський маркетинг. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ratusha.com.ua/partyzanskyj-marketyng.html>
4. Партизанський маркетинг. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://test.wemes.com.ua/services/partizanskiy-marketing/>
5. Партизанський маркетинг. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://premmmerce.com.ua/academy/prodagz-i-analituka/promotion_and_marketing/guerrilla-marketing

УДК 659.183

Ткач Олег,

д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту і маркетингу,

Лукач Ліля, Клакович Мар'яна, Мельник Софія,

студенти спеціальності “маркетинг” ОКР “бакалавр”,

ДВНЗ “Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаніка”,

м. Івано-Франківськ

ХОЛІСТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ

Сьогодні маркетингологи все більше усвідомлюють потребу у всеохоплюючому, комплексному підході, не обмеженому традиційними принципами тієї чи іншої маркетингової концепції. Мова йде про концепцію холистичного (цілісного) маркетингу. Фундаментом цієї концепції є планування, розробка та впровадження маркетингових програм, процесів і заходів з урахуванням їх широти і взаємозалежності. Холистичний маркетинг визнає, що в маркетинговій справі важливо все, і тому актуальним стає саме розширений, інтегрований підхід до вирішення того чи іншого питання.

Холистичний маркетинг – це підхід, в якому робиться спроба визнати і збалансувати різні компетенції та складності маркетингової діяльності. Це в першу чергу особливий, цілісний образ мислення, а не набір певних рецептів і технологій. Його потужним і поки що мало дослідженим потенціалом зможе скористатися будь-який бізнес, але для цього потрібно навчитися діяти, не прагнучи розуміти і контролювати все навколо. Це нелегко, але не варто лякатися. Навіть перехід від класичного 4Р-маркетингу до брендингу вимагає серйозного переосмислення: не можна зрозуміти брендинг, не перемістивши фокус уваги зі свого офісу в голову споживача [1]. Холистичний маркетинг просто робить ще один крок, пропонуючи брати до уваги і те, й інше.

Поряд з ідеями холистичного маркетингу розвивалися “системний маркетинг” (П. Вінкельман), “маркетинг відносин” (Аж. Блайт), “ера орієнтації на ринок” (В. Руделіус), “стратегічна концепція маркетингу, у т.ч. соціально-етичні аспекти” (Г. Ассель), “маркетинг партнерських відносин” (Т. Амблер), “концепція маркетингу взаємодії”

(С. Гаркавенко, Г. Багієв) [9], “менеджмент, орієнтований на ринок” (Ж.-Ж. Ламбен) [7], “стратегічний маркетинг” (А. Павленко, А. Войчак) [2]. Дуже часто мають місце конфлікт інтересів організації, покупців та суспільства [10]. Існує п'ять конкуруючих концепцій, які організація може взяти за основу маркетингової діяльності: виробнича, товарна, збутова, маркетингова, холистичного маркетингу. Сама актуальна і затребувана концепція є концепція холистичного (цілісного) маркетингу – це результат багаторічної еволюції поглядів підприємців на свою діяльність на ринку і сам ринок, що відбувається внаслідок розвитку продуктивних сил суспільства. Компаніям потрібно свіжий погляд на те, як працювати і як конкурувати в новій маркетинговій середовищі. Холистичний маркетинг включає в себе чотири компоненти: маркетинг взаємовідносин, інтегрований маркетинг, внутрішній маркетинг і соціально відповідальний маркетинг. Схематично чотири основні категорії представлені на рис. 1.



Рис. 1. Складові холистичного маркетингу [3, 5, 10].

Усі концепції маркетингу перебувають у певній взаємодії. Дослідження варіантів поєднання концепцій проводилися О. Козловою [4]. Авторська позиція повністю співпадає з думкою науковця, яка пропонує виділяти чотири типи взаємодії: взаємна ізоляція, тобто концепції маркетингу розглядаються ізольовано одна від іншої; дуальна взаємодія концепцій, тобто передбачається поєднання двох концепцій; концепції в холистичній взаємодії (акцентується увага на рівнозначності взаємодії усіх концепцій маркетингу); концепції маркетингу взаємодіють з наявною превалюючою концепцією.

Концепція холистичного маркетингу розглядає в одному циклі всі сфери взаємодії підприємства з покупцем та партнерами. Він вказує на необхідність розширеного, комплексного підходу до маркетингової діяльності. Холистичний маркетинг важко зрозуміти, але це не заважає його успішно використовувати. Впровадження його у практику діяльності підприємств дасть змогу оптимізувати та зробити більш довготривалими відносини “підприємство-ринок (покупець)” [3].

Холистична парадигма говорить: не чіпляйтеся за ту чи іншу модель, не шукайте кращого рецепту. Просто дивіться на речі цілісно і жонглюйте моделями, створюйте власні рецепти – такі, які вам подобаються. Нехай маркетинг буде захоплюючим для вас, інакше він не буде захоплюючим і для ваших клієнтів. Це і є холистичний погляд на речі, про який скоро заговорить весь світ бізнесу.

Література

1. Абрамович О. К. Асортиментна політика підприємства як елемент стратегії холистичного маркетингу / О. К. Абрамович // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія “Економіка”. – 2009. – №7. – С. 124 – 130.
2. Вовчак А. В. Система і характеристики сучасного маркетингу / А. В. Войчак, А. Ф. Павленко. – К.: КДЕУ, 1994. – 16 с.
3. Загорна Т. О. Концепція холистичного маркетингу: джерела проблематики та елементи / Т. О. Загорна, А. Н. Стасюк // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 2. – С. 32 – 38.
4. Козлова О. А. Методологія взаємодій концепцій маркетинга як основа холистичного маркетинга / О. А. Козлова // Економіка і управління. – 2011. – № 4 (77). – С. 130 – 133.
5. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – 12-е изд. – С-Пб.: Питер, 2009. – 816 с.
6. Робул Ю. В. Холистична концепція ефективності маркетингу / Ю. В. Робул // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4. – Т. 2. – С. 124 – 130
7. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: пер. с англ. / Ж.-Ж. Ламбен: под ред.

В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.

8. Ткаченко Н. О. Історичні аспекти становлення соціального маркетингу у фармацевції / Н. О. Ткаченко, Н. М. Червоненко // Вопросы фармацевции – 2012. – № 2. – С. 107 – 110.

9. Саламацька О. Ю. Дослідження сучасної концепції маркетингу // О. Ю. Саламацька // Європейський вектор економічного розвитку. – 2011. – № 2 (11). – С. 210 – 216.

10. Унарова Я. Н. Применение современной концепции маркетинга в кооперативных предприятиях / Я. Н. Унарова // Казанская наука (Сборник статей). – Казань : Изд-во Казанский Издательский Дом, 2009. – № 1. – С. 293 – 298.

Ушкаренко Ю.В.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії,
Херсонський національний технічний університет

ДО ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Процес соціально-економічних перетворень в Україні взагалі, і в харчовій промисловості зокрема, відбувається в екстремальних екологічних умовах. Тому одним з найскладніших завдань пореформеного періоду є докорінна екологічна реконструкція всієї господарської діяльності в нашій країні. Безвідповідальне ставлення до навколишнього середовища, недалекоглядність призводять до серйозних екологічних проблем.

Таке становище багато в чому зумовлене екологічно необґрунтованим господарюванням. Дедалі більше підприємств не приділяють належного значення природоохоронним заходам, не дбають про оздоровлення навколишнього середовища. Так, в атмосферу промислові підприємства, серед яких чимало й харчових, а також транспорт щороку викидають майже 6 мільйонів тонн шкідливих речовин – по 150 кілограмів у розрахунку на одного жителя України [3]. Загрозливих розмірів набуло, зокрема, забруднення повітряного басейну, земельних і водних ресурсів. Наприклад, у водний басейн, щороку скидають більш як 14 мільярдів кубометрів стічних вод, або приблизно 300 тисяч літрів на одного жителя [3].

Така ситуація згубно позначається на здоров'ї населення. Крім цього, існує ще одна важлива проблема – повноцінного харчування. Хоча на сьогоднішній день більша частина населення планети харчується нормально, все ж таки приблизно 750 мільйонів чоловік у світі страждають від недоїдання, а 27 мільйонів людей щорік помирають від хвороб, пов'язаних з недоїданням [1].

В Україні у зв'язку з економічною і політичною кризами, зниженням обсягів виробництва, погіршенням якості сільськогосподарської продукції скоротилося споживання основних продуктів харчування. Динаміку споживання харчових продуктів запропоновано у табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка споживання основних харчових продуктів (кг/рік)

Назва продуктів	Раціональна норма споживання	Україна				
		1960	1990	2000	2010	2014
М'ясо і м'ясо-продукти	80	42	69	33	42	43
Риба і рибопро-дукти	20	9,7	18	5,9	9,5	9,8
Молоко і молоко-продукти	380	200	363	213	256	263
Яйця, шт.	290	137	282	154	198	183
Картопля	124	174	129	126	127	130
Овочі і баштани	161	89	119	94	104	106
Цукор	38	26,9	52	31	46	47
Олія	13	6	11,4	8,2	10,2	10,6
Борошно та хлібопродукти	101	163	137	126	119	116
Фрукти та ягоди	90	-	52	28	33	31

Джерело: складено автором на основі [3].

Раціональною вважається норма, затверджена Всесвітньою організацією з харчової безпеки. В останні роки, як видно з табл. 1 спостерігається зменшення споживання харчових продуктів населенням України. На сьогоднішній день за показниками зниження життєвого рівня населення, кількості і якості споживаних продуктів Україна відноситься до числа слабозвинутих країн.

Необудувана інтенсифікація виробництва, і передусім масштабна хімізація сільського господарства, ставить низку проблем, потребуючих науково-теоретичного обґрунтування, методичної розробки та формування практичних рішень. Важливою з цих проблем є організація системи керування якістю продуктів харчування, вироблених галузями АПК. Ця проблема актуалізується несприятливими соціально-демографічними процесами, що спостерігаються в останній час в Україні.

Іншими словами, вибір оптимальної стратегії розвитку АПК повинен базуватись на основі урахування всіх витрат на одержання продуктів харчування з урахуванням їх якості і впливу на здоров'я теперішнього та майбутнього покоління. І хоча вважалось, що екологічні проблеми АПК пов'язані в основному з деградацією земель,

забрудненням угідь та прямим впливом техніки, але важливішою екологічною проблемою агропромислового виробництва є забруднення харчової продукції токсичними речовинами. Необхідно пам'ятати, що якість харчових продуктів неможливо замінити кількістю.

Оскільки основне завдання агропромислового комплексу – це забезпечення населення продуктами харчування, то й основним екологічним критерієм якості цієї продукції треба вважати ступінь їх небезпеки для здоров'я людини. Наприклад, в середньому в нашій країні більш як 25% аналізів води в водоймищах не відповідає санітарним вимогам; близько 15% аналізів питної води не відповідає вимогам стандарту. Проте, вода є компонентом їжі і елементом технології приготування. Перевищення рівня нітратів зареєстровано в чверті перевірених продуктів харчування. Разом з цим, цілодобова доза (ДСД) нітратів складає 325 мг при масі 65 кг. А в 1 л води за нормами повинно бути не більше 90 мг нітратів. Середній максимально допустимий рівень (МДР) в добовому раціоні вважається 450 мл [4].

Виходячи з цього, бачимо, що МДР нітратів в добовому харчовому раціоні людини (360 мл) без обліку нітратів в питній воді в організмі людини з окремими продуктами надійшло б нітратів: з молоком і молочними продуктами – 153,8 мг, овочами – 52 мг, хлібопродуктами – 43,2 мг тощо [2].

На сьогоднішній день є всі підстави визначити більшість продуктів харчування достатньо небезпечними для здоров'я. За видами продуктів найбільш забруднені пестицидами харчові концентрати – 28,4%, консерви і пресерви – 4,23%, олійножирові, макаронні продукти – 3,63%, пивоварені – 2,9, овочі – 2,6%. Тому необхідним засобом підвищення якості в процесі отримання продукції являються стандарти на проведення контролю якості і його забезпечення.

На стадії збуту продукції велике значення має рівень якості пакування і збереження продукції на всьому шляху від сільськогосподарського підприємства до споживача. Рівню якості продукції і зберіганню треба приділяти велику увагу, бо саме на цій стадії несуть збитки самої продукції, стикаються з негативною дією продуктів харчування на здоров'я населення, зокрема, з продуктами, які прийшли в неналежний стан із-за низької якості пакування і відсутності необхідних умов зберігання.

Проблема якості загострюється невиконанням вимог до асортименту і якості продуктів харчування внаслідок більш широкої інформованості населення та зростаючої конкуренції підприємств, включаючи зарубіжні, хоча сама по собі імпортна продукція далеко не завжди більш небезпечна екологічно, ніж вітчизняна. Проте, забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках, включаючи ринки СНД, в багатьох випадках залежить від її іміджу як безпечної і якісної в усіх відношеннях.

Тому, подальший цивілізаційний розвиток України багато в чому буде залежати від спроможності країни забезпечити населення достатньою кількістю високоякісних продуктів харчування, пам'ятаючи, що АПК з його географічними, історичними, політичними, демографічними особливостями був і буде основою економіки, важливою експортною галуззю, основою матеріального добробуту населення.

Література

1. Власов В.І. Оцінка споживання основних харчових продуктів в Україні / В.І. Власов, Г.В. Ткач, Б.В. Духницький // Економіка АПК. – 2008. – № 10. – С. 3-7.
2. Григоренко О. До питання моніторингу стану харчування населення України / О. Григоренко // Товари і ринки. – 2010. – № 2. – С. 118-124.
3. Інформаційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Крупін В.Є. Аспекти формування продовольчої безпеки України / В.Є.Крупін, Я.Я. Пушак. // Економічні інновації. – 2012. – № 47. – С. 70-80.
5. Хорунжий М.Й. Агропродовольчий комплекс: проблеми формування і функціонування в ринкових умовах / М.Й. Хорунжий // Економіка АПК. – 2012. – № 3. – С. 113-120.

УДК 658

Філіппов М.В.,

здобувач Луганської філії Інституту економіко-правових досліджень
НАН України, м. Северодонець

РОЗРАХУНОК МІСТКОСТІ ЦІЛЬОВОГО РИНКУ ПІДПРИЄМСТВ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Для оцінки потенційної місткості ринку можуть застосовуватися різні показники, що характеризують число потенційних споживачів, сукупний попит і число потенційних замовлень на продукцію. Серед методів розрахунків потенційної місткості ринку обрано метод оцінки потенційної місткості регіонального ринку на основі статистичного методу визначення потенційних споживачів. Це пояснюється тим, що даний метод є найбільш доступним для застосування на будь-якому підприємстві, а також його рекомендують застосовувати для товарів споживчого призначення.

Потенційна місткість регіонального ринку, може бути розрахована по наступній формулі:

$$ПМР = (Зчнр - Ччнр) \times ССТ \quad (1)$$

де $Пмрр$ - потенційна місткість товарного ринку регіону в цілому за рік, в нат. од.;

$Зчнр$ - загальна чисельність населення в регіоні, осіб.;

$Ччнр$ - чисельність населення регіону осіб, які ні за яких обставин не можуть бути споживачами товару;

$ССТ$ - середньорічне споживання товару, в нат. од.

Приведемо розрахунки потенційної місткості регіонального ринку по формулі, що приводиться вище. Споживачами м'ясної продукції можуть бути як дорослі, так і діти старше одного року. Знаючи, що чисельність населення Луганської області дорівнює 2251,9 тис. чол., з яких, 22,5 тис. осіб - діти до 1 року (їх частка становить 1%), і, беручи до уваги, що фізіологічна норма споживання м'ясної продукції 69,6 кг у рік, потенційна місткість регіонального ринку м'ясної продукції складе 155,17 тис. тонн за рік.

Розрахунок: $PMpr = (2251,9 - 22,5) \times 69,6 = 155,17$ тис. тонн

Як видно, місткість потенційного ринку враховує чисельність усього населення регіону, що є споживачем м'ясної продукції. Однак для здійснення покупки якого-небудь товару одного бажання придбати його недостатньо. Потенційні споживачі повинні мати адекватний прибуток або відповідну споживчу здатність. Отже, місткість реального ринку є функцією інтересів (бажань) і доходів споживачів. Розрахунки її необхідні для визначення кількості товару, який можуть придбати покупці, що мають відповідне бажання й фінансові можливості для здійснення покупки.

Реальна місткість ринку певного географічного регіону визначається за формулою:

$$R_{mpr} = (Z_{чнр} - Ч_{чнр} - Ч_{нрд}) \times CСТ \quad (2)$$

де R_{mpr} - реальна місткість ринку регіону в цілому за рік, в нат. од.;

$Z_{чнр}$ - загальна чисельність населення в регіоні, осіб

$Ч_{чнр}$ - чисельність населення регіону осіб, які ні за яких обставин не можуть бути споживачами товару;

$Ч_{нрд}$ - чисельність населення регіону осіб, які мають не достатній дохід для придбання товару;

$CСТ$ - середньорічне споживання товару, в нат. од.

Застосуємо дану формулу для розрахунків реальної місткості ринку м'ясопродуктів Луганського регіону. Говорячи про кількісний і якісний склад маргінальних груп населення, до них можна віднести: безробітних (68,5 тис.чол.), інвалідів, що живуть на соціальні пенсії (5,5 тис.чол.). Також число потенційних споживачів слід зменшити на кількість дітей до 1 року (22,5 тис.чол.). Таким чином, число осіб, які можуть бути реальними споживачами м'ясної продукції, буде становити 96% від загальної чисельності населення області. Враховуючи запропоновану формулу розрахунків реальної місткості ринку й необхідні статистичні дані, було розрахована реальна місткість ринку м'ясної продукції Луганського регіону, яка склала 149,4 тис.тон на рік [1, с. 99]. Розрахунок: $R_{mpr} = (2251,9 - 22,5 - 68,5 - 5,5) \times 69,6 = 149,4$ тис. тонн.

Розрахунки фактичної місткості ринку певного товару (товарної групи), здійснюється для того, щоб визначити, який рівень реалізації товарів був досягнутий усіма учасниками ринку за конкретний період часу (місяць, квартал, рік) у конкретному регіоні (країні, області, місті). Це проводиться для того, щоб планувати виробництво, закупівлю сировини й матеріалів, можливий розмір прибутку на перспективу. Слід також ураховувати, що місткість ринку тем вище, чим нижче його насиченість, і, навпаки, у міру насичення ринку м'ясними продуктами місткість ринку скорочується. Отже, місткість ринку не залишається незмінною. Розрахунки фактичної місткості ринку слід проводити по формулі:

$$M_{фр} = V+3+I-E \quad (3)$$

де $M_{фр}$ - місткість фактичного ринку, в натуральних одиницях;

V - виробництво товарів в регіоні усіма виробниками, в нат. од.;

3 - обсяги запасів, які залишилися на початок року, в натур. од.;

I - завезення з інших областей країни й імпорт товарів в регіон, в нат. од.;

E - вивезення в інші області країни й експорт товарів, в нат. од.

На підставі формули і статистичних даних, розраховуємо місткість фактичного ринку м'ясної продукції Луганської області в 2012 році. Фактична місткість ринку м'ясної продукції Луганського регіону в 2012 р. склала 145,3 тис. тонн на рік. Розрахунок : $M_{фр} = 18414 +3 + I - E = 145,3$ тис. тонн

Знаючи, що фактична місткість регіонального ринку в 2012 р. склала 145,3 тис. т , а реальна – 149,4 тис.т, можна зробити висновок про те, що при достатньому рівні пропозиції м'ясної продукції ринок продукції м'ясопереробних підприємств Луганської області є ненасиченим. Це обумовлене тим, що не всі пропоновані товари в повному ступені відповідають запитам споживачів [2, с.57]. Розглянувши й розрахувавши місткість потенційного, реального й фактичного ринку м'ясної продукції Луганського регіону, необхідно визначити місткість освоєного ринку конкретного підприємства. Методика здійснення розрахунків освоєного ринку була апробована на провідному галузевому підприємстві України – ТДВ «Луганський м'ясокомбінат». Так, в 2012 р. місткість освоєного ринку ТДВ «Луганський м'ясокомбінат» склав 72,6 тис. тонн, так як це фактична реалізація товару на ринку, на якому працює підприємство. Частка освоєного ринку ТДВ «Луганський м'ясокомбінат» становить 48,6% від місткості реального ринку. Отже, для підприємства існує великий заділ для успішної роботи на внутрішньому ринку за умови успішного вибору й задоволення цільового споживача.

Беручи до уваги результати теоретичних досліджень та результати розрахунків сформуємо рисунок 1.

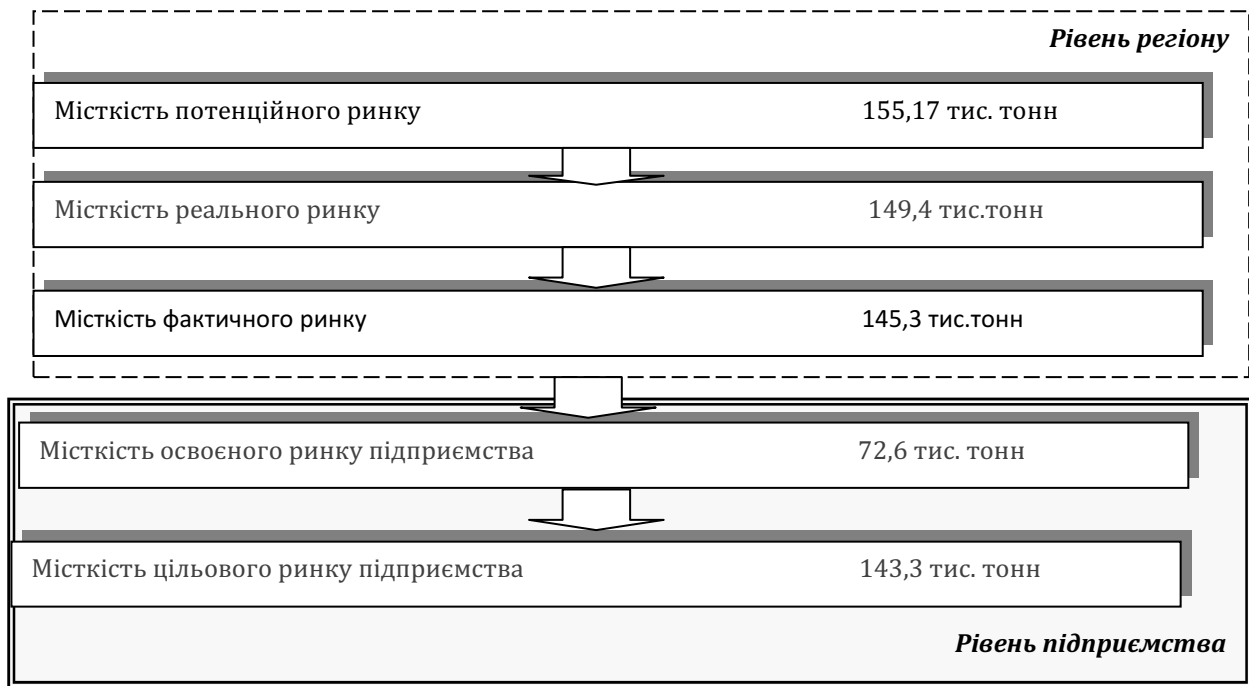


Рис. 1. Результати оцінки місткості цільового ринку підприємств м'ясопереробної продукції у 2012 році

Місткість цільового ринку ТДВ «Луганський м'ясокомбінат» буде визначена, після встановлення чисельності цільових споживачів, виходячи з кількісних і якісних характеристик обраних цільових сегментів ринку за формулою:

$$M_{црп} = C_{рст} \times ЧП \quad (4)$$

де $M_{црп}$ – місткість цільового ринку підприємства, натуральних од.;

$C_{рст}$ – середньорічне споживання товару, в натуральних од.;

$ЧП$ – чисельність цільових споживачів, осіб.

Якщо вважати, що в 2012 р. місткість освоєного ринку ТДВ «Луганський м'ясокомбінат» склала 716543 тонн, а фізіологічна норма споживання м'ясної продукції 69,6 кг у рік, то чисельність цільових споживачів дорівнює 10295 осіб, за умов, що вони купують тільки продукцію ТДВ «Луганський м'ясокомбінат». Але, враховуючи закон Паретто, 80 на 20, и чисельність цільових споживачів дорівнює 2095 споживачів, а інші не цільові. Тоді місткість цільового ринку ТДВ «Луганський м'ясокомбінат» складає 143306 кг у рік. Тобто це гарантований обсяг збуту.

Таким чином, здійснено розрахунок місткості потенційного, реального, фактичного ринку м'ясної продукції Луганського регіону та місткості освоєного ринку ТДВ «Луганський м'ясокомбінат» задля обґрунтування та подальшої розробки маркетингової політики підприємства.

Література

1. Бойко В.І. Ринок м'яса: проблеми формування ресурсного потенціалу / В.І. Бойко // Економіка АПК. – 2013. – № 11. – С. 97–102.
2. Мамчур Л.В. Оцінка сучасного стану виробництва м'яса в Україні / Л.В. Мамчур // Економіка АПК. – 2012. – № 12. – С. 55–58.

Фірсова С.Г.,
доцент кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СТРАТЕГІЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ У ХАЙТЕК - МАРКЕТИНГУ

Інноваційний процес являє собою комерціалізацію знань і перетворення їх у затребувані ринком принципово нові продукти, сервіси, технології. Інновації є основою економічного зростання й одночасно стають однією з основних проблем сучасного маркетингу. Тісну взаємодію маркетингу та інновацій відзначив Пітер Друкер ще в 1954р., коли визнав, що у бізнесу є дві основні функції – маркетинг та інновації. Якщо ж споживач не розуміє, що надає інноваційний продукт, то такий продукт не буде користуватися попитом на ринку [1]. Хайтек-продукт – це не тільки висока технологія, яка сама по собі є первинним інноваційним продуктом і початком ринку інновацій, але також і її додатки у вигляді радикальних інноваційних продуктів і відповідних послуг, які становлять основу ринку інновацій. У загальному вигляді – це радикальний інноваційний продукт, який потребує радикального інноваційного маркетингу (хайтек-маркетингу) [2].

Проникнення на ринок будь-якого інноваційного продукту переходить від одного типу споживачів, яких цей продукт приваблює, до іншого протягом всього життєвого циклу, тобто відбувається дифузія інновацій. Рушійною силою процесу дифузії інновацій є міжособистісне спілкування між представниками цих груп. У міру того, як одні потенційні споживачі залучаються до придбання або використання інновації, вони стають джерелом інформації для інших. Чим більше людей знають про інновації (новий продукт), у момент часу t , тим частіше передається інформація про неї новим потенційним споживачам. Тому число тих, хто дізнається про інновації (новий продукт), росте в геометричній прогресії до тих пір, поки не стикається з протилежною процесом зниження кількості необізнаних споживачів, що залишилися [3]. Логіка життєвого циклу прийняття інновації заснована на тому, що технологія сприймається будь-яким співтовариством поетапно, відповідно до психологічних і соціальних портретів різних сегментів цієї спільноти (рис.1).

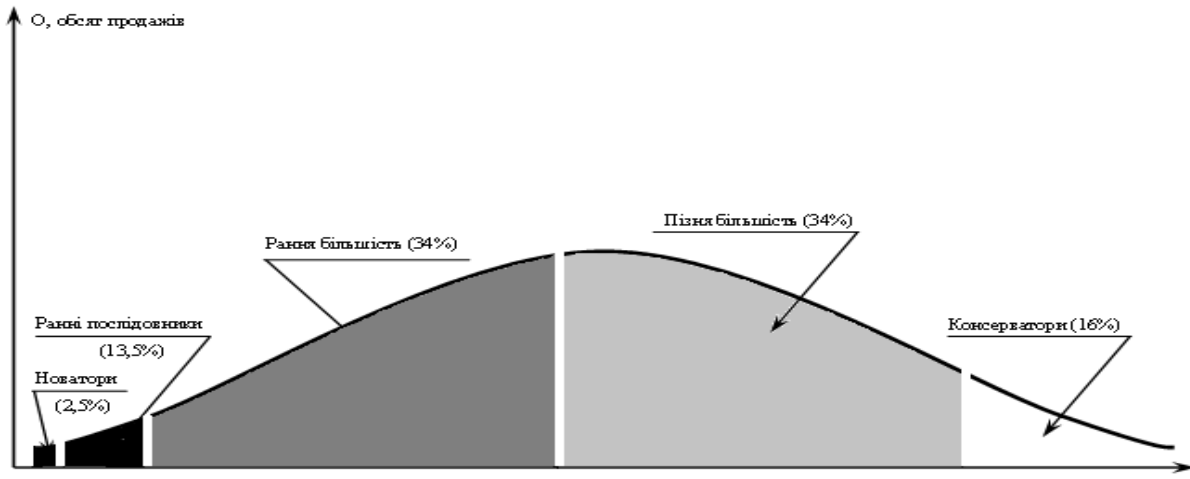


Рис. 1. Життєвий цикл прийняття інноваційної технології [3]

Джеффри А. Мур у своїй відомій книзі «Подолання прірви» зазначає, що між суміжними психографічними групами існують розриви, що відображають роз'єднаність сусідніх груп, тобто протидія, яку група надаватиме прийняттю нового продукту, якщо він буде представлений тим же способом, що і суміжній групі зліва. Теорія Джеффри Мура припускає, що ранній ринок, який складають новатори і ранні послідовники (технологічні ентузіасти і стратеги за класифікацією Д. Мура) і основний ринок – рання більшість, пізня більшість, консерватори (прагматики, консерватори і скептики) характеризуються покупцями, чії потреби та бажання відрізняються один від одного, і що між ними немає ніякої комунікації [2].

Тому метод маркетингу фірми на ранньому ринку повинен обов'язково відрізнитися від маркетингових дій, що застосовуються на пануючому ринку. Якщо фірма не буде виробляти істотних змін у своїй маркетинговій стратегії, то велика ймовірність того, що продажі нового продукту значно скоротяться [2].

Маркетинговий план виведення на основний ринок хайтек- продукту повинен включати в себе розробку наступних окремих програм для подолання прірви: вибір єдиного ідентифікованого економічного покупця інноваційного продукту (сегментування ринку); визначення вирішального чинника покупки або економічних наслідків придбання інноваційного продукту; пропозицію цільовим споживачам закінченого рішення (товару з доповненням); залучення партнерів і союзників для створення доповнення для товарів; розробка дистрибуції для інноваційного товару; вибір стратегії ціноутворення для інноваційного продукту; оцінка конкуренції; проведення позиціонування.

Одним з основних факторів успішного проникнення інноваційного товару на ринок є його позиціонування. Мета позиціонування – зайняти і утримати місце нового продукту у свідомості цільового покупця. Природа установки на «кращу покупку» залежить від типу цільового клієнта. Такі установки ростуть і множаться по мірі того, як продукт проходить різні етапи життєвого циклу прийняття технології. У цьому процесі існують чотири основних етапи, які відповідають чотирьом основним психографічним типам покупця [2]: 1. Дати ім'я і назвати категорію. Потенційні покупці не можуть купити те, чого не можуть назвати, подібно до того, як не можуть шукати продукт, якщо не знають, до якої категорії він належить. Це мінімальне позиціонування, необхідне для того, щоб продукт було легко купити новаторам – технологічним ентузіастам. 2. Обґрунтувати, для кого і для чого призначений новий продукт. Потенційні покупці не будуть купувати, поки не дізнаються, хто і з якою метою може користуватися продуктом. Це мінімальна ступінь позиціонування, необхідна для того, щоб продукт було легко купити раннім послідовникам - провідцям. 3. Уявити аналіз конкуренції і диференціацію нового продукту. Потенційні покупці не можуть знати, чого очікувати від продукту і скільки за нього платити, поки не зможуть порівняти його з іншими продуктами. Це мінімальна ступінь позиціонування, необхідна для того, щоб продукт було легко купити ранній більшості – прагматиком. Тут головне – забезпечити конкурентний набір і лідируюче положення в цьому наборі. 4. Обґрунтувати фінанси і майбутнє нового продукту. Потенційні покупці не будуть відчувати себе впевнено при покупці продукту, поки не переконаються, що він поставляється надійною компанією, яка залишиться на ринку і буде продовжувати інвестувати в дану продуктову категорію. Це ступінь позиціонування, необхідна для того, щоб продукт було легко купити пізньої більшості – консерваторам.

Завдання позиціонування – донести ці поняття до свідомості відповідного цільового покупця у відповідній послідовності і у відповідний момент розвитку ринку продукту. Успіх позиціонування полягає в тому, щоб концентрувати зусилля не на тому, щоб легко продати продукт, а на тому, щоб продукт було легше купити. Проте

компанії фокусуються на тому, щоб продукт було легше продати, оскільки продажі їх хвилюють найбільше. Ось чому вони навантажують свої маркетингові повідомлення всілякими аргументами. Хоча і створюється враження, що слова відповідають цінностям і потребам клієнта, повідомлення насправді сконцентровано на спробі продавця маніпулювати цими цінностями і потребами. Цей факт для потенційного клієнта очевидний і веде до повного відторгнення потенційного покупця від повного продукту.

Правильно сформулювати представлення нового товару найскладніше. Ідей завжди в надлишку, але висловити їх чітко і стиснуто, в короткий проміжок часу складно. Венчурні інвестори за кордоном для оцінки інвестиційного потенціалу застосовують тест «в ліфті»: за короткий час, поки ви піднімаєтеся з незнайомою попутником, чи зможете ви повною мірою розкрити суть продукту?

Джеффри Мур пропонує формулу скороченого представлення нового товару з декількох пропозицій:

- Наш продукт _____ (нова категорія продуктів).
- Для _____ (цільові покупці тільки сегменту-плацдарму).
- Які незадоволені _____ (нинішня ринкова альтернатива).
- Продукт забезпечує _____ (ключове якість, вирішальне існуючу проблему).
- На відміну від _____ (продуктова конкуренція).
- Ми зібрали воєдино _____ (ключові якості цілісного продукту) [2].

Якщо не пройти цей тест, інвестори не стануть інвестувати, тому що: люди не можуть запам'ятати більше однієї-двох пропозицій; продукт з неясним позиціонуванням складно купити; на ринку не виникає чіткого розуміння того, як позиціонується новий продукт; дослідження та розробка будуть вестися в різних напрямках; не вдасться залучити партнерів і союзників, тому що у них не буде чіткого розуміння ваших цілей, і вони не можуть взяти на себе зобов'язання; якщо неможливо в двох словах висловити ідею, закладену в новому продукті, то у виробників немає чіткої (такої, в яку можна інвестувати) маркетингової стратегії.

Для успішного проходження тесту «в ліфті» головне - визначити свою позицію на базі цільового сегмента, на якому ми збираємося домінувати, і ціну пропозиції, з якою ми збираємося домінувати. Потім необхідно позначити своїх конкурентів і ту унікальну якість, яка від них відрізняє і яка допоможе потенційному покупцеві ухвалити рішення про купівлю нового продукту.

Таким чином, етапи життєвого циклу нової технології надають майже безкінечні можливості для впровадження та позиціонування інновацій, але якою б проривною не була б інноваційна технологія, головним і єдиним засобом успішного впровадження її на ринок є хайтек-маркетинг.

Література

1. Друкер П. Бизнес и инновации. – М.: Вильямс, 2007.
2. Мур Джеффри. Преодоление пропасти: маркетинг и продажа хайтек-продуктов массовому потребителю: Пер. С англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2006. – 368 с.
3. Rogers E.M. Diffusion of Innovations / E.M. Rogers. – 4th edn. - New York: The Free Press. 1995. – 165 p.

Фісун Ю.В.,

*асистент кафедри маркетингу та ресурсозабезпечення,
Національний авіаційний університет,
м. Київ*

ОСОБЛИВОСТІ БЮДЖЕТНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ В ЄВРОПІ ТА УКРАЇНІ

За останні роки галузь повітряних пасажирських перевезень зазнала значних змін. Починаючи з середини 90-х років, з'явилися нові види авіакомпаній, наприклад, бюджетні, які упевнено збільшують свою долю на ринках Європи і США. Бюджетна авіакомпанія - авіакомпанія, яка пропонує украй низьку плату за проїзд в обмін на відмову від більшості традиційних пасажирських послуг.

За даними експертів, доля бюджетних авіакомпаній на європейському ринку пасажирських перевезень постійно росте. Якщо в 1998 році вони займали 5% (по кількості посадочних місць), то в 2010 році їх доля склала вже 38%.

У чому причини успіху європейських «дискаунтерів»? У чому істотна відмінність бізнес-моделі бюджетних авіакомпаній від інших?

Бюджетні авіакомпанії (Low Cost Carriers - LCC) концентруються на зниженні витрат і дотримуються стратегії лідерства в цінах на ринках, на яких вони ведуть свою діяльність.

Використання нового і однорідного флоту, сформованого з повітряних судів середнього розміру (зазвичай Boeing 737-700/800 або Airbus 319/320) зазвичай веде до скорочення витрат на паливо, технічне обслуговування, персонал і навчання, а у разі, якщо літаки замовляються великими партіями, то скорочуються і капітальні витрати. Висока щільність крісел призводить до зниження усіх видів питомих витрат, і передусім постійних (наприклад, витрат на аеронавігаційне обслуговування). Зі змінних витрат збільшуються лише витрати на обслуговування на борту при збільшенні завантаження літака. Час на землі і затримки скорочуються при базуванні в маленьких, не завантажених аеропортах і шляхом використання системи «поінт-ту-поінт», без різних стикувань, що дозволяє максимізувати щоденний блоковий час використання повітряних судів. Протилежною до неї є система «хаб-енд-спуок», використовувана магістральними авіакомпаніями.

Концепція «вільної посадки» також сприяє швидшій посадці на борт літаків, що дозволяє уникнути затримок. Незважаючи на відсутність стикувань, маленькі аеропорти, як правило, мають менші збори аеропортів і готові спільно фінансувати відкриття нових маршрутів. Нарешті, витрати знижуються за рахунок прямих продажів

авіаквитків, високої щільності пасажирських крісел, відсутності яких-небудь безкоштовних послуг на борту літака, таких як живлення, розваги і газети.

З точки зору продажів і попиту, цінова політика бюджетних авіакомпаній дуже рухлива, існують спеціальні знижки при завчасному бронюванні, що призводить до появи особливої групи пасажирів, які літають тільки через наявності таких знижок. Бюджетні авіакомпанії також заробляють на тому, що вводять додаткові платежі за продаж окремих продуктів і послуг на борту літака, за реєстрацію багажу або оплату кредитною картою.

Як би то не було, не усі бюджетні авіакомпанії використовують ці прийоми. Наприклад, EasyJet (Великобританія), знаходиться серед тих бюджетних авіакомпаній, які використовують декілька великих хабів (Амстердам, Мюнхен, Париж). Germanwings (Німеччина) одна з небагатьох бюджетних авіакомпаній, що пропонують програму лояльності пасажирам, хоча пасажирам необхідно сплатити реєстраційний внесок для участі в цій програмі, який покриває усі адміністративні витрати, пов'язані з програмою. Fly Be (Великобританія) і Intersky (Австрія) використовують елементи філософії бюджетних авіакомпаній в регіональних перевезеннях. Ryanair (Ірландія) і Wizz Air (Угорщина/Болгарія) є зразком європейських бюджетних авіакомпаній, оскільки вони базуються в маленьких аеропортах, просять додаткову плату за реєстрацію багажу.

Спочатку бюджетні авіакомпанії спеціалізувалися на коротких маршрутах, зараз вони обслуговують і маршрути середньої протяжності. Ця тенденція пояснюється посиленням конкуренції на існуючих маршрутах і новими авіаційними угодами між країнами.

Діяльність бюджетних компаній відіграє важливу роль у багатьох аспектах. Ріст конкуренції і зниження цін спостерігається практично на усіх маршрутах, які обслуговують бюджетні авіакомпанії. Крім того, присутність авіакомпаній в малих аеропортах благотворно впливає на регіональну економіку. Цей факт особливо важливий у випадках, коли головний аеропорт переобтяжений і відсутні перспективи його росту. З точки зору захисту довкілля, бюджетні авіакомпанії роблять менше викидів CO₂ в атмосферу на один пасажирокилометр, ніж їх конкуренти за рахунок використання нових літаків і щільнішого компонування крісел.

Відносно України, в поточних умовах розвиток бюджетної бізнес-моделі ускладнений з ряду причин:

1. В Україні, застаріли або не використовуються обласні аеропорти.
2. Дискаунтери прагнуть скоротити час знаходження на землі.
3. Високий вік флоту, що не дозволяє істотно економити на технічному обслуговуванні і паливі.
4. Недостатньо ефективне державне управління галуззю пасажирських авіаперевезень.
5. Обмеженість цільових сегментів, часті затримки не дозволяють притягнути такий найбільш прибутковий сегмент споживачів, як бізнес-пасажирів.
6. Висока конкуренція з наземними перевезеннями.
7. Недостатньо високий коефіцієнт авіаційної рухливості українців, пов'язаний з низькою платоспроможністю.
8. Бюджетні авіакомпанії доки не в змозі досягти радикальної переваги над мережевими перевізниками по витратах, як це сталося в Європі або в Південно-східній Азії (різниця в 2-3 рази).

Таким чином, усі групи проблем, які заважають авіакомпаніям розвиватися на ринку України можна розділити на три групи: проблеми державного управління, пов'язані із специфікою географічного положення і менталітету населення, а також недолік навичок маркетингового управління. Авіакомпаніям, бажаючим зайняти нішу, що утворилася, необхідно враховувати першу і другу групу проблем і активно працювати над третьою, враховуючи досвід іноземних бюджетних авіакомпаній і помилок українських.

Література

1. Концепция развития аэродромной (аэропортовой) сети Украины на период до 2020 г.
2. Крамаренко А. Летать дешево, продавать дорого. // <http://www.aex.ru/docs/2/2011/10/24/1435/print/>
3. Graham Dunn. Low-cost carriers - Coming of age. Airline business magazine // <http://www.flightglobal.com/news/articles/special-report-low-cost-carriers-coming-of-age-340853>.
4. European low fares airline association. Market share of low fares airlines in Europe. Final report // http://www.elfaa.com/documents/LFAs_Market_Share_YorkAviation.pdf

УДК 331.1

Холодницька А.В.,

к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці,

Кичко І.І.,

д.е.н., професор кафедри управління персоналом та економіки праці,

Чернігівський національний технологічний університет

ПІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ АПК ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Розробка ефективної стратегії розвитку сільських територій в Україні є одним з головних напрямків агроекономічних досліджень вітчизняних вчених. На жаль, поки що не вдалося зламати стереотипи, стосовно того, що сільські програми для сільськогосподарського виробництва, в той час як розвинені країни вже давно успішно впроваджують програми інтегрованого сільського розвитку. Враховуючи світові тенденції зростання важливості аграрного сектора в умовах глобалізації, сьогодні вже не залишається сумнівів у тому, що концепція сільського розвитку є набагато ширшою порівняно з концепцією аграрного розвитку [1].

За даними статистичних органів, у 2014 році в Україні сільська поселенська мережа налічувала 28397 населених пунктів, в Чернігівській області 1466. Для порівняння у 2013 році цей показник складав 28441 та 1481

відповідно. Як бачимо, відбувається поступова деградація українського села, посилюється негативна демографічна ситуація, щорічно зникають з карти держави сільські поселення, руйнується матеріально-технічна база аграрної сфери, відбувається старіння сільських жителів, зростає безробіття.

Станом на 1 січня 2015 року міське населення України складає 31336,6 тис. осіб, а сільське - 14089,6 тис. осіб.

У Чернігівській області станом на 1 січня 2015 року проживає 1047,1 тис. осіб, в тому числі міське населення – 668,6 тис. осіб, сільське – 378,5 тис. осіб.

Це викликано багатьма чинниками, серед яких чільне місце займають демографічна криза, нерозвиненість сільської інфраструктури, відсутність робочих місць та інші. У більшості сіл області не створені необхідні культурно-побутові умови, низький рівень оплати праці, складне транспортне сполучення, низька якість доріг, неналежна система медичного обслуговування, а дитячі, освітянські, культурні заклади можуть бути створені у розрахунок на декілька сусідніх населених пунктів.

Незважаючи на позитивні зрушення, в сільському господарстві Чернігівщини ще існує багато не вирішених проблем. На жаль, зберігається недооцінка ролі сільських територій у соціально-економічному розвитку області. Головною галуззю на сільських територіях залишається аграрне виробництво, але нерозвиненими є інші види діяльності, що посилює кризові тенденції в розвитку сільських територій, посилює процеси міграції працездатного сільського населення до міст.

Втім, сільську територію не можна визначати лише як просторову базу для агровиробництва, оскільки це лише збільшує перешкоди до повноцінного функціонування регіону. Тому сільський розвиток не варто вимірювати тільки показниками аграрного сектора економіки.

Ключовими перепонами успішного розвитку сільських територій Чернігівської області та поступового нарощування їх потенціалу є те, що:

- структура видів економічної діяльності на сільських територіях має переважно сільськогосподарський напрямок;
- в області відмічається низька щільність заселення сільських територій, що обумовлює значні додаткові витрати на будівництво об'єктів інфраструктури;
- існує надмірна кількість посередників між виробниками та споживачами сільськогосподарської продукції, стрімко зростають ціни на паливо, засоби захисту рослин і тварин, добрива, корми тощо;
- спостерігається стрімке скорочення сільського населення, зростання кількості захворювань та скорочення середньої тривалості життя сільського населення;
- потребує удосконалення система управління розвитком сільських територій;
- більшість сільського населення ще не готова брати активну участь у розвитку власних територій та недостатньо усвідомлює їх особисту роль у цьому процесі;

Зважаючи на природно-економічні особливості області, сільське і лісове господарство мають ключове значення для землекористування та управління природними ресурсами в сільських територіях.

Вадливим кроком на шляху вирішення зазначених проблем має розробка урядом Концепції розвитку сільських територій, що передбачає прийняття і реалізацію Стратегії розвитку сільських територій, яка ґрунтується на необхідності існування локальних стратегій розвитку кожного села (селища) та здійснення заходів галузевих програм, розроблених на виконання зазначеної Стратегії. Успішна реалізація основоположних постулатів даної концепції дозволить:

1. Підвищити рівень життя сільського населення шляхом впровадження гарантованих державою соціальних стандартів для осіб, що проживають на сільських територіях, будівництва сучасної транспортної інфраструктури, надання державної підтримки для розвитку комунального господарства та житлового будівництва на селі, розвитку мережі установ первинної та екстреної медичної допомоги, закладів культури, збереження культурної та історичної спадщини сільських громад.

2. Сприяти ефективному використанню природних ресурсів у сільській місцевості шляхом підтримки виробництва і використання біопалива та відновлювальних джерел енергії, використання природних агроландшафтних технологій, розвитку природно-заповідного фонду та формування екомережі із залученням громад і суб'єктів агрогосподарювання до цієї діяльності, посилення контролю і відповідальності за викидання сміття, впровадження протиерозійних заходів та заходів, спрямованих на попередження та елімінацію ерозійних та деградаційних процесів у сільськогосподарському землекористуванні.

3. Підтримувати розвиток сільського підприємництва, створювати умови та надавати підтримку для збільшення виробництва трудомісткої сільськогосподарської продукції за рахунок впровадження передових технологій, залучення інвестицій, розвивати сільськогосподарську обслуговуючу кооперацію, сприяти просуванню на ринок продукції сільського господарства, ремесел і народних промислів під місцевими торговими марками, розвивати туристичну та рекреаційну діяльність.

4. Підвищити роль сільських громад в плануванні та впровадженні заходів з розвитку сільських територій, вдосконалити між бюджетні відносини,

розвивати державно-приватне партнерство для виконання проектів з розвитку сільських територій та залучення інвестицій;

5. Створити умови для здобуття якісної загальної освіти на селі, оптимізувати мережу освітніх закладів з урахуванням освітніх, виховних, оздоровчих, культурних потреб молоді у сільській місцевості;

6. Вдосконалити інформаційне забезпечення сільського населення щодо доступу до фінансів шляхом створення Національного центру сільськогосподарського дорадництва [5].

Для об'єктивної оцінки результатів впровадження даної концепції доцільно впроваджувати систему моніторингу та оцінювання, яка передбачає систематичний збір даних про досягнуті показники для забезпечення управління. Розробка, впровадження, моніторинг та оцінювання стратегій розвитку повинен проводитися безпосередньо на рівні сільських територій спеціально створеними комісіями в порядку та з періодичністю, встановленими відповідними комісіями на підставі затверджених показників.

Зазначені заходи дозволять помітно покращити розвиток сільських територій Чернігівської області, оптимізувати економічні, соціальні, демографічні показники, скоротити відтік робочої сили, сприятимуть розвитку аграрного виробництва, народних промислів та агротуризму. Інноваційний розвиток соціальної та гуманітарної інфраструктури сільських територій має стати пріоритетним напрямом регіональної соціально-економічної політики, а також дієвим важелем підвищення якості трудового потенціалу села та забезпечення належних стандартів життя населення.

Література

1. Бородіна О.М. Корегування політики державної підтримки сільського господарства України / О.М. Бородіна, О.М. Могильний // Економіка АПК, 2007. – № 6. – С. 55 – 61.
4. Гром'як Д.М. Соціально-економічні засади комплексного розвитку сільських територій [Електронний ресурс] / Д.М. Гром'як // Міжнародна інтернет-конференція «Актуальні проблеми економіки, обліку та менеджменту». – Режим доступу: http://www.viem.edu.ua/konf_V4_1
5. Концепція розвитку сільських територій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/apk?nid=14008>
6. Стратегічні пріоритети та механізми інноваційного розвитку сільських територій західного регіону України : монографія / За ред. д.е.н. В.В. Борщевського, д.е.н. Т.Г. Васильціва. – Львів: Аверс, 2014. – 176 с.

Хрутьба Ю.С.,

*Аспірант кафедри екологічного менеджменту та підприємництва,
Київський національний університет ім. Тараса Шевченка*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МАКРО І МІКРО ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВ ХЛІБА, ХЛІБОБУЛОЧНИХ І БОРОШНЯНИХ ВИРОБІВ

Нині перед економікою України стоять нові цілі, які продиктовані необхідністю забезпечення громадян якісними промисловими і продовольчими товарами та виведення вітчизняної продукції на міжнародний, зокрема, європейський ринок. Однією із стратегічних галузей розвитку економіки є переробна промисловість, яка є важливою ланкою формування продовольчої безпеки й експортного потенціалу держави та покликана забезпечувати стабільне постачання населення якісними продуктами харчування. Вступ країни до ЄС прискорить процес залучення переробної промисловості до глобальної світової економіки. Це висуває нові вимоги до організації виробництва, транспортування готової продукції та управління підприємствами.

Важливою ланкою переробної промисловості є виробництво харчових продуктів, в якій виробництво хліба, хлібобулочних і борошняних виробів займає провідне місце. Завдання галузі полягає у безперебійному забезпеченні виробництва якісного хліба, хлібобулочних та інших борошняних виробів відповідно нормам державної продовольчої безпеки та своєчасна доставка їх до кінцевого споживача.

Згідно даних Державної служби статистики України у виробництві хліба, хлібобулочних і борошняних виробів в Україні на початок 2014 р. діяло 1486 підприємств різної потужності, котрі щодоби виробляли 6,8 тис. т. хліба і хлібобулочних виробів. Виробництво хлібобулочних виробів у 2014 р. в порівнянні з 2013 р. скоротилося на 105,161 тис. т. (на 7,3%) та склало 1 335,405 тис. т. (у 2013 р. виробництво склало 1 440,566 тис. т.) [1].

Всю цю продукцію необхідно вчасно доставити споживачу, оскільки терміни її зберігання обмежені. Отже, задача транспортування продукції є однією із пріоритетних для підприємств по виробництву хліба, хлібобулочних і борошняних виробів. Для своєчасної доставки свіжоспеченої продукції до споживачів керівництво підприємства визначає, яким буде його автопарк - власним, орендованим чи складатися з власного транспорту працівників, яким будуть відшкодовуватися транспортні та ремонтні витрати.

Одним із інструментів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств по виробництву хліба, хлібобулочних і борошняних виробів є логістична діяльність. Отже, оптимізація макро і мікрологістичних систем є актуальним завданням підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств галузі.

Підприємство по виробництву хліба є складовою частиною макрологістичної системи управління потоковими процесами за участю декількох незалежних суб'єктів господарювання, які не обмежені у територіальному розташуванні (підприємства АПК – хлібозавод – торгівельна мережа). В той же час, мікрологістична система підприємства по виробництву хліба охоплює внутрішньовиробничу логістичну сферу одного підприємства або групи підприємств, об'єднаних на корпоративних засадах [2].

Бізнес-процеси логістичної системи хлібозаводу включають процеси постачання та зберігання сировини, виробничий процес випікання хлібобулочних виробів, зберігання готових виробів, транспортування як сировини, так і готової продукції, збут готової продукції. Ці процеси мають свої особливості, які необхідно враховувати при оптимізації мікрологістичних систем. З них можна виділити найбільш важливі: великий асортимент готової продукції, невеликий термін придатності продукції, обчислюваний іноді годинами; наявність різних варіантів доставки продукції: як власним, так і орендованим транспортом; великий документопотік і трудомісткість оформлення відвантажувальних документів, тому що крім стандартних документів, на хлібозаводі, в пакет документів додатково входить матеріальний пропуск, якісне посвідчення і завдання на відвантаження; чітко обумовлені інтервали доставки; наявність пріоритетності доставки і облік зворотної тари. Автоматизація логістичного ланцюжка дозволить хлібозаводу знизити, як трудові так і фінансові витрати за рахунок скорочення термінів доставки продукції, оптимізації маршрутів розвезення, контролю повноти оформлення документів, зниження витрат на володіння і обслуговування транспортних засобів (ремонт, паливо, водій), зниження трудомісткості всіх експедиційних процесів, наладки злагодженої роботи об'єднаних робочих груп.

Як відомо, проблематика зберігання борошна стосується кожного хлібопекарського виробництва, незалежно від його величини. У індустріальних підприємств турботи про багатотонних силосах та їх технічні можливості, у середніх і малих підприємствах найбільшче питання про складські приміщення, які ледь вміщують одноразові поставки борошна. Якість борошна коливається не тільки, в залежності від регіону, але навіть всередині поставок одного млина. Тому підприємства по виробництву хліба доводиться іноді закуповувати партії борошна за 2-3 тисячі кілометрів. Зрозуміло, що в таких випадках малий обсяг ніхто не повезе і тут найголовнішою і життєво важливою темою стає зберігання борошна. (Для порівняння в європейських країнах «з мішків» працюють лише малі пекаренки / булочні, де і виробництво, і продаж перебувають в одному приміщенні).

Оптимальний процес доставки продукції означає пошук нових шляхів прискорення часу технологічного процесу, підвищення його продуктивності, забезпечення іншого рівня якості продукції, заощадження ресурсів. Новий процес збуту продукції і постачання сировини означає новий підхід до збуту продукції, прискорення отримання оберненого зв'язку зі споживачами, пошук нових шляхів задоволення потреб споживача, відслідковування змін в потребах і покупках клієнтів.

Сформована оптимальна макро і мікрологістична система підприємств по виробництву хліба підвищує ефективність їх діяльності і створює додаткові конкурентні переваги в умовах постійних економічних змін. Оптимізація параметрів управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками основних процесів логістичного ланцюга дозволяє забезпечити чітку взаємодію всіх підрозділів підприємства від виробництва до експедиювання продукції, включаючи автотранспортний підрозділ, а керівництву одержувати точні і своєчасні дані для виконання основного завдання - забезпечити споживачів якісною продукцією в найкоротші терміни, в необхідному обсязі і за доступною ціною.

Література

1. Виробництво основних видів промислової продукції по місяцях 2014 року [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/pr/ovp/ovp_u/ovp2014.html.
2. Про затвердження галузевої програми розвитку хлібопекарської галузі на період до 2015 року: Наказ Міністерства аграрної політики № 164 від 20.03.2008 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.uazakon.com/documents/date_e3/pg_gtcywj.htm.
3. Організація та проектування логістичних систем: [Підручник] / М. П. Денисенко, П. Р. Левковець, Л. І. Михайлова [та ін.]. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 336 с.
4. Ставицький О. В. Державне управління підприємствами хлібопекарської галузі України та напрями підвищення ефективності їх діяльності. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua>
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: www.ukrstat.gov.ua.

Цалан М.І.,

викладач кафедри міжнародних економічних відносин,
ДВНЗ “Ужгородський національний університет”

ОЦІНКА РОЗВИТКУ ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Відомо, що Закарпатська область має значний потенціал розвитку лісового господарства. Ліси виконують захисну, санітарно-гігієнічну, оздоровчу, естетичну, рекреаційну, еколого-економічну функції, задовольняючи потреби регіону в лісових ресурсах різного характеру. Поєднання чинника вигідного географічного положення Закарпаття (на кордоні з країнами ЄС), чинника ресурсного потенціалу лісової галузі та пріоритетності її розвитку викликають особливий інтерес до дослідження питання забезпечення конкурентоспроможності лісогосподарських підприємств. З метою поглибленого вивчення стану розвитку державних лігоспів області, проблем організації їх роботи, питань державної підтримки та перспектив розширення ними ЗЕД, у 2011 р. та у 2013 р. нами було проведено анкетування-опитування керівників цих підприємницьких структур. На основі узагальнення результатів можна зробити відповідні висновки:

1. Позитивні зміни керівники підприємств у діяльності лігоспів відзначили у період 2010-2011 р. (опитування 2011 р.) та період 2008-2013 рр. (опитування 2013 р.), що, найбільш імовірно, пов'язано із поступовим подоланням наслідків світової фінансової кризи. У 2011 р. тільки по-одному керівнику відзначили, що не відчули жодних змін, зниження ефективності за останній рік та за останні 5 років. У 2013 р. не було жодної відповіді про відсутність змін чи зниження ефективності господарювання, натомість 12,5 % опитаних зазначили, що їм важко дати відповідь на питання ефективності зміни господарювання підприємства, що вказує на важкість однозначної оцінки стану роботи їх підприємства за досліджувані періоди.

2. Близько 65% респондентів відзначили вплив світових кризових потрясінь на діяльність лігоспів. 12% вказали, що це відобразилося на фінансовій складовій, близько 20 % - на виробничій, 44 % - на всіх сферах діяльності. У 2013 р. 25% респондентів відзначили вплив кризи на рівень соціального забезпечення працівників, що пов'язано не тільки із специфікою лісової галузі Закарпаття, але із її впливом на загальноекономічний стан в державі.

3. У процесі опитування одним із завдань було визначити фактори, які ускладнюють роботу лісогосподарських підприємств Закарпатської області. Серед них відзначено високий рівень оподаткування, причому значення цього чинника за 2 роки посилювалося. Зараз в умовах військових дій на Сході країни навряд чи варто сподіватися на те, що урядові реформи у сфері оподаткування нівелюють його вплив. За період, який пройшов між двома анкетуваннями, великою мірою посилювалася проблема недостатнього платоспроможного попиту споживачів лісопродукції, у той час як

фактор частоти зміни законодавства став менш значущим. Питання тіньової економіки поки відійшли на задній план, оскільки залишаються інші, які стосуються безпосередньо лісгосподарських підприємств, серед яких: незадовільна матеріально-технічна база, невідповідний рівень державної підтримки для ефективного ведення лісгосподарювання, часті перевірки діяльності підприємства. Респондентами було відзначено високий та середній ступінь зношеності засобів виробництва і жоден з них не кваліфікував його як низький. Це вказує на те, що потреба в оновленні засобів виробництва на лісгосподарських підприємствах є очевидною і потребує якщо не нагального, то хоча б покрокового вирішення у середньостроковому періоді.

4. У 2011 р. 88,89% (2013 р. – 62,5 %) респондентів підтримали твердження про те, що лісова інфраструктура знаходиться у невідповідному стані, а 11,11% у 2011 р. (37,5% – 2013 р.) респондентів його не підтримали. Відсоток останніх збільшився, з огляду на те, що окремі кроки з побудови та ремонту лісових доріг все ж робляться, але до цих пір до належного стану це питання не доведено.

5. У лісгоспах Закарпатської області має місце проблема нестачі кваліфікованих трудових ресурсів та в окремих з них – проблема плінності кадрів. Найбільшою мірою остання проявляється серед працівників підприємства, які не займають керівних посад. Це відзначили більше 50% респондентів. На другому місці за плінністю – працівники нижчої ланки (лісники) – їх відмітили близько 20% респондентів. По одному респонденту вказали на плінність серед працівників вищої ланки (директор та його заступники - 2011 р.) та середньої ланки (лісничі та їх помічники - 2013 р.). Серед причин плінності кадрів відзначено незадоволення працівників рівнем заробітної плати, а також стереотип неprestижності роботи у сфері лісового господарства.

6. В анкетах поставлено було питання щодо позицій лісгоспів області, на думку їх очільників, порівняно з позиціями лісгоспів інших областей. Близько 17% у 2011 р. і 25% у 2013 р. відзначили вищий рівень розвитку закарпатських лісгоспів, протилежної думки було 44 % респондентів у 2011 р. і 56 % у 2013 р., а відповідь “не знаю” дали 39% респондентів у 2011 р. і 19% у 2013 р. Така “нейтральна відповідь” означає, що окремі управлінці володіють ситуацією тільки на своєму підприємстві. Цю проблему вирішити можна через стимулювання обміну досвідом як між керівниками підприємств, так і працівниками нижчих ланок, публікацію статей у періодичних виданнях, спільне проведення круглих столів, семінарів, симпозіумів, де б обговорювалися нагальні актуальні питання лісової галузі як Закарпатської, так і інших областей України.

7. На питання про сприяння органів державної влади розвитку лісового господарства в Україні, більше 60% опитаних дали ствердну відповідь, але в той же час було зазначено невідповідність її рівня ефективності ведення лісгосподарювання, недостатності саме фінансової складової, в якій найбільше відчувається потреба. Вважаємо, що варто глибше досліджувати причини її нестачі – чи вони в обсязі фінансових ресурсів, чи в неефективності її розподілу. До пріоритетних видів державної підтримки, в яких відчувають потребу лісгоспи Закарпатської області, керівники підприємств відносять такі: сприяння ЗЕД, лізингу обладнання, підтримку інноваційної діяльності, впорядкування державного контролю за діяльністю підприємств, сприяння в підготовці, перепідготовці кадрів та обміні досвідом. Зважаючи на складність ведення підприємницької діяльності у період інтенсифікації глобалізаційних процесів, залежно від стану ринку в окремий період, політичного середовища в країні та її зовнішньоекономічної політики, перелік видів державної підтримки діяльності лісгоспів варто доповнювати і варіювати.

8. Зважаючи на важливість виходу підприємств на зовнішні ринки, і те, що 87% із загальної кількості лісгоспів Закарпаття здійснюють зовнішньоекономічні операції, на стан їх участі та проблеми у сфері ЗЕД, звернено в анкетах особливу увагу. Серед проблем, з якими керівники стикалися, встановлюючи зовнішньоекономічні зв'язки, слід назвати такі:

- відсутність належного рівня законодавчого регулювання участі лісгосподарських підприємств у ЗЕД, що актуалізує необхідність негайного удосконалення цього механізму для підвищення ефективності роботи із партнерами з-за кордону;

- жорстка конкуренція на зовнішньому ринку. Це позитивний чинник, який стимулює підприємства лісової галузі відповідати потребам і вимогам споживачів сьогодення;

- складність пошуку контрагентів на зовнішньому ринку та ін. Жодний респондент не вказав на проблему відсутності попиту на предмет експорту, що є стимулюючим чинником до ЗЕД лісгоспів.

Серед заходів, які необхідно вжити для розширення зовнішньоекономічної діяльності лісгоспів Закарпаття, названо такі:

- надавати пільги в оподаткуванні підприємницькій структурі за умови участі в ЗЕД, що було б і стимулюючим чинником для них і зняло б додатковий податковий тягар;

- необхідно встановлювати коопераційні зв'язки між виробниками готової продукції з деревини в межах області для продажу її у перспективі за кордон. Для цього слід активізувати роботу виробничих цехів, які вже працюють, підвищувати ефективність їх роботи, а також створювати нові. Крім того, слід встановлювати коопераційні зв'язки між лісгоспами і фірмами, які займаються виробами з дерева. Таким чином лісгоспи будуть мати збут заготовленої деревини, а деревообробні підприємства – постійних постачальників. І тоді виробничий ланцюг з готовою продукцією буде завершуватися постачанням продукції на зовнішні ринки. Але за межами внутрішнього ринку не так легко знайти партнерів і покупців своєї продукції. У такому випадку можна скористатися програмами підтримки імпортерів. Прикладом такої є програма Sippo – Швейцарська програма сприяння імпорту, представники якої допомагають малим і середнім підприємствам, які мають бажання і можливість проводити ЗЕД, виходити на міжнародні ринки через сприяння в організації участі їх у виставках, де можна встановити потрібні зв'язки з партнерами з інших країн, проводять безкоштовні семінари щодо шляхів виходу на ринки Швейцарії та ЄС. Використовуючи послуги фахівців Програми Sippo підприємці лісової та деревообробної галузей Закарпаття мають можливість отримати інформацію про кон'юнктуру закордонних ринків збуту, вимоги доступу на ринок та стандарти якості продукції, які там мають місце [1];

- важливо забезпечувати відповідний рівень державної фінансової підтримки лісгоспів, які ведуть ЗЕД. В умовах жорсткої зовнішньої конкуренції особливо їм це потрібно у початковий адаптаційний період.

Таким чином, проведене опитування дає можливість окреслити сучасний стан розвитку та організації діяльності державних лісогосподарських підприємств Закарпатської області, визначити основні труднощі їх функціонування та акцентувати увагу на кроках, які необхідно здійснити для удосконалення ведення підприємницької діяльності.

Література

1. <http://www.s-ge.com/global/export/en> - офіційна веб-сторінка Швейцарської програми сприяння імпорту SIPPO.

Marcin Cywiński,

*Dr, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa
im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim*

THIRD OR FOURTH PART LOGISTIC PROVIDER A HANDEL ELEKTRONICZNY W POLSCE

Innowacje pełnią bardzo dużo, niezmiernie istotnych funkcji o charakterze ekonomicznym, społecznym, techniczno-produkcyjnym, a nawet ekologicznym w kształtowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego kraju i przedsiębiorstw w nim funkcjonujących. Działalność innowacyjna, a więc aktywność ukierunkowana na wzrost skłonności do wprowadzania innowacji jest dzisiaj koniecznością i należy doceniać jej ogromną rolę¹⁵. To właśnie na rozwoju technologii, innowacji i rozwojowi społeczeństwa opartego na wiedzy rozwija się handel elektroniczny często nazywany e-commerce. Główny Urząd Statystyczny definiuje e-commerce jako transakcje przeprowadzane w sieci, oparte na protokole IP¹⁶. Towary i usługi zamawiane są w sieci internetowej, jednak płatność i dostawa może odbywać się już poza nią. Transakcje dokonywane są pomiędzy różnymi podmiotami i na różnych płaszczyznach. Zarówno pomiędzy przedsiębiorstwami wzajemnie a osobami indywidualnymi, konsumentami, organizacjami prywatnymi i publicznymi, gotówkowo bądź bezgotówkowo. Polski rynek e-commerce szacowany jest na 3 mln euro. W porównaniu w liderem w Europie (Wielka Brytania 39mln euro) jesteśmy rynkiem raczkującym. Mimo wszystko przejawiamy jako rynek największą dynamikę wzrostu (z 8 badanych krajów), która wynosi 22,6%. Warto również przyjrzeć się jak rynek europejskiego e-commerce wygląda w porównaniu z USA (170mln euro). Widać wyraźnie, że Amerykanie wydają wyraźnie więcej na zakupy online. Widać jak powszechność Internetu zdołała wpleść się w niemalże każdą dziedzinę działalności człowieka, a handel elektroniczny jest już obecny we niemalże każdym aspekcie handlu tradycyjnego. Jest to skutkiem między innymi rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Pomimo, że samo określenie *społeczeństwo informacyjne* jest pojęciem wieloznacznym i interdyscyplinarnym skupiającym zagadnienia z nauk społecznych, ekonomicznych, psychologicznych czy technicznych, wyjaśnienia należy doszukiwać się w upowszechnieniu dostępu do sieci internetowej oraz dynamicznym postępie technologii. Współczesne społeczeństwo informacyjne posiada wiele cech będących implikacjami ciągłych transformacji społecznych, które wykreowało również nowe, bardziej użyteczne dla siebie funkcje i kierunki dalszego rozwoju. Upowszechnienie internetu, sieciowej komunikacji i transferu informacji miało niewątpliwą związek z procesem globalizacji, który można scharakteryzować następująco¹⁷:

- szybkością przekazu informacji i dokumentów,
- niezależnością od czasu, bez względu na strefy czasowe nadawcy i odbiorcy,
- uzależnieniem od komputeryzacji, zarówno w ekonomii, polityce, gospodarce, jak i życiu prywatnym,
- zmianami w relacjach interpersonalnych, znaczne ograniczenie kontaktów osobistych kosztem zwiększenia komunikacji elektronicznej,
- dużą anonimowością komunikacyjną, zarówno na poziomie jednostek, jak i organizacji społecznych,
- umożliwieniem kontroli na szerszą skalę, wykorzystywanej w sieciowych organizacjach,
- pojawieniem się wirtualnej rzeczywistości i cyfrowych społeczności,
- zmniejszeniem kosztów prowadzenia działalności gospodarczej, poprzez informatyzację,

Bez wątplenia obecnie komunikacja wiąże się z wykorzystaniem systemów komunikacyjnych online, która została zdominowana przez popularność serwisów społecznościowych, łączących wiele różnych funkcji komunikacyjnych, daleko przekraczających zwykłe kontaktowanie się. Funkcjonalność social mediów wzbogacana jest o różne e-usługi innych współpracujących dostawców, przyciągając nowych, jak i przekonując stałych użytkowników do dalszego korzystania z zasobów handlu elektronicznego. Oceniana sytuacja implikuje rozwój operatorów logistycznych świadczących usługi kontraktowe definiowane jako *third / fourth party logistics (3PL/4PL)*. Usługi kontraktowe w łańcuchach logistycznych przedsiębiorstw determinowane są przez konkurencję i globalizację światowych gospodarek. Organizacja poszukująca sposobów na jednoczesne obniżanie kosztów i podnoszenie swojej pozycji konkurencyjnej budując przy okazji wartość przedsiębiorstwa. Sprzyja temu budowanie relacji partnerskich i outsourcing w logistycznych łańcuchach dostaw.

Rozszerzanie działalności przedsiębiorstwa o nowe rynki automatycznie implikuje wzrost zapotrzebowania na usługi logistyczne, szczególnie usługi kontraktowe 3PL. Jest to więc świadczenie kompleksowych usług logistycznych w sposób wyspecjalizowany, które obejmują spedycja, transport i magazynowanie. Wykorzystując infrastrukturę teleinformatyczną operatorzy 3PL podnoszą wartość organizacji poprzez oferowanie szerokiej gamy usług, realizując działania w ramach wysyłającego, czyli firmy partnerskiej. Rynek partnerów logistycznych dynamicznie się rozwija, co można obserwować w

¹⁵ M. Cywiński, *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości* [w:] K. Brendzel-Skowera, *Wyzwania i perspektywy współczesnego zarządzania. Innowacje, kryzys, przedsiębiorczość*. Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2013, s.138

¹⁶ Por. definicje e-commerce w GUS, www.parp.gov.pl

¹⁷ G. Szamański, *Innowacje marketingowe w sektorze e-commerce*, Wyd. Politechniki Łódzkiej, Łódź 2013, s.19

wielu wynikach badań prezentowanych w środowisku branżowym¹⁸. Koncepcja 3PL ewoluje do 4PL (fourth party logistics), czyli do tzw. Integratora łańcuchów dostaw, w skład którego wchodzi między innymi planowanie, koordynacja czy kontrola sieci dostaw. Dochodzi do zjawiska łączenia zasobów organizacji, jego możliwości i technologii¹⁹. Wobec powyższego, operatorzy 4PL występują w roli koordynatorów procesów logistycznych występujących wzdłuż całego łańcucha dostaw, zaczynając od dostawców surowców na finalnych konsumentach kończąc. Zadanie organizacji świadczących kompleksowe usługi kontraktowe jest już nie tylko koordynacja wykorzystanych zasobów, lecz także odpowiedni ich dobór, integracja dostępnej technologii, doświadczenia i wiedzy pracowników na podstawie efektu synergii kluczowych komponentów, takich jak sterowanie, informacja, komunikacja i zasoby.

Wiele z pośród przedstawianych na łamach czasopism logistycznych praktyk²⁰ ukazuje procesy przekształceń usług logistycznych w usługi kontraktowe i efekty, jakie te przekształcenia przynoszą swoim klientom. Outsourcing, który bywa najczęściej przedstawiany, implikuje zlecenie wielu czynności do realizacji poprzez zewnętrzne podmioty w celu podejmowania strategicznego partnerstwa biznesowego. To właśnie dzięki nawiązywanej współpracy, przedsiębiorstwa przyczyniają się do wzrostu wartości organizacji, redukcji zapasów i kosztów, eliminacji braków i poprawy płynności zasobów materialnych i niematerialnych, jak choćby te definiowane przez systemy Just In Time.

Według Głównego Urzędu Statystycznego operatorzy logistyczni świadczących usługi kontraktowe 3PL/4PL systematycznie wzrasta. Dzięki temu na rynku pojawiają się profesjonalni dostawcy usług logistycznych, dysponujący odpowiednimi zasobami, umiejętnościami, kompetentną siłą roboczą, czy odpowiednie wyposażenie techniczne. Jak ukazują badania amerykańskie, wśród największych operatorów logistycznych łańcuchów dostaw, zjawisko outsourcingu logistycznego przynosi wymierne korzyści takie jak:²¹

- zarządzanie magazynem (poziom oszczędności 30%)
- konsolidacja przesyłek (14%)
- zarządzanie transportem (11%)
- realizacja zamówień (11%)
- opłaty spedycyjne (10%)
- monitorowanie dostaw (8%)

Obecnie szacuje się, że kompleksowe usługi logistyczne dla łańcuchów dostaw będą nadal rozwijane, ze względu na fakt, iż szeroko rozumiana logistyka ma wpływ na budowanie poziomu konkurencyjności przedsiębiorstw. Najczęściej determinowane dziedziny, w których swoje działania implikują operatorzy logistyczny, którzy działają w ramach outsourcingu partnerskiego to transport, spedycja i magazynowanie. Klienci operatorów z sektora third or fourth part logistich provider mogą oczekiwać wysokiego poziomu obsługi w zakresie jakości usług oraz coraz szerszego wykorzystania technologii informacyjnych (IT), szczególnie w aspekcie rozwoju biznesu e-commerce. W wyniku procesów globalizacyjnych klienci operatorów logistycznych funkcjonują w coraz bardziej rozległych i złożonych łańcuchach dostaw, które wykorzystują nowoczesne technologie teleinformatyczne, tym samym wpływając na poprawę swojej pozycji konkurencyjnej na rynku.

Krzysztof Czyrka²²,

Dr., Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jakuba z Paradyża w Gorzów Wielkopolski,
Polska

BARRIERS IN USING THE HUMAN POTENTIAL OF THE PEOPLE WITH DISABILITIES-DELIBERATIONS

At present, the concept of disability is based on the thesis whose essence are not individual limitations, but feeble organized milieu of work and work conditions. That is why, one cannot see disability as the result of body impairment of ailment, but first and foremost the result of existence of social, economic and physical barriers.

The term barrier comes from French and in free translation means an obstacle²³. The acquaintance of the division, character and sources of barriers may considerably contribute to more effective management of the human potential of the people with disabilities. What is more, the prelude of setting up the majority of barriers is not a man itself but most often in the result of undertaking conscious actions. Bearing in mind the fact that employment of a disabled person must stem from the friendly coincidence of conditions, the decision of a disabled person and the decision of an employer, the causes of low professional activity of the disabled persons one shall seek in four areas (fig.1)²⁴:

- conditions the external ,
- attitudes of employers,
- conditions of the labor milieu,
- attitudes of the disabled persons.

¹⁸ Por. prezentowanie wielu wyników badań na portalu www.logistyka.net.pl

¹⁹ Por. *Cost, globalization driving 4PL market study*, [www.joc.com z dnia 20.03.2015]

²⁰ Por. *Czasopismo Logistyka, Top Logistyk*,

²¹ Por. J. Sutherland, *Supply Chain Management, University of San Diego, 2013*

²² University of Applied Sciences in Gorzów Wielkopolski, Institute of Economics, F. Chopina 52 St. 66-400 Gorzów Wlkp.

²³ M. Garbat, *Środowisko fizyczne i społeczne osób niepełnosprawnych, Niepełnosprawność i rehabilitacja*, KIGR, Warszawa 1/2003, p. 19.

²⁴ A. Barczyński, P. Radecki, *The report from the research 'Identyfikacja przyczyn niskiej aktywności zawodowej osób niepełnosprawnych' conducted within the framework of the Partnership Project 'Kluczowa rola gminy w aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych'*, Warsaw 2008, p. 39.

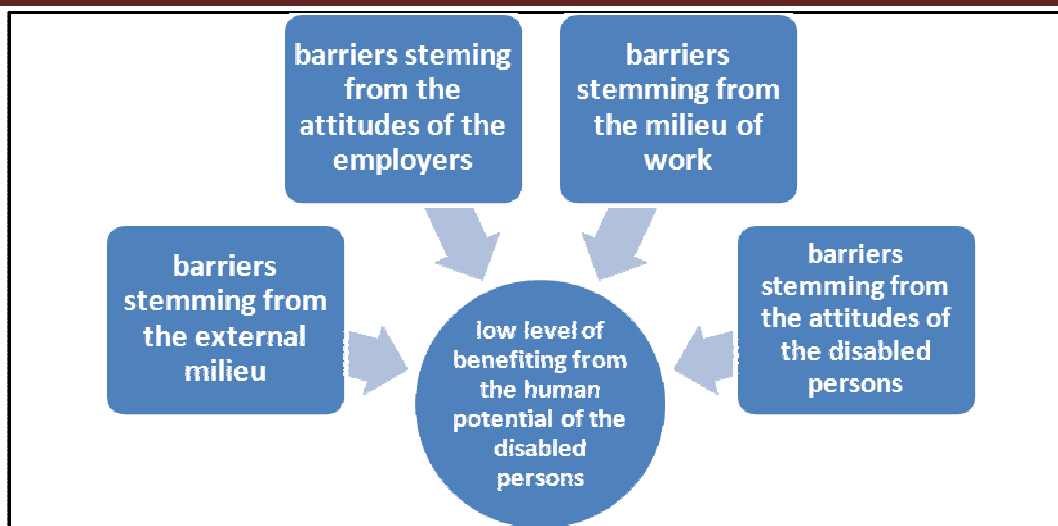


Figure 1. Causes of the low level of benefiting from the human potential of the people with disabilities

Source: One's own work on the basis of: A. Barczyński, P. Radecki, Raport z badań 'Identyfikacja przyczyn niskiej aktywności zawodowej osób niepełnosprawnych' conducted within the framework of the realization of the Partnership Project 'Kluczowa rola gminy w aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych', Warszawa 2008, p. 39.

Limitations resulting from the conditions of the external background which constitute potential causes of the low extent of using the potential of the people with disabilities may be divided into three groups:

- connected with functioning of the system of professional rehabilitation,
- connected with barriers towards the disabled persons,
- conditions characterizing work.

The area of barriers which potentially influence the low level of benefiting from the potential of the people with disabilities from the first group, so called connected with functioning of the system of professional rehabilitation one can enclose the following issues: complex procedures of the financial support, tangled meaning of the legal regulations, the lack of stability of the conditions of financial support and also the remaining questions touching upon this area.²⁵ Adequately, to the second group of barriers, so called directly connected with the disabled persons, one needs to assign first of all the question of obstacles of physical nature (so called functional barriers): urban, transport, technical and architectural ones. Secondly, the area of issues affecting the level of development of a disabled person in the access to information and education. Thirdly, the area of the scope of psycho-social issues (segregation and social isolation of a disabled person) and the area of financial trouble when taking into account the possibilities of the country in this domain. To the third barrier group consisting potential problems in the range of professional activation of the people with disabilities, so called connected with the conditions of the labor market one needs to involve the problems from the area of the level of services rendered to the disabled persons, labor intermediary generally high level of unemployment or the lack of the job offers for the disabled persons.

Another prominent resultant of the low effectiveness of profiting from the human potential of the disabled persons are the barriers stemming from the attitudes of the employers. The basic issue remain here prejudices and stereotypes and the lack of knowledge on the subject of functioning of the disabled persons in economy. The fossilized stereotypes and also prejudice cause so called halo effect. Assigning one influential value to (in this case it is disability itself) affects the inclination to attach the other, not observed qualities which are in accordance with the emotional sign of the first ascribed attribute. That is why the unwillingness to employ such people reveals itself frequently in the result of illegitimate assigning and then multiplying negative characteristics such as: being quarrelsome, demanding, minor effectiveness, productivity etc. The summary of such attitude lead towards isolation and is the source of marginalization, slowing down the process of assimilation or its entire annihilation. Another domain of barriers which has been enumerated next to the problems being an aftermath of the attitudes of employers, the conditions of the external surroundings and attitudes of the disabled persons as pivot ones for the matter of effectiveness of benefiting from the human potential of the disabled people are the barriers of the domain of conditions of the work milieu. The causes of these barriers which are connected with the milieu of work are a derivative of the necessity to run possible alternations and adaptations which the technical infrastructure of the company requires when providing employment to a disabled person and the same refers to the attitudes of towards this person by their supervisors and co-workers).²⁶ Apart from the previously enumerated functional barriers one needs to cite as well the necessity to implement changes of the technical and organizational character (providing rehabilitation and medical care, technological changes and labor organization). However, due to the causes connected with the attitudes of the co-workers which one encloses to the area of the milieu, one shall indicate prejudices and stereotypes functioning in the environment, fossilized opinions of the low quality of labor of the disabled and their privileges and threat of competitiveness of the employed disabled persons. Another aspect

²⁵ K. Czyrka Zarządzanie potencjałem ludzkiej niepełnosprawności a rynek przedsiębiorstw zakładów pracy chronionej w Polsce w latach 2000-2009, w: Współpraca przedsiębiorstw na pograniczu polsko-niemieckim w Euroregionie Pro Europa Viadrina (doświadczenia polskich przedsiębiorstw), Rozwój regionów transgranicznych, tom III, red. M. Byczkowska, Wyd. PWSZ w Gorzów Wlkp., 2011, p. 9.

²⁶ K. Czyrka, M. Byczkowska, *Kultura organizacyjna jako niepodzielna wartość rozwoju i wykorzystywania potencjału ludzkiego osób niepełnosprawnych w zakładach pracy chronionej (ZPCH)*, w: Koszt kapitału i źródła finansowania przedsiębiorstw, Zeszyty Naukowe US w Szczecinie nr 636, Finanse, Rynki finansowe, ubezpieczenia nr 36, ISSN 1640-2751; 1733-2842 Szczecin 2010, p. 87.

which is equally vital in exerting influence on the attitudes of the persons with disabilities towards the labor market is the state of the health of such people (the kind of disability) and the problems connected with commuting, inefficient professional qualifications and conviction that they are not good for work and also the conviction that as the disabled persons they are less efficient than the fully agile workers. In the prism of the synthesis and conducted analysis one may differentiate barriers which are of prominent value for every of the researched groups and at the same time affecting in the negative way each on the low efficiency of benefiting from the potential of the people with disabilities.²⁷ The most vital barriers negatively influencing the state of employment of the persons with disabilities are as follows:

- the high level of bureaucracy of procedures in relations with PFRON and other offices, their proximity and unpredictability, arising technical problems and also the lack of stability in the area of law and support;
- the necessity to analyze on the current basis many specialist regulations concerning employment of one or a couple of disabled workers, the lack of the possibility of attain a truthful and comprehensive advice in one institution;
- the fear of technical and organizational changes in the company;
- the fear that the fact of receiving endowments from the public means will augment the amount of audits conducted at the employer's site, the expansion of reporting;
- qualifications of the disabled workers to additional, payable by the employer free time and anxiety that the costs will be also raised due above average absence of such a worker;
- low self-esteem and low motivation to use one's own potential on the labor market and also the general view that it is not worth to work in relation to demotivating welfare annuities system and the attitude of the background (including the family), very often dictated by the anxiety of losing annuities.

Bibliography

1. A. Barczyński, P. Radecki, The report from the research 'Identyfikacja przyczyn niskiej aktywności zawodowej osób niepełnosprawnych' conducted within the framework of the Partnership Project 'Kluczowa rola gminy w aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych', Warsaw 2008.
2. K. Czyrka, M. Byczkowska, *Kultura organizacyjna jako niepodzielna wartość rozwoju i wykorzystywania potencjału ludzkiego osób niepełnosprawnych w zakładach pracy chronionej (ZPCH)*, w: Koszt kapitału i źródła finansowania przedsiębiorstw, Zeszyty Naukowe US w Szczecinie nr 636, Finanse, Rynki finansowe, ubezpieczenia nr 36, ISSN 1640-2751; 1733-2842 Szczecin 2010.
3. K. Czyrka, *Zarządzanie potencjałem ludzkiej niepełnosprawności a rynek przedsiębiorstw zakładów pracy chronionej w Polsce w latach 2000-2009*, w: Współpraca przedsiębiorstw na pograniczu polsko-niemieckim w Euroregionie Pro Europa Viadrina (doświadczenia polskich przedsiębiorstw), Rozwój regionów transgranicznych, tom III, red. M. Byczkowska, Wyd. PWSZ w Gorzowie Wlkp., ISBN 978-83-63134-12-9, Gorzów Wlkp., 2011.
4. Czyrka K., *Zarządzanie potencjałem ludzkiej niepełnosprawności a rynek przedsiębiorstw zakładów pracy chronionej w Polsce w latach 2000-2009*, w: Współpraca przedsiębiorstw na pograniczu polsko-niemieckim w Euroregionie Pro Europa Viadrina (doświadczenia polskich przedsiębiorstw), Rozwój regionów transgranicznych, tom III, red. M. Byczkowska, Wyd. PWSZ w Gorzowie Wlkp., Gorzów Wlkp., 2011.
5. M. Garbat, Środowisko fizyczne i społeczne osób niepełnosprawnych, Niepełnosprawność i rehabilitacja, KIGR, Warszawa 1/2003.
6. *Pracodawcy o zatrudnianiu osób niepełnosprawnych, Jak jest?, Co można zmienić?*, FISP, Warszawa 2009.

Małgorzata Chojnacka,

Dr, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jakuba z Paradyża
w Gorzowie Wielkopolskim

POBUDZANIE INICJATYW PROJAKOŚCIOWYCH W CELU BUDOWANIA TRWAŁEJ PRZEWAGI POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW NA RYNKU GLOBALNYM

Obecne przedsiębiorstwa i różnego rodzaju instytucje funkcjonujące w permanentnie przeobrażającej się rzeczywistości powinny posiadać umiejętności adaptacyjne by móc elastycznie dostosować się do zmiennych warunków. Z amplitudą wahań wynikającą z cyklu koniunkturalnego najlepiej radzą sobie organizacje przygotowane do walki konkurencyjnej. W Polsce, podobnie jak w innych krajach, przedsiębiorstwa motywowane są przez innych uczestników rynku do poszukiwania najwyższej relacji jakości do ceny wytwarzanych produktów i świadczonych usług. Menadżerowie dokładają starań by obniżyć koszty wytwarzania produktów przy jednoczesnej poprawie ich jakości. Podejmowane działania zwiększają zaufanie między ludźmi i instytucjami. Stworzenie organizacjom prowadzącym działalność gospodarczą wsparcia przy rozwijaniu postaw pro jakościowych stanowić może o ich sukcesie na globalnym rynku.

Opracowanie jest próbą odpowiedzi na następujące pytania:

1. W jaki sposób w Polsce rozpropagowuje się idee systemowego podejścia do jakości wśród polskich przedsiębiorstw?

²⁷K. Czyrka, *Zarządzanie potencjałem ludzkiej niepełnosprawności a rynek przedsiębiorstw zakładów pracy chronionej w Polsce w latach 2000-2009*, w: Współpraca przedsiębiorstw na pograniczu polsko-niemieckim w Euroregionie Pro Europa Viadrina (doświadczenia polskich przedsiębiorstw), Rozwój regionów transgranicznych, tom III, red. M. Byczkowska, Wyd. PWSZ w Gorzowie Wlkp., Gorzów Wlkp., 2011, p. 18.

2. Jakie formy rozpowszechniania wiedzy o problematyce jakości są stosowane w Polsce?

Promowanie i rozpowszechnianie wiadomości na temat jakości

Istnieje wiele sposobów rozpowszechniania idei pro jakościowej i promowania systemów zarządzania jakością we wszystkich dziedzinach życia społecznego i gospodarczego. Jak podkreśla wielu, promowanie takiego podejścia, tworzy kapitał społeczny i buduje przestrzeń zaufania publicznego. W Polsce pobudzanie inicjatyw pro jakościowych odbywa się między innymi poprzez:

- tworzenie warunków dla rozwoju strategii zarządzania jakością,
- promowanie ekologicznych metod zarządzania,
- rozwój postaw pro jakościowych i pro ekologicznych w społeczeństwie,
- rozwój otoczenia instytucjonalnego propagującego zarządzanie jakością (dotyczy to zarówno instytucji publicznych, instytucji non-profit, jak i instytucji komercyjnych),
- dostosowanie otoczenia prawnego i administracyjnego do współczesnych warunków,
- świadczenie usług doradczych, eksperckich w obrębie zarządzania jakością (w tym udzielanie wskazówek dotyczących projektowania SZJ, czy udzielanie porad w zakresie wdrażania SZJ),
- organizowanie szkoleń, seminariów,
- organizowanie przedsięwzięć informacyjnych oraz promocyjnych, w kraju i za granicą,
- gromadzenie, opracowywanie i udostępnianie materiałów dotyczących zarządzania jakością,
- wydawanie publikacji na temat jakości i zarządzania jakością,
- promowanie i wspomaganie wdrażania instrumentarium jakości,
- udzielanie pożyczek i dotacji na wdrażany SZJ, a także dotacji dla podmiotów otoczenia instytucjonalnego propagującego zarządzanie jakością,
- organizowanie konkursów wspierających dokonania i osiągnięcia na polu jakości w tym promujących przedsiębiorstwa i produkty cechujące się wysoką jakością wytwarzaną i osiągniętą,
- nawiązywanie współpracy z instytucjami międzynarodowymi wspierającymi przedsięwzięcia pro jakościowe,
- organizowanie kompleksowych szkoleń adresowanych do pracowników wszystkich szczebli zarządzania,
- poradnictwo w zakresie wyceny patentów, znaków i umów licencyjnych,
- przeprowadzanie analiz w zakresie zgodności systemów zarządzania z wymaganiami norm ISO.

Promowanie problematyki jakości może odbywać się na poziomie organizacji. Wówczas odnosi się ona głównie do działań informacyjnych skierowanych do pracowników lub klientów. Propagatorzy działań na rzecz doskonalenia mogą między innymi:

- organizować wspólne warsztaty dla klientów i personelu,
- zapewniać szkolenia dla wszystkich pracowników,
- zaproponować by pracownicy wymyślili działania umożliwiające poprawę jakości wewnątrz organizacji, wyzwalając w ten sposób pokłady kreatywności tkwiącej w załodze,
- inspirować pracowników do wprowadzania nowych rozwiązań
- zachęcać klientów do składania sugestii inspirujących do realizowania zadań na coraz to wyższym poziomie.

Propagatorzy problematyki jakości w Polsce

Promowaniem jakości zajmują się pracownicy naukowcy, a także szereg jednostek w tym instytucje publiczne, instytucje non-profit i instytucje o charakterze komercyjnym. Władze krajowe również starają się wzmacniać świadomość pro jakościową organizacji działających w Polsce. Ministerstwo Gospodarki między innymi udzielało wsparcia finansowego na projektowanie, wdrażanie i certyfikację systemów zarządzania²⁸. Stworzono także Program Promocji Jakości Ministerstwa Gospodarki służący promowaniu podejścia systemowego. Do organizacji propagujących idee jakości należą między innymi:

- Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości,
- Krajowa Izba Gospodarcza,
- Komitet Polskiej Nagrody Jakości,
- Komitety Regionalnej Nagrody Jakości,
- Kluby Polskiego Forum ISO,
- Polskie Forum ISO 14000,
- Polskie Centrum Akredytacji,
- Polski Komitet Normalizacyjny,
- Polskie Centrum Badań i Akredytacji,
- Samorządy gospodarcze,
- Izby Przemysłowe i Handlowe,
- Placówki akademickie,
- Instytuty badawcze,
- Organizacje Konsumenckie.

Każda z tych organizacji ma swą specyfikę i charakterystyczne dla niej funkcje. O podejmowanych przez siebie działaniach informują media. Szczegółowy opis aktualnych aktywności we wskazanym obszarze jest udostępniony na stronach internetowych tychże podmiotów.

Osobami, które od wielu lat promowały i promują problematykę jakości są pracownicy naukowcy. W Polsce jest wiele znamienitych postaci, których nazwiska w tym miejscu należy przedstawić. Zostaną one wymienione w porządku

²⁸ M. Chojnacka: Propagowanie rynkowego znaczenia jakości w polskich przedsiębiorstwach jako narzędzia umożliwiającego osiągnięcie przewagi konkurencyjnej w: Studiach i Materiałach Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą, red. M. Łatuszyńska, nr 41 Bydgoszcz 2011 s. 50.

alfabetycznym. Do osób tych należą między innymi²⁹: Andrzej Jacek Blikle, Tadeusz Borys, Krystyna Cholewicka-Goździk, Adam Hamrol, Antoni Kiliński, Edward Kindlarski, Zbigniew Kłos, Romuald Kolman, Elżbieta Skrzypek, Tadeusz Wawak.

Organizacji rozpowszechniających wiedzę na temat jakości jest bardzo dużo, pojawiają się też ciekawe projekty poświęcone działaniom na rzecz doskonalenia jakości. Na szczególną uwagę zasługuje Polskie Stowarzyszenie Jakości Zarządzania POLISOLA. Jednym z obszarów jego działania jest doradztwo, promocja, a także kształcenie w zakresie zarządzania jakością. Instytucja ta między innymi popularyzuje zagadnienia dotyczące kompleksowego zarządzania jakością, integruje środowisko parające się problematyką laboratoryjną, zajmujące się badaniami czy zarządzaniem jakością, organizuje szkolenia, warsztaty konferencje, również promuje problematykę jakości w mediach.

Prężnie działa także Wielkopolskie Stowarzyszenie Badań nad Jakością (WSBJ). Jego wachlarz działań obejmuje edukację w zakresie zarządzania przez jakość w oparciu o TQM, wspieranie rozwoju najlepszych organizacji, kreuje przywódców jakości, prezentuje wyroby i usługi najwyższej jakości. WSBJ wskazuje czym jest solidna przedsiębiorczość i stara się tę idee rozpowszechniać w dużych i małych ośrodkach gospodarczych. Warto odnotowania jest również to, że w ramach jego działań zostało powołane Centrum Badań i Monitorowania Jakości, które realizuje badania socjologiczne i rynkowe na rzecz społeczności lokalnych. CBiMJ oferuje także szkolenia dla przedsiębiorców o tematyce dotyczącej wspomagania działalności gospodarczej w ramach Programu *Najwyższa Jakość*. Pomaga też w działaniach promocyjno-marketingowych (zarządza Certyfikatem *Najwyższa Jakość*, realizuje gale jakości, promuje jakość i zarządzanie na zasadach TQM).

Instytucją, która ma ogromne zasługi w popularyzowaniu problematyki jakości jest jednostka badawczo-rozwojowa o nazwie Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemśle ORGMASZ. Podmiot ten realizuje *Program Promocji Jakości*. Instytut pomaga przedsiębiorcom wdrażającym systemy zarządzania poprzez realizację szkoleń, świadczenie usług doradczych, udzielanie konsultacji, promowanie ich produktów i ich działalności.

Innych organizacji, wspierających przedsiębiorców w ich działaniach na rzecz jakości, a także promujących działania projakościowe, jest wiele. Warto wspomnieć o Europejskim Centrum Jakości i Promocji, które realizuje swoje cele poprzez uczestnictwo w działalności promocyjnej, szkoleniowej, doradczej (szczególnie w zakresie pozyskania środków pomocowych Unii Europejskiej), a także wydawniczej. Należy również powiedzieć o: Towarzystwie Promocji Jakości, zajmującym się doskonaleniem jakości w służbie zdrowie, a także Stowarzyszeniu Promocji Jakości Usług Pralniczych, skupiającym podmioty świadczące usługi pralnicze i upowszechnia idee jakości. Nie można też pominąć roli jednostek certyfikujących, one bowiem również popularyzują problematykę jakości.

Promowaniem jakości zajmują się wydawnictwa takie jak: *Problemy Jakości*, *Lider Jakości*, *ABC Jakości*, *Zarządzanie Jakością*, *Jakość*, *Zarządzanie*, *Środowisko*, *Quality News*, a także liczne strony internetowe (między innymi na stronie HBI prezentowany jest *Program Promocji Polskiej Jakości* i *Polscy Liderzy Jakości QUALITY*). Na szczególną uwagę zasługuje miesięcznik *Problemy Jakości*, gdzie prezentowany jest dorobek teorii i praktyki dotyczący aspektów doskonalenia. Ujmowane są w nim zagadnienia związane z wdrożeniem realizacją i funkcjonowaniem systemów zarządzania jakością, również kwestie dotyczące certyfikacji w polskich przedsiębiorstwach. Autorzy starają się przedstawić także sylwetki twórców teorii jakości w Polsce. Są tam publikacje niemal wszystkich najwybitniejszych teoretyków i praktyków jakości działających w Polsce, ale również poza granicami naszego państwa. Nie sposób nie wspomnieć o czasopiśmie wydawanym przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji, zatytułowanym *ABC Jakości*. Poświęcony jest zagadnieniom akredytacji, badań, certyfikacji oraz systemom jakości. Zamieszczone się w nim artykuły przedstawiające działalność europejskich i światowych organizacji w dziedzinie współpracy w zakresie jakości, badań i certyfikacji. W kwartalniku prezentowane są także informacje dotyczące działalności Ośrodka Doskonalenia Kompetencji Personelu PCBC S.A., relacje z różnych uroczystości (między innymi wręczenia Polskiej Nagrody Jakości, obchodów Europejskiego Tygodnia Jakości, wręczenia firmom certyfikatów systemu jakości). Jest to kompetentna skarbnica informacji, pomocna w promowaniu wiedzy na temat jakości i jej różnych aspektów. Stanowi rzetelne źródło wiedzy dla teoretyków i praktyków.

Podsumowanie

Wzrost zainteresowania jakością i koncepcjami jakości w przemyśle wynika z chęci osiągnięcia przewagi na globalnym rynku. Świadomości takowej nie są pozbawieni polscy przedsiębiorcy. Organizacje dbają o jakość produktów, jakość pracy i jakość środowiska. Pragną zaspokoić rosnące oczekiwania klientów lepiej niż robią to konkurenci. Polskim organizacjom należy zapewnić warunki umożliwiające kształtowanie postaw jakościowych.

„I tak jak jakość jest niekończącą się drogą do doskonałości, tak promowanie jej rynkowego znaczenia wydaje się niekończącą się drogą pozwalającą okiełznać zmienność otoczenia”³⁰.

Literatura

1. Chojnacka M.: Propagowanie rynkowego znaczenia jakości w polskich przedsiębiorstwach jako narzędzia umożliwiającego osiągnięcie przewagi konkurencyjnej w: *Studiach i Materiałach Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą*, red. M. Łatuszyńska, nr 41 Bydgoszcz 2011
2. Chojnacka M.: *Zarządzanie jakością w poszukiwaniu doskonałości organizacji*, Wyd. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim, Gorzów Wielkopolski 2014

Цисар І.О, Сіренко М.Ю.,

²⁹ Wybitni propagatorzy problematyki jakości zostali szerzej zaprezentowani w innym opracowaniu autorki, a mianowicie w: M. Chojnacka: *Zarządzanie jakością w poszukiwaniu doskonałości organizacji*, Wyd. Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim, Gorzów Wielkopolski 2014, s. 16-19.

³⁰ M. Chojnacka: *Propagowanie rynkowego znaczenia jakości w polskich przedsiębiorstwach jako narzędzia umożliwiającego osiągnięcie przewagi konkurencyjnej w: Studiach i Materiałach Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą*, red. M. Łatuszyńska, nr 41 Bydgoszcz 2011 s. 54

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ЗЕД

Організаційно-економічні відносини є головною констатуючою ознакою господарюючого суб'єкта у сфері ЗЕД. Для того, щоб визначити яким чином варто переорієнтуватися аграрним підприємствам потрібно дослідити сутність поняття організаційно-економічних відносин з двох складових: організаційні та економічні відносини.

Організаційні відносини, тобто форми й методи організації виробництва, належать до продуктивних сил. Вони являються їхнім не речовим фактором виробництва (неособистісним). Форми і методи організації виробництва стали окремим елементом продуктивних сил після виникнення системи Тейлора. Внаслідок цього продуктивні сили на макроекономічному рівні почали розвиватися відповідно до вимог науки, набули цілеспрямованості й організованості. На цій основі сформувалися організаційно-економічні відносини. Тому А. Маршалл лише на початку ХХ ст. виокремив діяльність з організації виробництва, яка приносить дохід управляючому як окремий фактор виробництва [3].

Економічні відносини - це суспільні відносини, в які незалежно від волі та свідомості вступають люди в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ [5].

Організаційно-економічні відносини – це відносини, які формуються і розвиваються в процесі управління підприємством, проведення маркетингових досліджень тощо.

Організаційно-економічні відносини — відносини між людьми з приводу організації виробництва, у тому числі безпосереднього виробництва, обміну, розподілу і споживання, матеріальних благ і послуг, вивчення ринку, обміну досвідом та ін. Вони поділяються на: загальні організаційно-економічні відносини характеризують форми і методи господарювання, властиві усім галузям народного господарства, а саме: товарно-грошові відносини, підприємництво, відносини у сфері грошового обігу, ціноутворення, фінансів, кредиту, управління, біржової справи тощо.

На думку Климка Г.Н. та Блауга М., основними елементами організаційно-економічних відносин є:

- менеджмент, а саме управління, орієнтоване на дохідність і прибутковість; діяльність з нагляду, що використовує особливі форми організації праці, договірні й контрактні відносини між працею і капіталом.

- маркетинг, представляє собою процес управління та втілення задуму, ціноутворення, просування та реалізацію ідей, товарів та послуг через обмін, що задовольняє цілі окремих осіб та організацій, задоволення попиту на товари, послуги, організації, людей, території та ідеї через обмін [2].

Також до елементів відносять обмін виробничим досвідом, організація різних систем заробітної плати, діяльності різних типів бірж (фондової, товарної, біржі робочої сили), організація банківської, бюджетної системи тощо. В межах кожного елементу можна виокремити такі етапи: прийняття рішень на основі збору та систематизації інформації; перетворення рішення на різні форми команд та контроль за його виконанням; аналіз ефективності прийнятих рішень та його коригування у майбутньому в разі необхідності [4].

Розглядаючи особливості організаційно-економічних відносин аграрних підприємств у сфері ЗЕД, слід зупинитися на сутності поняття ЗЕД. Згідно ЗУ «Про зовнішньоекономічну діяльність» [1], зовнішньоекономічна діяльність - це суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, яка побудована на взаємовідносинах між ними та здійснюється як на території України, так і за її межами.

Суб'єктами організаційно-економічних відносин у сфері ЗЕД є:

— фізичні особи — громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність і дієздатність згідно з законами України і постійно проживають на території України;

— юридичні особи, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України (підприємства, організації та об'єднання всіх видів, включаючи акціонерні та інші види господарських товариств, асоціації, спілки, концерни, консорціуми, торговельні дома, посередницькі та консультаційні фірми, кооперативи, кредитно-фінансові установи, міжнародні об'єднання, організації та інші), в тому числі юридичні особи, майно та/або капітал яких є повністю у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;

– об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;

– структурні одиниці іноземних суб'єктів господарської діяльності, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення тощо), але мають постійне місцезнаходження на території України;

– спільні підприємства за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, зареєстровані як такі в Україні і які мають постійне місцезнаходження на території України;

– інші суб'єкти господарської діяльності, передбачені законами України [1].

Зовнішньоекономічна діяльність аграрних підприємств має свою особливість, яка відрізняє її від інших галузей виробництва. Це пов'язано із сезонністю аграрного виробництва, дія економічних законів тісно переплітається з дією природних законів, впливом природних умов, особливістю ціноутворення, у аграрній сфері пересуваються засоби виробництва (трактори, машини, комбайни, сільськогосподарська техніка), а предмети праці (рослини) перебувають на одному місці, тощо.

Зазначені суб'єкти формують організаційно-економічні відносини підприємств, вплив на які мають мікро- та макросередовища підприємства. До мікросередовища відносяться: акціонери, постачальники, покупці, профспілки, кредитори, конкуренти. До макросередовища: уряд, економіка, природні фактори, науково-технічний прогрес, соціально-демографічне середовище. Менеджер також являється суб'єктом ЗЕД, працюючи на підприємстві, яке здійснює ЗЕД він повинен знати: законодавство країн; традиції і культуру країни в якій здійснюється ЗЕД; види зовнішньоторгівельних операцій; форми міжнародних розрахунків; етику ділового спілкування та ведення переговорів; форми та методи регулювання ЗЕД.

Література

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.91, № 959-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>.
2. Основи економічної теорії: політекономічний аспект : підручник / Відп. ред. Г.Н. Климко. – 5-те вид., випр. – К. : Знання-Прес, 2004.
3. Блауберг И.В., Юдин Э.Г. Становление и сущность системного подхода / И.В. Блауберг, Э.Г. Юдин. – М. : Наука, 1973.
4. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг. – М. : Дело, 1994. – 720 с.
5. Організація виробництва в сільськогосподарських підприємствах / Ф. К. Шакіров, В. А. Удалов, С. І. Грядов та ін. ; під ред. Ф. К. Шакірова. – М. : Колос, 2000.

УДК 339.5/631.1:658.15

Ціолковська С.І.,
аспірант кафедри права і підприємництва,
Львівський національний аграрний університет

БЮДЖЕТУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРОБІЗНЕСУ

З посиленням конкурентного середовища перед кожним суб'єктом господарювання постають нові вимоги до ефективності менеджменту, зокрема управління витратами. Для його досягнення необхідна налагоджена система обліку і контролю як поточне забезпечення, та система планування – як довготермінове. У загальному плануванні діяльності підприємств для досягнення ними поставленої мети та завдань, виділяємо систему бюджетування як метод забезпечення ефективного управління витратами.

Бюджетування – це управлінська технологія, основана на розробці, узгодженні, утвердженні, виконанні бюджетів та аналіз відхилення фактичних результатів від запланованих в бюджеті. Бюджет, як виділено у економічній енциклопедії, це визнана або прийнята таблиця, відомість доходів і видатків економічного суб'єкта за певний період часу (переважно за рік), що має офіційну силу; основний інструмент перевірки збалансованості, відповідності надходжень і витрат економічних ресурсів [1, с. 119]. Під поняттям «бюджет», ми розуміємо кількісне вираження плану (частіше всього у грошовому вимірнику) діяльності підприємства чи структурного підрозділу на визначений період часу.

Бюджетування зовнішньоекономічної діяльності підприємств агробізнесу – це механізм формування бюджету зовнішньоекономічної діяльності в системі сукупності бюджетів підприємства з метою налагодження ефективної структури та співвідношення доходів і витрат, активів та пасивів для досягнення визначених завдань і цілей з врахуванням впливу міжнародного середовища.

Основною ціллю впровадження бюджетних систем в організаціях є підвищення фінансової результативності, удосконалення управління грошовими потоками, активами та пасивами з метою пошуку найоптимальнішого варіанту діяльності підприємства чи його окремих структурних підрозділів, реалізації конкретного проекту чи здійснення визначених видів діяльності [2, с. 14].

Виділяємо такі етапи бюджетування :

1. Підготовка звітності за попередній період.
2. Фінансовий аналіз діяльності та визначення точки стану. Виявлення тенденцій розвитку. Аналіз проблем і причин їх виникнення.
3. Постановка цілей (зв'язок стратегії та тактики).
4. Маркетингові дослідження і визначення місця підприємства на ринку та в галузі.
5. Аналіз ризиків.
6. Моделювання майбутньої діяльності (розробка різних сценаріїв).
7. Аналіз чутливості бюджету.
8. Бюджетування (вибір основного сценарію).
9. Аналіз виконання бюджету. Внесення коректувань (перегляд бюджету).

Виділені етапи враховуємо у побудові схеми бюджету зовнішньоекономічної діяльності підприємств агробізнесу (рис. 1).

При формуванні бюджету зовнішньоекономічної діяльності підприємства агробізнесу повинні враховувати певні чинники, серед яких О.Є. Кузьмін та О.Г. Мельник [2, с. 47] акцентують на: відстань між суб'єктами діяльності; рівень розвитку економічних відносин; невизначеність у політичних, економічних і ринкових умовах діяльності; рівень централізації та децентралізації; рівень конкурентної боротьби; вплив чинників внутрішнього та зовнішнього середовища (по відношенню до країни); обсяги зовнішньоекономічних операцій.

Залежно від цілей і завдань підприємства виділяють довгострокове (2-10 років), річне (1 рік) та короткотермінове (квартал, місяць, тиждень) планування. Аналогічно, як складову планування, формуємо систему бюджету, яка повинна враховувати перераховані вище етапи та чинники ведення зовнішньоекономічної діяльності.

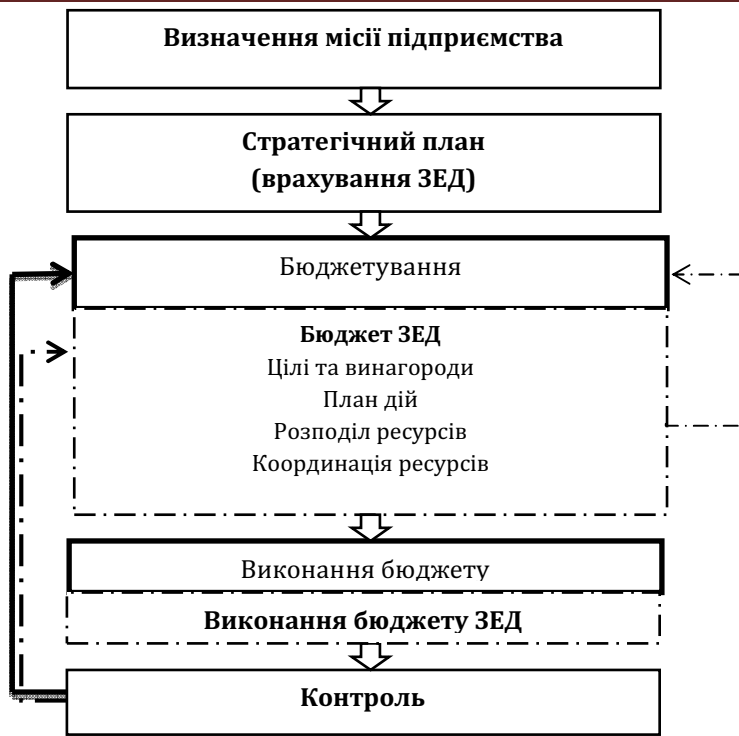


Рис. 1. Схема побудови бюджету зовнішньоекономічної діяльності підприємств агробізнесу

Джерело: власна розробка автора

Для зовнішньоекономічної діяльності підприємств агробізнесу необхідно спершу сформулювати як довгостроковий бюджет, річний бюджет, так і короткостроковий бюджет. Найраціональніше для підприємств агробізнесу складати бюджет на місяць, оскільки бухгалтерський облік обраховує витрати кожного місяця, що дозволяє контролювати процес виконання бюджету, визначати відхилення, вносити корективи. Як зазначає Р. Кей, вибір часового інтервалу передбачає підготовку бюджету, в особливості руху грошових коштів, на кварталній або місячній основі. Оскільки сільськогосподарська діяльність є сезонною, то бюджети грошових потоків підприємств даної галузі розробляються щомісячно, щоб забезпечити можливість проведення детального аналізу взаємозв'язку між певним інтервалом часу і фактичним виконанням бюджету [3, с. 195].

Покращення фінансових результатів підприємств агробізнесу, а саме у зовнішньоекономічній діяльності, підвищення показників їх ліквідності, платоспроможності, конкурентоспроможності – є основними визначниками ефективності системи менеджменту, а тому вони повинні використовуватися і як результативні показники оцінки ефективності використання системи бюджетування.

Література

1. Економічна енциклопедія: у трьох томах / [редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К.: Видавничий центр "Академія", 2000. – Т. 1. – 864 с.
2. Кузьмін О.Є. Теорія і практика бюджетування зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – Львів : Видавництво «Растр-7». – 2010. – 320 с.
3. Kay R.D. Farm management / R. D. Kay, W. M. Edwards. – [Third Edition]. – USA: McGraw-Hill, Inc., 1994. – 458 p.

УДК 338.43.005:631.11

Ціцька Н.Є.,

*к.е.н., в.о.доцента кафедри бухгалтерського обліку і аудиту,
Львівський національний аграрний університет,
м. Дубляни*

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток ринкових відносин, посилення конкурентної боротьби за ринки збуту сільськогосподарської продукції потребує від вітчизняних аграрних підприємств і від галузі в цілому застосування нових підходів до покращення господарювання. Одним із шляхів підвищення результативності функціонування сільськогосподарських товаровиробників є вдосконалення їх економічного механізму господарювання. Разом з тим, економічний механізм діяльності підприємств повинен бути належним чином організований, лише у такому випадку можна вести мову про ефективність господарювання підприємницьких структур.

До визначення сутності організаційно-економічного механізму в своїх наукових працях автори не мають єдиної точки зору. Слід зауважити, що в економічній літературі поняття «організаційно-економічний механізм» часто вживається якраз для окреслення організаційних елементів економічного механізму [2]. Зокрема, організаційно-економічний механізм розглядається як сукупність організаційних заходів спрямованих на дотримання та ефективне використання економічних законів та важелів для досягнення поставленої мети [1, с. 177].

На нашу думку, економічний механізм можна визначати як сукупність механізмів господарювання на рівні держави та на рівні окремих підприємств, який об'єднує економічні важелі регулювання в цілісну систему. На рівні окремо взятого підприємства економічний механізм як система організаційно-економічних форм повинен включати такі структурно-функціональні підсистеми: планування, стимулювання, організацію, регулювання.

Стосовно сільськогосподарських підприємств як господарюючих суб'єктів, то організаційно-економічний механізм розглядається як сукупність організаційних і економічних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), що чинять вплив на економічні і організаційні параметри системи управління підприємством, що сприяє формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому [3].

Характерною рисою організаційно-економічного механізму господарювання сільськогосподарських підприємств у сучасних ринкових умовах є спонукання товаровиробників до високих результатів господарської діяльності саме через економічний інтерес його учасників, який є найбільш потужним і дієвим інструментом здійснення аграрних перетворень та становлення ефективного власника в аграрному секторі економіки нашої держави.

Головною метою створення організаційно-економічного механізму функціонування сільськогосподарських підприємств є стійкий розвиток й ефективне управління аграрним підприємством у ринкових умовах.

Модель раціонального організаційно-економічного механізму сільськогосподарських підприємств має бути сформована з врахуванням таких основних принципів: децентралізації; компактності; інтенсивності; скорочення проміжних ланок; діалектичної взаємодії саморегуляції з державним регулюванням; гнучкості; відкритості та адекватності соціально-економічній ситуації.

Функціями організаційно-економічного механізму діяльності підприємницьких структур на селі є організація, планування, стимулювання, моніторинг і оцінка результатів їх діяльності. Організація являє собою процес формування діяльності, розподіл завдань, повноважень підприємницьких структур, що включає відповідальність за досягнення загальної мети всіма учасниками технологічного процесу виробництва сільськогосподарської продукції.

При формуванні організаційно-економічного механізму сільськогосподарських підприємств необхідний комплексний підхід, який передбачає, по-перше, врахування (оцінка, прогнозування) сукупності різноманітних умов і факторів (природно-ресурсних, екологічних, демографічних, соціальних і господарських), що визначають соціально-економічний потенціал території; по-друге, досягнення цілей розвитку території – соціальних, економічних, екологічних; по-третє, узгодження цих цілей у галузевому та територіальному аспектах.

Таким чином, враховуючи багатогранність поняття «організаційно-економічний механізм», можна, на наш погляд, підсумувати, що для сільськогосподарських підприємств він являє собою систему елементів організації, пошуку та мобілізації відповідних економічних інструментів, поєднання яких дозволяє досягти основної мети – надходження необхідних матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів для реалізації розширеного виробництва та здійснення на цій основі ефективної господарської діяльності у напрямі отримання максимального прибутку.

Література

1. Антонюк Р. Р. Структура організаційно – економічного механізму забезпечення прибутковості сільськогосподарських підприємств / Р. Р. Антонюк // Економічний простір. – 2008. – № 20/2. – С. 176-182.
2. Малицький А. А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура [Електронний ресурс] / А. А. Малицький // Рубрика : Соціум. Наука. Культура. Економіка. – Режим доступу : <http://intkonf.org/malitskiy-aa-organizatsiyno-ekonomichniy-mehanizm-upravlinnya-pidpriemstvom-sutnist-ta-struktura/>.
3. Шаблій О. І. Актуальні питання методології і теорії макрорегіоналізації України / О. І. Шаблій // Український географічний журнал. – 1999. – № 1. – С. 15-18.

Шабан К.С.,

аспірант кафедри промислового маркетингу,

Зозульов О.В.,

к.е.н., доц., професор кафедри промислового маркетингу

Національний технічний університет України "КПІ"

м.Київ

ЕМЕРДЖЕНТНІСТЬ В МІЖОРГАНІЗАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

У світлі сучасних тенденцій економічної інтеграції здійснюється об'єднання підприємств у мережі перш за все за рахунок розвитку кооперації різних видів організацій (виробництва, сервісу, збуту, постачання, інститутів), пошуку додаткових ресурсів та знань. Важливість функціонування таких об'єднань полягає в тому, що дуже часто конкурентна перевага підприємства знаходиться не в межах власне підприємства, а в межах мережевого утворення, зокрема, так званих якірних підприємств, яке й формує попит на продукцію міжорганізаційного утворення (мережі), а саме підприємство лише бере участь у певній стадії виробництва кінцевого товару [3]. Саме ці підприємства, які в результаті створюють кінцевий продукт, є джерелом конкурентної переваги, потребують великої кількості устаткування, яке було пристосоване до його технології, та матеріалів і тим самим започатковують функціонування

ринку невеликих інноваційно направлених фірм, які в майбутньому будуть генераторами конкурентних переваг. В результаті діяльності якірні підприємства вимагають зростання якості напівфабрикатів, і тим самим стимулюють ріст конкурентоздатності інших підприємств мережевого утворення.

В цих умовах з'являються нові фактори економічного росту, одним з яких є емерджентність, проблема формування і визначення феномену якого залишається досі мало вивченим.

При цьому слід зауважити, що в самому процесі переходу до нової форми економіки, так званої емерджентної економіки, характер взаємодії між трьома її рівнями: держава, міжорганізаційні об'єднання та підприємства, постійно змінюється та ускладнюється.

На сьогодні не існує єдиної дефініції поняття емерджентності, а різні вчені його трактують по-різному. Та все ж ряд експертів схиляється до наступного визначення цього явища – це ситуація, коли між елементами системи виникають певні синергетичні зв'язки, котрі забезпечують зростання загального ефекту до більших обсягів, ніж сума ефектів окремо взятих незалежних елементів мережі [1].

З огляду на вищесказане, визначаємо міжорганізаційне об'єднання як емерджентну систему, яка виникає в процесі ринкової кооперації суб'єктів економічної діяльності внаслідок прагнення учасників використовувати конкурентні переваги та ресурси один одного задля створення затребуваного ринком товару.

Міжорганізаційне утворення може приймати різні форми, оскільки володіє гнучкою спеціалізацією. Метою його формування і розвитку успішності стає рівень конкурентоспроможності, а матеріальною основою цілісності утворення є технологічні (матеріальні) зв'язки його елементів. Суть цього утворення визначається, передусім, інформаційними (нематеріальними) зв'язками - носіями конкурентної взаємодії через поширення інновацій. Між елементами об'єднань формуються мережі стійких зв'язків усіх трьох типів: матеріальні, нематеріальні і конкурентні, які можуть бути функціональними, географічними, інституціональними і соціальними [4].

Грунтуючись на такому розумінні особливостей міжорганізаційного об'єднання і принципах формування мережевих структур, можемо проаналізувати процеси формування і функціонування мережевих форм з позицій емерджентності.

Принцип нелінійності. Виходить з методологічного змісту економічної системи як відкритої "живої" системи. Кількість підприємств і кількість зв'язків, які утворюються в мережі буває настільки численною, що це приводить до неочікуваних (емерджентних) змін напрямків протікання процесів в мережі.

Принцип самоорганізації. Мережа самоорганізовуватиметься, якщо про її елементи можна стверджувати, що вони самі ухвалюють рішення. В результаті між елементами виникають деякі відносно стійкі зв'язки, які дають їм певні переваги. Мережа, яка використовує принцип самоорганізації, знаходить у зовнішньому середовищі корисні для себе стимули і підсилює їх в контурах з позитивним зворотнім зв'язком.

Принцип багаторівневості архітектури мережі. На кожному рівні виконуються певні мережеві функції, які взаємодіють з функціями сусідніх рівнів, вищерозміщеного і нижчерозміщеного. Багаторівневі структури широко використовуються для збільшення продуктивності та кількості задач, що одночасно розв'язуються.

Принцип гетерогенності. Неоднорідність мережі полягає в тому, що об'єднуються підприємства різні за розміром, прибутковістю, за галузевою та територіальною різномірністю і це дає ефект взаємопосилення та злагодженості.

Принцип зростаючої віддачі. Нові суб'єкти-учасники мережі збільшують її об'єм, який, у свою чергу, збільшуючись, залучає нових суб'єктів-учасників. Віддача, що збільшується, в мережі створюється усіма суб'єктами-учасниками, вони ж ділять і ефект. Природно, рівності в розподілі ефекту немає, але головна його частина залишається усередині мережі в латентній формі для загального блага. Завдяки системі повернень, що збільшуються, бізнес-об'єднання продовжуватиме розвиватися і використати усі вигоди, навіть якщо деякі з суб'єктів-учасників перестануть такими бути.

Принцип партнерства. Виявлені особливості зв'язків в мережі, що об'єднують конкуренцію і кооперацію, ґрунтовані на довірі, взаємному вивченні і координаційному принципі управління, дозволяють підвищити ефект емерджентності.

Принцип гнучкості. Підприємства мережі оперативно адаптуються до змін навколишнього середовища, які виникають у зв'язку з економічними, технічними, політичними і соціальними змінами. Гнучкість організаційних структур поліпшує виконання поставлених завдань.

Принцип відкритості. Передача знань, інформації, ноу-хау є однією з основних форм взаємодії між організаціями мережі та іншими учасниками. Компанії здобувають конкурентні переваги, маючи можливість ділитися позитивним досвідом і знижувати витрати, спільно використовуючи одні і ті ж послуги та постачальників.

Аналізуючи одного з провідних дослідників емерджентності, Гребешкову О. М. [2] можемо ствердити, що емерджентність є наслідком прояву, як мінімум, трьох факторів:

1) різкого нелінійного посилення раніше малопомітної властивості мережі. Прикладом стає застосування концепції «відкритих інновацій», коли підприємства мережі використовують і власні і запозичені ідеї, а також застосовують «внутрішні» і «зовнішні» шляхи виходу на ринок зі своїми більш досконалими технологіями.

2) наслідком непередбачуваної бифуркації якої-небудь підсистеми. Кількість зв'язків в мережі зростає в квадратичній залежності від числа суб'єктів, що беруть участь в ній. Прийняття у бізнес кожен наступну організацію збільшує кількість зв'язків, як мінімум, удвічі. Внаслідок цього, в мережі з'являються так звані «спалахи» об'єднання, тобто підприємства, залучені у мережу несуть нові технології та обладнання, нові ринки збуту, ноу-хау, фінансові ресурси, інтелектуальний потенціал. Все це інспірує здобуття конкурентних переваг у глобальному та інтегрованому бізнес-середовищі.

3) наслідком рекомбінації зв'язків між підприємствами. В залежності від економічної ситуації, яка склалася на ринку, підприємства мережі можуть вступати в усі можливі зв'язки з іншими підприємствами і формувати інший рівень мережі. Внаслідок цього, виникає таке поняття як багатовимірність чи багатозаровість архітектури мережі.

Такий емерджентний підхід пояснює мотиви синергетичної співпраці, що полягає не лише в зниженні трансакційних витрат, завдяки співпраці в мережі, але і в отриманні доходу, що створюється спільними зусиллями і не може бути результатом окремо взятої фірми.

Література

1. Геселева Н. В., Заріцька Н. М. Емерджентні властивості системи. [Електронний ресурс] /БІЗНЕСІНФОРМ №7 '2013. [93-96 с.]. – Режим доступу: http://www.business-inform.net/pdf/2013/7_0/93_97.pdf. – Назва з екрану. – Дата звернення: 12.12.2014.
2. Гребешкова О. М. Емерджентність у стратегічному процесі підприємства / О. М. Гребешкова // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. Випуск 22. – К.: КНЕУ, 2009. – С. 129 – 137.
3. Зозульов О. Принципи формування маркетингової стратегії: від унітарних до інтегрованих корпоративних маркетингових стратегій / О. Зозульов, О. Підмогильна // Маркетинг в Україні. – 2013. – №3. – С. 41–48.
4. О синергии кластеров и агломерациях. [Електронний ресурс]. /Блог Андрея Шестопалова, председателя Совета по национальной конкурентоспособности. – Режим доступу: <http://andshestopalov.livejournal.com/88752.html> – Назва з екрану. – Дата звернення: 15.12.2014.

УДК 338.436

Шабінський О.В.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності*

Академії митної служби України, м. Дніпропетровськ,

Євдокімова М.О.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів

Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва

УДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРНИХ ЗВ'ЯЗКІВ В АПК ЯК ПЕРСПЕКТИВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНОГО СЕКТОРА

Механізм реалізації агропродукції можна досліджувати в двох аспектах: в його інституційній характеристиці та через структуру ринку, маючи метою покращення реалізації аграрної продукції, що істотно впливає на загальну ефективність виробництва в АПК. Ми зупинимося на деяких дослідженнях механізму реалізації агропродукції через структуру ринку.

Аналіз структури ринку включає дослідження ринкової кон'юнктури та конкуренції, вивчення кількості та природи ринків, бар'єрів на вході та виході з ринку та ін. Це дозволяє реалізувати комплексно-цільовий підхід в управлінні, забезпечувати гнучку тактику політики пристосування до вимог споживача.

Ринок як самостійна підсистема інфраструктури – це сукупність організаційно-правових форм, які опосередковують рух товарів і послуг, акти купівлі-продажу, або сукупність інститутів, систем, служб, підприємств, що обслуговують ринок і виконують певне призначення у забезпеченні нормального режиму його функціонування. Таким чином, вона є основою, фундаментом, внутрішньою будовою економічної системи безпеки аграрного сектора.

Функції інфраструктури ринку, які впливають на стан та тенденції економічної безпеки на всіх рівнях АПК, сприяють полегшенню учасникам ринкових відносин реалізації їхніх інтересів; підвищенню оперативності та ефективності роботи ринкових суб'єктів на основі спеціалізації окремих суб'єктів економіки і видів діяльності; організаційному оформленню ринкових відносин; полегшенню форм юридичного та економічного контролю, державного і суспільного регулювання ділової практики.

Організаційний стан ринкової інфраструктури і, відповідно, аграрного ринку, який склався на сьогоднішній день, можна назвати стихійним, що намагається різними методами пристосуватися до нових соціально-економічних умов.

Як показали наші дослідження, внаслідок відсутності розвинутої заготівельно-збутової структури на рівні населених пунктів і адміністративних районів, значна частина реалізованої продукції сільськогосподарських підприємств до переробних підприємств не доходить. Сюди реалізується лише 12,6 % картоплі, 34,7 % – худоби і птиці, 8,8 % – овочів, 3,9 % – олійних, 0,2 % – яєць. Тільки молоко на 90 % надходить переробним підприємствам. У цій сфері збуту допускаються кількісні і якісні втрати продукції, особливо тієї, що швидко псується. Крім того, немало товарної продукції рослинництва не знаходить споживача і згодовується на корм худобі [1].

На концептуальному рівні та користуючись розробками провідних українських дослідницьких центрів, можна запропонувати наступну програму дії щодо забезпечення економічної безпеки аграрного сектора через інфраструктуру аграрного ринку: розширення обсягів біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією – як індикатора ціноутворення; запровадження на товарних біржах сучасних біржових механізмів, включаючи електронну та строкову торгівлі з використанням сучасних інструментів товарного обігу; створення системи вторинного обігу складських свідоцтв, як специфічного виду біржового товару з метою полегшення процедур товарообігу на товарному ринку; запровадження системи торгівлі деривативами (ф'ючерсний та форвардний контракти, опціон); створення системи гарантування виконання біржових угод шляхом організації клірингу.

Забезпечення безпеки сектора через інфраструктуру аграрного ринку можна втілювати в життя шляхом покращення оптової торгівлі: удосконалення законодавчого забезпечення діяльності оптових сільськогосподарських ринків як підприємств на кооперативних засадах, що продовжують технологічний цикл виробництва і збуту сільськогосподарської продукції з присвоєнням відповідного коду в Єдиному державному реєстрі підприємств і організацій України, і як суб'єктів господарської діяльності, які обслуговують сільськогосподарських товаровиробників і не мають на меті отримання доходів; закріплення за оптовими

сільськогосподарськими ринками безпосередніх виробників продукції, які б здійснювали контроль за якістю своєї продукції; надання послуг з транспортування, складування, пакування продукції та фінансового обслуговування операторів ринку.

Оптимізація структурних відносин в аграрному секторі може бути досягнута поетапно: на першому етапі створення оптових ринків національного значення, на другому – створення регіональних оптових ринків місцевого значення.

Крім того необхідно звернути увагу і на такі чинники оптимізації ринкової інфраструктури як складової економічної безпеки сільського господарства: створення умов для усунення тіньових та формування прозорих каналів просування продукції від виробника до споживача на договірних та інтеграційних партнерських засадах; організація навчання сільськогосподарських товаровиробників та службовців державних органів управління усіх рівнів по вивченню переваг кооперативних та інших видів інтеграційних каналів збуту сільськогосподарської продукції та продуктів її перероблення.

Література

1. Ксенофонов М. Оцінка організаційних заходів з реформування аграрного сектора / М. Ксенофонов // Економіка України. – 2010. – № 10. – С. 62-66.
2. Ющенко В.А. Розвиток агропромислового комплексу України в контексті світового продовольчого ринку / В.А. Ющенко // Економіка АПК. – 2011. – №4. – С. 6-13.

Шатілова О.В.,

*к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана»*

СУЧАСНА ПАРАДИГМА ТЕОРІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Розвиток теорії та практики стратегічного управління є закономірним процесом розвитку менеджменту. Тому його необхідно розглядати в концепції виникнення різних шкіл та напрямів, що є характерними для сучасного погляду на розвиток менеджменту.

Здійснені багатьма авторами узагальнення таксономій теорій і концепцій стратегічного управління спираються або на еволюційну послідовність виникнення певного напрямку стратегічної думки (за таким принципом, наприклад, розроблені таксономії *Т.О'Шеннессі* [4], *В.Катькало* [2]), або на диференціацію сутності кожної школи стратегії поза залежністю від часу її виникнення (це, наприклад, таксономії *Г.Мінцберга* [3], *Р.Віттинтона* [7] та спільна розробка *Х.Вольберди* і *Т.Ельфрінга* [5]). Слід відрізнити щонайменше 14 шкіл стратегій, до складу яких належать виділені *Г.Мінцбергом* десять класичних шкіл стратегій (дизайну, планування, позиціонування, підприємництва, навчання, пізнання, влади, культури, зовнішнього середовища, конфігурації [3]), а також три школи, що набувають останнім часом все більшої популярності. До цих шкіл варто зарахувати виділену *Х.Вольбердою*, *Т.Ельфрінгом*, *Н.Фоссом* «школу границь» (яка не має певних авторів, але впливає, за об'єктивного думкою авторів [5], із сукупності робіт, присвячених отриманню конкурентних переваг завдяки в певний спосіб побудованій взаємодії різних організацій і осіб, що їх представляють), теорію динамічних здатностей (авторами якої прийнято вважати *Д.Тіс*, *Г.Пізано* і *А.Шуен* [6]), концепцію організації, що орієнтована на стратегію (запропонована *Д.Нортоном* і *Р.Капланом* [1]), і виділену *Т.О'Шеннессі* концепцію стратегічного мислення [4].

Таблиця 1

Школи стратегічного управління

п/п	Назва школи	Характеристика методів формування стратегії
1	Школа дизайну	Процес формування стратегії як процес осмислення намірів
2	Школа планування	Процес формування стратегії як формальний процес
3	Школа позиціонування	Процес формування стратегії як аналітичний процес
4	Школа підприємництва	Процес формування стратегії як процес передбачення
5	Когнітивна школа	Процес формування стратегії як ментальний процес
6	Школа навчання	Процес формування стратегії як процес розвитку
7	Школа влади	Процес формування стратегії як процес ведення переговорів
8	Школа організаційної культури	Процес формування стратегії як колективний процес
9	Школа зовнішнього середовища	Процес формування стратегії як реактивний процес
10	Школа конфігурації	Процес формування стратегії як процес трансформації
11	Школа границь	Процес формування стратегії як рішення щодо «границь» організації
12	Школа динамічних здібностей	Процес формування стратегії як система дій з використання динаміки зовнішнього середовища
13	Школа стратегічно-орієнтованої організації	Процес формування стратегії як вдосконалення системи збалансованих показників, які встановлені для всіх учасників процесу стратегічного управління
14	Школа стратегічного мислення	Процес формування стратегії як сукупність стратегічних рішень, які сприяють досягненню стратегічних цілей

Джерело: складено автором на основі [1, 3, 4, 5, 6].

Сучасне значення розглянутих шкіл стратегічного управління розрізняється. Одні з них добре зарекомендували себе й утримують надійні позиції для аналізу діяльності компаній, що належать до «традиційних» галузей, інші демонструють ефективність своєї методології в галузях, що тільки створені, розвиваються, інноваційних галузях бізнесу, треті більше підходять для проектування стратегічних змін у безприбуткових організаціях або організаціях муніципального управління й т.д. Тому навряд чи було б доцільно намагатися ранжувати школи й напрямки стратегічного управління за ступенем важливості або ефективності у відриві від реального контексту організаційних проблем, у якому вони виникли і який впливає на їхній розвиток. Важливіше навчитися застосовувати потрібні й ефективні методи із усього арсеналу методів, наданого школами, для вирішення завдань стратегічного управління, що виникають у конкретних організаціях і в певний момент часу.

Основними вимогами до сучасної парадигми стратегічного управління з боку використання методологій різних шкіл стратегій мають бути:

1. Підтримання динамічних здібностей організації. (теорія динамічних здібностей, школа зовнішнього середовища в частині відповідності діяльності організації зовнішньому середовищу, концепція стратегічного мислення, школа границь)

2. Можливість одночасного використання інструментарію різних шкіл стратегії для виконання стратегічних завдань у межах однієї організації, (теорія динамічних здібностей, школа конфігурації, концепція стратегічного мислення).

3. Можливість гнучкого перерозподілу ресурсів для виконання завдань стратегічного управління. (теорія динамічних здібностей, концепція стратегічного мислення, школа границь).

4. Створення широких можливостей щодо ініціювання стратегічних рішень на різних рівнях ієрархії управління організації (школа навчання, концепція стратегічно-орієнтованого управління).

5. Можливість одночасного використання різних ієрархій управління під час виконання різних стратегічних завдань з метою забезпечення відповідності організаційної структури прийнятим стратегічним рішенням (школа конфігурації, школа дизайну, теорія динамічних здібностей, школа влади, школа границь).

6. Пошук нових можливостей розвитку організації, використання індивідуальних здібностей мислення осіб, зацікавлених у позитивних результатах роботи організації з метою забезпечення генерації та імплементації нових знань під час виконання стратегічних завдань, створення нових унікальних конкурентних переваг (школа навчання, школа підприємництва, теорія динамічних здібностей, школа пізнання, концепція стратегічно-орієнтованого управління, концепція стратегічного мислення).

7. Використання широкого спектра аналітичного апарата під час виконання завдань стратегічного управління з метою забезпечення достатнього рівня обґрунтованості стратегічних рішень (школа планування, школа позиціонування, школа дизайну).

8. Підпорядкованість загально-організаційним цілям та цінностям організації з метою забезпечення концентрації зусиль осіб, що зацікавлені у позитивних результатах роботи організації, на досягнення встановлених цілей із використанням інструментів, що відповідають організаційним цінностям (школа культури, концепція стратегічно-орієнтованого управління, концепція стратегічного мислення).

Узагальнюючи ці вимоги у площині їх впливу на визначення трьох елементів стратегічного управління – інструментарій, організаційна структура, цілі, – можна стверджувати, що сучасна парадигма стратегічного управління має ґрунтуватися на:

- стратегічному мисленні – як одночасно унікальному і універсальному інструментарії прийняття та імплементації стратегічних рішень;

- мережевій моделі структури ресурсів організації – як модульній структурі, яка, підтримуючи жорсткі організаційні зв'язки, здатна оперативно трансформуватися і змінювати ступінь свого впливу на зовнішнє середовище;

- динамічній ієрархії цілей організації – як сукупності постійних і змінних цілей.

Підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що сучасна парадигма стратегічного управління повинна надавати можливість будь-яким організаціям постійно підтримувати унікальні, притаманні тільки їм, конкурентні переваги, що сприятимуть отриманню позитивних результатів діяльності цих організацій у поточній і довгостроковій перспективі в умовах мінливого ринкового середовища.

Література

1. Каплан Р. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Р. Каплан, Д. Нортон, пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 416 с.

2. Катякало В.С. Эволюция теории стратегического управления: автореф. дис. д-ра экон. наук: 08.00.05 / В.С. Катякало. – СПб., 2007. – 45 с.

3. Минцберг Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.

4. O'Shannassy T. Lessons from the Evolution of the Strategy Paradigm / Tim O'Shannassy // Working Paper Series. – 1999. – № 20. – P. 1–25.

5. Rethinking Strategy / Edited by Henk W. Volberda and Tom Elfring. -Guildford: Biddles Ltd. – 2001. – 322 p

6. Teece D. Dynamic Capabilities and Strategic Management./D. Teece; G. Pisano; A. Shuen // Strategic Management Journal. – 1997. – Vol. 18. - №. 7. – P. 509–533.

7. Whittington R. What is Strategy – and Does it Matter? / R. Whittington // London: Cengage Learning EMEA. – 2001. – 153 p.

СИСТЕМНО-СИТУАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування вітчизняних підприємств відбувається в ринкових умовах в жорсткій боротьбі за завоювання якомога більшої частки ринку. Місце, яке займе підприємство на ринку визначається рівнем його конкурентоспроможності. Одним з ключових факторів успіху підприємства в конкурентній боротьбі є досягнення найвищого рівня конкурентоспроможності. Це здійснюється за допомогою використання різних методів управління, зокрема управління конкурентоспроможністю підприємства. Розробка ефективного механізму управління конкурентоспроможністю стає однією з найважливіших задач підприємства, без вирішення якої виробникові важко вижити на ринку в умовах конкуренції та стабільно функціонувати і розвиватись.

Сучасні дослідники питань конкурентоспроможності підприємства мають різні погляди на формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємства. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається з позицій різних підходів, які можна розділити на дві групи: основні та додаткові. До основних підходів відносяться:

1. Процесний підхід. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства – це процес реалізації певної сукупності управлінських функцій – цілепокладання, планування, організації, мотивації та контролю діяльності щодо формування конкурентних переваг підприємства та забезпечення життєдіяльності підприємства як суб'єкта економічної діяльності [3].

2. Функціональний підхід, при якому управління конкурентоспроможністю починається з визначення мети управління конкурентоспроможності підприємства. Далі відбуваються процеси планування, організування, мотивації та контролю робіт з управління конкурентоспроможності підприємства [1, 2, 4].

3. Системний підхід, при якому конкурентоспроможність підприємства є об'єктом управління, що включає в себе є систему взаємозалежних елементів, яка складається із внутрішнього середовища підприємства, його споживачів і конкурентів, об'єднаних у єдине ціле для вирішення задачі забезпечення міцних конкурентних позицій, збереження існуючих і нарощування нових конкурентних переваг.

До допоміжних підходів відносяться:

1. Логічний підхід – полягає у встановленні набору показників оцінки конкурентоспроможності підприємства та їх вагових коефіцієнтів.

2. Ситуаційний підхід – полягає у визначенні конкурентоспроможності підприємства для певної ситуації на підставі аналізу окремих факторів в певний проміжок часу.

3. Структурний підхід – базується на визначенні конкурентоспроможності підприємства, виходячи з прогресивних норм і нормативів, що задаються виходячи з наявної технології, процесів організації виробництва на підприємстві з використанням методів економічного аналізу.

4. Цільовий підхід – розглядає аналіз рівня конкурентоспроможності підприємства шляхом порівняння цільових показників роботи підприємства з аналогічними показниками конкурентів.

5. Ресурсний підхід – полягає у визначенні показників конкурентоспроможності підприємства з огляду на рівень ефективності використання різних видів ресурсів, їх продуктивності, тощо.

6. Якісний підхід – розглядає аналіз рівня конкурентоспроможності підприємства через визначення одиничних, групових та інтегральних показників рівня конкурентоспроможності його продукції.

Виходячи з того, що підприємство є відкритою соціально-економічною системою, функціонування якої відбувається у певному зовнішньому середовищі, більш доцільним є використання комбінованого підходу до управління конкурентоспроможністю підприємства. Одним з таких підходів є системно-ситуаційний підхід, який дасть змогу розглядати конкурентоспроможність підприємства як системний процес, що торкається всіх підсистем-підрозділів підприємства та враховує вплив з боку динамічного зовнішнього середовища і одночасно забезпечить визначення рівня конкурентоспроможності у відповідності до ситуації, що склалася на підприємстві і ринку в певний проміжок часу.

Таким чином, результатом інтеграції різних підходів є формування системно-ситуаційного підходу, який сприятиме отриманню підприємством нових або розвитку не використаних конкурентних переваг; виявлення резервів підвищення конкурентоспроможності; отриманню синергічного ефекту в цілому для всього підприємства; збільшення частки та вихід на нові ринки збуту; досягненні високих кінцевих результатів діяльності підприємства та підвищення ефективності його функціонування.

Література

1. Павлова В.А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / В.А. Павлова, Р.В. Губарев // Європейський вектор розвитку. – 2014. – № 2(17). – С. 168-176.
2. Павлова В.А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінки та стратегія забезпечення / Дніпропетровський ун-т економіки та права. – Д. : Видавництво ДУЕП, 2006. – 276 с.
3. Пастухова Т.Ю. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства // Т.Ю. Пастухова. – Ефективна економіка. – №9. – 2012. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1396>
4. Хмеленко І.І. Дослідження підходів щодо управління конкурентоспроможністю підприємств // І.І. Хмеленко. – Вісник ХНУ. – http://www.kpi.kharkov.ua/archive/Наукова_періодика/vestnik/2010/60/NTU_XPI_60_2010_9.pdf

ВИКОРИСТАННЯ PEST-АНАЛІЗУ З МЕТОЮ ОЦІНКИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Виведення підприємств машинобудування з кризового стану передбачає стратегічний підхід до антикризового управління. Розробка стратегії є ключовим інструментом антикризової складової управління, оскільки робить підприємство більш підготовленим до кризових явищ і змін зовнішнього та внутрішнього середовища. На нашу думку, слід більш детально розглянути аспекти зовнішнього середовища, які впливають на розробку та реалізацію стратегії управління оборотними коштами.

Для оцінки політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів впливу на діяльність підприємств машинобудування, ефективність використання оборотних коштів наведемо PEST-аналіз (табл. 1). Даний аналіз розглядався та досліджувався багатьма вченими. Вовк І. П. здійснив ґрунтовний PEST-аналіз машинобудівних підприємств України [1, с. 113-114], а також Кривов'язюк І. В. та Стрільчук Р. М. провели стратегічний аналіз інноваційно активних машинобудівних підприємств [3, с. 71-73]. PEST-аналіз використовується в інших галузях, оскільки Горбань О. Ю. здійснив аналіз та виділив політичні, економічні, соціально-культурні та технологічні фактори для поліграфічної галузі України [2, с. 5-7]. Проведений аналіз дав змогу виявити проблеми з якими зіштовхуються підприємства в процесі своєї діяльності. Із запропонованих економічних факторів впливає: необхідно розробити заходи для налагодження експорту та імпорту; створити спільні іноземні підприємства; налагодити виробництво якісної продукції; покращити відносини з постачальниками та покупцями.

Таблиця 1**Згрупований PEST-аналіз соціальних та технологічних факторів діяльності підприємств машинобудування Запорізької області**

Соціальні фактори	Технологічні фактори
1. Погіршення рівня життя населення. Скорочення темпу росту номінальної та реальної заробітної плати.	1. Високий рівень фізичного та морального зносу основних фондів.
2. Зниження чисельності населення (2012 – 45633,6 тис.; 2013 – 45553 тис.; 2014 – 42973,7 тис.) [4].	2. Застаріле обладнання (за технологічною готовністю Україна посідає 81 місце) [5, с. 212].
3. Неefективна система організації та проведення рекламних заходів.	3. Енергоємність, ресурсоємність та складність процесу виробництва.
4. Скорочення кількості спеціалістів на підприємствах, оскільки вони від'їжджають за кордон.	4. Повільне впровадження ноу-хау, передових технологій.
5. Зниження обсягу реалізованої продукції на підприємствах машинобудування (2012 – 140539,2 млн. грн.; 2013 – 114369,7 млн. грн.).	5. Випущена продукція є морально застарілою.
6. Незадовільний рівень мінімальної заробітної плати (2012 – 1134 грн.; 2013 – 1218 грн.) [4].	6. Недостатній інноваційний потенціал (Україна займає 79 місце за рівнем впровадження інновацій та розвитком) [5, с. 212].
7. Неefективна система мотивування персоналу.	7. Середня якість продукції та зниження конкурентоспроможності (за рівнем конкурентоспроможності бізнесу Україна займає 91 місце) [5, с. 212].

Джерело : [1; 3, с. 71-73; 4; 5]

Підприємствам машинобудування необхідно брати до уваги виявлені економічні фактори для формування платоспроможного попиту, регулювання цін тощо. Проаналізовані політичні фактори свідчать, що держава повинна докласти зусиль щодо здійснення митного, законодавчого регулювання, розробити заходи для підтримки діяльності підприємств. На підставі виділених технологічних факторів можна зазначити що необхідно підвищити рівень інноваційної активності, відновити основні фонди. Із сформованих соціальних факторів впливає, що слід врахувати побажання щодо умов праці, розробити ефективну систему мотивації праці, здійснення соціального захисту населення.

На основі здійсненого аналізу ми дійшли висновку, що найсуттєвішими факторами зовнішнього середовища є технологічні. На другому місці знаходяться соціальні фактори, оскільки потрібно покращити умови праці та забезпечити галузь кваліфікованою робочою силою. Далі знаходяться економічні фактори, якими підприємства не можуть управляти. Четверте місце займають політичні фактори, якими керує виключно держава.

Отримані результати PEST-аналізу свідчать, що погіршення економічної та фінансової діяльності підприємств, що проявляється в зниженні ефективності управління оборотними коштами. Тому підприємствам машинобудування потрібно розробити ефективну стратегію управління оборотними коштами, підвищити якість продукції, зайняти лідируючі позиції, налагодити відносини з партнерами, постачальниками.

Література

1. Вовк І. П. Особливості впровадження заходів ресурсозбереження та методика визначення їх ефективності на машинобудівних підприємствах в контексті ресурсономії [Електронний ресурс] / І. П. Вовк // Вісник СумДУ.

Серія : «Економіка». – 2012. – № 4. – С. 107–117. – Режим доступу до журн. : <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/30317?mode=full>.

2. Горбань О.Ю. Стратегічний аналіз зовнішнього середовища поліграфічних підприємств із використанням методики PEST-аналізу / О.Ю. Горбань / Управління розвитком. – 2013. – № 18(158). – С. 3–7.

3. Кривов'язюк І.В. Стратегічний аналіз інноваційно активних машинобудівних підприємств / І.В. Кривов'язюк, Р.М. Стрільчук // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики. — Харків, НАУ ХАІ, 2014. – № 3 (27). – С. 66–77.

4. Численность населения Украины. Минимальная зарплата в Украине. [Электронный ресурс] / Население Украины. Труд и зарплата // Официальный сайт Минфин Украины. – 19.08.2014. – Режим доступа : <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/>.

5. Шевченко О.О. Україна в міжнародних рейтингах конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / О.О. Шевченко, О.В. Левківська // Вісник КНУТД. Проблеми економіки організацій та управління підприємствами. – 2013. – № 4. – С. 211–213. – Режим доступу : <http://www.vistnyk.knutd.com.ua/>.

УДК 330.13

Шевчук Н.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

СТРАТЕГІЧНА ЛОГІКА ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах динамічного розвитку сучасного економічного простору ефективне управління бізнесом стало неможливим у відриві від вартісних критеріїв результативності діяльності. Дану тезу можна аргументувати тим, що підприємства виступають тією організаційно-економічною формою капіталу, яка дозволяє йому виконувати свою безпосередню функцію збільшення вартості, але не фіктивної, а фундаментальної, яка формується в процесі виробництва реальних економічних благ та відображає потенційну здатність підприємства як суб'єкту економічних відносин створювати багатство, тобто забезпечувати формування та прирощення вартості.

Узагальнення теорії та практики управління дозволяє говорити про те, що основною метою діяльності підприємства сучасна економічна наука визначає забезпечення зростання його цінності (*value of the firm*). В теорії фінансового менеджменту створення цінності (*value creation*) по суті означає зростання вартості. Співвідношення понять «вартості» та «цінності» є неоднозначними в економічній теорії. Ми не претендуємо на змістовність висновків з даної наукової проблематики, а лише звернемо увагу на підхід до визначення д.е.н. Ф.Ф. Стерліковим [1], який базується на аналізі домінування вартості та корисності на різних рівнях господарювання. На рівні економіки підприємства значення корисності та вартості блага є приблизно однаковим, що дозволяє говорити про їх рівнозначність з точки зору дослідження як цільової моделі бізнесу.

Дискусія в наукових колах стосовно вартості, як цільової функції управління охоплює наступне коло питань: чи повинно підприємство мати одну мету чи цілей може бути більше; якщо ціль одна, чи має вона виражатися у максимізації вартості бізнесу; якщо в максимізації вартості, то тільки для акціонерів чи і для інших зацікавлених осіб? Інтегрування стейкхолдерської теорії в сучасні концепції вартісно-орієнтованого менеджменту зумовили обговорення проблематики в наступних ракурсах: в руслі концепції «розширеного трактування максимізації вартості» (*Enlightened Value Maximization*); виходячи з принципу поєднання максимізації вартості акціонерного капіталу і соціальної відповідальності бізнесу (максимізації сукупної вартості підприємства з позицій інтересів стейкхолдерів, який досліджується в термінах сукупної (всеосяжної) вартості підприємства (*Total Value Creation*), вартості з урахуванням відносин зі стейкхолдерами (*Business Value Of Stakeholder Relationships*), повної економічної вартості (*Entire Economic Value*) або вартості для стейкхолдерів (*Stakeholder Value*)).

Досить вагомими науковими результатами з проблематики формування вартості для стейкхолдерів характеризуються дослідження російських вчених д.е.н. І. Івашковської та к.е.н. К. Прохорова. Так д.е.н. І. Івашковська [2] досліджує проблематику прирощення вартості для фінансових та не фінансових стейкхолдерів з урахуванням особливостей розвитку інноваційної економіки та реалізується в концепції гармонійної компанії характеристиками якої є: формування нового типу структури капіталу, архітектуру капіталу у розрізі таких його видів як фінансовий, інтелектуальний та соціальний; узгодження багатовекторних інтересів фінансових та не фінансових стейкхолдерів у просторі взаємодії визначених видів капіталу; формування сітьових взаємодій стейкхолдерів як стратегічного фактору вартості компанії; утворення особливої групи інвестиційного ризику – стейкхолдерського ризику, який перешкоджає створенню та нарощенню інтелектуального та соціального капіталу. Проблематика формування вартості для стейкхолдерів набула розвитку в наукових працях к.е.н. К. Прохорова [3], який дотримується точки зору про ресурсний характер відносин підприємства і його зацікавлених сторін.

Ми цілком поділяємо наукову позицію російських науковців, однак дотримуючись точки зору щодо розмежування понять «вартості» та «цінності», вважаємо, що максимізація вартості, як цільової моделі підприємства, може бути реалізована опосередковано через ціннісно-орієнтований підхід до задоволення інтересів стейкхолдерів. Стратегічна логіка формування цінності базується, перш за все, на здатності розпізнати, осмислити та оцінити можливості динамічного зовнішнього середовища та перетворити їх на ресурс. Така здатність визначається параметрами внутрішнього середовища, на основі ефективної взаємодії елементів людського та організаційного капіталу на основі розвитку компетенцій та рівня динамізації здатностей. Призначення компетенцій та здатностей полягає в підвищенні продуктивності ресурсів на операційному та фінансовому рівнях та їх перетворення на економічні результати у вигляді цінності та зростання вартості бізнесу. Механізмом

взаємозв'язку між можливостями динамічного зовнішнього середовища і економічними результатами як наслідком трансформаційних перетворень ресурсів в бізнес-процесах підприємства є бізнес-модель. Саме бізнес-модель описує, яким чином підприємство позиціонує себе в контексті створення цінності для ключових стейкхолдерів і як воно планує забезпечити позитивну динаміку формування фундаментальної вартості.

Література

1. Стерликов Ф.Ф. Экономическая теория ценности блага как интегратор трудовой теории стоимости и теории предельной полезности / Ф.Ф. Стерликов // Вопросы экономики и права. – 2012. – № 8. – С. 27–31.
2. Ивашковская И. В. Система интегрированного управления стоимостью компании: автореф. дисс. на соискание учен.степ. докт. экон. наук: спец.: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность)»; спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / И.В. Ивашковская. – Москва, 2010. – 50 с.
3. Прохоров К.О. Управление стоимостью компании на основе согласованного взаимодействия заинтересованных сторон как управленческая инновация: дисс. на соискание учен.степ. канд. экон. наук: спец.: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность)» / К.О. Прохоров. – Ярославль, 2011. – 27 с.

Шелест Н.А.,

здобувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності,

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ,

Голомша Н.Є.,

к.е.н., доцент кафедри адміністративного

менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності,

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯК НАПРЯМ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

В умовах ринкової економіки в Україні велику увагу приділяють проблемам якості. В наш час українські м'ясопереробні підприємства здійснюють свою діяльність в жорстких конкурентних умовах. Конкурентна боротьба сприяє розробці стратегічних програм підвищення та стабілізації якості. Адже сьогодні якість має стати національною метою, тобто проблеми мають вирішуватись спільно на всіх рівнях (макро-, мезо- мікро-), так, як є потребою кожного - від споживача до керівника будь-якого рівня.

Якість виробленої продукції, послуг, процесів та системи управління ними є головним фактором, що сприяє стійкому положенню м'ясопереробних підприємств на продовольчому ринку. Тому сьогодні особливу увагу приділяють створенню та реорганізації системи управління підприємством на основі критерію «якість», використовуючи при цьому різні підходи та інструменти. Одним з таких підходів є впровадження міжнародних стандартів на системи управління: *найчастіше* - якістю (СУЯ – ISO 9001), безпечністю харчових продуктів (НАССР – ISO 22000), екологією (ISO 14001), охороною здоров'я та безпекою праці (BS OHSAS 18001); *рідко* - інформаційною безпекою (ISO 27001), соціальною відповідальністю (ISO 26000/ SA 8000), ризиками (ISO 3100), енергіями (ISO 50001), інтегровані системи управління (AS/NZS 4581:1999, PAS 99:2006). За час існування цих стандартів накопичений значний досвід їх використання – позитивні результати та проблеми при їх впровадженні та функціонуванні. Необхідно відмітити і те, що СУЯ є найбільш впровадженою і використовується найчастіше, як основа для формування інтегрованих систем управління (ІСУ).

На сьогодні не має єдиної загально визнаної моделі та повноцінного методичного забезпечення, як основи формування, розвитку та удосконалення ІСУ. Ці проблеми в області метрології та практики щодо удосконалення системи управління якістю вирішуються шляхом проведення додаткових досліджень ІСУ на основі приведених вище міжнародних стандартів, гармонізації їх з загальною системою управління, що забезпечить розвиток м'ясопереробного підприємства задовольняючи інтереси зацікавлених сторін.

Дослідженню проблем впровадження, побудови та розвитку систем управління, на основі міжнародних стандартів присвячені праці закордонних та українських вчених та практиків. Вагомий внесок у розвиток цього напрямлення внесли такі закордонні та українські автори як: Амстронг М. [1], Баккер Г. [2], Гаффорова Е. [3], Демінг Є. [4], Кусякин Н. [6], Назаренко В. [6], Осмола І. [6], Скопенко Н. [7], Строкович Г. [8], Хаммер М. [9], Хелмінк Д. [2], та багато інших.

Метою дослідження є розвиток теоретичних і методологічних основ та практичні рекомендації щодо удосконалення системи управління якістю шляхом формування ІСУ на м'ясопереробних підприємствах на основі міжнародних стандартів.

В загальному ІСУ - це сукупність кількох міжнародних стандартів у рамках однієї системи [5] або частина системи загального управління, що функціонує, як єдине ціле, та відповідає вимогам двох або більше міжнародним стандартам [6]. Але ці визначення не зовсім відповідає вимогам бізнесу та не показує на зв'язок з загальною системою управління на підприємстві. Тому ІСУ слід трактувати, як частину загальної системи управління підприємством направлену на досягнення його оперативних і стратегічних цілей, що гармонічно функціонує, в єдиному цілому, її елементи взаємопов'язані і відповідають вимогам двох і більш міжнародним стандартам управління, з посиленням зв'язків між ними. Адже гармонізація вимог зацікавлених сторін та міжнародних стандартів виключає протиріччя та дублювання в загальній системі управління м'ясопереробним підприємством, а

також стабілізує якість кінцевого продукту та підвищує конкурентоспроможність, результативність виробництва в цілому.

Ефект від впровадження або удосконалення ІСУ на м'ясопереробних підприємствах можна представити у вигляді такої структури:

➤ *персонал*: підвищення кваліфікації та лояльності; спадковість знань та досвіду; формування інтелектуального потенціалу підприємства;

➤ *технології та процеси* при застосуванні підходу управління ризиками, реінжинірингу та збалансованої систем їх показників призведе до: системного управління підприємством; узгодженої взаємодії процесів і функцій; усунення конфліктів між системами управління; скорочення та підвищення результативності перевірок;

➤ *фінанси*: зниження ризиків та можливих втрат (зниження витрат від об'єднання систем управління); підвищення ефективності використання ресурсів та продуктивності праці; вигідніші умови кредитування, страхування, інвестування;

➤ *споживачі та інші зацікавлені сторони*: збалансованість дій; покращення взаємовідносин з постачальниками; лояльність до підприємства; підвищення рейтингу та інвестиційної привабливості;

➤ *стратегічні можливості*: підвищення конкурентоспроможності та ринкової вартості; можливість тиражування бізнесу; системний рівень вирішення проблем підприємства; вивільнення топ-керівників для інших стратегій.

При забезпеченні ефективності ІСУ необхідно при її побудові або удосконаленні врахувати важливі моменти, що є основою взаємозв'язку процесів і функцій загальної системи управління підприємством – це кваліфікований, лояльний персонал; системний підхід та місце ІСУ, що впроваджується або вдосконалюється. Адже низька результативність системи управління це: формальне впровадження; автономне існування; некомпетентність, несумлінність персоналу всіх рівнів, а також підприємства, що надає консультативні послуги; відсутність методик оцінки результативності процесів та в цілому виробництва. Тому необхідно: встановити ієрархію загальної структури управління відносно окремих систем управління; взаємозв'язок ІСУ з матеріальним стимулюванням персоналу; оцінювати постійне удосконалення ІСУ.

Порядок удосконалення системи управління м'ясопереробним підприємством шляхом формування ІСУ на основі СУЯ є наступним:

1) *аналіз системи загального управління*: визначення елементів системи управління (об'єкти, суб'єкти, їх функції); загальні функції управління по відношенню виділених об'єктів на різних рівнях управління; формування мети діяльності та процесів її реалізації; формування вимог до об'єктів управління відповідно до міжнародним стандартам; визначення переліку документації; визначення заходів та структури необхідних змін в діючу систему управління для створення ІСУ;

2) *основні напрямки формування ІСУ*: створення програми актуалізації документації підприємства; розробка системи та механізму стимулювання персоналу та оцінки результативності окремих об'єктів і суб'єктів управління, ІСУ в цілому; індикаторів ефективності впровадженого удосконалення.

При цьому важливим є формування виконавчого механізму функціонування та розвитку ІСУ, що впливає на всіх рівнях управління на об'єкти та суб'єкти управління, а також досягнення запланованих показників, що є індикаторами досягнення мети та характеризують стан об'єктів та суб'єктів управління та підприємства в цілому.

Також спостерігається синергія як результат спільного виконання різних дій ІСУ, що виявляється якісно вище, ніж сума результатів тих же дій, виконаних окремо різними системами. Адже, синергія – це унікальна здатність інтегрованої структури створювати додаткову вартість (продукт з споживчою цінністю), що недосяжна для систем окремо[2]. Як приклад, при тому ж самому обсязі початкових ресурсів, з'являється можливість збільшити випуск якісної продукції, знизити витрати, підвищити споживчу цінність. Таким чином ІСУ - це інноваційна структура та реальний інструмент удосконалення існуючих систем управління на м'ясопереробному підприємстві, що призведе до економічного ефекту та підвищить його конкурентоздатність.

Розглядаючи створення ІСУ, як напрям удосконалення та можливість підвищення ефективності існуючої СУЯ, в результаті дослідження: визначені можливі ефекти від впровадження ІСУ; розроблені рекомендації щодо порядку удосконалення СУЯ на м'ясопереробному підприємстві, на основі інтеграційного підходу з гармонізацією вимог міжнародних стандартів та зацікавлених сторін в різних областях. Додаткових досліджень потребує розробка методики оцінки результативності ІСУ, можливих шляхів зниження витрат пов'язаних з функціонуванням систем управління та виконавчого механізму функціонування та розвитку СУЯ та ІСУ.

Література

1. Армстронг М. Менеджмент: методы и приемы: пер. с 3-го англ. изд. – К.: Знання-Прес, 2006. – 876 с.
2. Баккер Г. Как успешно объединить две компании / Г. Баккер, Д. Хелминк; пер. с англ. Т. И. Митасова; науч. ред. Г. А. Ясницкий, А. Г. Ясницкая. – Минск : Гревцов Паблицер, 2008. – 288 с.
3. Гаффорова Е. Б. Интегративные системы менеджмента на основе качества: организационные и методологические предпосылки: Монография. – М.: Изд-во: Европейский центр по качеству; Владивосток: Изд-во ТГЭУ, 2010. – 224 с.
4. Деминг Э. Выход из кризиса: новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Эдвардс Деминг; пер. с англ. – 3-изд. – М.: Альпина Паблицерз, 2010. – 419 с.
5. Інтегрована система менеджменту. Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії [Електронний ресурс]- Режим доступу до сайту: http://uk.wikipedia.org/wiki/Інтегрована_система_менеджменту. - Назва з екрану.
6. Кусакин Н. А., Назаренко В. В., Осмола И. И. Интегрированные системы менеджмента на основе международных стандартов. Начало пути // Новости. Стандартизация и сертификация. — Минск: БелГИСС, 2005. — № 1. — С. 49—53.
7. Скопенко Н. С. Основні причини, переваги та недоліки формування інтегрованих структур в харчовій промисловості України / Скопенко Н. С. – 3.: Вісник Запорізького національного університету, 2010. - №2(6). - С.83-87

8.Строкович Г. В. Якість функціонування підприємства: внутрішні та зовнішні аспекти : монографія / Г. В. Строкович; Нар. укр. акад. - Х. : Вид-во НУА, 2010. - 212 с.

9.Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: манифест революції в бізнесі / М. Хаммер, Дж. Чампи; пер. с англ. Ю.И. Корнилович. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 287 с.

Шерман Є.М.,
*аспірант кафедри економічної теорії,
Херсонський національний технічний університет*

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВ

Україна належить до держав з потенційно сильною динамікою глобалізації. Це створює умови, сприятливі для міжнародної інтенсифікації припливів капіталів, для піднесення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості в умовах дефіциту фінансових ресурсів. Але одночасно існує сукупність перепон, більшість яких лежать в площині компетенції державного управління та регулювання цих процесів. Через це, за думкою більшості економістів, спостерігаємо недовіру ринкового механізму в галузевій та регіональній системах.

Досягнення стратегічної мети формування конкурентоспроможної економіки безпосередньо пов'язане зі створенням в Україні потужної харчової індустрії як умови забезпечення нормальної життєдіяльності населення, відновлення і збереження його здоров'я, піднесення міжнародного економічного іміджу країни шляхом збільшення експорту вітчизняної харчової продукції. У зв'язку з цим, розвиток харчової промисловості з перших років набуття незалежності України вбачається як пріоритетний напрям економічної політики держави. Ефективний розвиток харчової галузі може слугувати каталізатором підвищення кінцевої результативності діяльності аграрного сектору економіки, виступаючи надійним джерелом поповнення валютних надходжень та державного бюджету, сприяти зростанню добробуту населення, зміцненню економічної безпеки та соціальної стабільності країни.

Виконання цієї місії в контексті прискорення процесів інтеграції України до світової агропродовольчої системи можливе лише на основі підняття науково-технологічного рівня харчової промисловості до вищих світових стандартів. Реалізація такої стратегії передбачає модернізацію виробничої бази харчових підприємств, оснащення їх сучасною технікою, впровадження новітніх маловідходних, ресурсозберігаючих та екологічнобезпечних технологій, переходу галузі на інноваційну модель розвитку. Реалізація інноваційної моделі розвитку у продовольчому секторі економіки, створення і функціонування сучасної харчової індустрії забезпечується висококваліфікованими професійними кадрами, підготовка яких залежить від стану системи професійної освіти, від її спроможності забезпечувати випуск сучасних, ефективних менеджерів і працівників, інтелектуально сформованих особистостей, здатних до творчої праці, професійного розвитку, освоєння й впровадження сучасних наукомістких та інформаційних технологій [1,с.56].

На думку автора, одними із найсуттєвіших перепон на шляху підвищення ефективності виробництва в цілому в тому числі і виробництва харчових продуктів виступають інституційні фактори. Етап інституційних перетворень відбувається в Україні протягом тривалого періоду часу і за думкою багатьох дослідників далекий від свого завершення. Це пов'язано, перш за все, з формуванням суперечливих мотивацій економічних суб'єктів, які вступають у різноманітні форми взаємодії як на мікро-, так і на макрорівні.

Стратегічне значення харчової промисловості в контексті забезпечення продовольчої безпеки, відновлення соціально-економічного розвитку країни та її регіонів вимагає суттєвої інституційної реконструкції галузі. Особливо це стосується функціонування підприємств харчової промисловості, тому що їх діяльність в напрямку підвищення ефективності виробництва переважно залежить від напрямку і темпів інституційних перетворень.

Питання підвищення ефективності функціонування підприємств завжди посідали одне із найважливіших пріоритетних місць в економічній науці та повсякденній господарській діяльності. З часом актуальність не лише не зменшилася, а й навпаки зросла [2,с.164]. Проаналізувавши різноманітні, а іноді навіть суперечливі точки зору вітчизняних та зарубіжних науковців та фахівців стосовно сутності такої складної та багатогранної економічної категорії як „ефективність” ми дійшли висновку, що ефективність функціонування підприємства – це форма відображення ступеня результативності виробничої, фінансової, збутової, маркетингової та інноваційно-інвестиційної діяльності (ступеня досягнення поставлених цілей в різних функціональних сферах діяльності підприємства), а також рівня економічності використання наявних видів ресурсів (трудових, матеріальних, фінансових, інформаційних, інтелектуальних) в процесі виробництва, відтворення та обігу продукції, яка задовольняє попит споживачів та потреби ринку[3,с.46-48].

Вирішення поставленої задачі дослідження щодо розробки науково-методичних рекомендацій та практичних пропозицій з формування та реалізації організаційно-економічного механізму підвищення ефективності функціонування підприємств харчової промисловості в умовах інституційних перетворень неможлива без уточнення цієї дефініції.

Автор вважає, що організаційно-економічний механізм підвищення ефективності підприємства – це виробіток імперативу функціонування підприємства як цілісної системи взаємопов'язаних та строго впорядкованих організаційних й економічних заходів у визначених інституційних межах, яка дозволить підприємству забезпечувати зростання ефективності у всіх сферах його діяльності і на всіх його рівнях управління.

Зміст цього механізму полягає у встановленні чіткого взаємозв'язку, строгої впорядкованості та встановленні ступеня пріоритетності елементів, що входять в його склад.

Література

1. Дейнеко Л.В. Харчова промисловість України: ефективність використання виробничих ресурсів і кадрового потенціалу / Л.В. Дейнеко, Е.І. Шелудько ; НАН України, ДУ „Ін-т екон. та прогноз. НАН України” – К., 2013. – 120 с.
2. Калініченко Л. Л. Інформаційне забезпечення процесів розвитку на промислових підприємствах / Л. Л. Калініченко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 32. – 220 с.
3. Плескач В. Л. Інформаційні системи та технології на підприємстві : підруч. / В. Л. Плескач, Т.Г. Затонацька. – К. : Знання, 2009. – 520 с.

Штогринець Н.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва,

Штерма Т.В.,

к.е.н., доцент кафедри економіки і підприємництва,

ПВНЗ «Буковинський університет»,

м. Чернівці

СПЕЦИФІЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У ГІРСЬКІЙ ЗОНІ КАРПАТ

Фермерські господарства, а також інші види підприємницької діяльності демонструють свою неспроможність функціонування у сфері сільського господарства гірського регіону через вплив сукупності специфічних умов, що приносить низький урожай продукції та відповідно малі прибутки чи навіть й збитки. Тому населенню цієї зони залишається лише займатися веденням особистого підсобного господарства для задоволення власних потреб, а саме забезпечення продуктами харчування.

Ресурси виробництва характеризуються низьким рівнем мобільності. Це стосується не тільки землі, якої в межах всього сектора чи регіону не примножується, а й трудових ресурсів чи капіталу.

У гірських господарствах особливо важливими є ресурси сільськогосподарських земель, бо саме вони найбільше впливають на продуктивність праці і капіталу, формуючи тим самим дохідність. Відповідно, з огляду на достатньо низьку продуктивність гірського сільського господарства, для отримання доходів, порівняно з низинними господарствами, в гірських районах потрібні більші площі сільськогосподарських угідь.

Дослідження багатьох учених свідчать, що економічно міцнішими та стабільнішими є господарства, які мають більшу площу угідь. Це дає підстави визначити розмір угідь як ключовий чинник формування економічної сили господарства. У гірській зоні середні розміри господарств населення значною мірою зумовлені структурними зрушеннями в категоріях землекористувачів [2].

Певне зростання розмірів господарств населення в гірській зоні Карпат є свідченням багатьох негативних процесів, що тут відбуваються останніми роками, зокрема відходу частини горян від заняття сільським господарством, про що свідчить загальне зменшення господарств, та змін цільового використання земель у регіоні.

Крім ресурсів землі, дуже важливою є структура їх використання, оскільки гірська специфіка природного середовища (рельєф і розміщення місцевості, велика кількість опадів, склад ґрунтів, краєвид тощо) змушують до утримання більшою мірою природних сінокосів і пасовищ, ніж в інших регіонах. Діяльність домогосподарств не обмежується лише веденням землеробства, оскільки її невід'ємною складовою є галузь тваринництва, тим більше в особистому підсобному господарстві. Розведення тварин, а саме одержання їх продукції, є необхідним для раціону харчування людини.

На тлі значних відмінностей гірських і низинних господарств стосовно площ і структури земельних угідь майже однаковою є ситуація щодо ресурсів праці. Хоча в гірських господарствах ресурс праці є вищим. Це за менших площ у сільськогосподарському обороті призводить до гіршого використання праці, створюючи її надлишок і спричиняючи проблему [1].

Серед трьох основних виробничих ресурсів – землі, праці і капіталу – лише земля тісно пов'язана з економічною силою господарства. Економічно слабкі господарства переважно знаходяться вище в горах. Вони мають слабші зв'язки з ринком порівняно з іншими господарствами. У регіоні, незважаючи на значну кількість туристів, господарства, однак, не мають жодних земельних договорів чи усних домовленостей з клієнтами, які можуть бути основними покупцями виробленої продукції. Безперечно, різним у господарствах є рівень товарності, що пов'язано з потребами у власному забезпеченні продуктами харчування. Це значною мірою є наслідком низької продуктивності гірського сільського господарства, що зумовлено природними чинниками. Аналогічні диспропорції характерні і для інших країн. Зокрема в Австрії дохід від продажу в розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь складає лише 68% від середнього в усьому сільському господарстві [6, с. 123-124]. У Польщі – лише 65,0 % [5, с. 15].

Отож, зростання висоти призводить до того, що ведення рослинництва характеризується зниженням урожайності, зростанням витрат на агротехнічні заходи, а в результаті – збільшенням сукупних витрат виробництва. З окремих досліджень випливає, що середня урожайність зернових на висоті понад 700 м над рівнем моря на 30% нижча, ніж на висоті до 500 м над рівнем моря [3, с. 46]. Дещо меншим є зниження урожайності зеленої маси трав – на кожні 100 м зростання висоти зниження урожайності зеленої маси складає від 5 до 10%. Кожне зростання крутизни схилу на 3% знижує продуктивність машинно-тракторних агрегатів на 11-38%, а витрати пального зростають на 10-24% відносно рівнинних територій [4, с. 16]. Це дає всі підстави стверджувати, що обробіток землі в гірських господарствах населення – досить трудомісткий та важкий процес, що створює значні труднощі для розвитку сільського господарства в регіоні загалом.

Мірилом економічної сили господарства є його значення як джерела утримування (існування) селянських сімей. Гірське сільське господарство має значно менше значення, ніж у низинних господарствах, як джерело доходів. Причому по-різному ситуація складається для різних за розмірами господарств. Достатньо висока частка у доходах

сільського господарства є свідченням конкурентної переваги праці саме тут над іншими заняттями і джерелами доходів.

У перспективі декількох найближчих років частина господарств (кожне третє селянське господарство) не здійснюватиме сільськогосподарську діяльність. Уже зараз 6,9 % сімей готові продати наявну землю, а в перспективі кількість бажаючих це зробити зросте більш ніж утричі. Масштаб обігу землі буде значно нижчий, на що вплинуть передусім: неврегульовані відносини власності, обмеження в зміні цільового призначення сільськогосподарських земель, зокрема під будівництво, а також дуже велике подрібнення ділянок.

Отже, відбувається прискорення процесів обмеження сільськогосподарського виробництва та економічного занепаду більшості селянських господарств. Проблеми розвитку сільського господарства пов'язані з низькою окупністю сільськогосподарської продукції, невеликим виробничим потенціалом. Слабкі фінансові ресурси сприяють обмеженню сільськогосподарської діяльності і переносу наявних трудових ресурсів праці до несільськогосподарської діяльності, яка дає вищий альтернативний дохід з одиниці праці.

Література

1. Зубець М.В. Економічні аспекти реформування аграрно-промислового комплексу України / М.В. Зубець, М.Д. Безуглий ; Національна академія аграрних наук України. – К.: Аграрна наука, 2010. – 32 с.
2. Липчук В.В. Фермерські господарства: стан, проблеми та стратегії розвитку / В. В. Липчук, Л. Б. Гнатишин, О. М. Кордоба. – Львів, 2010. – 236 с.
3. Analiza uzytkowania ziemi w Karpatach na tle srodowiska przyrodniczego / S. Jagła, R. Kostuch, S. Kurek, J. Pawlik-Dobrowolski // Problemy Zagospodarowania Ziemi gorskich. – 1983. – Z. 22. – S. 39–66.
4. Bogdanowicz J. Mechanizacja gospodarstw rolnych w Sudetach / J. Bogdanowicz // Wydawnictwo AR. – Wrocław, 1995. – P. 29–35.
5. Czudec A. Czynniki kształtującej się ekonomichna gospodarstw rolnych w regionie gorskim / A. Czudec // Problemy za gospodarowania ziem gorskich. – Warszawa : PAN, 2008. – Z. 55. – S. 9–18.
6. Dax T. Integrated rural development in mountain areas / T. Dax, G. Havorka. – Edward Elgar Publishing, 2004. – P. 124–143.

УДК 339.138

Юсупова О.В.,

аспірантка кафедри маркетингу та реклами,
Київський національний торговельно-економічний університет

НАУКОВИЙ ДИСКУРС ЩОДО СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Несприятливі ринкові умови в Україні вимагають від підприємств роздрібною торгівлі, з одного боку, скорочення витрат, а з іншого, активних маркетингових дій для втримання існуючих конкурентних позицій. З цієї метою підприємствам роздрібною торгівлі варто звернути увагу на стимулювання продажів, яке потребує відносно невисоких витрат.

Проте, в сучасній науковій літературі рідко говорять про стимулювання продажів роздрібними торговельними підприємствами. В центрі уваги науковців та практиків зазвичай знаходиться стимулювання збуту товарів та послуг, яке здійснюють виробничі підприємства. І, хоча автори в своїх роботах часто не розмежовують торговельні та виробничі підприємства, а розглядають стимулювання збуту в загальному вигляді, як універсальний інструмент маркетингових комунікацій, описані ними процеси є більш характерними саме для виробників.

Слід також відмітити, що поняття «стимулювання продажів» та «стимулювання збуту» часто використовуються у вітчизняній літературі в однаковому значенні. Наприклад, Т. Примак в своїй монографії [1] використовує обидва поняття як синонімічні. Що стосується англомовної літератури, то в ній існує єдине поняття «sales promotion».

Різниця між стимулюванням збуту виробниками та стимулюванням продажів підприємствами роздрібною торгівлі помітна вже при визначенні їх цілей. Т. Примак виділяє три типи цілей стимулювання збуту:

- стратегічні (збільшити число споживачів; збільшити обсяг товару, що купується кожним споживачем; оживити інтерес до товару з боку клієнтури; тощо);
- специфічні (прискорити продаж найвигіднішого товару; позбутися зайвих запасів, забезпечити регулярність збуту сезонного товару; протидіяти конкурентам; тощо);
- разові (скористатись сприятливою можливістю, підтримати рекламну кампанію) [1].

Дж. Каммінс та Р. Маллін знаходять стимулюванню збуту більш широке застосування. Так, до цілей стимулювання збуту вони також відносять розширення можливостей використання товару, формування обізнаності споживачів, забезпечення підтримкою торгових посередників тощо [2]. Звичайно, хоча багато із перелічених цілей актуальні і для підприємства роздрібною торгівлі, в цілому вони сформульовані з точки зору виробника та його потреб, адже торговельне підприємство рідко зацікавлене в збільшенні продажів конкретного товару. В інтереси роздрібною торговельного підприємства скоріше входить зростання попиту на товарну категорію в цілому. Виключеннями можуть бути товари, що реалізуються підприємством ексклюзивно. З іншого боку, роздрібною торговельне підприємство може бути зацікавлене в спрощенні та прискоренні придбання того з представлених товарів, який відповідає побажанням його покупця.

Відсутність у роздрібною торговельного підприємства необхідності збільшувати продажі конкретного товару з одного боку, і зацікавленість у поживленні торгівлі взагалі з другого, робить ефективним використання

програм лояльності, головною метою яких є утримання покупця незалежно від того, товари яких торгових марок він купує.

Крім того, оскільки у підприємств роздрібної торгівлі немає стимулу для активізації продажу товару певної торгової марки, підприємства-виробники покладають на стимулювання збуту досягнення ще однієї цілі: отримання підтримки торговельних посередників. Стимулювання торговельних підприємств, поруч із стимулюванням споживачів і власного персоналу, є суттєвою складовою стимулювання збуту виробниками. Звичайно, стимулювання продажів підприємствами роздрібної торгівлі не має такої складової.

Відрізняються один від одного не тільки цілі, але й можливості виробничих та роздрібних торговельних підприємств. Якщо підприємства-виробники з метою активізації продажів можуть збільшити кількість товару в упаковці, модифікувати упаковку, виготовити зразки продукції тощо, то підприємства торгівлі такої можливості позбавлені.

Проте, можливість підприємств торгівлі взаємодіяти зі своїми покупцями безпосередньо, дозволяє їм використовувати в якості стимулювання продажів супутні торговельні послуги, тобто такі послуги, які опосередковано пов'язані з придбанням товарів [3]. До супутніх торговельних послуг відносяться доставка, надання кредитів, гарантійне обслуговування, персоналізація товару тощо.

Отже, стимулювання продажів товарів підприємствами роздрібної торгівлі мають ряд суттєвих відмінностей від стимулювання збуту виробничими підприємствами. Теоретико-методичні основи стимулювання збуту, розроблені для підприємств-виробників, не завжди можуть бути використані роздрібними торговельними підприємствами. Відтак, стимулювання продажів потребує детального вивчення з точки зору підприємств роздрібної торгівлі і з урахуванням поставлених ними завдань.

Література

1. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством : монографія / Т.О. Примак. – К. : ООО «Експерт», 2001. – 383 с.
2. Камминс Дж. Стимулирование продаж. Распродажи, подарки, скидки, купоны и другие инструменты повышения спроса / Джулиан Камминс, Родни Маллин. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013 – 352 с.
3. Організація торгівлі : підручник / за редакцією В. В. Апопії. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.

РОЛЬ ЗАМІЩУВАЛЬНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ В ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННІ

Забезпечення стійкого розвитку міст та агломерацій вимагає пошуку нових технологій, оскільки в них спостерігається надмірне використання невідновлювальних ресурсів, негативний вплив на навколишнє середовище в результаті використання застарілих технологій, машин, механізмів у виробничих та логістичних процесах. У зв'язку із цим, з метою забезпечення стійкого розвитку міст та агломерацій в руслі відтворення ресурсів зі збереженням соціо-еколого-економічної безпеки у процесі організації логістичних потоків у підсистемах міста, виникає необхідність у формуванні заміщувальної логістичної системи міст та агломерацій.

Так, заміщувальна логістична система міста передбачає використання таких технологій, які сприятимуть заміні у використанні невідновлювальних ресурсів відновлювальними. До таких технологій може бути віднесено:

1. Використання інтелектуальних енергомереж (smart grid). Основна ідея інтелектуальних енергомереж (журнал *The Economist* ввів альтернативний термін – «енергетичний інтернет») – злиття інформаційних та енергетичних технологій для оптимізації вироблення, збереження, передачі, розподілу і кінцевого споживання енергії. Одним із головних достоїнств таких систем – можливість інтеграції відновлювальних джерел у загальну схему розподілу енергії. Подача електроенергії від сонячних і вітрових установок здійснюється нецентралізовано і нерівномірно, проте моніторинг за допомогою «розумних» пристроїв (інтелектуальних датчиків, лічильників) дозволяє коригувати споживання за допомогою диференційованих тарифів і регулювати навантаження в різних сегментах мережі в залежності від наявності додаткових обсягів електроенергії.

2. Використання поновлювальних джерел енергії, зокрема таких видів, які виокремила Міжнародна енергетична агенція (IEA) для виробництва електроенергії [1, с. 55]:

- гідропотенціал (включаючи роботу гідроакумуляуючих електростанцій (ГАЕС));

- біомаса (тверде паливо з біомаси);

- геотермальна енергія;

- тверді горючі відходи міст і ВЕР промисловості та сільського господарства;

- енергія припливу та хвиль океану;

- вітрова енергія;

- біогаз (газ, який одержують у результаті анаеробної діяльності бактерій із використанням різної сировини та відходів життєдіяльності тварин і людей);

- сонячна енергія на основі технологій :

- * фотоелектричні перетворювачі;

- * ТЕС (теплові);

- інші вторинні горючі відходи (муніципальні та промислові) як не відновлювальні ресурси.

3. Використання «зеленого» транспорту, такого як екомобіль. Екомобіль – це новий вид транспорту, який відрізняється від звичайних автомобілів високою економічністю та екологічністю. Він є екологічно безпечним та сприяє розвитку «зеленої» логістичної системи міста за рахунок відсутності шкідливих викидів у атмосферне повітря. До екомобілів відносять електромобілі (засоби з тяговим електричним двигуном), автомобілі з комбінованим (гібридним – поєднання традиційного двигуна внутрішнього згорання та електричного) двигуном [2, с.117]. Економічність екомобіля полягає у споживанні 3 кВт·год. енергії на 100 км, тобто їх використання сприятиме радикальному покращенню екологічної ситуації в містах. Для прикладу, при переведенні автомобілів на електротягу (близько 100 тисяч одиниць) кількість шкідливих речовин скоротиться на 50-60 тон на добу, або біля 18 тис. тон у рік. При цьому додаткове споживання електроенергії на зарядку акумуляторів в об'ємі 5-6 млн. кВт·год. не викличе проблем. Навпаки, принесе користь енергосистеми. Розрахунки показують, що кожен 4 кВт·год. електроенергії, затраченої електромобілем, заощаджують приблизно 1 кг (1,25 літра) моторного палива, а з урахуванням енерговитрат на виготовлення акумуляторів – біля 5 кВт·год. [3].

4. Використання технології LYBRA (італійський стартап *Underground Power*) в якості джерела «зеленої» енергії [4]. За допомогою технології із назвою LYBRA кінетична енергія під час руху автомобілів перетворюється на електричну. Система полягає в тому, що в асфальтне покриття на певних ділянках вводиться гума – така сама, з якої виготовлено шини. Таким чином, створюється інноваційна смарт-система, яка забирає енергію від машин та абсорбує її. Отримана таким чином механічна енергія збирається на цій поверхні і передається до генераторів, які її перетворюють механічну енергію на електричну. Спеціальна система (перетворювачі) перетворює імпульсну енергію на безперервну. Таким чином поліпшується безпека на дорогах та виробляється екологічно чиста енергія – з тієї, що її автомобіль виробляє під час руху. Систему LYBRA було задумано з тим, щоб накласти обмеження на швидкість автомобіля і використовувати його власну енергію для того, щоб компенсувати викиди CO₂. Такий винахід можна встановити поблизу пішохідних переходів, шлагбаумів, на автостоянках торгових центрів тощо. За даними винахідників, один-єдиний пристрій, розташований у зоні посиленого руху (наприклад, на автостоянці супермаркета) здатний виробити 100 тисяч кіловат-годин електроенергії на рік. Для порівняння: середня родина за той самий період споживає приблизно 2700 кіловат-годин. Для виробництва такої ж кількості енергії потрібно 19 тонн нафти.

5. Використання теплової помпи. Теплова помпа (насос) – прилад, який переносить розсіяну теплову енергію в опалювальний контур. Принцип роботи теплового насоса заснований на оберненому циклі Карно. Теплові насоси перекачують розсіяну теплову енергію землі, води або навіть повітря у відносно високо потенційне тепло для опалення об'єкта. Приблизно 75% опалювальної енергії можна зібрати безкоштовно із природи: ґрунту, води, повітря й тільки 25% енергії необхідно затратити для роботи самого теплового насоса. Інакше кажучи, власник

теплових насосів заощаджують 3/4 коштів, які він би регулярно витрачав на дизпаливо, газ або електроенергію для традиційного опалення. Тобто, тепловий насос за допомогою теплообмінників збирає теплову енергію із землі (води, повітря) і «переносить» її в приміщення.

Теплові насоси здатні не тільки опалювати приміщення, але й забезпечувати гаряче водопостачання, а також здійснювати кондиціювання повітря. Але при цьому в теплових насосах повинен бути реверсивний клапан, саме він дозволяє тепловому насосу працювати у зворотному режимі.

Варто також відмітити, що тепловий насос використовує електричну енергію значно ефективніше будь-яких котлів, які спалюють паливо. Коефіцієнт ефективності теплових насосів значно більший одиниці. Між собою теплові насоси порівнюють за умовною величиною — коефіцієнтом перетворення тепла (КПТ), також це поняття називається коефіцієнтом трансформації тепла, потужності, перетворення температур. Він показує відношення одержуваного тепла до витраченої енергії. Приміром, КПТ = 4,5 означає, що номінальна (споживана) потужність теплового насоса становить 1 кВт, на виході ми одержимо 4,5 кВт теплової потужності, тобто 3,5 кВт тепла ми одержуємо із природи.

Тепловий насос не тільки заощаджує гроші, але й береже здоров'я власникам будинку та їх дітям. Прилад не спалює паливо, виходить, не утворюються шкідливі окиси типу CO, CO₂, NO_x, SO₂, PbO₂. Тому навколо будинку на ґрунті немає слідів сірчаної, азотистої, фосфорної кислот і бензолних з'єднань. Та й для нашої планети застосування теплових насосів безсумнівне благо. Адже на ТЕЦ скорочується витрата газу або вугілля на виробництво електрики. Застосовувані ж у сучасних теплових насосах хладони не містять хлорвуглецю і ознобезпечні.

Теплові насоси, обладнані реверсивним клапаном, працюють як на опалення, так і на охолодження. Теплонасос може відбирати тепло з повітря будинку, охолоджуючи його. Влітку надлишкове тепло можна використовувати для підігріву побутової води або для басейну.

Теплові насоси вибухово- і пожежобезпечні. У процесі опалення відсутні небезпечні гази, відкритий вогонь або шкідливі суміші. Деталі теплонасоса не нагріваються до високих температур, здатних стати причиною пожежі. Зупинка теплового насоса не приведе до його поломки, ним можна сміло користуватися після тривалого простою. Також виключене замерзання рідин у компресорі або інших складових частинах.

Отже, ми бачимо, що роль заміщувальної логістичної системи у забезпеченні енергозбереження міст та агломерацій є визначальною. Тобто, використання запропонованих технологій сприятиме заміні споживання невідновлювальних ресурсів відновлювальними, що сприятиме забезпеченню стійкого розвитку міст та агломерацій.

Література

1. Сохацька О. М. Нетрадиційні та відновлювальні джерела енергії: оцінка ефективності інвестиційних проектів : моногр. / О.М. Сохацька, О.М. Ляшенко, В.М. Олейко та ін.; за заг. наук. ред. О. М. Сохацької. – Тернопіль : ТНЕУ. – 308 с.
2. Герасимчук З.В. Формування інноваційних кластерів прикордонних регіонів в умовах транскордонного співробітництва : Монографія. – Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2014. – 240 с.
3. Парафенко М.І. Текст доповіді на нараді у Міністерстві промислової політики України 16 липня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://e-m.org.ua/download/org/program/Dopovid.pdf>
4. Зелена енергія – з енергії руху [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.euronews.com/2014/09/03/hit-the-road-taking-energy-from-traffic>

Антохов А.А.,

*доцент кафедри економічної теорії,
менеджменту і адміністрування*

Чернівецького національного університету ім. Ю.Федьковича

ПРОГРЕСИВНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРНИХ ВПЛИВІВ НА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Дослідження регіональної економіки в контексті оцінювання факторних впливів у вітчизняній науці умовно можна розділити на чотири основні напрями. Перший передбачає виділення вченими найбільш загрозливих факторних детермінацій, що потребують першочергового нівелювання. Поширеним є також підхід просторового масштабування факторного впливу з метою з'ясування можливостей регіону коригувати його дію. У низці досліджень сфокусовано увагу на виділенні факторів-стимуляторів підвищення конкурентоспроможності, інноваційного розвитку, модернізації. Названі підходи потребують осучаснення – із посиленням регулюючої функції факторів. З цієї позиції нами обґрунтовуються потреба формування концепції факторів розвитку регіональної економіки на основі визначення множинного взаємозв'язку факторних впливів з характерними екстернальними ефектами.

Теоретичну основу дослідження формують праці вчених, в яких вивчаються процеси розвитку регіональної економіки в площині факторних детермінацій. Серед них такі знані імена, як О. Амоша, З. Варналій, В. Геєць, М. Долішній, Я. Жаліло, Б. Заблоцький, С. Злупко, І. Михасюк, С. Писаренко, Ю. Стадницький, О. Шаблій, Л. Шевчук, С. Шульц та ін. Актуальність даної теми підтверджує потреба пошуку новітніх підходів дослідження факторних детермінацій розвитку регіональних економічних систем у фокусі взаємозв'язку з процесами інтелектуалізації суспільства.

В основі новітніх підходів дослідження впливу факторів на розвиток регіональної економіки лежить поняття факторної множинності. Вона передбачає визначену ієрархію взаємопов'язаних факторів, одні з яких здійснюють прямий та помітний вплив на процеси розвитку економіки, проте є достатньо мінливими і залежними від інших факторів, які формують решту ієрархічних рівнів.

Дослідження факторного впливу на розвиток регіональної економіки за пропонованим підходом є досить складним завданням. Він вимагає комплексного розуміння поліфакторної взаємозалежності – не лише між об'єктом впливу, який у своїй більшості сам по собі є доволі складним процесом чи явищем (у нашому випадку вивчення впливу факторів на розвиток регіональної економіки потребує застосування трьох основних підходів – діалектичного, системного й прогресивно-еволюційного). Тут необхідно розуміти, як фактор, що впливає, залежить від інших факторів, які входять у досліджувану факторну множинність (рис. 1).



Рис. 1. Еволюція вивчення факторного впливу на розвиток регіональної економіки

Джерело: складено автором

На рис. 1 важливим моментом є відображення головних характеристик процесів розвитку регіональної економіки, відносно яких має досліджуватись факторний вплив у динаміці, за характером та чутливістю об'єкта, на який здійснюється такий вплив (його сталість як здатність протистояти негативним екзогенним детермінаціям). Серед характеристик розвитку регіональної економіки важливою постає ефективність, яка свідчить про результативність використання ресурсів з відображенням на комерційних результатах суб'єктів господарювання та рівні матеріального добробуту населення.

Умови інформаційного суспільства вимагають оцінки факторних впливів на спроможність системи регіональної економіки формувати сприятливе середовище для трудопотенційного розвитку. Мова йде про розвиток трудового потенціалу економічно активного населення – відповідно до нових вимог з продукуванням інноваційних знань, здатністю їх освоювати й використовувати у трудовій діяльності. Серед головних характеристик процесів розвитку регіональної економіки зазначене також інституціональне середовище. Мається на увазі морально-культурна, звичаєва основа сформованої системи відносин – не лише офіційних (виробничих, торгово-економічних, соціально-трудових), але й неформальних. Власне у цьому аспекті проявляється схильність населення і суб'єктів бізнесу при задоволенні своїх потреб до корупційної практики, відхилення від суспільно-моральних норм (ідеї Добра, орієнтації на еталони, стандарти поведінки, рівність, справедливість, чесність, обов'язок, цінність життя та здоров'я людини [1, с. 414]).

У зв'язку з поточною регіоналізацією розвитку національної економіки потребує більш детального дослідження множинного факторного впливу здобуття конкурентних переваг. Такі конкурентні переваги, що проявляються у результаті розвитку регіональної економіки, можуть визначатись у різних просторово-функціональних вимірах: на внутрірегіональному (між-, внутрісекторальні, міжсуб'єктні); на міжрегіональному (між регіонами в межах країни); на транскордонному (між регіонами сусідніх країн); на міжнародному (можливість регіону протистояти у своїй виробничій спеціалізації економічним системам країн та їх об'єднань).

Вивчення факторного впливу на розвиток регіональної економіки з позиції його множинного взаємозв'язку є складним, ресурсо затратним завданням і з методичної точки зору. Методичну основу дослідження впливу факторів на розвиток регіональної економіки формує, в основному, компаративний, дисперсійний, багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз. Для його здійснення має бути наявною достатня інформаційна база з вірним добром показників та чітким їх розподілом на позитивні й негативні.

Вивчення впливу факторів на розвиток регіональної економіки за їх множинними взаємозв'язками передбачає виявлення екстернальних ефектів, що виникають від такими факторами. На думку російської вченої Н. Пахомової, це ефекти, що у ринковому механізмі накладаються на третіх осіб, які не є безпосередніми учасниками ринкових угод, та які в результаті активності одного економічного суб'єкта поширюються на інших і не підлягають регулюванню ціновим механізмом [2, с. 95; 3, с. 53]. Вважаємо, що екстернальні ефекти факторної множинності

передбачають системну послідовність взаємних впливів визначених факторів з умовно кінцевим відображенням на динаміці, характері, сталості розвитку регіональної економіки.

Екстернальні ефекти різняться залежно від просторової вимірності факторних детермінацій, у ході котрих вони виникають. І. Дегтярьова стверджує, що на макрорівні головними екстернальними ефектами виступають ті, котрі виникають унаслідок первинного видобування природних ресурсів, матеріального виробництва, споживання [3, с. 53]. Доцільними можуть бути й інші ознаки типології екстернальних ефектів у факторній множинності – темпологічні (виникають при зміні поколінь), глобальні, міжсекторальні, міжрегіональні, локальні. У прикладному сенсі поширеним та ефективним є підхід до поділу ефектів на позитивні й негативні. Зокрема у спільній праці Н. Мікули та С. Шахраюк-Онорфей використано такий підхід із розглядом факторних впливів у контексті забезпечення сталого розвитку регіонів. Вчені зазначають, що позитивні екстерналії зумовлені прискоренням процесів відтворення природних екосистемних факторів завдяки таким видам господарської діяльності, як лісоведення, лісомеліорація, збереження природних об'єктів, бджільництво, ресурсозбереження тощо; негативні екстерналії являють собою збитки від погіршення умов функціонування для решти господарюючих суб'єктів – забруднення природного середовища, порушення ландшафтів, погіршення здоров'я населення, збитки для комунального господарства [4; 8, с. 76, 83]. З даної тези можна розуміти, що для розвитку регіональної економіки екстернальні ефекти багато в чому можуть бути суміжними.

Отже, дослідження факторних впливів на розвиток регіональної економіки з позиції їх множинного взаємозв'язку дозволить комплексно розуміти середовище таких процесів. На основі такої інформації можна розробляти дієві заходи опосередкованого впливу на регіональну економіку зі стимулюванням її інтелектуалізації й інновації. У цьому має проявлятися основне практичне значення дослідження факторних впливів – розуміння, яким чином через факторні детермінації можна досягати стратегічних цілей економічного розвитку регіонів.

Література

1. Біль М. М. Моральні основи формування соціально-демографічного потенціалу регіону // Актуальні проблеми молоді в сучасних соціально-економічних умовах: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 21-22 березня 2012 року. – Житомир : ПП «ДжівіЕс», 2012. – 461 с. – С. 412-416.
2. Пахомова Н. Екологічний менеджмент / Пахомова Н., Рихтер К., Эндерс А. – Спб. : Питер, 2004. – 352 с.
3. Дегтярьова І. Б. Врахування екстернальних ефектів при розрахунку синергетичних результатів в еколого-економічних системах // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 1. – С. 52-61.
4. Мікула Н. А. Факторні впливи на сталий розвиток сільських територій прикордонних регіонів / Н. А. Мікула, С. І. Шахраюк-Онорфей : Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis.../cgiirbis_64.exe?..

Zbigniew Binderman,
dr hab.,

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Jakuba z Paradyża
w Gorzowie Wielkopolskim

ZAGADNIENIA POPRAWNIE POSTAWIONE W EKONOMII I ZARZĄDZANIU (klasyfikacja i porządkowanie obiektów, pomiar koncentracji)

Streszczenie: W pracy zgodnie z ideami D.H. Jacsona i L. Breimana przedstawiono uwagi dotyczące różnych koncepcji budowy wskaźników, przeznaczonych do klasyfikacji i porządkowania obiektów, jak również do pomiaru koncentracji, opisanych wieloma cechami. Praca jest pewnym podsumowaniem grupy autorów z Wydziału Zastosowań Informatyki i Matematyki SGGW w Warszawie, nad problemem zagadnień poprawnie postawionych w informatyce gospodarczej.

Słowa kluczowe: zagadnienie poprawnie postawione, klasyfikacja, porządkowanie, miara koncentracji, metoda TOPSIS

1. Zagadnienia poprawnie postawione.

Podstawowym celem analizy taksonomicznej jest dokonanie grupowania i porządkowanie obiektów (jednostek) będących elementami wielowymiarowej przestrzeni cech. Do klasyfikacji i grupowania stosowanych jest wiele metod [zob: Hellwig 1968, Kukuła 2000, Młodak 2006, Panek 2010, Gatnar, Walesiak 2009, Zeliaś 2000].

W naukach przyrodniczych (fizyce matematycznej, matematyce) mówimy, że zagadnienie (brzegowe, początkowe) jest *poprawnie postawione* [Hadamard, J. 1902], jeżeli:

- przy określonych warunkach istnieje rozwiązanie tego zagadnienia,
- rozwiązanie to jest jednoznaczne,
- rozwiązanie to zależy w sposób ciągły od zadanych warunków (jest *stabilne*).

W naukach ekonomicznych - społecznych zagadnienie poprawnie postawione jest różnie rozumiane. Według określeń podanych w serii prac D.H. Jacksona [Jackson 1969, 1969a, 1970] zagadnienie jest *poprawnie postawione*, jeżeli:

– w wyniku zastosowanego algorytmu otrzymujemy jeden wynik,
– otrzymana klasyfikacja (uporządkowanie) jest stabilna. (Czyli otrzymana klasyfikacja nie może być „rażąco odmienna” od klasyfikacji otrzymanych przy małych zmianach w danych wejściowych).

– użyty algorytm musi być niezmienniczy względem permutacji zarówno zmiennych i nazw obiektów, które mają być klasyfikowane. Oznacza to, że algorytm musi być niezależny od etykietowania zmiennych i obiektów [zob.: Binderman Z., Borkowski, Szczesny 2008, Binderman Z., Szczesny 2009].

– użyty algorytm musi być niezależny od skali. Oznacza to, że algorytm musi być niezmienniczy przez mnożenie macierzy podobieństwa przez stałą dodatnią, różną od zera.

Warunki te są wyraźnie nie wystarczające ponieważ opuszczają całkowicie problem nierozwiązanych kwestii adekwatności konfiguracji poszczególnych klas w stosunku do szczegółowych związków między obiektami, czy do szczególnych potrzeb.

Z prac L. Breimana [Breiman, 1994, 1996, 1998] wynika, że pojedynczy miernik syntetyczny (klasyfikator) danego zjawiska (obiektów gospodarczych) może być daleki od optymalnego, natomiast superpozycje wielu mierników dają miernik bliski optymalnemu i stabilny. Niestety w przypadku "słabych" klasyfikatorów w wyniku kombinacji można otrzymać klasyfikator jeszcze gorszy.

Z doświadczeń (nie tylko amerykańskich) wynika, że nie ma jednego uniwersalnego klasyfikatora i zalecane jest stosowanie mierników będących funkcją różnych klasyfikatorów.

Oczywiście, badacz dąży do wyników, które w „małym” zależą od doboru cech, sposobu normalizacji zmiennych, wyboru miary odległości (podobieństwa) i miernika syntetycznego.

Czytając szereg prac z zakresu ekonomii i zarządzania daje się zauważyć, że wielu autorów nie stosuje się do powyższych zaleceń. Skłoniło to autora wraz z współpracownikami do podjęcia próby konstrukcji nowych mierników, jak również do poprawy używanych mierników. Mierników, które mają charakter funkcji użyteczności w warunkach niedosytu [Panek E., 2000].

2. Mierniki syntetyczne

Niech X oznacza dowolny, niepusty zbiór, funkcja $d : X \times X \rightarrow \mathfrak{R}^+ := [0, +\infty)$ dla dowolnych elementów x, y zbioru X spełnia następujące warunki:

1. $d(x, x) = 0$,
2. $d(x, y) = d(y, x)$.

Funkcję $d(x, y)$, którą można traktować, jako *miarę różnicowania (niepodobieństwa)* elementów x i y i nazywamy *odległością*. Oczywiście, każda metryka jest odległością. Średnicą zbioru X nazywamy liczbę $\rho_X := \sup_{x, y \in X} d(x, y)$.

Funkcję $s : X \times X \rightarrow [0, 1]$ nazywamy *miarą podobieństwa* dwóch elementów $x, y \in X$, jeżeli spełnia dwa następujące warunki:

1. $s(x, x) = 1$,
2. $s(x, y) = s(y, x)$.

Istnieje ścisły związek między różnicowaniem a podobieństwem dwóch elementów. Mianowicie, jeżeli średnica zbioru $X - \rho_X > 0$ jest skończona, $x, y \in X$, $d(x, y)$ oznacza odległość między elementami x i y , to korzystając z miary różnicowania elementów d określić można miarę podobieństwa przy pomocy wzoru:

$$s_d(x, y) = 1 - \frac{d(x, y)}{\rho_X}, \quad (s_d(x, y) = 1 - d(x, y), \rho_X = 1)$$

Jeżeli $s(x, y)$ jest miarą podobieństwa to za odległość między elementami x i y można przyjąć liczbę

$$d_s(x, y) = 1 - s(x, y)$$

Do klasyfikacji i porządkowania obiektów stosuje się wiele metod, wśród nich są metody zarówno wzorcowe jak i bezwzorcowe. W pracach ekonomistów polskich stosuje się głównie miernik bezwzorcowy [Cieślak M., 1974] oraz miernik wykorzystujący jeden wzorzec [Hellwig Z. 1968].

W metodach wzorcowych, stosując relacje niezupełne, wykorzystuje się dwa obiekty (na ogół fikcyjne) z których jeden jest traktowany, jako obiekt „najgorszy” - W , drugi jako „najlepszy” - B . Do określenia relacji między obiektami wykorzystuje się miarę różnicowania d .

Według **pierwszego kryterium**, przyjmuje się, że obiekt Q jest uważany za lepszy od drugiego obiektu Ω ($Q \succ \Omega$), gdy jego odległość od obiektu najgorszego W jest większa, niż odległość obiektu Ω od obiektu W .

Według **drugiego kryterium**, przyjmuje się, że obiekt Q jest uważany za lepszy od drugiego obiektu Ω ($Q \succ \Omega$), gdy jego odległość od obiektu najlepszego B jest mniejsza, niż odległość obiektu Ω od obiektu B .

W pracach [Binderman A., 2006, 2007] podany został przykład obiektu, którego odległości od obiektów wzorcowych są jednocześnie najmniejsze, spośród wszystkich pozostałych obiektów. Innymi słowy, obiekt ten jest najgorszy - według pierwszego kryterium i obiekt ten jest najlepszy - według drugiego kryterium.

Niech d oznacza miarę odległości między obiektami. Niech symbole $\mathbf{x}_{min}, \mathbf{x}_{max}$ oznaczają wektory opisujące, odpowiednio obiekt *najgorszy* i *najlepszy*, charakteryzowane za pomocą cech będących stymulantami. Z podanego powyżej powodu przekonany jestem, że lepszymi metodami są metody oparte o dwa wzorce [Binderman A., 2011, Binderman Z. 2009], w których do klasyfikacji obiektów wykorzystywać można następujące wzory, określające wzorcowe mierniki syntetyczne danego wektora $\mathbf{x} \in \langle \mathbf{x}_{min}, \mathbf{x}_{max} \rangle$:

$$\mathcal{M}_1(\mathbf{x}) = \frac{1}{2} + \frac{d(\mathbf{x}_{min}, \mathbf{x}) - d(\mathbf{x}_{max}, \mathbf{x})}{2d(\mathbf{x}_{min}, \mathbf{x}_{max})}$$

$$\mathcal{M}_2(\mathbf{x}) = \frac{1}{d(\mathbf{x}_{min}, \mathbf{x}_{max})} \sqrt{d(\mathbf{x}_{min}, \mathbf{x}) (d(\mathbf{x}_{min}, \mathbf{x}_{max}) - d(\mathbf{x}, \mathbf{x}_{max}))}$$

$$\mathcal{M}_3(\mathbf{x}) = \frac{d(\mathbf{x}_{min}, \mathbf{x})}{d(\mathbf{x}_{min}, \mathbf{x}) + d(\mathbf{x}_{max}, \mathbf{x})}$$

Mierniki te można potraktować, jako narzędzia rozwiązywania wielokryterialnych problemów decyzyjnych. Mierniki $\mathcal{M}_1, \mathcal{M}_2, \mathcal{M}_3$ wykorzystują dwa kryteria.

Podane wyżej mierniki są znormalizowane tj.

$$0 \leq \mathcal{M}_k(\mathbf{x}) \leq 1 \quad \text{dla} \quad \mathbf{x} \in \langle \mathbf{x}_{\min}, \mathbf{x}_{\max} \rangle, \quad k = 1, 2, 3.$$

Zauważmy ponadto, że:

$$\mathcal{M}_k(\mathbf{x}_{\min}) = 0, \quad \mathcal{M}_k(\mathbf{x}_{\max}) = 1, \quad \text{dla } k=1,2,3.$$

Miernik \mathcal{M}_5 związany jest z metodą TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) [Hwang, Yoon 1981]. W szeregu prac A. Binderman podano teorie i zastosowania miernika \mathcal{M}_1 (\mathcal{M}_2) w ocenie regionalnego zróżnicowania rolnictwa w Polsce, pokazano, że stosowanie metod opartych tylko na jednym wzorcu, w wielu przypadkach prowadzi do otrzymania błędnych wyników, które nie spełniają warunków poprawności, według Jacksona.

3. Wskaźniki koncentracji

Podane wyżej metody wielowymiarowej analizy danych wykorzystać można do pomiaru koncentracji, gdy za wzorce przyjmujemy dwa wektory: wektor $\mathbf{e} = (\frac{1}{n}, \dots, \frac{1}{n})$ zwany **strukturą egalitarną**, wektor $\mathbf{O} = (0, \dots, 0, 1)$ zwany **strukturą skrajnie skoncentrowaną**. Struktury te odgrywają w analizie koncentracji rolę wzorców. W badaniach ekonomicznych pomiar koncentracji określonego dobra jest jednym z ważnych problemów. Jest to szczególnie ważne w aktualnej sytuacji, w przypadkach gdy zmiany w przestrzeni gospodarczej zachodzą stosunkowo szybko, a popularny wśród praktyków wskaźnik Giniego [Gini 1914], jest mało wrażliwy na niektóre zmiany. Dlatego tak ważnym aspektem staje się wykorzystanie różnych idei budowy nowych wskaźników koncentracji. W opublikowanych pracach w latach 2012- 2015 (Z. Binderman, B. Borkowski, G. Koszela, A. Prokopenya, W. Szczesny) podano metody, które mogą mieć zastosowanie zarówno w ekonomii jak i zarządzaniu. Metody te zawierają w sobie zarówno ideę D. H. Jacksona jak i L. Breimana.

Podsumowanie

W celu oceny zjawisk ekonomiczno - społecznych nie można polegać tylko na jednym mierniku. Nie ma jednego, uniwersalnego wskaźnika, który spełniałby oczekiwania. Należy stosować różne metody, a stosowane mierniki winny mieć podstawowe własności, adekwatne do potrzeb.

Literatura

1. Binderman A. (2011): Wielokryterialne metody analizy zróżnicowania polskiego rolnictwa w 2009 roku, MIBE XII, 2, 58-68.
2. Binderman A. (2007): Wielowymiarowa analiza regionalnego zróżnicowania rolnictwa w Polsce, praca doktorska, SGGW, Warszawa.
3. Binderman A. (2006): Klasyfikacja obiektów oparta na dwóch wzorcach, EiOGŻ, Zeszyty Naukowe SGGW, nr 60, Warszawa, 25-37.
4. Binderman, Z. (2009): Syntetyczne mierniki elastyczności przedsiębiorstw, Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, nr 4/2, 257-268.
5. Binderman Z., Borkowski B., Szczesny W. (2008): O pewnej metodzie porządkowania obiektów na przykładzie regionalnego zróżnicowania rolnictwa/2008 Metody ilościowe w badaniach ekonomicznych: wielowymiarowa analiza danych. 9/ red. Z. Binderman, W-wa: SGGW, 39-48.
6. Binderman, Zbigniew, Szczesny Wiesław (2009): Arrangement methods of a software tradesmen with a help of graphic representations, Computer algebra systems in teaching and research, L. Gadomski, M. Jakubiak, A. Prokopenya (eds.), Siedlce : Wyd. Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania, 117-130.
7. Binderman, Z., Borkowski B., Szczesny W. (2010): Radar measures of structures' conformability, Quantitative methods in economics Vol. XI, nr 1, pp. 45-59.
8. Binderman, Z., Borkowski B., Szczesny W. (2012): Radar coefficient of concentration, Quantitative Methods in Economics Vol. XIII, nr 2, 7-21.
9. Binderman Z., Borkowski B., Prokopenya A., Szczesny W. (2013): Radar coefficients of concentrations – verifications of properties, Computer Algebra Systems In Teaching And Research, Siedlce, wyd. Collegium Mazovia, 16-28.
10. Binderman Z., Borkowski B., Prokopenya A., Szczesny W. (2013): Mechanisms of construction of the radar coefficients of concentration, Computer Algebra Systems in Teaching and Research, Siedlce Wyd. Collegium Mazovia, 7-15.
11. Binderman Z., Borkowski B., Szczesny W. (2013): Synthetic radar measures that factor in weights of features, Quantitative Methods in Economics Vol. XIV, No. 1, 37- 52.
12. Binderman Z., Borkowski B., Szczesny W. (2013): Zastosowanie metryki Minkowskiego do pomiaru zmian koncentracji, Quantitative Methods in Economics, Tom XIV/3, 27 – 38.
13. Binderman Z., Koszela G., Szczesny W. (2014): Zmiany w strukturze gospodarstw rolnych w krajach Unii Europejskiej w latach 2003-2010 (aspekty metodyczne), Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Problemy Rol. Światowego, tom 14 (XXIX), zeszyt 3, 15-26.
14. Binderman Z., Borkowski B., Szczesny W. (2015): Application of Minkowski's metric in measuring changes of concentration of value added in agriculture, forestry, fishing and hunting sectors, Oeconomia, w druku.
15. Breiman L. (1998): Bias-variance, regularization, instability and stabilization. C. M. Bishop, red., Neural Networks and Machine Learning, Springer-Verlag, 27-56.
16. Breiman L., (1996): Arcing Classifiers, Technical Report 460, Department of Statistics, University of California, CA, USA, February.
17. Breiman L. (1994), Bagging predictors, Technical Report 420, Department of Statistics, University of California, CA, USA.
18. Cieślak M. (1993) Ekonomiczne zastosowanie mierników syntetycznych ze zmiennym wzorcem, [w:] Przestrzenno-czasowe modelowanie i prognozowanie zjawisk gospodarczych, AE, Kraków.
19. Gatnar E., Walesiak M. (2009) Statystyczna analiza danych z wykorzystaniem programu R, PWN, Warszawa.

20. Gini, C. (1914). Sulla misura della concentrazione e della variabilità dei caratteri, Atti del R. Istituto Veneto di Scienze Lettere ed Arti.
21. Jackson D.H. (1970): The stability of classifications of binary attribute data, T.R., Cornell University.
22. Jackson D.H. (1969): Comparison of classification, Academic Press.
23. Jackson D.H. (1969a): Automatic classifications and information retrieval, Cambridge University.
24. Hadamard, Jacques (1902). Sur les problèmes aux dérivées partielles et leur signification physique. Princeton University Bulletin, 49–52.
25. Hellwig Z. (1968): Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom ich rozwoju oraz zasoby i strukturę kwalifikowanych kadr, Przegląd Stat., z. 4.
26. Hwang. C.L., Yoon K. (1981): Multiple attribute decision making: Methods and Applications, Springer-Verlag, New York.
27. Kukuła K. (2000): Metoda unitaryzacji zerowanej, PWN, Warszawa.
28. Młodak A. (2006) : Analiza taksonomiczna w statystyce regionalnej, DIFIN, Warszawa.
29. Panek E. (2000): Ekonomia Matematyczna AE Poznań.
30. Panek T. (2009): Statystyczne metody wielowymiarowej analizy porównawczej, wyd., SGH, Warszawa
31. Zeliaś A. (2000): Taksonomiczna analiza przestrzennego zróżnicowania poziomu życia w Polsce w ujęciu dynamicznym, wyd., AE Kraków.

Важинський Ф.А.,

к.е.н., старший науковий співробітник

відділу розвитку територіальних громад і транскордонного співробітництва,

Колодійчук А.В.,

к.е.н., молодший науковий співробітник

сектору проблем транскордонного співробітництва

ДУ "Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України",

м. Львів

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В ПРИКОРДОННИХ РАЙОНАХ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Стрімкий економічний розвиток України не можна уявити без ефективного агропромислового комплексу, збалансованого розвитку сільських територій. Додатковий потенціал росту створює розташування таких територій в прикордонних районах з можливостями використання різних форм транскордонного співробітництва. У зв'язку з цим постає нагальна необхідність у використанні такого потенціалу на рівні адміністративних районів.

Об'єктом нашого дослідження є процеси розвитку сільських територій в низових ланках адміністративно-територіального устрою, а саме в прикордонних адміністративних районах Львівської області, враховуючи специфіку їх господарського механізму, який визначається прикордонною локалізацією цих районів – Сокальського, Жовківського, Яворівського, Мостиського, Старосамбірського та Турківського.

На наш погляд, найкраще досліджувати проблеми сільського простору прикордонно-адміністративних районів в розрізі окремих територіальних одиниць для того, щоб виявити їх спільні та відмінні риси і в результаті сформулювати пропозиції щодо їх усунення.

Спочатку охарактеризуємо стан розвитку сільських територій Сокальського району Львівської області. На сьогодні сільськогосподарські угіддя площею 105 тис. га [3] займають 66,88% всієї площі району. В структурі сільськогосподарських угідь 60,6% (або 63,7 тис. га) займають рілля, 20,6% (або 21,6 тис. га) – сінокоси, 17,5% (або 18,3 тис. га) – пасовища, 1,3% (або 1,4 тис. га) – багаторічні насадження. Станом на кінець 2014 року на сільських територіях зайняті 132 сільськогосподарських підприємств і 18340 домогосподарств. З 132 підприємств 104 фірми (78,8%) спеціалізуються лише на рослинництві, 22 (16,7%) – на рослинництві і тваринництві, 6 (4,5%) – лише на тваринництві. У структурі всіх посівних площ району 22,53% припадає на ПП "Західний Буг", 2,35% на ПП "Ротен", 3,42% на ПАФ "Білий Стік", 2,81% на ТзОВ "Галичхутро", 2,67% на ФГ Хомяк С.М., 2,31% на ПП "Гові", 2,2% ТзОВ "Агролан" і т.д.

На сьогодні основними проблемами сільських територій району є:

- заострення демографічної ситуації – старіння населення, виїзд працездатної молоді на заробітки за кордон;

- занадто низький рівень закупівельних цін на м'ясо та молоко. Так, у 2014 порівняно з 2013 роком виробництво молока впало на 3,19% або до 48,6 тис. т. Така сама ситуація з м'ясом: виробництва м'яса в забійній вазі впало за той самий рік на 4,48%, або до 6,4 тис. т. Крім того, окремі підприємства заборгували населенню за закуплене молоко і молочну сировину. Зокрема така проблема існує в с. Перв'ятичі Сокальського району, якому заборгувало ПрАТ "Галичина". В результаті на рівні Сокальської РДА було вирішено створити молочарський заготівельно-збутовий кооператив для захисту прав та інтересів постачальників молока;

- через низьку рентабельність зменшується поголів'я великої рогатої худоби та птиці. Так, лідер галузі тваринництва району ТзОВ "Агрітон" припинив свою діяльність на ринку, що зумовило кризу останніх років тваринницької галузі Сокальського району. Зокрема у всіх категоріях господарств поголів'я ВРХ зменшилось на 8%, або на 1,5 тис. голів і складало станом на 1 січня 2014 року 20,0 тис. голів, поголів'я корів зменшилось на 4,5% (або на 457 голів) і становило 10,2 тис. голів на початок 2014 р. Власне район намагається компенсувати ці показники зростанням поголів'я свиней у крупнотоварних господарствах, яке зросло на 18,2% і складало на початок жовтня 2014 р. 7,4 тис. голів;

- проблема зменшення родючості ґрунтів та господарського використання ерозійно-деградованих земель;

- проблеми повторного заболочення сільськогосподарських угідь та підтоплення населених пунктів;

- за 2014 рік на 40-50% подорожчали мінеральні добрива, засоби захисту рослин та паливно-мастильні матеріали, що зменшує рентабельність виробництва сільськогосподарської продукції у районі.

У Мостиському районі Львівщини сільськогосподарські угіддя площею 45,4 тис. га [2] займають 53,7% всієї площі району. У розпорядженні сільськогосподарських підприємств знаходиться 10,6 тис. га (23,35%) цих угідь, у власності особистих селянських господарств – 26,2 тис. га (57,71%). В структурі сільськогосподарських угідь 79,7% (або 36,3 тис. га) займають рілля. На сільських територіях Мостиського району зайняті 113 сільськогосподарських підприємств різних форм власності, з яких 101 (89,38%) спеціалізується виключно на рослинництві, 2 (1,77%) – лише на тваринництві, 10 (8,85%) як на рослинництві, так і на тваринництві.

Серед проблем розвитку сільських територій Мостиського району можна відзначити наступні:

- 13% ріллі, або 4,7 тис. га взагалі не використовуються в сільському господарстві району;

- спостерігається криза сільськогосподарських підприємств у районі через зростання вартості енергоносіїв, паливно-мастильних матеріалів, мінеральних добрив тощо. Так, призупинили свою діяльність ТзОВ “Гал-Хліб”, ТзОВ “Гал Агро”;

- район нарощує виробництво озимого ріпаку, що негативно може позначитися на родючості ґрунтів. На сьогодні під ним зайнято 10,37% всієї ріллі району;

- за 2013-2014 рр. різко скоротилося поголів'я свиней (на 32%), в основному на підприємствах ТзОВ “Хлібороб”, ФГ “Фільварок”, ФГ “Замчала”. Спостерігається також незначне збільшення (на 1,7%) поголів'я ВРХ.

У Старосамбірському районі Львівської області на сільських територіях зайняті 19 сільськогосподарських підприємств [4], які спеціалізуються на рослинництві, 7 підприємств – у галузі тваринництва і рослинництва та 3 сільськогосподарські кооперативи. В районі налічується 22,3 тис. селянських господарств, 108 фермерських господарств, 34 агроформування.

Проблеми розвитку сільських територій Старосамбірщини наступні:

- на фоні зростання поголів'я ВРХ на майже 40% та свиней на 0,5%, поголів'я овець скоротилося на 34,9 % за останній рік;

- хоча виробництво молока зросло на 12% за попередній рік, проте виробництво м'яса різко зменшилось – на 22,6%;

- постійні паводки на річках Підбуж, Кільчин, Сушичанка, Вирва, Дністер.

Як видно з вищесказаного, прикордонне розташування в розвитку сільських територій майже не використовується. В той же час вихід до державного кордону з країною ЄС, наявність євро регіонів “Буг” та “Карпати” дозволяє говорити про можливість широкого залучення прикордонних районів Львівської області до участі в європейських сільськогосподарських програмах та програмах розвитку сільських територій. Однак, для цього необхідне організаційне оформлення таких проектів, їх наукове та фінансово-економічне обґрунтування. Мова може йти навіть про можливе опосередковане залучення таких організацій, як Європейська асоціація з питань сільського розвитку і відновлення села (ARGE), європейська асоціація RED (Rurality-Environment-Development), Європейська мережа сільського розвитку (ENRD), Європейська мережа оцінки сільського розвитку (EENRD), Програми мережі партнерства PREPARE заради сільської Європи, Європейський аграрний фонд сільського розвитку (EARDF) тощо. Звичайно, ці структури в основному зосереджені на діяльності в країнах-членах ЄС. Проте польські Підкарпатське та Люблінське воєводства мають всі можливості до участі в таких проектах. Тому важливо говорити про розвиток сільських територій в рамках українсько-польського транскордонного регіону. Звичайно, що такі структури можуть реалізовувати проекти на польській території, проте безумовно такі проекти в умовах активної транскордонної взаємодії активізують розвиток сільських територій суміжних з Польщею районів Львівщини.

Література

1. Дем'яненко С.І. Інноваційне зростання – основа стабільності агропромислового комплексу / С.І. Дем'яненко // Наука та інновації. – 2005. – Т. 1. – С. 87-98.

2. Офіційний сайт Мостиської районної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mostrda.org.ua/>

3. Офіційний сайт Сокальської районної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sokal-rda.gov.ua/main.html>.

4. Офіційний сайт Старосамбірської районної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://stsrda.gov.ua/>

УДК 656.072

Вдовиченко В.О.,

*к.т.н., доцент кафедри транспортних технологій,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

ВИКОРИСТАННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІСЬКОГО ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ

У сучасних умовах міський пасажирський транспорт (МПТ) є найважливішою складовою частиною територіальної структури господарства і значно впливає на соціально - економічний та матеріально - просторовий розвиток міст. Розвиток міста і транспорту взаємно обумовлені. Протягом останніх десятиріч у містах склалася така ситуація при якій спостерігається стрімке зростання рівня автомобілізації, збільшення кількості маршрутів міського пасажирського транспорту при відсутності пропорційного розвитку інфраструктури та частковій або повній відсутності єдиного координованого управління транспортним процесом [1, с. 38-49]. Результатом таких відокремлених дій є зниження рівня ефективності пасажирських перевезень, зниження якості обслуговування

населення міст, зростання екологічного навантаження та збільшення аварійності за участю пасажирського транспорту. Організація роботи МПТ має важливе господарське значення для держави і стосується не лише технічних та економічних аспектів, але й не меншою мірою впливає на соціальні умови розвитку суспільства.

Проблема сталого розвитку у сьогоденні набуває первинного значення, стає стрижнем всієї економічної політики, задає контури всіх стратегічних рішень. Сталий розвиток – це процес змін, в якому експлуатація ресурсів, напрям інвестицій, орієнтація науково-технічного розвитку і інституційні зміни погоджені один з одним і укріплюють нинішній і майбутній потенціал для задоволення людських потреб і устремлень. Забезпечення сталого розвитку входить до складу найважливіших функцій, як окремих підприємств, так і держави в цілому. Серед умов забезпечення сталого розвитку міста на одному з перших місць стоїть проблема створення ефективної системи МПТ, яка би забезпечила вимоги мешканців міст до пересувань і при цьому відповідала би принципам раціонального використання ресурсів міського середовища. Досягнення цієї мети можливе за рахунок створення системи сталого міського транспорту. Відповідно визначення сталого розвитку можна сформулювати й поняття сталого міського транспорту. Сталий міський транспорт - це система, що забезпечує постійну високоякісну мобільність і зручність користування транспортом для всього населення в довгостроковій перспективі, одночасно надає позитивний вплив на навколишнє середовище, а також соціальну та економічну стійкість місцевого співтовариства в цілому. Процес функціонування МПТ повинен забезпечувати такі умови експлуатації ресурсів при яких буде забезпечено не тільки поточна його експлуатація, а й забезпечена можливість його розвитку. При цьому слід зазначити, що розвиток системи повинен проводитися за умов необхідності забезпечення майбутнього потенціалу.

Основною ідеєю використання принципів сталого розвитку є ствердження про необхідність забезпечення умов постійного розвитку системи МПТ. В сучасних умовах особливого значення набувають наукові розробки, пов'язані з вирішенням проблем забезпечення сталого розвитку систем МПТ. В зв'язку з цим виникає необхідність розробки сучасних науково-технологічних основ сталого розвитку транспортних систем МПТ, що дозволить не тільки визначити вплив внутрішніх чинників розвитку організації на її положення в зовнішньому середовищі, а також прийняти рішення про своєчасну переорієнтацію механізму управління елементами транспортної системи МПТ.

Стратегія сталого розвитку МПТ формується з трьох основних напрямків: соціальний прогрес (забезпечення зростання якості перевезень пасажирів), економічний розвиток (забезпечення економічної ефективності пасажирських перевезень), відповідальність за навколишнє середовище (зменшення обсягу шкідливих викидів). Сучасні концепції управління міськими пасажирськими системами передбачають необхідність забезпечення постійного соціально-економічного розвитку системи за рахунок формування стратегії переходу до нових принципів взаємовідносин учасників транспортного процесу, розробки моделей раціонального використання ресурсів міського середовища та створення нових механізмів управління системою міського пасажирського транспорту.

Реалізація принципів сталого розвитку щодо підвищення ефективності функціонування МПТ потребує вирішення низки важливих і актуальних соціально-економічних задач, а саме:

- визначення сучасних умов і тенденцій функціонування міських пасажирських транспортних систем;
- оцінка ефективності функціонування міських пасажирських транспортних систем з умов забезпечення її

сталого розвитку;

- формування системи нормативних показників якості перевезення пасажирів;

- розробка технологічних основ підвищення ефективності функціонування міської пасажирської транспортної системи в умовах обмеження ресурсів;

Реалізація визначених задач дозволяє забезпечити повне використання потенціалу системи МПТ та об'єднати в єдиний процес взаємодію всіх учасників транспортного процесу.

Література

1. Трофименко Ю. В. Транспортное планирование: формирование эффективных транспортных систем крупных городов : монография / Ю.В. Трофименко, М.Р. Якимов. – М. : Логос, 2013. – 464 с.

Волошенко С.С.,

асистент кафедри менеджменту

туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,

Ужгородського торгівельно-економічного інституту КНТЕУ

УПРАВЛІННЯ ЕКОСИСТЕМНИМИ РЕСУРСАМИ В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Динамічний комплекс угруповань рослин, тварин і мікроорганізмів і неживого навколишнього середовища, взаємодіючих як функціональна єдність обумовлюються поняттям екосистема. Визначення екосистеми має важливу методологічну цінність для аналізу взаємозв'язків між людьми і навколишнім середовищем, а також дій, заснованих на цьому аналізі. Поняття "екосистемний підхід" був підтверджений Конвенцією ООН з біологічного розмаїття (КБР) як стратегія комплексного управління земельними, водними і біологічними ресурсами, що сприяє їх охороні та сталому використанню на основі принципу справедливості. Цей підхід визнає, що люди з їх культурним розмаїттям є інтегральною частиною екосистем. Складовою екосистеми є екосистемні ресурси та послуги, які включають [5, с. 10, 51]: забезпечення – продовольство і вода; регулюючі – регулювання повеней, посух, деградації земель і хвороб; підтримуючі – ґрунтоутворення і кругообіг поживних речовин; культурні послуги – рекреаційні, духовні, релігійні та інші нематеріальні вигоди.

Наше здоров'я і благополуччя залежить від використання послуг, що надаються екосистемами та їх компонентами [4]: води, ґрунту, поживних речовин і організмів. З метою утвердження розуміння раціонального використання природних ресурсів науковцями розроблено Концепцію екосистемних послуг.

Попит на екосистемні послуги настільки великий, що заміна одних екосистемних послуг іншими стає правилом. Країна може збільшувати продовольче забезпечення, переводячи лісові площі в сільськогосподарські угіддя, але при цьому скорочується забезпечення іншими послугами, до прикладу – чиста вода, деревина, місця для екотуризму або регулювання повеней і контроль заболочуваності. Є багато ознак того, що попит людей на екосистемні послуги зростатиме в наступні десятиліття. Щодня в міста переїжджають близько 180 тис. нселення. У країнах, що розвиваються міське населення щороку поповнюється на 60 мільйонів осіб. Такий рівень зростання міського населення збережеться протягом наступних 30 років. За сучасними оцінками, до 2050 року населення світу зросте ще на 3 млрд осіб, а світова економіка збільшиться в 4 рази, що має на увазі значне збільшення попиту і споживання біологічних і фізичних ресурсів, так само як і посилення впливів на екосистеми та послуги, які вони забезпечують. Деградація екосистем, як правило, завдає більше шкоди сільському населенню, ніж міським жителям, і має безпосередній вплив на збідніле населення [3; 5, с. 4]. Всі країни і спільноти стикаються з проблемами зadowлення зростаючих потреб у продовольстві, чистій воді, збереженні здоров'я та зайнятості. Особи, які приймають рішення в приватному і громадському секторах, покликані врівноважувати економічне зростання і соціальний розвиток з необхідністю охорони навколишнього середовища. Всі ці інтереси пов'язані прямо чи опосередковано з світовими екосистемами [5, с. 2].

З огляду на таку тенденцію можна зробити висновок що попит на основну потребу людини – відпочинок, зростатиме пропорційно із збільшенням населення. Оскільки збільшується міське населення то попит відпочинку на природі буде мати аналогічну тенденцію до зростання. Значення і важливість сільськогосподарських угідь поступово набуватиме ознаки як джерела забезпечення продовольчих потреб, так і відпочинкових зон. Щороку дика природа відтісняється розширенням сільськогосподарських угідь. Завданням нинішнього покоління є збереження біорізноманіття планети та пошуки екологічних методів ресурсного забезпечення потреб людей не порушуючи стабільності екосистем, тобто здатності екосистеми зберігати власну структуру й функціональні особливості під впливом зовнішніх факторів [1].

Суб'єкти сільського туризму використовують екосистемні послуги для задоволення підприємницької чи споживчої цілі в рамках туристичної галузі менеджменту екосистемних ресурсів. Сільський туризм – попри загальні дефініції в сфері екологічного туризму, це також метод ведення господарювання при якому відбувається симбіоз діяльності людини та модифікованої навколишньої екосистеми (сільськогосподарські землі, території пристосовані до сільськогосподарського підприємництва). Залежність такого виду туризму та його вплив на екосистеми вимагає особливого підходу до вивчення та оцінки.

Оцінювання взаємодії сільського туризму і екосистеми потребує багатогранного підходу, який відображає складну природу процесу прийняття рішень в галузі, дозволяє досліджувати зовнішній і внутрішній вплив на розвиток окремого регіону і групи населення, що проживають на його території [5, с.8].

Людина прагне отримати від екосистеми різноманітні послуги, сприймаючи її передусім як систему здатну забезпечити бажані для людини послуги. Втручання у функціонування екосистеми може збільшувати вигоди для людського суспільства. За останні десятиліття ескаляція антропогенного впливу на екологічні системи по всьому світу викликає заклопотаність суспільства у зв'язку з наростанням просторових і часових екосистемних змін, несприятливих для життєзабезпечення людини [5, с. 13-14]. З огляду на це, збереження природи і ефективне та раціональне використання її ресурсів становить першочергове завдання у процесі формування стратегії підприємницької діяльності людини. Підприємництво в галузі сільського туризму може виступати як оптимальний спосіб управління в рамках екологічної безпеки та потенційно багатфункціональним інструментом взаємодії людини і агроекосистеми.

Спільноти, які відчувають недостатню забезпеченість ресурсами найбільш уразливі до несприятливих екосистемних змін і потребують особливого підходу і допомоги передусім з боку державних органів влади і місцевого самоврядування, що в подальшому сприятиме розвитку туристичних садіб, покращенню добробуту населення на основі вдосконалення навколишнього простору, модернізації інфраструктури і комунікацій. Важливою при цьому є функція контролю з боку владних структур, яка повинна мати більше супровідну допоміжну роль, а не наглядову.

Вільний і рівноправний доступ до розподілу екосистемних послуг у сфері туристичної діяльності повинен стати пріоритетом у процесі формування стратегії соціально-економічного розвитку районів. Кожен суб'єкт господарювання повинен розглядатися як потенційний бізнесмен, що може надавати туристичні послуги у сфері сільського туризму.

В системі ефективної екологічної політики екосистемні послуги повинні мати наукове обґрунтування. Так, економічна оцінка екосистемних можливостей регіону на всіх рівнях його розвитку сприятиме формуванню управлінського підходу у прийнятті результативних підприємницьких рішень в галузі сільського туризму.

Екосистемний підхід заснований на застосуванні відповідних наукових методологій, сфокусованих на рівнях біологічної організації, яка включає притаманну їй структуру, процеси, функції та взаємодії між організмами і навколишнім їх середовищем [5, с. 53].

Будь-яке рішення може призвести до наслідків, що не були заплановані в процесі його прийняття. Такі наслідки називаються зовнішніми або побічними ефектами, оскільки вони не були виявлені в ході вироблення рішення [5, с. 89]. Доцільним є мінімізувати негативні побічні ефекти у процесі прийняття рішення для управління екосистемними ресурсами, оскільки нераціональна організація туристичної діяльності, розміщення інфраструктури при напливі туристів може зашкодити місцевій екосистемі. Оцінювання ризиків, включаючи оцінку екологічних ризиків сприятиме формуванню достовірної інформації з метою прийняття виважених рішень.

Забезпечення добробуту населення на основі раціонального використання природних ресурсів, збереження екосистем потребує скоординованих дій з боку держави, підприємців і громадськості. При цьому сільський туризм виступає як ефективна форма двосторонньої взаємодії людини і природи. Добробут нинішнього та майбутніх поколінь населення залежить від екологічно стійких і соціально справедливих способів життя у світі.

Україна стоїть перед викликами та потребами сучасної модернізації принципів екосистемного управління в галузі екології та сільського туризму. Така модернізація може відбуватися тільки на засадах залучення України до міжнародних тенденцій включення послуг природних екосистем у механізми економічного розвитку, що вимагає їх відповідної економічної оцінки [2].

Органам державної влади необхідно зацентувати увагу на вирішенні проблемних питань, таких як: моніторинг, навчання, консультації, розробка науково обґрунтованих пропозицій та бізнес ідей відповідно до концепцій екосистемної безпеки, юридичні консультації та соціальний супровід суб'єктів господарювання, що надають послуги сільського туризму. Міжнародний досвід екологічного підходу до раціонального, науково обґрунтованого господарювання в галузі сільського туризму є кроком назустріч до інтернаціоналізації позитивних процесів екологічної політики на всіх рівнях стратегій розвитку: локальних, регіональних і глобальних.

Література

1. Екологічна енциклопедія : у 3 т. / Голов. ред. А. В. Толстоухов та ін. – К. : ТОВ „Центр екологічної освіти та інформації”, 2007. – Т. 1: А-Е. – 432 с.
2. Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка", № 2, 2012, «Сучасні методи економічної оцінки екосистемних послуг» Н. В. Дегтярь [Електронний ресурс], режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=959> (дата звернення: 16.02.2015)
3. Темпи урбанізації в світі зростають [Електронний ресурс], режим доступу: <http://newecolife.com.ua/news/52-slskih-zhitelv-v-svt-staye-vse-menshe.html> (дата звернення: 16.02.2015)
4. Ecosystem Services «What are Ecosystem Services?» [Електронний ресурс], режим доступу: <http://www.ecosystems-services.org.uk/ecoserv.htm> (дата звернення: 16.02.2015)
5. Millennium Ecosystem Assessment, 2003. Ecosystems and human well-being : a framework for assessment. Island Press, Washington, DC.

Волошук Н.Ю.,

*старший викладач кафедри обліку і аудиту та фінансів
Карпатського інституту підприємництва ВНЗ Університету "Україна",
м. Хуст*

РОЗВИТОК І СТАНОВЛЕННЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Мале підприємництво, як основа структурної перебудови економіки регіону відіграє важливу роль у питанні створення умов для здорової конкуренції та вирішення проблем зайнятості населення, насичення ринку товарами. В умовах реалізації політики ринкової трансформації економіки України зростає роль підприємництва на регіональному рівні, формуються нові засади становлення і розвитку підприємницьких структур. У структурі вітчизняної ринкової економіки підприємницький бізнес дедалі глибше становить основу виробництва, набуває вирішального значення в утвердженні процесів подолання економічної кризи, забезпечення економічного зростання.

В умовах поглиблення ринкових відносин з метою забезпечення ефективного функціонування економіки регіону необхідним є задіяння всіх суб'єктів господарювання. Важливу роль при цьому відіграє мале підприємництво, успішний розвиток якого сприяє вирішенню соціально-економічних проблем регіону, зокрема формуванню конкурентного середовища у процесі функціонування різних видів економічної діяльності, передусім пріоритетних, для розвитку яких є сприятливі умови і ресурсний потенціал; привабливість для іноземних і вітчизняних інвесторів; підвищення зайнятості населення регіону та інше.

Незважаючи на вагомий роль малого підприємництва, його розвиток за період незалежності України пройшов складні етапи становлення і формування і становлення як в цілому по країні, так і Закарпатської області, зокрема. Дослідження свідчить, що за період 1991-1996 рр. малий бізнес в Україні під впливом різних процесів (гіперінфляція, бартеризація, зменшення обсягу внутрішнього ринку тощо) перебував у кризовому стані і практично не розвивався. Це підтверджується і показниками економічної статистики, які стали більш доступними для наукового аналізу у зв'язку з переходом вітчизняної системи обліку та методів статистичного спостереження до міжнародних стандартів на основі впровадження у статистичну практику Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД), гармонізованої з міжнародною класифікацією видів діяльності Європейського Союзу NACE. Нині статистична інформація формується згідно з Національним класифікатором України (ДК 009:2010), який набув чинності 01.01.12 у новій редакції [4].

За даними статзвітності за 1992-1997 рр., внаслідок інтенсивного процесу приватизації в Україні, було роздержавлено понад 56 тис. виробничо-господарських об'єктів. Державна форма власності реформованих підприємств перетворилася на колективну, приватну і змішану. За підсумками господарювання у 1990 р. зареєстрована найбільша частка підприємств колективної форми власності – 73,5 %. У загальнодержавній формі власності залишалося 21,3 %. Колективні підприємства виробляли 63,5 % продукції, загальнодержавні – 35,4 %.

Стрімко зростала кількість новостворених малих підприємницьких структур: у 1997 р. їх кількість становила 136,2 тис. од., або на 40,2 тис. більше проти 1995 р. У розрахунку на 10 тис. населення припадало 27 малих підприємств. Однак малі підприємства в аналізованій період проходили організаційне становлення, їх частка у виробництві продукції була мізерною. У період 2000-2005 рр. малі підприємства України реалізували продукції (робіт, послуг) відповідно 8,1 та 5,5 % до обсягу реалізованої продукції по економіці в цілому. За даними статистики, істотний обсяг нарощування виробництва і реалізації продукції суб'єктами малого підприємництва відмічено починаючи з 2006 і до 2013 р. Так, за 2006 р. було реалізовано продукції на суму 357252,6 млн.грн., або в 4,3 разу більше проти 2005 р. [2, с. 319]. Приріст реалізації продукції в 2012 р. перевищував показник 2006 р. у 1,9 разу, або на 313,2 млрд.грн. Незначні відмінності спадної тенденції спостерігаються у 2013 р. порівняно з 2012 р. (-219,6 млн. грн.).

За останні роки відмічено значне зростання показника реалізації продукції в розрахунку на одного найманого працівника: з 165,5 тис.грн. у 2006 р. до 354,3 тис.грн. у 2013 р. Разом з тим, як засвідчує аналіз незадовільними залишаються фінансові показники малих підприємств: до 2010 року включно збільшувалися збитки від підприємницької діяльності, за останні три роки питома частка збиткових підприємств знаходиться в межах 30 %.

За аналізовані роки знизилася кількість найманих працівників підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності, вона практично стабілізувалася – на одному малому підприємстві зайнято 5 найманих працівників. Кожен четвертий працівник підприємницьких структур зайнятий у малому бізнесі, а з числа економічно активного населення – кожний одинадцятий [3, с. 284, 337].

Порівняльний аналіз основних показників діяльності суб'єктів малого підприємництва (фізичних осіб-підприємців включно) по Україні та в розрізі областей Карпатського регіону засвідчує певні тенденції зростання обсягу реалізації виробленої продукції. Однак відсоток реалізованої продукції підприємницькими структурами малого бізнесу Закарпатської, Івано-Франківської, Чернівецької областей до обсягу по Україні не перевищує 1,6 %, Львівської – 4,1 %. За підсумками господарювання суб'єктів малого підприємництва України за аналізовані роки (2010-2013 рр.), на фоні зростання обсягу реалізованої продукції (670,3 у 2013 р. проти 568,3 млрд. грн. у 2010 р.), у тому числі і в розрахунку на одного зайнятого працівника (відповідно 333,4 та 262,5 тис. грн.), збільшується їх кількість (відповідно 373,8 та 357,3 тис. од.), але зменшується зайнятість працівників (відповідно 2010,7 до 2164,6 тис. осіб). За чотири останні роки (2010-2013 рр.) кількість зайнятих у малому бізнесі України скоротилася на 153,9 тис. осіб, а в Закарпатській області – на 8,3 тис. осіб. За 2013 р. кількість суб'єктів малого підприємництва з урахуванням фермерських господарств та статистичної інформації по фізичних особах – підприємцях на 10 тис. наявного населення області становила 317 од., з яких 46 од. становлять малі підприємства, 275 – фізичні особи-підприємці [1, с. 267]. Аналіз статистичних показників за 2013 р. свідчить, що в структурі кількості підприємств області за розмірами, частка малих становить 95,3 %, середніх – 4,6 %, великих – 0,1 % загальної кількості суб'єктів підприємницької діяльності. Якщо у 2007-2008 рр. останні були розташовані в м. Мукачево та Ужгородському районі, то за результатами структурного спостереження починаючи з 2009 р. великі підприємства зосереджені лише в Ужгородському районі [5, с. 168].

За видами економічної діяльності великі підприємства переважно належать до промислової сфери, така ж тенденція і стосовно середніх за розмірами підприємств, а також у таких видах економічної діяльності: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство; транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність. Переважна більшість малих підприємств зосереджена у сфері сільського, лісового та рибного господарств, а також оптової та роздрібно-торгівлі; ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів; промисловості; будівництві [6, с. 269-271]. За період 2010-2013 рр. кількість малих підприємств поступово зростає. Так, якщо у 2010 р. їх кількість становила 5453 од., то у 2013 р. – 5741 од., що на 5,3 % більше.

Отже, мале підприємництво є важливим засобом оптимізації структури регіональної економіки, суттєво впливає на структурну перебудову господарського комплексу регіону, забезпечує зростання загальних обсягів виробництва, розширення роздрібного товарообороту, сприяє вирішенню проблем зайнятості населення, підвищує зростання доходів і добробуту населення. Активізація функціонування підприємницького потенціалу суб'єктів малого підприємництва вимагає розроблення і реалізації ефективного організаційно-економічного механізму підтримки їх розвитку шляхом формування сприятливого зовнішнього середовища.

Література

1. Даль В.М. Толковий словарь живого великорусского языка / В.М. Даль. – Т. 3; П-Р. – М.: ЛОМА-ПРЕСС, 2001. – 576 с.
2. Економічна енциклопедія : [у 3 т.]. – Київ : Видавничий центр "Академія", 2002. / голова редакційної ради : Гаврилишин Б. Д. [та ін.]. Т. 1 / [відп. редактор Мочерний С. В.]. – 2002. – 864 с.
3. Збарський В.К. Місце і роль малих форм господарювання в аграрному секторі економіки України / В.К. Збарський, В.П. Горьовий, Д.О. Грабовський; за заг. ред. В.К. Збарського. – К. : В-во НАУ, 2007. – 428 с.
4. Класифікація видів економічної діяльності ДК009:2010 [Електронний ресурс] : Національний класифікатор України / Держспоживстандарт України від 11.10.2010 № 457. – Режим доступу: http://www.ubc.ua/Links/codes_ua2.html184
5. Розвиток підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності Закарпатської області. Статистичний збірник. – Ужгород, 2010. – 248 с.
6. Статистичний щорічник Закарпаття за 2013 рік / Головне управління статистики у Закарпатській області; за ред. Г. Д. Гриник. – Ужгород, 2014. – 511 с.

УДК 332.122

Газуда С.М.,
к.е.н., доцент кафедри фінансів та економіки,
Карпатський університет імені Августина Волошина,
Ерфан В.Й.,
к.е.н., доцент кафедри міжнародного бізнесу,
менеджменту та логістики,
ДВНЗ "Ужгородський національний університет"

ПРОСТОРОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ ТА ЕКОЛОГІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕГІОНУ

Закарпатська область має вигідне географічне і стратегічне положення, межує з чотирма зарубіжними країнами-членами Євросоюзу, що безпосередньо впливає на формування та використання просторово-економічного потенціалу. Прикордонне розташування регіону сприяє розвитку інфраструктурно-комунікаційних магістралей.

Територією області проходять два автошляхи державного значення – Київ-Чоп, Мукачево-Рогатин та міжнародний транспортний коридор № 5 (Критський) – Лісабон-Трієст-Любляна-Будапешт-Київ-Волгоград. Загальна регіональна залізнична мережа протяжністю 650 км зв'язує Ужгород і Чоп з Угорщиною, Румунією та Словаччиною і далі із західноєвропейськими країнами. Через територію Закарпаття проходять транс'європейські

експортні магістралі (газо-, нафто- і продуктопроводи) загальною протяжністю 1700 км, а також високовольтна лінія "Мир" [2, с. 15].

Специфікою регіону є чітко виражена вертикальна зональність території, наявність сільських населених пунктів, що мають статус гірських – 37,1 % до усіх поселень, де проживає кожний четвертий житель області.

З метою оптимізації управління сталим просторовим розвитком, раціональним використанням просторово-економічного потенціалу, необхідно вирішити завдання організаційного та інституційного забезпечення реалізації механізму облаштування сільських територій, що включає відповідне державне регулювання, регіональне управління, діагностику, моделювання, програмування і прогнозування та моніторинг сталого просторового розвитку регіону.

Регіон виділяється з-поміж інших областей України наявністю унікального природного середовища. Однак необхідність залучення в господарський оборот величезних обсягів природних ресурсів призводить до різкого збільшення антропогенного навантаження на довкілля, чинить негативний вплив на охорону навколишнього середовища. Вирішення питань охорони навколишнього природного середовища вимагає посилення уваги до соціальних та екологічних проблем розвитку сільських територій.

Важливим напрямом у системі охорони навколишнього середовища є створення заповідних територій. На Закарпатті функціонують 4 заповідні зони – Карпатський біосферний заповідник, національні природні парки "Синевир", Ужанський та "Зачарований край", загальна площа яких становить 146,3 тис. га, або 65,8 % до площі заповідників і природних парків загальнодержавного значення, що знаходяться в регіонах Українських Карпат.

З метою розширення природно-заповідного фонду області науковці та фахівці природно-заповідної сфери пропонують створити на базі перспективних територій і об'єктів нові національні природні і регіональні ландшафтні парки, зокрема НПП "Закарпатська низовина", регіональні ландшафтні парки "Закарпатські Бескиди" та "Усть-Чорна", загальною площею близько 40,0 тис. га.

У 2013 р. на різні напрями природоохоронної діяльності витрачено 7,9 млн. грн. капітальних інвестицій. Такі витрати в основному здійснюються за рахунок власних коштів товаровиробників, оскільки у 2013 р. із 7,9 млн. грн. ними вкладено 7,6 млн. грн., або 96,3 %. Водночас за рахунок коштів державного бюджету екоінвестиції становили тільки 0,1 млн. грн., або 1,2 %, інвестиції з боку місцевих бюджетів – 0,2 млн. грн. (2,5 %), та повністю відсутні були такі інвестиції з інших джерел фінансування. Однак у забезпеченні капітальних екоінвестицій на охорону навколишнього природного середовища підтримка держави є недостатньою.

Зменшено частку капітальних екоінвестицій та поточних витрат на охорону атмосферного повітря і проблем зміни клімату (зниження у 2013 р. порівняно з 2000 р. на 58,3 відсоткових пункта (в.п.)) та збереження біорізноманіття і середовища існування (на 18,9 в.п.). На очищення зворотних вод було виділено 3065 тис. грн., або 38,8 %, на захист і реабілітацію ґрунту, підземних і поверхневих вод 1359 тис. грн. (17,2 %) таких інвестицій. За напрямом поводження з відходами та зниження шумового і вібраційного впливу було інвестовано 9,3 % до фактично витрачених інвестиційних коштів. 29,6 % становив відсоток за напрямом природоохоронної діяльності. Проблема охорони атмосферного повітря в регіоні забезпечується за рахунок високого рівня лісистості, оскільки ліси та інші лісовкриті площі станов на 1 січня 2014 р. становили 723,7 тис. га, або 56,7 % всієї площі земель (території) регіону [1, с. 479, 484]. Важливим при цьому є залучення екоінвестицій, що спрямовуються на охорону навколишнього природного середовища як регіону, так і сільської місцевості.

Адсорбуюча роль лісових ресурсів у нейтралізації вуглекислого газу та інших викидів незаперечна і підвищує екологічну стійкість сільськогосподарських угідь, водних територій та продукції побічного користування лісу. Відмітимо також, що на угіддях сільськогосподарського призначення, особливо орних землях, на яких вирощується картопля у Міжгірському, Рахівському районах та інших високогірних територіях, немає наявності колорадського жука, а це є запорукою одержання екологічно чистої продукції без застосування отрутохімікатів і пестицидів.

В області розширюється сфера сільського зеленого туризму, надання унікальних туристично-рекреаційних продуктів і послуг, майже кожен населений пункт має свої традиційні фестивалі: червоного і білого вина, фестиваль різників, "Берлібаський банош", фестиваль голубців, обласний фестиваль фольклору "На Синевир трембіти кличуть", "Добронська паприка", свято "Проводи отар на полонину", "Гуцульська бринза", "Варіння леквару", фестиваль вина "Закарпатське божолє" та низку інших свят і фестивалів.

Разом з тим, подальший розвиток рекреаційно-туристичної сфери потребує уваги владних і управлінських структур. Залишається низьким рівень соціальної та виробничої інфраструктури в рекреаційно-туристичних центрах. Проблемаю є недовикористання мінеральних вод. Із 17 ліцензій на експлуатацію родовищ 9 мають санаторно-курортні заклади, 8 – заводи з розливу мінеральних вод. Однак спостерігається низький рівень використання родовищ санаторіями (17 % до затверджених запасів). В цілому використання мінеральних лікувальних вод, за оцінками експертів, знаходиться на рівні 6 % до затверджених експлуатаційних запасів родовищ, що є нижчим від середнього показника по Україні (7-8 %).

Маючи багаті бальнеологічні ресурси, Закарпаття могло б стати Меккою SPA-відпочинку, курортом, подібним до Баден-Бадена, Карлових Варів тощо. Популярні нині послуги SPA (*SPA – "Sanus per Aquam" – в перекладі з лат. означає "здоров'я через воду"*) пропонують оздоровчий комплекс процедур з використанням мінеральної, термальної, прісної вод, солей, грязей та лікувальних рослин, з метою лікування, оздоровлення та організації дозвілля як для пацієнтів, так і місцевих жителів.

Слід відмітити стихійну появу останнім часом великої кількості підприємств готельного господарства, які виникли поблизу джерел мінеральних вод. Їхнє виникнення зумовлено не так потужним зростанням числа відпочиваючих і потребою у закладах розміщення, як погіршенням роботи курортів, баз відпочинку, які мають застарілу матеріальну базу і не спроможні задовольнити відповідний сервіс для відпочиваючих і туристів. Тому необхідним є прийняття комплексної програми залучення інвестицій в курортно-санаторну сферу й розбудову відповідної інфраструктури.

На перспективу постає завдання промоції рекреаційно-туристичних послуг, зокрема впровадження нових рекреаційних технологій для ефективного використання інноваційно-туристичного потенціалу області, сприяння розвитку гірськолижного, сільського, зеленого та екологічного туризму.

У Закарпатській області, як і в інших областях Карпатського регіону, наявні сейсмічні локальні території, мають місце екологічно небезпечні екзогенні та ендогенні процеси (паводки, зсуви, селі, ерозії). До того ж, хронічне недофінансування державних галузевих та регіональних екологічних програм, у тому числі протипаводкових та протизсувних, негативно впливає на рівень природно-техногенної безпеки території і забезпечення сталого соціально-економічного розвитку регіону.

Література

1. Статистичний щорічник Закарпаття за 2013 рік / Головне управління статистики у Закарпатській області; за ред. Г. Д. Гриник. – Ужгород, 2014. – 511 с.
2. Стратегія економічного і соціального розвитку Закарпатської області до 2015 року. – Ужгород, 2006. – 48 с.

УДК 332.145

Галушак І.Є.,

к.е.н.,

ДВНЗ “Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника”,
м. Івано-Франківськ

РЕГІОН ЯК СУБ'ЄКТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Сучасні процеси регіоналізації визначаються в значній мірі зростанням ролі субнаціональних регіонів в соціально-економічному і політичному житті суспільства. Це пов'язано як з розвитком плюралістичних, демократичних держав, в яких центральні органи державного управління віддають певні повноваження регіональним органам, так із децентралізацією соціально-економічних процесів, із збільшенням важливості регіону як місця розвитку бізнесу, з конкуренцією регіонів по залученню капіталу (інвестицій), наданню послуг (освітніх, охорона здоров'я, рекреаційних та інших), забезпеченню умов життя.

Тобто глобалізація і інтернаціоналізація розвитку мають значний вплив на економічний розвиток і формування цілей регіону. Паралельно з цим проблеми регіонального розвитку набувають в значній мірі прикладного характеру внаслідок їх різноманітності, особливо в контексті вибору цілей і стратегій їх розвитку регіонів.

Вивчення економічної природи суб'єктності регіону вимагає комплексного аналізу як сутнісних його характеристик так і функцій як системи, організації, суб'єкта стратегічного управління з метою їх інтеграції в цілісний об'єкт.

Для вирішення цієї задачі, на нашу думку, слід застосовувати єдину загальнонаукову методологію системного підходу побудовану на діалектичній основі [3], з метою її адаптації для дослідження проблем розвитку регіону.

Системний підхід дозволяє розглянути регіон як цілісну систему, якій властивий принцип інтеграції. Але цілісність регіону як динамічного, соціального об'єкту є суперечливою і відносною. Таку властивість слід аналізувати на основі діалектичного методу, який дозволяє враховувати суперечності як основу розвитку цієї складної, багатовимірної системи, а також управляючи дію на цей процес. На нашу думку, регіон необхідно досліджувати як суб'єкт держави, систему, організацію, суб'єкт формування стратегічних цілей і розвитку.

Регіон як складне поняття може досліджуватися у різних напрямках: територіально-географічному, відтворювальному, функціональному, державно-територіальному та інших.

В контексті дослідження регіону як суб'єкта розвитку серед визначень поняття «регіон» зупинимося на формулюваннях, приведених в працях [2] і [1].

Перше з них характеризує регіон: по-перше, як адміністративно окреслений простір; по-друге, як відособлений соціально-економічний комплекс, в якому реалізуються процеси відтворення життєзабезпечення населення даної території; по-третє, як частина в системі територіального і суспільного розподілу праці. Тобто регіон – це територіальне формування, яке має чітко окреслені адміністративні межі, в яких відтворюються соціальні і економічні процеси забезпечення життя населення, обумовлені місцем регіону в системі територіального і суспільного розподілу праці [1, с. 96].

Це визначення можна назвати умовним, оскільки основною задачею є процес відтворення умов життєдіяльності населення території.

Функції регіону визначаються через призму забезпечення цілей, інтересів, потреб суб'єктів – носіїв цих цілей. До основних суб'єктів можна віднести:

1) органи державного управління як носії державних цілей, інтересів, а також органи місцевої самоврядування;

2) населення (як конкретний носій соціально-економічних потреб);

3) ділове співтовариство (як носій цілей і інтересів підприємців, власників, ділових організацій, керівників, персоналу). Причому під ним розуміється як бізнес-співтовариство, так і співтовариство інших ділових організацій, включаючи державні та інші. При формуванні регіональних цілей слід враховувати інтереси й інших зацікавлених сторін.

Динамічний аналіз функцій регіону означає врахування не лише поточних, але і майбутніх потреб і цілей суб'єктів регіону. Функціонування регіону може здійснюватися в двох основних режимах: поточному і стратегічному.

Література

1. Гутман Г.В. Управление региональной экономикой / Г.В. Гутман, А.А. Мироедов, С.В. Федин. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 175 с.
2. Лексин В.Н. Государство и регионы: теория и практика государственного регулирования территориального развития / В.Н. Лексин, А.Н. Швецов. – М. : Изд-во “УРССР”, 2000. – 193 с.
3. Пригожин А.И. Методы развития организаций / А.И. Пригожин. – М. : МЦФЭР, 2003.

РОЛЬ ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

На сучасному етапі розвитку суспільства актуальним є питання забезпечення сталого розвитку регіонів. Забезпечення сталого розвитку регіонів наразі неможливо без використання відновлювальних джерел енергії. Це пояснюється тим, що в регіонах потрібно забезпечувати скорочення споживання зовнішніх енергетичних ресурсів, зменшення обсягів шкідливих речовин, що утворюються у процесі використання традиційних джерел енергії, збільшення кількості робочих місць, збереження запасів енергоресурсів для майбутніх поколінь.

Також, варто відмітити, що використання нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії світова спільнота розглядає як один із найбільш перспективних шляхів вирішення зростаючих проблем енергозабезпечення та сталого розвитку окремої країни. Наявність невичерпної ресурсної бази та екологічна чистота нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії є визначальними їх перевагами в умовах вичерпання ресурсів органічного палива та зростаючих темпів забруднення довкілля [1].

Більше того, світовий досвід свідчить, що активний розвиток відновлювальної енергетики сприяв працевлаштуванню великої кількості людей по всьому світі. Так, станом на 2013 р. кількість людей, що працювали у сфері альтернативної енергетики, становила 6, 49 млн. осіб [2]. Міжнародною агенцією з відновлювальної енергії визначена пряма та непряма зайнятість в окремих індустріях відновлювальної енергетики в світі (таблиця 1).

Також головний експерт департаменту корпоративних комунікацій «Роснано» М. Попов прогнозує, що в майбутньому спеціалісти з альтернативної енергетики будуть досить затребуваними [3].

Тобто, ми бачимо, що використання нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії вирішує проблему забезпечення сталого розвитку регіонів у економічному, екологічному та соціальному аспекті. Це власне підтверджується Зеленою книгою ЄС, а саме [4, с. 28]: відновлювальні енергоносії є ліберальними джерелами енергії, які дозволяють протидіяти глобальному забрудненню; джерелами відновлювальної енергії завжди є внутрішніми (локальними), що дозволяє знизити залежність від експорту енергоносіїв; розробка та виробництво обладнання для генерації відновлювальної енергії розвиває інноваційні технології та покращує конкуренцію на цьому ринку; об'єкти відновлювальної енергетики створюють додаткові робочі місця; нетрадиційні джерела енергії є одним із аспектів регіонального розвитку та сприяють децентралізації енергосистеми; розвиток нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії широко підтримується суспільством; експорт обладнання для відновлювальної енергетики вирішує енергетичні проблеми країн, що розвиваються, і підвищує сальдо торговельного балансу країн експортерів.

Таблиця 1

Оціночна пряма та непряма зайнятість в окремих індустріях відновлювальної енергетики в світі у 2013 р.

Країни	Світ	Китай	Бразилія	США	Індія	Бангладеш	Країни ЄС ¹³		
							Німеччина	Іспанія	Решта країн ЄС
тис. робочих місць									
Виробництво біомаси ^{1,2}	782	240		152 ⁸	58		52	44	210
Виробництво біопалива	1,453	24	820 ⁶	236 ⁹	35		26	3	82
Виробництво біогазу	264	90			85	9,2	49	0,5	19
Виробництво геотермальної енергії ¹	184			35			17	1,4	82
Гідроелектростанція (малі ГЕС) ³	156		12	8	12	4,7	13	1,5	18
Фотовольтаїчна панель	2,273	1,580 ⁵			112	100 ¹¹	56	11	153
Концентрація сонячної енергетики	43			143 ¹⁰			1	28	0
Використання сонячної енергії для опалення/охолодження	503	350	30 ⁷		41		11	1	31
Енергія вітру	843	356	32	51	48	0,1	138	24	166
Всього	6,492 ⁴	2,640	894	625	391	114	371 ¹²	114	760

Джерело даних: IRENA (Міжнародна агенція по відновлювальній енергії)

1 – включає генерування енергії та опалення. 2 – традиційне використання біомаси не враховується. 3 – інформація щодо робочих місць для великомасштабних гідроенергетики є неповною і звідси впливає акцент на малих гідроелектростанціях. 4 – Сумарний світовий показник обрахований як сума показників в розрізі окремих технологій. 5- попередні прогнози були істотно нижчими (300 000 – 500 000 робочих місць), однак кількість робочих місць

пов'язаних з монтажними роботами стрімко зростає. 6 - Близько 331 000 робочих місць у галузі виробництва цукрової тростини, 208 000 робочих місць у галузі переробки етанолу в 2012 році, також включає 200 000 робочих місць у сфері виробництва обладнання та 81 800 робочих місць у галузі виробництва біодизелю. 7 – виробництво обладнання та монтажні роботи не включені. 8 – робочі місця пов'язані безпосередньо з виробництвом енергії з біомаси складають лише 15 500. 9 – включає 173 667 робочих місць у галузі виробництва етанолу та 62 200 робочих місць у галузі виробництва біодизелю у 2013 році. 10 – усі технології у галузі сонячної енергії поєднані з індустрією фото панелей оцінюються на рівні близько 100 000 робочих місць. 11 – Лише безпосередньо зайняті у галузі. 12 – дані станом на 2013 рік. Включає 8 000 робочих місць у сфері НДДКР, які фінансуються з державних бюджетів та адміністрацію; не представлені в розрізі окремих технологій. 13 – усі дані наведено станом на 2012 рік, за винятком Німеччини підсумок «Світ» та «Решта країн ЄС» обраховані з використанням даних 2012 року (навіть якщо для окремих країн, наприклад, Німеччини були доступні дані 2013 року).

Примітка: В основному усі дані наведені станом на 2012–2013 року, з варіаціями залежно від країн та технологій. Деякі з даних стосовно Індії та Китаю є більш давніми. Підсумки можуть не співпадати по причині заокруглення.

Тому, з метою скорочення споживання викопних ресурсів, зниження викидів парникових газів, підвищення енергоефективності реального сектору економіки, необхідно забезпечити організацію щодо використання відновлювальних джерел енергії в регіонах для задоволення потреб теперішніх та майбутніх поколінь.

Організація використання відновлювальної енергетики в регіонах України ускладнена: низьким рівнем інноваційної активності в означену галузь, затратністю технологій, політичними ризиками, недостатньою кваліфікацією технічних працівників, неврегульованістю питань стосовно ринку землі та виділення земельних наділів під майданчики для об'єктів відновлювальної енергетики, відсутністю дієвої регіональної політики. При цьому одним із найбільш важливих чинників, який сприятиме використанню нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії є формування дієвої регіональної економічної політики.

Так, регіональна економічна політика – це сукупність спланованих заходів та дій органами регіонального управління щодо створення необхідних умов для розвитку нетрадиційної та відновлювальної енергетики, активного впровадження відновлювальних джерел енергії в економіку регіону, скорочення споживання невідновлювальних ресурсів в руслі задоволення потреб теперішніх та майбутніх поколінь.

Регіональна економічна політика повинна бути спрямована на вирішення таких завдань: забезпечення передумов щодо використання нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії з урахуванням спеціалізації регіону; використання економічних методів щодо стимулювання використання нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії суб'єктами господарювання регіону; формування необхідної кількості фінансових ресурсів у регіоні для впровадження нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії; стимулювання залучення інвестиційних та кредитних ресурсів, що забезпечить впровадження нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії; забезпечення умов щодо комплексної підготовки фахівців для галузі відновлювальної енергетики.

Формування регіональної економічної політики повинно здійснюватись у відповідності до визначених спеціальних принципів в руслі забезпечення сталого розвитку регіонів. У зв'язку із зазначеним, наступні наукові дослідження будуть присвячені визначенню спеціальних принципів регіональної економічної політики щодо використання нетрадиційних та відновлювальних джерел на засадах сталості.

Література

1. Шевцов А. Нетрадиційні та відновлювані джерела енергії в Україні у світлі нових європейських ініціатив [Електронний ресурс] / А. Шевцов, М. Земляний, Т. Рязова.- Дніпропетровськ: Регіональний філіал НІСД.- Режим доступу <http://old.niss.gov.ua/Monitor/november08/2.htm>
2. Renewables 2014 Global Status Report [Електронний ресурс] / REN 21. – 2014 – 214 р. – Режим доступу: : http://www.ren21.net/Portals/0/documents/Resources/GSR/2014/GSR2014_full%20report_low%20res.pdf
3. Върковский А. 10 главных профессий нового десятилетия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://m.forbes.ru/article.php?id=34702>
4. Сохацька О. М. Нетрадиційні та відновлювальні джерела енергії: оцінка ефективності інвестиційних проектів: моногр. / О. М. Сохацька, О. М. Ляшенко, В. М. Олейко та ін.; за заг. наук. ред. О. М. Сохацької. – Тернопіль : ТНЕУ. – 308 с.

УДК 332.12

Гоманюк О.К.,

аспірант кафедри менеджменту і маркетингу,
Луцький національний технічний університет

АНАЛІЗ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ТА ДОСТУПНОСТІ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

На сьогодні в Україні заслуговують увагу питання щодо вироблення механізмів ефективного регіонального управління банківською сферою. Особливо актуальним є пошук шляхів обґрунтованого розподілу регіональних представництв банківського сектору серед окремих регіонів країни та в межах самих регіонів, з метою втілення в життєві позиції надання, забезпечення та споживання банківських послуг, в мірі достатній для функціонування і розвитку регіональних ринків банківських послуг.

Важливими основами оцінки та аналізу є поглиблене дослідження регіональних особливостей територій, що є місцем функціонування та дії регіональних ринків банківських послуг. Зокрема, такими визначальними

характеристиками слугує територіальна забезпеченість і доступність банківських установ, як невід'ємний атрибут регіонального ринку банківських послуг.

Первинною базою для проведення аналітичних досліджень є дані статистичних щорічників, бюлетені Державного комітету статистики України та Національного банку України, дані фінансової звітності банків України тощо.

Слід зазначити, що за час становлення та розвитку банківської сфери в Україні спостерігається чітка диспропорція територіального розміщення банківських установ за регіонами. Проблеми регіоналізації банківської системи не можуть стояти осторонь, оскільки стають причиною диспропорцій у русі грошових потоків та впливають на соціально-економічний розвиток регіону, а отже, і країни загалом.

Міжрегіональний порівняльний аналіз доводить, що більшість банківських установ не лише розміщуються, але і спрямовують основні потоки інвестицій в ті регіони, де спостерігається значний розвиток промислового (сільськогосподарського) виробництва.

Характеризуючи кількість банківських установ-юридичних осіб в Україні потрібно зазначити, що місцем їх реєстрації обиралися переважно міста, зокрема столиця України, міста республіканського та обласного підпорядкування. Так лівова частка їх кількості приблизно 63 відсотка припадає на м. Київ. Така ситуація пояснюється тим, що саме столиця України є не лише найбільшим індустріальним центром та бізнес-осередком країни, але і займаючи зручне географічне положення, характеризується лідируючими позиціями в соціально-економічному, політичному, транспортному, інноваційному, освітньо-науковому, культурному житті країни, є місцем розташування центральних органів влади, іноземних місій, штаб-квартир більшості підприємств та громадських об'єднань.

Іншими привабливими містами для реєстрації банківських установ є міста обласного значення Дніпропетровської, Харківської, Донецької, Одеської та Львівської областей відповідно. Таким чином майже 90 відсотків банківських установ зосереджено в шести регіонах України.

Такі регіони як Запорізька, Чернігівська, Полтавська, Луганська, Сумська, Закарпатська та АР Крим нараховують від трьох до однієї регіональної банківської установи. В інших регіонах відсутні самостійні регіональні банківські установи, а надання банківських послуг здійснюється виключно через мережу регіональних підрозділів інно регіональних банків. Подібна ситуація може слугувати однією з причин низького розвитку продуктивних сил на даних територіях.

Відсутність самостійних банківських установ в більшості областей України пояснюється різними об'єктивними та суб'єктивними чинниками. В першу чергу - недостатньою кількістю зацікавлених сторін в ролі яких виступають як зовнішні, так внутрішні інвестори, котрі бажують і мають можливість реалізувати вкладення у функціонування регіонального банку на відповідній території. По-друге, такі кроки повинна підтримувати та контролювати держава. По-третє, ключова роль відводиться наявності стійкої клієнтської бази в регіоні для можливості представлення та реалізації банківських послуг. На рис. 1 представлена забезпеченість регіонів України банківськими установами-юридичними особами станом на 01.01.2015р.



Рис. 1. Забезпеченість регіонів України банківськими установами-юридичними особами станом на 01.01.2015р.

Джерело: сформовано автором на основі даних [1]

Варто зауважити, що для активного розвитку банківської системи просто необхідна її розгалужена структура та присутність в різних регіонах. Структурними елементами для банків-юридичних осіб виступають філії, відділення тощо.

Аналіз загальної банківської мережі по країні практично повторює сценарій розміщення банків - юридичних осіб та демонструє наявність територіальних диспропорцій між регіонами. Протягом 2008 - 2014 років лідируючі позиції займали м. Київ, Дніпропетровська, Донецька, Одеська, Львівська області. Загальна кількість банківських філій та відділень, розміщених на даних територіях, складала більше тисячі одиниць по кожній.

Потрібно зазначити, що значна кількість банківських установ в Дніпропетровській, Харківській та Донецькій областях пояснюється значним переважанням міських поселень над сільськими. Одеська область виграє за рахунок як курортного регіону, так і приморського краю, а Львівська - вважається культурним та науковим осередком Західної України.

Серед даних областей слід відмітити значну кількість банківської мережі в Запорізькій, Луганській та Полтавській областях, що пояснюється більшою кількістю міських поселень, де в основному і розміщуються філії та відділення. Такі регіони як Волинська, Кіровоградська, Рівненська, Житомирська, Тернопільська та Чернівецька володіють найнижчими показниками, оскільки на їхніх територіях переважають сільські поселення та невеликі містечка, де спостерігається одинична кількість банківських установ або ж їх повна відсутність.

Таким чином, банки зосереджуючи грошові кошти в регіонах по місцю своєї реєстрації, мають всі можливості для проведення великих програм на ринку банківських послуг, в той час як філіальна мережа, через обмежені можливості, зорієнтована на дрібні послуги, котрі в дуже рідких випадках приносять суттєві переваги регіонам. Слід зазначити, що за період з 2008 по 2014 роки по Україні відбулося значне скорочення банківської мережі, як філій так і відділень. Дана ситуація пояснюється тим, що на політику в банківській сфері суттєво вплинула економічна ситуація кінця 2008 року та початку 2009 року. Зважаючи на це, більшість банківських установ змушені були вдаватися до кроків закриття відділень або переведення філій у статус відділення.

З проаналізованого матеріалу чітко прослідковуються тенденції функціонування практично у всіх адміністративних одиницях країни значної кількості банківських установ інших регіонів. Протягом періоду, що досліджувався залежними від інших регіонів перебувають більшість областей, зокрема АР Крим, Донецька, Львівська, Луганська, Полтавська, Запорізька області. Такі області як Вінницька, Волинська, Житомирська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська та Чернівецька, не маючи на своїй території жодного регіонального банку, повністю залежать від банків інших регіонів.

Таким чином, проведений аналіз демонструє, що в Україні до сьогодні так і не було вироблено збалансованої державної регіональної політики та не сформовано механізми ефективного регіонального управління банківською сферою. В свою чергу, територіальна нерівномірність розміщення банківських установ призводить до дефіциту інвестиційних ресурсів, внаслідок чого гальмуються процеси структурної перебудови економіки, не розширюється виробництво, не здійснюється його диверсифікація, не створюються нові підприємства та робочі місця, відповідно не розвивається і соціальна сфера.

Отже, з метою змін і покращення ситуації слід відшукувати можливі стратегічні орієнтири, направлені на вивчення регіональних особливостей для усунення територіальних дисбалансів. Велике значення слід відводити безпосередньо розробці самого механізму, який повинен бути спрямований на детальне вивчення потенціалу території та вмщатиме комплексний маркетинговий підхід як до самої території так і її потужностей.

Литература

1. Офіційний сайт Національного банку України.- Електронний ресурс. - Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/ntr/uk/publsh/20140701_58127

УДК 332.146

Горяня І.В.,

*к.е.н., кафедри економічної кібернети та маркетингу,
Черкаський державний технологічний університет*

ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ ЗАВДАНЬ СТАЛОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Забезпечення переходу України та її регіонів на сталий шлях розвитку є одним із пріоритетних завдань, що стоять перед керівництвом країни. Особливої актуальності тематика сталого розвитку набуває нині, коли світова економіка знаходиться на початку відновлення. Незважаючи на те, що витoki сучасної фінансової кризи знаходяться за кордоном, її наслідки відчула більшість населення країни, оскільки вітчизняна економіка є залежною, по-перше, від західного капіталу, а по-друге, від кон'юнктури світового ринку нафти і металів, що робить її уразливою та нестійкою. Для того щоб запобігти впливу зовнішніх негативних чинників у майбутньому або зменшити його силу, необхідно створити стабільну державну систему та модифікувати довгостроковий план розвитку як країни, так і регіонів [1, с. 163].

Важливу роль у забезпеченні переходу регіонів і країни загалом на сталий шлях розвитку відіграє ефективна грошово-кредитна політика, ключовими завданнями якої є забезпечення безперебійного функціонування банківської системи, стабільності курсу національної валюти, а також підтримка достатнього рівня ліквідності, що стимулює ділову активність. Незважаючи на те що основні інструменти грошово-кредитної політики знаходяться в розпорядженні Національного банку України, регіональна влада повинна вживати зусиль щодо забезпечення стабільної роботи фінансової системи регіону.

В умовах фінансової кризи реальний сектор економіки стикнувся з серйозними бар'єрами на ринку кредитування. Незважаючи на державні вливання в банківський сектор, які були зроблені для того, щоб за

допомогою фінансових організацій підприємства реального сектору економіки мали доступ до кредитних ресурсів, більша частина виділених коштів так і залишилася в банківській сфері, не принісши належного економічного ефекту і поставивши під загрозу подальший розвиток решти галузей економіки.

Для того щоб уникнути подібної ситуації в майбутньому, необхідно в кожному окремому регіоні створити банк розвитку з мережею філій, який мав би доступ до участі в аукціонах Міністерства фінансів і НБУ щодо надання грошових коштів і використовував би залучені кошти винятково для кредитування стратегічно важливих підприємств, що знаходяться на території конкретного регіону. Важливо, щоб контрольний пакет акцій банку належав регіону. Шляхом створення подібної системи регіональних банків можна вирішити проблеми з ліквідністю на локальних рівнях. Відповідальність за забезпечення доступності кредитних ресурсів, таким чином, перекладається на регіональну владу, яка має бути зацікавлена в сталості розвитку власного регіону.

У міру поліпшення ситуації з ліквідністю кредитна політика регіонів повинна бути спрямована на створення механізму залучення вільних грошових коштів населення в реальний сектор економіки. Для цього необхідно розвивати регіональну систему фінансових інститутів, що пропонують доступні способи й інструменти інвестування коштів. Щоб підвищити фінансову грамотність серед населення та стимулювати приплив вільного капіталу в реальний сектор, доцільним є проведення роз'яснювальних заходів.

Для локалізації ринку надання кредитів, тобто забезпечення ситуації, коли кошти населення регіонів через регіональну банківську систему йдуть на кредитування підприємств, що є податковими резидентами цих регіонів, можна створити механізм привілеїв для початкових кредиторів. Як можливий приклад привілею може бути використана практика підвищеного відсотка по депозитах у ключовому регіональному банку, який виплачується за рахунок коштів регіонального бюджету. Таким чином, буде вирішено завдання стимулювання припливу коштів населення в банківську систему конкретного регіону через систему депозитів із подальшим збільшенням кредитування підприємств реального сектору економіки [2, с. 35–39].

Для того щоб розвиток регіону мав сталий характер, важливо побудувати ефективний механізм взаємодії між керівництвом державної та регіональної влади. Важливо також забезпечити здатність оперативно усувати суперечності, які можуть виникнути в результаті рішень комітетів, що здійснюють різні напрями регіональної політики. Одним із ключових завдань у процесі управління сталим розвитком регіону є встановлення взаємодії між елементами регіональних систем, а також формування системи взаємозв'язку складових регіональної політики (рис. 1).

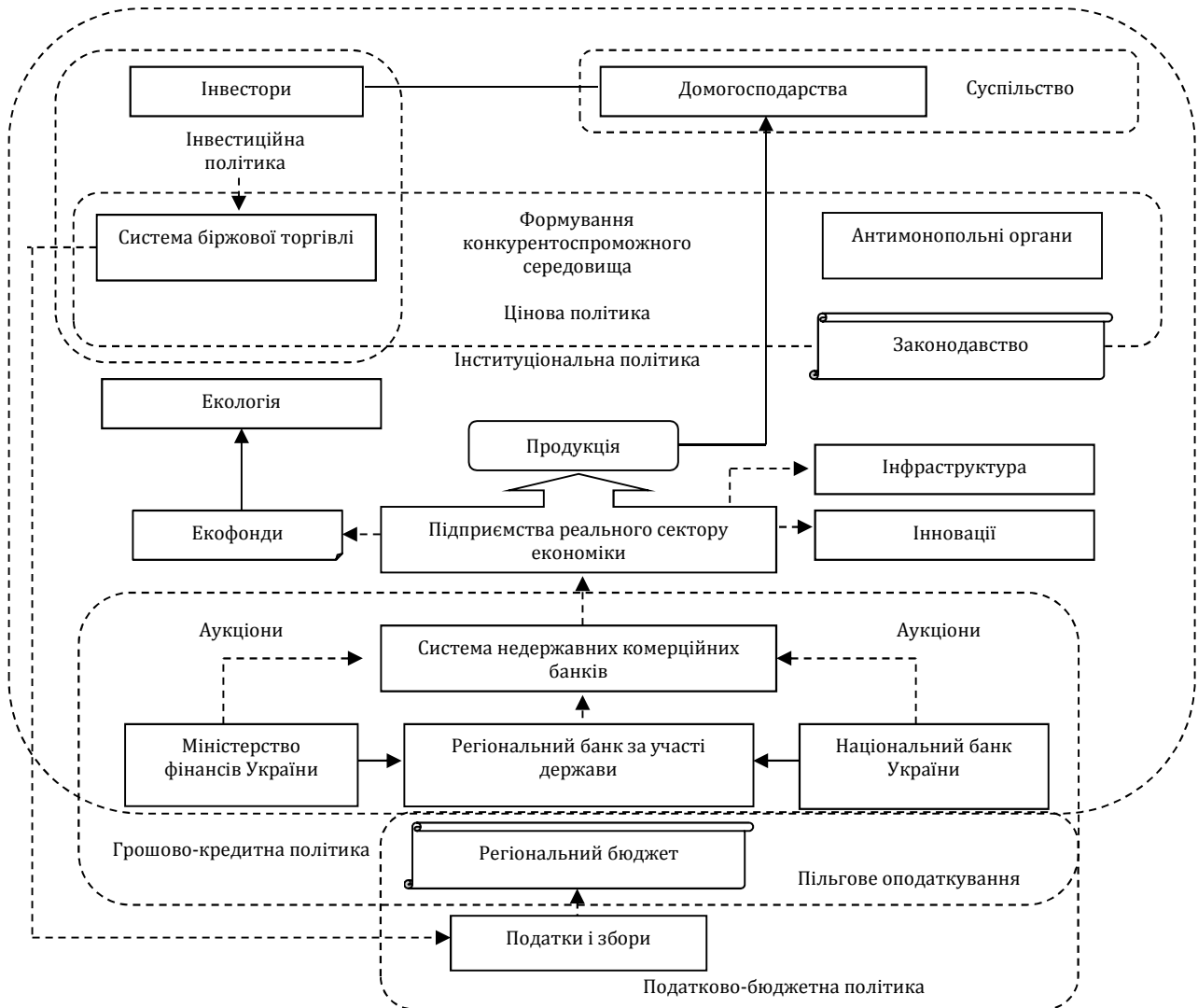


Рис. 1. Взаємозв'язок компонентів регіональної політики в контексті забезпечення сталого регіонального розвитку

Найважливішими напрямками регіональної політики є:

- формування якісних систем соціальної та виробничої інфраструктури на рівні регіону;
- формування ефективних регіональних ринків (трудова ресурсів, споживчих товарів та ін.), їх подальше удосконалення та розвиток;
- удосконалення територіальної організації сільськогосподарського виробництва, розвиток різних форм власності та господарювання;
- забезпечення екологічної безпеки проживання населення;
- соціально-економічна реабілітація територій, що постраждали від негативного екологічного впливу;
- розвиток галузей соціальної сфери з урахуванням демографічної структури населення та особливостей розселення;
- проведення приватизації неефективних об'єктів комунальної власності;
- підтримка «точок зростання» – міст, що володіють великим науково-технічним і виробничим потенціалом, районів із високоефективним сільським господарством, вільних економічних зон, технопарків та інноваційних центрів.

Отже, основним елементом системи управління сталим розвитком регіонів є регіональна політика як інструмент вирішення проблеми сталого розвитку, що являє собою сукупність взаємопов'язаних дій у сфері інституційних і структурних перетворень в економіці з метою поліпшення економічних, соціальних, інфраструктурних, інноваційних та екологічних показників регіону.

Література

1. Карпінський Б. А. Сталий розвиток економіки: узагальнена модель [монографія]. / Б. А. Карпінський, С. М. Божко. – Львів: Логос, 2005. – 256 с.
2. Коломицева О. В. Оцінка впливу структурних зрушень на економічний розвиток / О. В. Коломицева // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – Черкаси: ЧДТУ, 2009. – Вип. 23, Ч. I. – С. 35 – 39.

УДК 352.07:338.24

Градобоєва Є.С.,

*к.е.н., старший науковий співробітник
відділу економіко-правових проблем містознавства,
Інститут економіко-правових досліджень НАН України,
м. Київ*

ПРО ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІСЬКИХ АГЛОМЕРАЦІЙ В УМОВАХ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Управління розвитком міських агломерацій є одним з найбільш складних та дискусійних питань в Україні, актуальність якого набуває особливої гостроти в умовах фінансово-економічної кризи, оскільки агломерації виступають вагомим чинником економічного розвитку територіальних громад, підвищення якості життя їх населення і сприятимуть мінімізації наслідків кризових явищ та забезпеченню стабілізації економічної ситуації в містах і регіонах країни. Актуальність, складність та суперечливість зазначених питань обумовили жвавий дослідницький інтерес до проблематики формування, розвитку міських агломерацій та управління цими процесами. Слід відзначити, що наукові школи із вивчення феномену виникнення та дослідження особливостей розвитку міських агломерацій в Україні існують понад п'ятдесят років поспіль. Ще з радянських часів ця проблематика досліджувалася такими вченими, як Д. Богорад, Г. Лаппо [1; 2]. З роками науковий інтерес до дослідження міських агломерацій поживався [3–5].

Проте, незважаючи на існуючий значний наявний науковий доробок і накопичений досвід з питань формування, функціонування та розвитку міських агломерацій, ця проблематика, внаслідок своєї багатогранності та динамічності, міждисциплінарного характеру, матиме низку недостатньо визначених аспектів і дискусійних питань. Зокрема, слід зазначити, що в даний час бракує системних досліджень теоретичних і прикладних положень із визначення ролі міських агломерацій в забезпеченні стабілізації ситуації і сприяттє подальшому економічному та соціальному розвитку міст і регіонів України в кризових умовах.

Як свідчить аналіз наукових джерел [1–5], а також оцінка зарубіжного досвіду та вітчизняної практики формування і тенденції розвитку міських агломерацій, найбільш гострими проблемами, що перешкоджають останньому, в даний час є: негативні наслідки прискореної урбанізації індустріального типу, що активно стимулювалася в часи СРСР; наявність інфраструктурних обмежень, а також обмежень фінансової незалежності місцевої влади при реалізації проектів розвитку території; відсутність спеціального правового регулювання; складність організації територіального управління та впровадження системи стратегічного планування внаслідок недосконалості правової площини розвитку міської агломерації, наявності певних протиріч в правовому регулюванні містобудівних, земельних, фінансових відносин; низька питома вага позабюджетних джерел в загальній сукупності залучених коштів для реалізації пріоритетних проектів розвитку міських агломерацій, у тому числі з використанням механізмів державно-приватного партнерства. Перелічені проблеми значно посилюються в умовах фінансово-економічної кризи.

Отже, в даний час доцільною та надзвичайно важливою є підтримка на державному рівні агломераційних процесів в Україні, оскільки розвиток міських агломерацій є ефективним шляхом нівелювання, мінімізації, подолання, недопущення наслідків кризових явищ. Окремі кроки в цьому напрямі Урядом вже зроблено і нині намітилися певні позитивні зрушення. Україною вже визнано необхідність і важливість сприяння та всебічної

підтримки процесів розвитку міських агломерацій, на чому наголошено у положеннях відповідного стратегічного програмного документу – Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 (далі – Державна стратегія) [6]. При цьому серед основних завдань державної політики в цьому напрямі Державною стратегією визначено: формування нормативно-правової бази щодо запровадження дієвих механізмів міжмуніципального співробітництва суміжних громад у стратегічному плануванні та забезпеченні розвитку їхніх територій на рівні міських агломерацій і мікрорегіонів (субрегіонів); впровадження системи стратегічного планування розвитку міських агломерацій.

Варто відзначити, що Урядом вживаються вичерпні заходи щодо забезпечення реалізації зазначених положень державної політики у сфері розвитку міських агломерацій і в цілому реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади. Так, із прийняттям Закону України «Про співробітництво територіальних громад» від 17.06.2014 р. № 1508-VII створюються передумови для повнішого використання європейського досвіду у організації та стимулюванні співпраці територіальних громад базового рівня. В той же час підтримка розвитку міських агломерацій в умовах фінансово-економічної кризи вимагає подальших стратегічних кроків як від державних органів влади й управління, так і від органів місцевого самоврядування, зокрема, включаючи співпрацю з профільними науково-дослідними установами в питаннях залучення вітчизняних і зарубіжних науковців відповідної спеціалізації, фахівців-практиків, експертів-економістів, юристів, соціологів, містобудівників, представників владних структур всіх рівнів із метою організації і проведення відповідних науково-практичних конференцій, круглих столів, семінарів-тренінгів, в форматі яких створити наукову площадку для публічного обговорення та дискусії щодо розробки організаційно-економічних напрямів розвитку міських агломерацій, ознайомлення із досвідом кращих практик розвитку міських агломерацій; підготовки науково обґрунтованих пропозицій щодо підвищення ефективності системи правових норм, які визначають засади економічного співробітництва територіальних громад, правовий статус міських агломерацій, а також для підвищення рівня кваліфікації працівників органів місцевого самоврядування та державних службовців зацікавлених установ з проблематики розвитку міських агломерацій тощо.

Література

1. Богорад Д.И. Городские агломерации Украинской ССР. Основные положения и выводы / Д.И. Богорад. – К. : НИИСП Госстроя УССР, 1966. – 73 с.
2. Лаппо Г.М. Развитие городских агломераций в СССР / Г.М. Лаппо. – М.: Наука, 1978. – 152 с.
3. Булеєв І. Організаційно-економічне забезпечення розвитку міських агломерацій / І. Булеєв, Н. Брюховецька // Схід. – 2013. – № 6 (126). – С. 39 – 45.
4. Назарко А.Т. Міські агломерації в Україні: проблеми правової інституціоналізації / А.Т. Назарко // Актуальні проблеми держави і права. – 2011. – Вип. 61. – С. 144 – 150.
5. Phelps N. Contrasts in agglomeration: proto-industrial, industrial and post-industrial forms compared / N. Phelps, T. Ozawa. – Progress in Human Geography. – 2003. – 27(5). – pp. 583 – 604.
6. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2014 р. № 385 // Офіційний вісник України. – 2014. – № 70. – Ст. 1966.

УДК 332

Гуджан О.В.,
здобувач,
Заблодська Д.В.,
лаборант,
Інститут економіко-правових досліджень НАН України,
м. Сєверодонецьк

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Для дослідження та оцінки ефективності використання організаційного потенціалу регіону спочатку проаналізуємо основні підходи до оцінки різних зарубіжних та вітчизняних вчених.

Шведський дослідник з питань оцінки діяльності державних органів влади Е. Ведунг використовує модель "внесок - продукт", яка була розроблена представниками Європейського Союзу для оцінювання певних проектів. Вона є більш розгорнутою і до неї належить ще й поняття продуктивності. Перший показник, який виділяє Е. Ведунг для оцінки ефективності використання організаційного потенціалу регіону - це продуктивність. Згідно з цим критерієм органи державної влади повинні працювати максимально продуктивно [1, с. 69].

Показник ефективності автор поділяє на два показники: ефективність як "витрати - вигоди" і ефективність як "витрати - результативність". Результативність, на думку Е. Ведунга, - це оцінювання досягнення мети без врахування нанесених витрат. Тут береться до уваги лише ступінь досягнення цілей і оцінка впливу отриманих результатів [1, с. 70]. Інакше кажучи, визначено 4 важливі критерії при оцінці ефективності використання організаційного потенціалу регіону, табл. 1.

Отже, результативність не пов'язується із витратами. І якщо говорити про використання ресурсів для досягнення відповідних результатів, то мова йдеться вже не про результативність, а про ефективність. На думку М. Лесечка, А.Чемериса та Р. Рудницької, слід виділити такі основні критерії для оцінки ефективності використання організаційного потенціалу регіону [2, с. 291]:

1. Економічність - мінімізація вартості ресурсів, спрямованих на господарчу діяльність регіону, з огляду на відповідну якість, правильність використання державних фондів за визначеним рівнем ефективності.

Завдяки цьому можна визначити, чи ресурси відповідають потребам, якою мірою вони використовуються, співвідношення реальних видатків із бюджетом тощо. Іншими словами, економічність означає використання належної кількості ресурсів відповідної якості у належний час, у необхідному місці, за розумну ціну - тобто правильне витрачання, орієнтиром є найменші витрати.

2. Ефективність - співвідношення між валовим регіональним продуктом у вигляді наданих товарів (послуг) та ресурсами, використаними на їх створення. Тут аналізу піддаються використання найраціональніших методів роботи, співпраця підрозділів, використання стимулювання працівників для скорочення витрат робочого часу. Основна увага зосереджена на тому, чи справді одержуємо максимальний валовий регіональний продукт у термінах, кількості та якості, які відповідають нашому внеску і діяльності. Тобто йдеться про добре витрачання, а орієнтиром є найкращий практичний досвід.

3. Результативність - ступінь відповідності досягнутих результатів поставленій меті, погодження використаних засобів і результатів з поставленою метою. Цей показник дає можливість оцінити чи вчасно досягнута мета і за яку ціну досягнуто ступінь ефективності використання організаційного потенціалу регіону. Орієнтир - встановлені цілі (норми).

Таблиця 1

Критерії оцінки ефективності використання організаційного потенціалу регіону

Критерій ефективності	Розуміння критерію
I. Результативність	ступінь досягнення цілей, результатів, вартість ігнорується
II. Продуктивність	продукт через витрати
III. Ефективність (витрати - вигоди)	грошова цінність результатів заходів програми через грошову вартість заходів програми
IV. Ефективність (витрати - результативність)	результати заходів програми у фізичному вираженні через грошові витрати на заходи

Під "результатом" можна розуміти: по-перше, здатність регіону ефективно виконувати свої функції; по-друге, безпосередній валовий регіональний продукт (товари або послуги); по-третє, корисність кінцевого продукту для розвитку регіону у різних сферах; по-четверте, кількість або вид категорії населення - одержувачів кінцевого продукту; по-п'яте, зміни, до яких може привести використання організаційного потенціалу регіону [3, с. 70].

Розробка системи оцінки ефективності використання організаційного потенціалу регіону за допомогою результативних показників передбачає розуміння того, якої мети намагаються досягти і наскільки є повною інформація про обсяг послуг, що виробляються за відповідний проміжок часу.

Для того щоб комплексно оцінити ефективності використання організаційного потенціалу регіону використовується такий алгоритм.

Крок I. Визначення суми всіх витрат чи вхідних ресурсів, що були використані для реалізації стратегії розвитку регіону.

Крок II. Визначення валового регіонального продукту після реалізації стратегії.

Крок III. Визначення кількісних або якісних результатів реалізації стратегії.

Крок IV. Співвідношення витрат на стратегію та результатів. При цьому максимальний ефект буде досягнуто за мінімального використання ресурсів при максимально можливому, незмінному результаті.

Крок V. Зіставлення результатів стратегії з її завданнями - цілями - метою. При цьому ефект буде максимальним тоді, коли результати будуть максимально збігатися із завданнями, її цілями та метою.

Крок VI. Зіставлення результатів та завдань стратегії розвитку регіону із поставленими проблемами. При цьому максимальний ефект буде досягатись при вирішенні поставлених проблем [4, с.290].

Отже, одним з визначальних критеріїв для оцінки ефективності використання організаційного потенціалу регіону є результативність, тобто максимально можливе вирішення проблеми та досягнення поставлених стратегічних цілей на при мінімальних затратах ресурсів.

Література

1. Ведунг Е. Оцінювання державної політики та програм / Пер. з англ. В.Шульга. - К.: Все увито, 2003.- С. 290.
2. Лесечко М.Д., Рудніцька Р.М., Артим П. Аудит ефективності та результативності діяльності місцевих органів влади: теоретичні та практичні аспекти: Навч. посіб. - Л., 2006. - С. 352.
3. Артим І. Факторно-критеріальний підхід до оцінки ефективності державного управління // Актуальні проблеми державного управління: 36. наук. пр. УАДУ / За заг. ред. А.О.Чемериса. - Л.: ЛФ УАДУ; Кальварія, 2003. - Вип. 4. - С. 68-75.
4. Ефективність державного управління / Ю.Бажал, О.Кілієвич, О. Мертенс та ін.; За заг. ред. І.Розпутенка. - К.: Вид-во "К.І.С.", 2002. - 420 с.

Галина Гуменюк,

канд. пед. наук, доцент,

ДНВЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",

Івано-Франківськ,

Христина Смаль,

студент спеціальності "Туризмознавство" ОКР "магістр",

ДНВЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",

студент спеціальності "Менеджмент туризму" "магістр",

Державної Вищої Професійної Школи ім. Якуба з Парадижа

в Гожові Великопольському, Польща

РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ФЕСТИВАЛЬНОГО РУХУ

Фестиваль – (від фр. festival, лат. Festivus – святковий) масове святкування, показ, огляд досягнень театрального, естрадного, музичного, циркового та кінематографічного мистецтва [1].

Виділяють наступні види фестивалів : національні; міжнародні; фестивалі за спеціалізацією.

Останні в свою чергу поділяються на : історичні, етнічні, музичні, гастрономічні, тематичні, мистецькі, спортивні, театральні. Також фестивалі розрізняють за тривалістю (від декількох днів – до декількох місяців).

Фестивальний рух як популярний спосіб проведення дозволя і відпочинку відносно молодий. Відомо, що музичні фестивалі зародилися у Великобританії (Лондон 1709 рік) і спочатку були пов'язані з церковною музикою. Найстаріший ж щорічний музичний фестиваль згідно з Книгою рекордів Гіннеса є фестиваль "Pinkpop Festival" що проходить з 1970 року в Нідерландах (Ландгграф). Цей фестиваль проводиться з 30 травня до 1 червня, щорічно кількість глядачів невпинно росте і за останні роки перевищила кількість 60-70 тисяч. Для задоволення музичних потреб такої кількості людей зводиться чотири сцени, на яких за час проведення фестивалю встигає виступити більше 40 груп. З кожним роком чисельність музичних фанатів що бажають відвідати цю грандіозну подію року тільки зростає. Так, у 2008 році фестиваль відвідали близько 180 тисяч меломанів, у 2011 ж їхня кількість зросла до 200 тисяч. Грандіозне дійство чекає своїх гостей й цього року. Безліч вражень, емоцій та звичайно музики організатори гарантують [2].

Масове поширення фестивалів і організацію перших міжнародних фестивалів, набули популярності в середині 40 – х років XX ст.

Фестивальний рух у Європі набирає обертів популярності і використовує для розвитку усі можливі ресурси та досвід років. До числа найвідоміших подій у сучасному культурному житті відносять такі фестивалі як Еденбурзький (Великобританія), куди з'їжджаються кращі в світі оперні, балетні та театральні колективи, а також різні фольклорні ансамблі. Сюди ж стікаються й шанувальники вічного мистецтва.

Серед любителів класичної музики популярністю користуються й міжнародні фестивалі в Сантандері (Іспанія, проводиться вже 50 років) і Люцерні (Швейцарія). Найважливішими подіями у світі творчості стали останнім часом фестивалі кіномистецтва. Вони традиційно проводяться в Каннах (Франція), Венеції (перший у світі міжнародний кінофестиваль в 1932 році), Берліні, Токіо, Москві, Каїрі (найбільший кінофестиваль в арабському світі). До числа фестивальних заходів, що привертають тисячі туристів відносяться: корида (Іспанія, Португалія, Франція), паради і фестивалі квітів (Голландія, Таїланд), парад Королівської кінної гвардії в Лондоні (Великобританія), фестивалі вина (Франція, Швейцарія) і пива (Німеччина), конкурси краси (найстаріший з подібних – "Міс світу" заснований у 1951 році і проводиться щорічно в Сан-Сіті, ПАР). А також і екзотичні – гонки буйволів і скачки слонів (Таїланд), забіги ящірок (США), міжнародний чемпіонат з стрижці овець "Золоті ножиці" (Нова Зеландія).

Протягом останніх десятиліть все більшої популярності набувають карнавали. Наприклад, карнавал в Ріо-де-Жанейро, який відомий у всьому світі. Цей яскравий парад шкіл самби належить до найбільших світових свят. Карнавал організується міністерством туризму міста спільно з Лігою Шкіл Самби а також телекомпаніями, що транслюють подію. Ще 1928 року у Ріо-де-Жанейро виникла перша школа танцю самби під назвою "PDeixa Falar". Створена танцівником самби Ісмаелем Сілвоу, вона пізніше перейменовується на "Estacio do Sa", за іменем засновника Ріо-де-Жанейро. З Ріо традиція карнавальних парадів шкіл самби розповсюдилася на інші міста і особливо прижилася у Сан-Паулу. Мільйони туристів із різних куточків Бразилії і всього світу стають свідками незабутнього феєричного шоу, яке складається зі звуків, запальних ритмів, танців, буяння кольорів і практично безупинно триває 5 діб. Карнавал в Ріо-де-Жанейро, до якого готуються протягом року – невід'ємний символ бразильської культури [3].

Фестивальний туризм став уже невід'ємною складовою туристичної індустрії, способом проведення дозвіллям, засобом відновлення психо-фізіологічних сил людини. Особливо це стало помітним за останні роки, в зв'язку із зростанням швидкості темпу життя. У Європі вже давно зрозуміли плюси даного виду туризму. Для проведення успішного фестивалю не завжди потрібні багаті туристичні ресурси чи туристичний потенціал. Специфіка фестивального руху полягає саме в тому, що тут головну роль не відіграють туристичні пам'ятки чи інфраструктура, а безпосередньо масове дійство приурочене заздалегідь вибраній темі чи жанру. А теми можуть бути справді найрізноманітнішими. Цю теорію підтверджує список найоригінальніших, і за сумісництвом, найпопулярніших фестивалів світу : "Вегетаріанський" фестиваль, фестиваль "Томатина" та фестиваль "Танцюючих Деревішів".

Справжнє художнє пробудження відбувається на фестивалі "Burning Man" ("палаюча людина"). Незважаючи на досить зловісну назву, ("палаюча людина", "палаючий чоловік"), фестиваль є надзвичайно мирним зібранням художньо відкритих людей. Щорічний, восьмиденний фестиваль починається в останній понеділок серпня в одній хвилині за північ. Проходить він у США, невеличкому містечку штату Невада, в пустелі Black Rock. Тут виростають цілі міста, іноді кількість мешканців досягає 40 і більше тисяч людей.

Організатори описують цей фестиваль як експеримент у суспільстві, спробу радикального самовираження і

радикальної впевненості у собі. І таки видався вдалий експеримент, оскільки фестиваль започатковували як тимчасовий, а тепер він один з найпопулярніших у світі. Кожного року, засновник фестивалю Ларрі Харві, створює тему, надає напрям для польоту думки учасникам, а ті вже в свою чергу виконують поставлене завдання хто як бачить. Обмежень у використанні матеріалів немає. Цілодобово, що б не сумували гості проводяться ярмарки, грає жива музика та проводяться різноманітні майстер-класи [4].

Саме ці фестивалі є одними з найпопулярніших і найвідвідуваніших у світі. Кожний з них має свою історію та традиції проведення. Вони зачаровують та вражають. І з кожним роком кількість таких фестивалів тільки збільшується, люди все частіше вибирають не просто відпочинок на березі моря чи на природі, вони прагнуть відновити не тільки свої фізичні сили, а й побачити щось нове, чомусь навчитися, набратись позитивних вражень і емоцій чи навіть стати не звичайним глядачем, а активним учасником. Всі ці потреби людина може задовольнити відвідавши хоча б один із багаточисленних фестивалів. Такий спосіб організації дозволяє також зустрітися з масою однодумців, продемонструвати свої таланти та досягнення у визначеній сфері та оцінити уміння інших. Фестивальний туризм вже став популярним видом туризму в країнах Європи та Америки. Він продовжує успішно розвиватися і набувати все більшої популярності.

Література

1. Перша рейтингова система "RATE1" (найстаріші музичні фестивалі Європи) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерел : <http://www.rate1.com.ua/kultura/muzika/1874/>
2. Словopedia (Словник англіцизмів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерел : <http://www.slovopedia.org.ua/39/53412/260991.html>
3. Смал І. Структура туристичних ресурсів – карнавали / І. Смал // [Електронний ресурс – онлайн бібліотека]. – Режим доступу до джерела : http://www.tourlib.net/books_ukr/smal11.htm
4. Фестиваль "Burning man" [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела : <http://burningman.org/culture/history/brc-history/event-archives/>

УДК 332.14:330.1(477)

Жукова Н.В.,

аспірант відділу регіональної політики
Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД),
м.Київ

МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ МІСТ УКРАЇНИ

Безпечний сталий розвиток малих міст України потребує врахування низки системно пов'язаних між собою, взаємообумовлених та взаємозалежних ризиків – екологічних, виробничих, інвестиційних, фінансових, інституційних, демографічних тощо. У цих умовах особливе значення набувають реальні можливості малого міста сформувати енергетичну безпеку України, залишаючись при цьому стійкою і прогресуючою територією, здатною ефективно нейтралізувати або попереджати появу енергетичних загроз. Під енергетичною безпекою малого міста розуміють сукупність поточного стану умов і факторів, що характеризують сталість та поступальність розвитку економіки малого міста. Вони виражаються у можливості проводити власну енергетичну політику, здатності самостійно здійснювати енергетичні заходи по невідкладних соціально-вибухових ситуаціях.

На енергоефективність економіки малих міст негативно впливають домінування енергоємних виробництв, зношеність основних фондів житлово-комунального господарства, низький рівень впровадження енергоефективних технологій та використання альтернативних джерел енергії, насамперед, через обмеженість коштів. Серед основних показників, що визначають енергетичну залежність малих міст України, їх економічний стан та економічну залежність громадян від зростання тарифів на газ і теплову енергію, виокремлюють показник заміщення природного газу місцевими джерелами палива та енергії, зокрема, біопаливом; показник питомого споживання теплової енергії житловими та комунальними будівлями за рік; показник кількості грошових коштів, фактично спрямованих на підвищення енергоефективності.

Результати рейтингу енергоефективності регіонів України *Ukrainian Energy Index (UEI) 2013* [1], підтверджують, що малі міста різних регіонів України мають значний нереалізований потенціал енергозбереження, особливо в житловому-комунальному секторі та енергопостачанні. Серед пріоритетних напрямків забезпечення економіко-енергетичної безпеки малого міста виокремлюють: підвищення енергоємності житлово-комунального сектору; зниження інтегрального споживання палива та енергії малого міста у галузях промисловості, сфері послуг та секторі житлового господарства; заміщення споживання викопного палива відновлюваними джерелами енергії.

Основними інструментами підвищення рівня енергоефективності малих міст України визначено:

1. Регуляторні інструменти, а саме: складання енергетичного паспорту малого міста на основі зведеного паливно-енергетичного балансу за показниками базового року, впровадження дорожньої карти з питань енергоефективності та використання відновлюваних джерел енергії, встановлення мінімальних коефіцієнтів споживання тепла для будівель, впровадження та функціонування системи енергетичного менеджменту тощо.

2. Інформаційні інструменти, спрямовані на підвищення обізнаності суспільства по відношенню до проблем енергозбереження та ефективного використання ресурсів.

3. Монетарні інструменти, у тому числі отримання грантів від світових та європейських організацій під проекти, що пов'язані з підтримкою заходів із підвищення енергоефективності у малих містах України, надання пільг та субсидій організаціям, які приймають участь в виробництві та впровадженні альтернативних джерел енергії.

Найпершим кроком на шляху забезпечення енергетичної безпеки малого міста є підвищення енергетичної ефективності будівель, а саме: встановлення технологічного обладнання, спрямованого на запровадження автоматизованого керування режимами роботи котельного обладнання (радіаторних терморегуляторів і термогідроліків, побудинкових приладів обліку теплової енергії та температури, автоматичних балансувальних клапанів стояків); утеплення зовнішніх стін та даху будинків пінопластом або мінеральною ватою; побудова індивідуальних теплових пунктів тощо. Все це сприяє зниженню споживання природного газу кожною квартирою для потреб опалення в середньому на 15-25 %.

Ефективним заходом в сфері удосконалення енергоспоживання в комунальній інфраструктурі малого міста визнано модернізацію мереж вуличного освітлення. Впровадження енергозберігаючих джерел світла та систем освітлювання (зокрема, заміна старих ламп розжарення натрієвими та світлодіодними), заміна неізольованих проводів відгалужень від ліній передач, впровадження багатотарифного обліку та автоматичного управління таймерами, встановлення сонячний колекторів дозволяє оптимізувати витрати електроенергії.

Скороченню споживання теплової енергії житловими та комунальними будівлями малих міст сприяють заміна та ремонт котлів теплових мереж, у тому числі із заміною їх на попередньо ізольовані, оптимізація роботи насосних станцій та очисних споруд, нові конструкції автоматичних клапанів (вантузів), безтраншейні технології для відновлення трубопроводів під час ремонту та реконструкції мереж, енергозберігаючі конструкції каналізаційних очисних споруд блочного типу тощо.

Більшість малих міст України розташовано в сільськогосподарських районах, тому у рамках реалізації політики диверсифікації джерел енергопостачання актуальним є впровадження технологій заміщення природного газу альтернативними видами енергії, зокрема, біомасою. Широке залучення відходів АПК та енергетичних культур до паливно-енергетичного балансу України сприятиме заміщенню газу та використання біомаси у ЖКГ та бюджетній сфері на 3,2 млрд куб м на рік до 2020 року [2]. Переведення бюджетних установ малих міст на опалення відходами деревини, впровадження на котельнях технологій, що працюють на трісці та кукурудзяних качанах, створення виробництва пілет із соломи, що забезпечують біопаливом садиби та інші господарства стає питанням виживання багатьох малих міст країни.

Суб'єктивний фактор відіграє визначну роль у структурі споживання енергії малого міста. Питомої ваги ефективність заходів з енергозбереження набуває за умови активної інформаційно-просвітницької роботи. Серед її основних напрямків слід зазначити співпрацю із закладами освіти в питаннях виховання в молодого покоління енергоощадної свідомості, систематичне розміщення в місцевих ЗМІ інформаційних матеріалів про проблеми неефективного енерговикористання, поради щодо зменшення втрат енергії на роботі та в побуті, функціонування колегіального дорадчого органу з питань енергозбереження тощо.

Забезпечення сталого розвитку є одним з базових принципів європейської політики. Функціонування усіх елементів життєдіяльності суспільства залежить від гарантованого забезпечення його енергетичними ресурсами. Саме тому пошук шляхів для гарантування енергетичної безпеки є актуальним завданням, розв'язання якого сприятиме сталому розвитку економіки як у малих містах, так і в країні в цілому.

Література

1. Рейтинг енергоефективності України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.energy-index.com.ua/uk/about/> (дата обращения 20.03.2015 г)
2. Біоенергетика замість газу// Георгій Гелетуша, Тетяна Железна, Біоенергетична асоціація України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2015/01/9/520368/> (дата обращения 20.03.2015 г)

УДК 631.95

Жулканич Н.О.,
магістр з менеджменту,
ДВНЗ "Ужгородський національний університет"

АКТУАЛЬНІ ЗАСАДИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В РЕГІОНІ

Аграрний сектор є важливою складовою економіки України, від функціонального стану якого безпосередньо залежить продовольче забезпечення країни та її регіонів, розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, а отже і рівень життя населення. Частка сільського господарства (включаючи мисливство та лісове господарство) у 2013 р. в загальному обсязі валової доданої вартості усіх галузей економіки становила 9,1 %, а обсяг продукції сільського господарства в усіх категоріях господарств у фактичних цінах становив 308,1 млрд грн.

Важливість аграрного сектору для країни ще і в тому, що вироблена в сільському господарстві 1 гривня продукції дає змогу одержувати понад 12 грн. продукції в інших галузях. До того ж, сільські території є місцем оздоровлення жителів країни, а сільське населення – оберегом національних звичаїв та традицій.

Одним із основних факторів розвитку аграрного сектору є земля. За даними Земельного обліку загальна площа сільськогосподарських угідь на початок 2014 р. становила 41,5 млн.га (69 % території України), з яких 32,5 млн.га – площа ріллі. Із загальної площі сільськогосподарських угідь 49,2 % припадало на сільськогосподарські підприємства, 38,4 % – землі громадян, 10,9 % – землі запасу та землі, надані у власність і постійне користування, 1,5 % – на інших користувачів. Сільськогосподарська освоєність території досягла 72,0 %, а ступінь розораності земельної площі – 56,0 % [3, с. 146].

У 2013 р. в сільському господарстві отримано 13,7 % приросту загального обсягу продукції сільського господарства. Загальні обсяги продукції збільшилися у сільськогосподарських підприємствах на 20,7 %, в господарствах населення – на 6,4 %. Значний приріст обсягів у підприємствах підвищив їх частку у загальному

виробництві сільського господарства до 53,8 % у 2013 р. (проти 50,7 у 2012 р.). Вклад господарств населення у загальне виробництво аграрної продукції проти 2012 р. скоротився на 3,1 в.п. і склав 46,2 %.

В результаті земельної реформи відбувся значний перерозподіл земельних угідь між власниками та землекористувачами і в Закарпатській області. Станом на 01.01.2014 р. з 451,3 тис.га сільськогосподарських угідь 42,8 тис.га (9,5 %), в тому числі 29,7 тис.га ріллі використовують сільськогосподарські підприємства. У володінні та користуванні громадян, включаючи селянські (фермерські) господарства, знаходиться 359,5 тис.га (79,6 %) сільськогосподарських угідь, в тому числі 163,3 тис. га ріллі. На селі більше половини домогосподарств (52,5 %) мають у користуванні земельні ділянки площею до 1 га, більше чверті домогосподарств – від 1 до 5 га, кожне сьоме - 5-10 га [1, с. 26].

Збільшення землекористування в господарствах населення сприяло нарощуванню виробництва сільськогосподарської продукції. В 2013 р. господарства населення виробили продукції сільського господарства на суму 4087,7 млн.грн, або 94,8 % загального виробництва, в тому числі 273,9 тис.т зернових і зернобобових (84,3 %), 609,9 тис.т картоплі (99,2 %), 284,9 тис.т овочів (98,6 %) [4, с. 112].

Разом з тим, в системі національного землекористування країни є ряд проблем:

- незавершеність аграрної (в тому числі й земельної) реформи;
- недоотримання сільськогосподарськими товаровиробниками науково обґрунтованих сівозмін та ґрунтозахисних технологій;
- для вирощування сільськогосподарських культур не вноситься потрібна кількість органічних і мінеральних добрив, що призводить до виснаження ґрунтів, зниження їх родючості та посилення деградації;
- в Україні сільськогосподарська освоєність земель перевищує екологічно обґрунтовані норми: розораність сільськогосподарських угідь на Україні на початок 2014 р. становила 78 %, а в окремих областях – до 90 %, що є небезпечним явищем особливо з огляду на наявність значних площ еродованих земель; збільшуються площі засолених і закислених ґрунтів, відбувається зниження гумусу на орних землях; в системі раціонального використання та охорони земель важливим є завершення кадастрової оцінки землі, вирішення порядку купівлі-продажу земельних ділянок, організація земельних аукціонів.

В регіональному вимірі, для Закарпатської області поряд з вищенаведеними проблемами актуальні є ще й такі:

- рівень раціонального використання земель в області зростає у зв'язку з низькою землезабезпеченістю;
- в розрахунку на одного жителя області припадає 0,35 га сільськогосподарських угідь і 0,16 га ріллі, показники є найнижчими в державі;
- для області актуальним є вирішення питань використання земель в гірських та передгірних районах, зокрема полонинських та лісових угідь;
- важливим для суб'єктів аграрного господарювання області є протипаводковий захист прибережних земель, запобігання ерозії земель та змиву найбільш родючого шару ґрунту.

На найближчу перспективу в системі національного сільськогосподарського землекористування регіону доцільними є наступні організаційно-економічні заходи:

- розробити концепцію та методику моніторингу земель як складової державної системи моніторингу довкілля країни та затвердити концептуальні положення з питань формування адаптивних систем землеробства, які мають запобігати негативним наслідкам природних аномалій;
- розширити дослідження розвитку сільських територій з поєднанням наукових засад сільськогосподарського землекористування та наукового забезпечення підвищення конкурентоспроможності агропромислового виробництва;
- потребує наукового обґрунтування екологічнобезпечної трансформації сільськогосподарського землекористування, забезпечення організації території і консолідації земельних ділянок на основі ландшафтного підходу в умовах парцеляції земель, можливостями нарощування виробництва органічної сільгосппродукції;
- важливим є здійснення комплексного підходу до планування і раціонального використання земельних ресурсів, екологізації землекористування, запобігання деградації земель у вразливих екосистемах на основі сталого ведення сільського господарства та розвитку сільських територій регіонів;
- забезпечення системного врахування природних властивостей та соціально-економічних особливостей використання земель, оптимізації різних видів землекористування з одночасним збереженням і оздоровленням навколишнього середовища на основі впровадження екосистемного, ландшафтного, басейнового і агроохоронного підходів. В цьому контексті важливою є оцінка якісного стану земель, структури земельних угідь, реалізації заходів інтенсифікації землеробства, раціонального і господарського використання, відтворення і збереження земельних ресурсів;
- у зв'язку з орієнтацією на запровадження ринку земель актуальною є проблема заборони монополізації земельної власності, передусім на землі сільськогосподарського призначення. Владні й управлінські структури в регіоні покликані створити сприятливі умови для раціонального і ефективного функціонування цивілізованого, прозорого ринку земель сільськогосподарського призначення. Для цього слід поновити нормативну ґрунтову оцінку сільськогосподарських угідь, обґрунтувати землевпорядні заходи щодо агроекологічного районування території, узгодити способи використання земель, здійснити підбір сільськогосподарських культур для вирощування за продуктивністю та відновлювальною здатністю;
- важливим фактором сільськогосподарського землекористування для Закарпаття є його екологізація, зокрема удосконалення структури сільгоспугідь та оптимізація структури посівних площ, відтворення родючості ґрунтів і досягнення їх бездефіцитного балансу, здійснення консервації деградованих та технічно забруднених земель, впровадження екологічно орієнтованих методів ведення сільського господарства, забезпечення протипаводкового захисту сільськогосподарських угідь;
- згідно розробленої "Програми охорони і підвищення родючості ґрунтів на 2005-2015 роки" [2] в області доцільно перевести 4,8 тис.га орних земель з ухилом території понад 15° в сіножаті, питому частку багаторічних насаджень у структурі сільськогосподарських угідь, враховуючи виключно сприятливі ґрунтово-кліматичні умови

Закарпаття для їх вирощування, збільшити в рівнинній частині до 7,5 %, а в передгірській – до 10 %, а частку земель природоохоронного значення довести до 20 %.

Література

1. Лендел М. А. Аграрне виробництво в Карпатському регіоні: сучасний стан, тенденції, перспективи розвитку: монографія // М. А. Лендел. – Ужгород: Карпати, 2006. – 237 с.
2. Програма охорони і підвищення родючості ґрунтів на 2005-2015 роки. – Ужгород, 2004. - 37 с.
3. Сільське господарство України за 2013 рік : статистичний збірник/ Державна служба статистики України; за ред. Н. С. Власенко. – К., 2014. – 402 с.
4. Статистичний щорічник Закарпаття за 2013 рік/Головне управління статистики у Закарпатській області; за ред. Г. Д. Гриник. – Ужгород, 2014. – 511 с.

Журба І.О.,

*к.е.н., доцент кафедри економічної теорії і банківської справи
Черкаського державного технологічного університету*

СПЕЦИФІКА КЛАСТЕРНОЇ ПОЛІТИКИ НА РІВНІ МУНІЦИПАЛЬНИХ УТВОРЕНЬ

Основними пріоритетами кластерної політики на рівні муніципальних утворень – координація зусиль членів, задіяних в ланцюзі виробництва і споживання продукції; розширення переліку і стандартизація якості продукції, що випускається, розширення ринків збуту, здійснення повного циклу виробництва і реалізації продукції до кінцевого споживача, підвищення загального рівня професійних навичок персоналу фірм, що входять в кластер, надання і захист економічних, правових і майнових інтересів членів кластеру; створення умов для саморозвитку кластерів (розвиток інфраструктури, вищої і професійної освіти, асоціації підприємців) та ін. [3]

Метою органів місцевого самоврядування м. Черкас повинно бути підвищення конкурентоспроможності місцевих підприємств. Для досягнення поставленої мети зусилля органів місцевого самоврядування в межах своєї компетенції повинні бути спрямовані на систематичну реалізацію наступних завдань:

- залучення місцевих кластерних ініціатив в регіональні кластери;
- інформаційно-аналітична підтримка місцевих кластерних ініціатив;
- нормативно-правова підтримка місцевих кластерних ініціатив;
- адміністративна підтримка місцевих кластерних ініціатив;
- податково-бюджетна підтримка місцевих кластерних ініціатив;
- грошово-кредитна підтримка місцевих кластерних ініціатив;
- інвестиційна підтримка місцевих кластерних ініціатив;
- розвиток інвестиційної складової місцевих кластерних ініціатив;
- розвиток інфраструктури;
- розвиток і залучення трудових ресурсів.

Основними напрямками кластерної політики на рівні муніципальних утворень можуть бути:

1. створення кластерів муніципальних підприємств;
2. розробка проектів створення кластерів підприємств різних галузей, продукція яких буде конкурентоспроможна на місцевому, регіональному, національному та глобальному ринках. Інформування інвесторів та сприяння розвитку кластерів - адміністративними та іншими наявними ресурсами;
3. створення привабливих умов для саморозвитку кластерів (розвиток інфраструктури, вищої і професійної освіти, асоціації підприємців та ін.);
4. створення соціальних кластерів (для підвищення зайнятості в групах ризику, вирішення соціальних проблем, збереження традиційної культури і ремесел);
5. створення екологічних кластерів (груп екологічних підприємств).

Для розробки і реалізації кластерної політики в місцевих владах необхідні спеціалісти з кластерного розвитку, а взаємодія міського врядування та бізнесу може бути організована через «муніципальну агенцію розвитку».

Основними специфічними проблемами в розробці і реалізації кластерної політики на рівні муніципальних утворень країни є:

- проблема «розмитих» чи «спірних» прав власності;
 - проблема недостатності фінансування;
 - проблема управлінської і фінансової залежності від регіональних органів влади і представників крупних корпорацій;
 - проблема недостатності кваліфікованих спеціалістів;
 - проблема недостатньої відповідальності перед населенням і малим бізнесом муніципалітету;
- Вирішення перерахованих проблем повинно сприяти активізації кластерної політики муніципальних утворень.

Найсуттєвіша роль в реалізації кластерної політики надається органам місцевого самоврядування. До їхніх завдань належить широкий перелік питань, починаючи від створення освітніх програм і завершуючи оновленням всіх ключових інфраструктур для потреб кластерів[1,2]. Найуспішнішим і найяскравішим прикладом управління

реалізації кластерних ініціатив на муніципальному рівні є проект кластерного розвитку Великого Едмонтону, який по суті, є унікальним прикладом створення масштабного регіонального кластеру.

Для реалізації кластерних ініціатив Едмонтону промислові лідери, регіональні партнери і корпорація економічного розвитку Едмонтону розробила стратегічний план – Конкурентну стратегію Великого Едмонтону, який став основним стратегічним документом, що визначав перетворення економіки регіону на довгострокову перспективу[4].

У відповідності з даним документом на перший період (2002 – 205 роки) повинно було бути забезпечено досягнення таких завдань: 38 000 нових робочих місць, збільшення ВВП на 2,6 млрд. дол., збільшення щорічного реального доходу на душу населення на 1840 дол., 60 млн. дол. Доходів бюджету Великого Едмонтону. За рахунок оподаткування власності/бізнесу.

Бізнес план конкурентної стратегії, прогноз економічного розвитку визначив 8 кластерів, які стали основними генераторами добробуту Великого Едмонтону.

- розвиток промислового виробництва;
- сільське господарство і лісоматеріали;
- біомедицина і біотехнології;
- інженерно-технічне обслуговування;
- інформація і інформаційне обслуговування;
- нафта, газ, хімічні промисловість;
- туризм і розваги;
- транспорт і логістика.

З метою розвитку кластерів було розроблено 9 флагманських ініціатив, які представляли собою «пронизуючі» ініціативи, спрямовані на розв'язання нагальних проблем і використання можливостей, які є спільними для багатьох кластерів. Ці флагманські проекти означали співробітництво між кластерами.

В зв'язку з цим, по аналогії з досвідом Великого Едмонтону, пропонується розробити ініціативи спрямовані на вирішення нагальних і невідкладних проблем та використання можливостей, які є спільними для муніципальних кластерів.

З точки зору ресурсного забезпечення реалізації кластерної політики муніципальних органів самоврядування можуть бути використані механізми фінансування заходів за рахунок бюджетних коштів, такі як:

1. кошти програм і стратегій соціально-економічного розвитку муніципальних утворень;
2. кошти районних фондів фінансової підтримки
3. кошти програм розвитку малого і середнього бізнесу.

Одним з ключових факторів успіху для розвитку кластерів є наявність робочих зв'язків і координації зусиль між учасниками кластеру. Ці зв'язки можуть мати різне походження, включаючи формалізовані взаємовідносини між головною компанією і постачальниками, між самими постачальниками, партнерство з постачальниками обладнання та спеціалізованого сервісу; зв'язки між компаніями, ВУЗаами, НДІ в рамках співробітництва при реалізації спільних НАДР і освітніх програм. Такі контакти між компаніями малого і середнього розміру можуть бути пов'язані з координацією зусиль цих компаній по колективному просуванню товарів і послуг на існуючі і нові ринки.

Соціально-економічний ефект від розвитку кластерів проявляється в наступних напрямках:

1. Підвищення продуктивності і конкурентоспроможності компаній і секторів економіки. Компанії, які працюють в більш розвинутих кластерах, більш продуктивні, ніж компанії в менш розвинутих кластерах.
2. Підвищення інноваційного потенціалу. Більш розвинуті кластери володіють більшим інноваційним потенціалом, що може бути виміряне, наприклад, кількістю патентів.
3. Стимулювання нових компаній. Розвинуті кластери сприяють появі і розвитку нових малих і середніх компаній.
4. Підвищення конкурентоспроможності. З точки зору соціально-економічного розвитку регіонів розвиток кластерів позитивно впливає на рівень і структуру зайнятості рівень заробітної плати в регіоні.

Література

1. Бобровська О. Ю. Кластерна організація муніципальної економіки: від теорії до практичного здійснення // Кластери як інструмент регіонального розвитку : матеріали науково-практичного семінару (м. Феодосія, 16–20 липня 2012 р.) / За ред. проф. В.В. Мамонової. – Х. : ХарПІ НАДУ, 2012. – 115 с.
2. Бобровська О.Ю. Кластерно-корпоративна модель управління інноваційним розвитком регіону / О.Ю. Бобровська // Вісн. Тернопіл. нац. екон. ун-ту : наук. журн. / редкол. : А.Ф. Мельник (голов. ред.) [та ін.]. – Т. : ТНЕУ, 2011. – Вип. 4. – С.7-17
3. Портер М. Кластери и конкуренция. Новые программы для компаний, правительств и организаций / Майкл Портер // Местное самоуправление. – 2005. – № 2 (март-апрель). – С. 104-119.
4. Соколенко С.І. Розвиток економіки регіонів на основі інноваційних кластерів // С.І. Соколенко / Науковий форум «Регіони знань» у рамках проекту «Regionsof Knowledge». – Режим доступу : <http://ucluster.org/blog/2010/05>
5. Норт Д. Інституції і інституційні зміни та функціонування економіки / Даглас Норт : пер. з англ. І. Дзюба – К. : Основи 2000. – 198 с.

Калуцький Іван,

д.с-г.н., професор, завідувач кафедри туризмознавства і краєзнавства,
ДНВЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
Івано-Франківськ,

Зубенко Павло,

студент спеціальності "Туризмознавство" ОКР "магістр",
ДНВЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
студент спеціальності "Менеджмент туризму" "магістр",
Державної Вищої Професійної Школи ім. Якуба з Парадижа
в Гожові Великопольському, Польща

УПРАВЛІННЯ ТУРИЗМОМ МІСЦЕВИМИ ОРГАНАМИ ВЛАДИ КОЛОМИЙСЬКОГО РАЙОНУ

Зручне географічне розташування Коломийського району, велика історична спадщина, багатство природних ресурсів і заповідних природоохоронних територій забезпечує привабливість його об'єктів для вкладання інвестицій в розвиток туристичної галузі. Значний внесок у розвиток туризму Івано-Франківської області (в тому числі і Коломийського району) здійснила спортивна подія "ЄВРО-2012". Саме тоді світові організації зацікавилися Україною як об'єктом інвестування і співпраці в галузі туризму. Це дало стимул місцевим органам влади активніше займатися проблемами розвитку туризму і туристичної привабливості Івано-Франківської області, в тому числі і Коломийського району.

Найвищим органом самоврядування Коломийського району є Коломийська районна рада. На своїх засіданнях депутати ради приймають бюджет району, розподіляючи витрати на різні проекти та потреби, в тому числі і розвитку туризму. Як результат, для підвищення ефективності розвитку туризму в цьому регіоні були прийняті наступні проекти.

Проект "Гармонізація розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону" реалізується Асоціацією економічного розвитку Івано-Франківщини в партнерстві з управлінням зовнішніх економічних зв'язків і туризму Івано-Франківської обласної державної адміністрації, Центром розвитку малого та середнього бізнесу Марамуреського повіту (Румунія) та Карпатським фондом – Україна в рамках Програми прикордонного співробітництва ЄСП Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна 2007 – 2013 рр. Метою проекту є сприяння соціально-економічному розвитку сільських громад Карпатського євро регіону на основі впровадження ефективної місцевої політики, дієвих механізмів підтримки розвитку та маркетингу туристичної індустрії в межах прикордонних територій України і Румунії. Впровадження проекту буде здійснюватися на територіях: Україна (Івано-Франківська область); Румунія (Марамуреський повіт) [1].

Згідно рішення районної ради від 24.03.2011 року № 52-IV/11 "Про Програму розвитку туризму в районі на 2011-2015 роки", депутати районної ради ухвалили ряд рішень, які сприяли популяризації туризму в Коломийському районі: участь туристичних об'єктів у всеукраїнських та міжнародних виставках, відкриття нових туристичних маршрутів, проведено ряд ознайомлюючо-культурних заходів. Однак, цих заходів вочевидь є недостатньо, зважаючи на туристичний потенціал Коломийського району. В цьому є ряд причин, таких як: недостатнє фінансування з місцевого та державного бюджетів, недостатній контроль над розвитком інфраструктури та лісового господарства. Пропонується більше уваги приділити інфраструктурі міста, лісовим угіддям, оскільки вона є ключовим елементом туристичної привабливості Коломийського району [2].

26 червня 2012 р. – на засіданні Виконавчого комітету Коломийської міської ради було прийнято міську цільову програму "Розвиток туризму у місті Коломия на 2012 – 2015 рр.". Програма спрямована на розв'язання істотних проблем розвитку туризму у Коломиї: посилення туристичної привабливості міста шляхом збереження архітектурних, мистецьких та історичних пам'яток; розвиток туристичної інфраструктури міста шляхом створення ринку мистецької і сувенірної продукції та туристично-інформаційного центру; удосконалення мережі культурно-розважальних закладів; забезпечення раціонального використання туристичних ресурсів міста; усунення невідповідності об'єктів туристичної інфраструктури та туристичних послуг сучасним вимогам щодо технічної та функціональної якості; забезпечення ефективної взаємодії органів місцевого самоврядування, приватного сектору та громадськості в управлінні галуззю [3].

Із серпня 2013 р. Туристична Асоціація Івано-Франківщини розпочала реалізацію проекту "Східноєвропейські перлини: створення та просування продуктів міського культурного туризму в транскордонному просторі". Завданнями цього проекту є підняття на новий якісний рівень використання туристичних можливостей культурно-історичної спадщини через створення нових екскурсійних продуктів; повніше розкрити культурну самобутність запропонованих міст, сприяючи при цьому розвитку культурного туризму; запровадити співпрацю та обмін досвідом у сфері міського культурного туризму між зацікавленими сторонами в Україні та Польщі, а також об'єднати зусилля на підвищення ринкової конкурентоздатності та туристичного потенціалу цих міст. Проект стосується наступних міст: трьох українських міст – Львів, Івано-Франківськ, Коломия і трьох польських – Люблін, Замосць, Пшеворськ [4].

2 серпня 2014 р. Івано-Франківською обласною державною адміністрацією впроваджено проект "Івано-Франківська область – край для туризму" за підтримки обласної ради, який співфінансується Європейським Союзом. Метою проекту є підтримка соціально-економічного зростання Івано-Франківщини через впровадження ефективної регіональної політики та розвитку туристичної галузі Прикарпаття [5].

Місцеві органи влади здійснили зусилля в покращенні розвитку туризму в Коломийському районі. Проекти направлені основним чином на покращення туристичної привабливості району, зміцнення стосунків з міжнародними партнерами і поглиблення співпраці з ними. Зберігається і розвивається національна самобутність жителів району – проводяться етнічні виставки і фестивалі, присвячені народному мистецтву, кухні, етнічних груп району.

Проте, знову ж таки недостатнє фінансування не дозволяє використовувати туристичний потенціал в повній

мірі, недостатній контроль за розвитком інфраструктури і відсутнє планування розвитку туристичного промислу.

Проведеним дослідженням виявлено, що недостатньо проводиться аналіз виконання запланованих заходів передбачених вищевказаними програмами. Пропонується проводити щоквартальну нараду по проведенню підсумків, впровадження необхідних заходів. Недостатньо адміністративних рішень щодо незадовільного виконання в термінах передбачених заходів сільськими, селищними та міською радами.

З метою покращення впливу місцевих органів влади на розвиток туризму в районі пропонується створити аналітичну групу із залученням для роботи в ній громадських активістів, з метою аналізу пошуку інвесторів для залучення інвестицій у фінансування туристичної інфраструктури в районі.

Література

1. Підсумкова конференція проекту “Гармонізація розвитку туризму в сільській місцевості Карпатського регіону” [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://rtic.if.ua/content/611.html>

2. Про хід виконання рішення районної ради від 24.03.2011 року № 52-IV/11 “Про Програму розвитку туризму в районі на 2011-2015 роки”. – [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://sites.google.com/site/kolomujsrada/na-nastupnu-sesiu/3-pro-hid-vikonanna-risenna-rajonnoie-radi-vid-24-03-2011-roku-no-52-iv-11-pro-programu-rozvitku-turizmu-v-rajoni-na-2011-2015-roki>

3. Коломия і туризм: чи відповідають слова дійсності? – [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://kolomyia.org/se/sites/pb/45743/>

4. Івано-Франківськ долучиться до нового транскордонного туристичного проекту [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://rtic.if.ua/content/885.html5>.

5. Експерти програми Європейського Союзу перевіряли хід виконання проекту “Івано-Франківська область – край для туризму” [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://rtic.if.ua/content/918.html>

УДК 342.25

Клочан Віра,

к.е.н., доцент, директор навчально-наукового інституту економіки та управління,

Клочан Вячеслав,

д.е.н., завідувач кафедри менеджменту організацій та права,

Миколаївський національний аграрний університет

ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИКОНАВЧИХ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Конституція України закріпила дві системи влади на місцях: місцеві державні адміністрації, які є місцевими органами виконавчої влади, та місцеве самоврядування, як публічну владу територіальних громад. Це різні за своєю юридичною природою системи місцевої влади, насамперед за функціями та повноваженнями. Конституція України гарантує місцеве самоврядування і тим самим не допускає можливості його підміни місцевими державними адміністраціями.

Однак, питання про взаємовідносини органів самоврядування з місцевими державними адміністраціями досить складне. Залежно від політичних тенденцій, в тому чи іншому суспільстві, змінювалися погляди на самоврядування.

Взаємовідносини місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування в Україні будується на відповідній нормативно-правовій основі. Конституція допускає делегування повноважень місцевих державних адміністрацій виконкомом сільських, селищних і міських рад, а також обласних і районних рад – обласним і районним державним адміністраціям. Законодавство України встановлює межі такого делегування, а також інші форми взаємодії місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування.

Очевидно, що місцеві державні адміністрації є провідниками внутрішньої політики держави на місцях і вживають заходи для її забезпечення у діяльності органів місцевого самоврядування. Проте муніципальна політика виконавчої влади має базуватися на правових засадах і методах її здійснення, але не може спиратися на командно-адміністративні методи як це було у радянські часи.

Сферивзаємодії місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування найрізноманітніші економічні, соціальні, культурні, екологічні, релігійні, національно-побутові та інші [1, с. 25].

Однак на практиці реалізація функцій та повноважень місцевих державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування призводить не тільки до погоджених дій, але нерідко породжує різні питання щодо встановлення меж їх функцій та повноважень, способів вирішення компетенційних спорів тощо. Після прийняття Верховною Радою України законів про місцеві державні адміністрації та місцеве самоврядування в Україні ці питання отримали правову основу їх вирішення.

Межі здійснення функцій і повноважень влади на місцях є практично в усіх демократичних, правових державах. Законодавець не може раз і назавжди закріпити ці межі, так як розвиток суспільних відносин часто породжує нові проблеми, які не можуть бути вирішені в рамках існуючого законодавчого розмежування функцій і повноважень органів влади. З іншого боку, законодавець не може займатись окремими дрібними питаннями розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях і тому допускає інші, крім законодавчого, способи цього розмежування.

Одним із першочергових кроків незалежної Української держави стало розмежування влади на місцях: державні функції взяли па себе місцеві органи виконавчої влади в особі представників Президента України та їх місцевих державних адміністрацій. А колективні Інтереси населення сіл, селищ, районів у містах, міст, районів та областей взяли на себе органи місцевого та регіонального самоврядування.

Питання розмежування функцій і повноважень гостро диктувалися протягом усього періоду становлення систем місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування (1992-1996 рр.). Особливо актуальним було питання про двовладдя на місцях, про авторитаризм місцевих державних адміністрацій, про скасування місцевого самоврядування та ін. Справа ж полягала в тому, що старі механізми розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях не працювали, а нові - часто сприймалися вороже. По суті проблеми розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях були проблемами психології та культури тих людей, які здійснювали цю владу. Вийшовши з командно-адміністративної системи, вони не могли відразу освоїти культуру державного й місцевого управління, властиву демократичній, соціальній та правовій державі. Потрібен час, а головне створення передумов для формування в органах влади на місцях демократичної правової культури.

Важливим фактором формування даної культури є теорія розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях. Розробка такої теорії успішно ведеться українськими вченими-юристами, фахівцями різних галузей права. В її основі – ідеї адміністративної та муніципальної реформи, верховенства права, децентралізації, балансу державних і місцевих інтересів тощо. Саме вони стали орієнтиром авторського бачення питань розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях.

Питання про розмежування функцій та повноважень місцевих державних адміністрацій і органів місцевого самоврядування виникають тому, що ці органи часто вступають у конфлікти між собою через різне розуміння межі здійснення ними функцій та повноважень. Такі питання виникають між районними державними адміністраціями й органами місцевого самоврядування сіл, селищ і міст (районного підпорядкування), районними радами; між обласними державними адміністраціями й органами місцевого самоврядування міст (обласного підпорядкування) і обласними радами.

Конституція України і закони про місцеві державні адміністрації і про місцеве самоврядування в Україні дають можливість виробити ефективний правовий механізм розмежування функцій і повноважень цих адміністрацій та органів самоврядування. Як відомо, донедавна у розмежуванні функцій і повноважень органів влади на місцях головну роль відігравала політична практика, яка складалася на базі фактичного розмежування цих функцій і повноважень. Насамперед шляхом застосування політичних та адміністративних методів, зокрема, з боку місцевих державних адміністрацій.

Вихід на переважно правові методи розмежування функцій і повноважень органів влади на місцях бажаний і можливий, але в умовах недостатнього розуміння ролі права в громадській думці, ще низької правової культури державних і муніципальних службовців, є досить складним. Тому не слід очікувати швидких і високих результатів від запровадження чинним законодавством нової системи розмежування функцій і повноважень місцевих державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування.

Література

1. Борденгок В. Деякі аспекти співвідношення місцевого самоврядування, держави і громадянського суспільства // Право України. – 2001. – № 12. – С. 24–27.
2. Рафальський О. Державний фонд сприяння місцевому самоврядуванню в Україні. Швейцарсько-український проект "Підтримка децентралізації в Україні" / О. Рафальський, С. Маліков. – К. : – 2012. – 152 с.
3. Маліков С. В. Місцеве самоврядування та регіональний розвиток в Україні / С. В. Маліков / Науково-практичний журнал. – 2013. – № 2. – С. 5–15.
4. Чернов С. І. Бюджетний процес. Серія; Бібліотечка керівника місцевої ради / С. І. Чернов, С. В. Клименко, М. І. Тітов [та ін.]. – Х.:Фактор, 2012. – 80 с.

УДК 332.012

Криворучко М.Ю.,

аспірант кафедри міжнародної економіки,
Черкаський державний технологічний університет

УЗАГАЛЬНЕННЯ ТА ОЦІНКА ТЕОРЕТИКО-ЕМПІРИЧНИХ НАПРАЦЮВАНЬ В ГАЛУЗІ АНАЛІЗУ РЕГІОНАЛЬНОЇ КОНВЕРГЕНЦІЇ

Вивчення причин та джерел міжрегіональної диференціації є важливим розділом сучасної економічної науки. Недооцінка тенденцій регіонального розвитку під час формування та здійснення державної політики мала наслідком загострення соціально-економічної кризи в Україні, що значно посилило суспільні протиріччя та негативні наслідки перехідного періоду. Виклики, що стоять перед українським суспільством в контексті євроінтеграції, вимагають знання та розуміння теоретико-емпіричних напрацювань в галузі аналізу регіонального розвитку, а саме такої його складової як конвергенція.

Дослідженню проблематики конвергенції присвячено ряд праць таких видатних економістів як Р. Солоу, Т. Сван, Г. Менк'ю, Д. Ромер, Д. Уейл, Р. Барро, К. Сала-і-Мартін, П. Кругман, Г. Мюрдаль. Використовуючи інструменти математичного моделювання та кореляційно-регресійного аналізу, вчені створили та розвинули теорію неокласичного аналізу економічного зростання та конвергенції, ними також було досліджено закономірності дивергенції міжнародного та міжрегіонального розвитку.

Питання конвергенції економічних систем займає важливе місце в теоретичній та прикладній економіці. Однією з перших формалізованих теорій конвергенції стала модель Солоу-Свана, в якій конвергенція розглядається з точки зору неокласичного підходу, тобто, метою економічного розвитку країни є максимальне наближення до його рівноважного стану. Використовуючи в основі аналізу виробничу функцію Кобба-Дугласа, Р. Солоу та Т. Сван дійшли висновку, що дві структурно подібні економіки досягають конвергенції в рівні доходу на душу населення в довгостроковому періоді [1, 2].

Модель Солоу-Свана отримала подальший розвиток у Г. Менк'ю, Д. Ромера та Д. Уейла. Вчені доповнили вищезгадану модель фактором людського капіталу, а також знайшли емпіричне підтвердження гіпотез Р. Солоу і Т. Свана [3].

На прикладі даних з регіонального розвитку США та країн Західної Європи (Німеччина, Великобританія, Іспанія, Франція, Нідерланди, Бельгія, Данія) вчені Р. Барро та К. Сала-і-Мартін дійшли висновку щодо наявності конвергенції в рівні доходу на душу населення та валового регіонального продукту (ВРП) в розрізі регіонів вищезгаданих країн [4].

Відмінний від неокласичного підхід пропонує П. Кругман – засновник напрямку «Нова економічна географія» в міжнародній та регіональній економіці. Аналізуючи процес концентрації промислового виробництва, вчений погоджується з висновком Г. Мюрдаля щодо наявності так званого «кола причинності»: промисловість у своєму розміщенні тяжіє до великих ринків, у свою чергу ринок може бути великим тільки у місцях високої концентрації виробництва [5]. Він розвиває концепцію «грошових екстерналій» попиту та пропозиції, до яких відносить транспортні витрати, ефект економії масштабу та частку національного доходу, що йде на споживання продукції промислового виробництва [6].

Питання виникнення регіональної конвергенції або дивергенції як наслідку економічного зростання та зниження торгівельних обмежень набуває важливого значення в рамках функціонування такого наддержавного об'єднання як ЄС. Результати останніх досліджень тенденцій регіонального розвитку країн-членів Європейського Союзу вказують на неефективність регіональної політики Європейського Співтовариства [7, 8]. Розширення ЄС, що мало місце у період 2004-2013 роки, призвело до зростання міжрегіональної диференціації у рівні ВРП і доходу на душу населення [9]. Серед основних причин зростання нерівномірності територіального розвитку Європейського Союзу дослідники називають структурну неоднорідність національних економік країн-членів ЄС, а також наслідки світової фінансової кризи 2008 року [10, 11].

Узагальнення результатів теоретико-емпіричних досліджень дозволяє зробити висновок про існування протилежних поглядів на характер та динаміку регіонального розвитку. Інтеграція в Європейський Союз призводить до виникнення двох протилежних тенденцій: міждержавної конвергенції та міжрегіональної дивергенції. Врахування результатів досліджень проблематики регіональної конвергенції дозволить розробити ефективну методологію скорочення міжрегіональної диференціації, що дозволить зменшити негативні наслідки для соціально-економічного розвитку України в процесі євроінтеграції.

Література

1. Solow, Robert M. (1956) 'A Contribution to the Theory of Economic Growth' *Quarterly Journal of Economics*. 70 (1) pp. 65-94.
2. Swan, Trevor W. (1956) 'Economic Growth and Capital Accumulation' *Economic Record*. 32 (2) pp. 334-361.
3. Mankiw, G.N., Romer, D. and Weil, D.N. (1992) 'A Contribution to the Empirics of Economic Growth' *Quarterly Journal of Economics*. 07 pp. 403-437.
4. Barro, Robert J., and Xavier Sala-i-Martin. (1992) 'Convergence', *Journal of Political Economy*. 100(2) pp. 223-251.
5. Myrdal, G. (1957) *Economic Theory and Under-developed regions*. London: Duck-worth.
6. Krugman, P. (1991) 'Increasing Returns & Economic Geography' *Journal of Political Economy*. 99(3) pp. 483-499.
7. Boldrin, M. and Canova, F. (2001) 'Inequality and Convergence: Reconsidering European Regional Policies' *Economic Policy*. 32 pp. 207-253.
8. Rodriguez-Pose, A. and Fratesi, U. (2004) 'Between Development and Social Policies: the Impact of European Structural Funds in Objective 1 Regions' *Regional Studies*. 38(1) pp. 97-113.
9. European Commission (2014) *Sixth Report on Economic, Social and Territorial Cohesion: Investing in European Future*. Brussels: Regional and Urban Policy Reports.
10. London Economics (2013) *Regional Disparities in GDP per capita in the EU after the Financial Crisis*. London: Noteway Statistics.
11. Ciurea, I. (2012) 'Economic Disparities between EU States and Regions' *Economics and European Economic Policies*. 9(15), pp. 39-50.

Кропельницька С.О.,

к.е.н., доцент

Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника,

м. Івано-Франківськ

ГАРМОНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО І ЕКОНОМІЧНОГО АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ МІСЦЕВОГО ВИРОБНИЦТВА НА БАЗІ КЛАСТЕРНИХ ПРОЄКТІВ

Напрямок розвитку певної суспільно-виробничої системи передбачає переорієнтацію не тільки як осучаснення різних її складових, але й внутрішню гармонізацію соціального і економічного аспектів її розвитку. На думку колективу відомих науковців Інституту економіки та прогнозування НАН України, всебічна модернізація, в її сучасному розумінні можлива саме на засадах соціоекономічного спрямування цього процесу [1]. У нероздільній єдності повинні розвиватися два стратегічні напрями регіональної економічної політики:

- розвиток місцевого виробництва з урахуванням регіональної специфіки та необхідності підвищення його конкурентоспроможності;
- економічний розвиток на основі громад.

Нинішній етап розвитку світової спільноти відзначається підвищеними вимогами до впливу господарської діяльності на навколишнє природне середовище, що поряд із постійним зростанням попиту на органічну продукцію зумовлює актуальність розвитку для нашої країни еколого-спрямованого виробництва.

Актуальність такого напрямку дослідження підсилюється ще й схваленням **Концепції Загальнодержавної програми “Здоров’я 2020: український вимір”**, в якій невід’ємною складовою здоров’я нації, починаючи від народження, є споживання екологічно чистих продуктів, зокрема дитячого молочного харчування [2].

Одним із напрямів загальнодержавної програми є **реалізація в Івано-Франківській області кластерного інноваційно-інвестиційного проекту¹ організації виробництва дитячого молочного харчування з екологічно чистого коров’ячого молока, який сприятиме розвитку території як Рогатинського району, так і області в цілому²**.

Ідея реалізації проекту була винесена на громадське обговорення та отримала схвальні рішення:

- **рішення обласної ради** від 19.09.2008 року №650-25/2008 “Про розробку інноваційно-інвестиційного проекту з виробництва продуктів дитячого харчування на основі екологічно чистого коров’ячого молока”;
- **розпорядження голови Івано-Франківської ОДА** від 15.09.2010 № 501 “Про впровадження першого етапу інвестиційно-інноваційного проекту: “Виробництво дитячого харчування на основі екологічно чистого коров’ячого молока в Рогатинському районі”³.

Виробництво дитячого молочного харчування також є доцільним з наступних причин:

- наявності значної кількості екологічно-чистих земель в аграрних районах області (за даними облдержзродючість близько 50 тис.га), які мають високий бонітет (чорноземи);
- наявності значної кількості сільської робочої сили, не залученої до економічної діяльності;
- наявності незайнятих та неефективно використовуваних виробничих площ (молокозаводів, консервних заводів та цехів) на території регіону;
- незабезпеченість дитячим харчуванням дітей віком до 2-х років, яке зараз задовольняється тільки на 15-20 %;
- відсутність в Західному регіоні промислового виробництва дитячого харчування;
- невідповідність розвитку сільського господарства регіону загальносвітовим тенденціям агроекологічного виробництва, яке базується на органічному землеробстві⁴.

Гальмування реформ у молочних виробництвах має негативні наслідки, але з іншого боку – це дає можливість використовувати в реорганізаційному процесі найбільш ефективні і відпрацьовані на практиці моделі, до яких можна віднести кластерні об’єднання, які представляють собою добровільні утворення суб’єктів господарювання, одноосібних виробників, зв’язаних технологічним ланцюжком, а також організацій сервісу та послуг: банків, приватного сектору, освітніх закладів, органів влади та суміжних, допоміжних, конструкторських, інноваційних підприємств/організацій, об’єктів інфраструктури територіально локалізованих задля створення єдиного регіонального продукту в рамках замкнутого виробничого циклу [3]. Зокрема, **в нашому випадку такий замкнутий виробничий цикл характерний для виготовлення дитячого молочного харчування з екологічно чистого коров’ячого молока**, починаючи від розвитку молочного скотарства (розведення великої рогатої худоби (корів)); органічного землеробства (виращування сільськогосподарських культур для заготівлі кормів та ін.); переробка і виготовлення кисломолочних продуктів для дітей.

Враховуючи вищесказане і проаналізувавши усі вертикальні та горизонтальні зв’язки учасників процесу виготовлення дитячого молочного харчування [4], зроблено висновок, що організаційна структура такого виробництва має бути саме кластерною.

Зокрема, організаційна структура кластера дитячого молочного харчування може бути створена за схемою “знизу – вгору” [3, 4], коли формування координаційного центру кластера у формі асоціації відбувається за ініціативою та рішенням безпосередніх його учасників – виробників сировини (молока), підприємців з переробки молока в готові продукти дитячого харчування та інших учасників, які забезпечуватимуть якість їх виготовлення та доставку до споживачів.

В загальному кластер дитячого молочного харчування представляє собою цілісну систему, в якій всі учасники працюють на виготовлення єдиного регіонального продукту – молочного харчування для дітей на основі екологічно чистого коров’ячого молока.

Отриманий фінансовий результат функціонування кластера розподіляється між сільським господарством, переробною промисловістю та торгівельною мережею, які в нього входять, пропорційно до витрат кожного учасника технологічного ланцюга створення продукту. Ефективність роботи кластера дитячого молочного харчування, звичайно, прямо залежить від ефективності функціонування його фінансово-економічного механізму.

Зрозуміло, що налагодження такого механізму – це процес не одного дня. І в першу чергу, він передбачає **належне інституційне забезпечення реалізації такого кластерного проекту розвитку території та розробку оптимізаційної моделі структури розподілу його фінансування**.

В цілому реалізація кластерного інноваційно-інвестиційного проекту “Виробництво дитячого харчування на основі екологічно чистого коров’ячого молока в Рогатинському районі” сприятиме вирішенню таких проблем регіону:

¹ Даний проект відноситься до кластерних проектів розвитку територій. Під кластерними проектами розвитку територій розуміємо комплекс взаємозв’язаних дій (заходів), пов’язаних з управлінням матеріальними, фінансовими і людськими ресурсами, спрямованих на розвиток територій (регіонів) на основі новостворених (ідентифікованих) та існуючих кластерів (визначення авт., курсив наш. – С.К.).

² Автор є одним із розробників кластерних проектів в Івано-Франківській області.

³ <http://www.gov.if.ua>

⁴ За даними первинного аналізу, проведеного к.е.н., доцентом кафедри фінансів Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника Сусом Т.Й.

1. Ефективному використанню потенціалу родючих екологічно чистих земель Рогатинського району Івано-Франківської області.
2. Впровадженню моделі агроекологічного землеробства в регіоні з використанням досвіду європейських країн.
3. Одержанню необхідної кількості продукції дитячого харчування для потреб регіону.
4. Покращенню стану здоров'я грудних дітей шляхом використання сертифікованого екологічно чистого дитячого харчування.
5. Поступовому переведенню частини сільгоспвиробництва виключно на органічне землеробство та забезпеченню санаторно-курортних закладів екологічно чистими продуктами харчування.
6. Забезпеченню створення продуктивних робочих місць в віддалених сільських населених пунктах, як результат збільшенню працевісткості основних виробничих процесів.
7. Розвитку індустрії з виробництва екологічно чистих продуктів харчування.
8. Підвищенню конкурентоспроможності молочних продуктів як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку.
9. Збільшенню надходжень до бюджетів всіх рівнів.

Література

1. Українська модель аграрного розвитку та її соціоекономічна переорієнтація наук. доп. / [О.М. Бородіна, В.М. Геєць, А.О. Гуторив та ін.] ; за ред. В.М. Геєця, О.М. Бородіної, І.В. Прокопи ; НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – К., 2012. – 56 с.
2. Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми “Здоров'я 2020: український вимір” : Розпорядження Кабінету міністрів України № 1164-р. від 31 жовтня 2011 р. [Електронний ресурс] // Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1164-2011-p>.
3. Ткачук І.Г. Кластер народних художніх промислів “Сузір'я”: методика, коментар, поради: посібник / І.Г. Ткачук, С.О. Кропельницька, А.Д. Петруняк. – Івано-Франківськ : Тіповіт, 2009. – 272 с.
4. Ткачук І.Г., Кропельницька С.О. Кластери Івано-Франківщини: приклади організації співпраці та прояву кластерних ініціатив / Кластери в економіці України: монографія / за наук. ред., проф. М.П. Войнаренка. – Хмельницький : ХНУ, ФОП Мельник А.А., 2014. – С. 587-631.

УДК 330.3:711.432:001.11

Кушнірецька О.В.,

к.е.н., н.с. сектору просторового розвитку
ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України”,
м. Львів

РОЗВИТОК ПОНЯТІЙНО-ТЕРМІНОЛОГІЧНОГО АПАРАТУ ПРОЦЕСІВ МЕТРОПОЛІЗАЦІЇ

Однією з основних тенденцій сучасного світового соціально-економічного поступу є розвиток процесів метрополізації. З огляду на це актуалізується наукова проблематика щодо термінологічного упорядкування процесів метрополізації, виділення їх функціональних сфер та напрацювання інструментарію для аналізу та оцінки.

На даний час не існує єдиного наукового підходу до визначення поняття явища метрополізації, метрополізаційних процесів, метрополійних функцій. Зокрема, наукова дискусія оперує такими дефініціями, як «світове місто», «глобальне місто», «метрополійний ареал», «метрополіс» тощо. Одне з первинних означень міста – метрополії асоціюється із давньогрецькими містами (полісами), що мали колонії. З поселенської точки зору, процес виникнення метрополій (метрополізація) є просторовим варіантом урбанізації, коли цей процес концентрується в єдиному центрі країни, у більшості випадків - в її столиці [1]. Доволі поширеною є також така дефініція, як метрополійна територія (метрополійна область, ареал). Зокрема це є столична область (велике місто разом з передмістями та прилеглими містами, селищами та околицями) щодо якого головне місто здійснює керівництво економічного і соціального впливу. Бюро перепису населення США використовує статистичну одиницю під назвою метрополійний статистичний ареал (metropolitan statistical area (MSA) який включає або: місто з населенням не менше як 50 000 осіб; урбанізовану територію (ареал) з загальною чисельністю населення від 50000 до 100000 осіб. Урбанізована територія визначається як територія, що має населення не менше 50000 осіб та щільність населення не менше 1 000 осіб на квадратну милю [2].

Понятійно-термінологічний апарат метрополізаційних процесів оперує також такими категоріями, як світові, глобальні, ключові міста. Зокрема, Дж. Фрідман у дослідженні про світові міста («world cities») пояснює виникнення світових (ключових) міст, що постають у сучасності як найважливіші міста концентрації та розподілу міжнародних потоків капіталу [3]. С. Сассен у 1991 ввела у науковий вжиток термін «глобальне місто», розглядаючи його як стратегічний простір, в якому глобальні процеси проходять на території держави, а глобальна динаміка долає державні інституційні мірки. Зокрема, глобальні міста є концентраторами постіндустріального виробництва (особливо у фінансовому секторі та сфері високотехнологічних та високоінтелектуальних послуг), а також локалізують контролюючі та управлінські функції [4].

На нашу думку, метрополізаційні процеси слід трактувати як власне процес (хід, розвиток) та феномен виникнення та становлення міст – метрополій. У даному контексті слід наголосити, що на перетині процесів зосередження населення, ресурсів, капіталу, інституцій у містах – метрополіях, які стають центрами в системі політико-адміністративних та економічних зв'язків, з однієї сторони, та процесів трансляції рішень управлінського характеру та зразків соціального досвіду, з іншої сторони, перебувають складні соціокультурні процеси інтенсифікації суспільних взаємодій у міському просторі міст – метрополій. Саме така інтенсифікація, а також вага рішень управлінського характеру у відповідних сферах (економіка, культура, освіта і т.д.) є детермінантами

виникнення та розвитку метрополійної функції міста. Під метрополійною функцією слід розуміти діяльність щодо забезпечення формування, розвитку та реалізації потенціалів у відповідних функціональних просторах, що чинять вплив на прилеглі метрополійні території і регіони вищого ієрархічного порядку, транслюють зразки соціального досвіду та сприяють їх розвитку.

На нашу думку, істинне обґрунтування та «покликання» існування метрополісів як міст-перехресть, міст материнської опіки та стимулів розвитку периферійних щодо метрополії територій, повинно полягати у здатності на основі акумульованого капіталу створювати відцентрові потоки та ядра розвитку на периферії метрополійних територій на противагу територіальній експансії, концентрації та поглинання щоразу більших об'ємів ресурсів (населення, товарів, інформації). Різноманітність теоретико-методологічних підходів щодо визначення процесів метрополізації, на наше переконання, повинні об'єднуватися спільним розумінням їх функціонального значення у питаннях впливу на периферійні метрополійні території. Саме пошук перспективних рішень нормативно-управлінського характеру щодо просторового, економічного, урбаністичного, соціального розвитку міст – метрополій та їх ареалів має стати основою попередження та подолання центрально-периферійних дисбалансів та метрополізаційних викликів сучасності, що стане предметом подальших досліджень автора.

Література

1. Толковий словарь В. Даля. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovardalja.net>.
2. Encyclopedia britannica. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.britannica.com>.
3. Friedmann, J. (1986) The World City Hypothesis. Development and change. -17, 1. (pp 69-83).
4. Сассен С. Глобальный города: постиндустриальные производственные площадки / С. Сассен // Прогнозис. – 2005. – №4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.urban-club.ru>.

УДК 338.48.330

Мархонос С.М.,

*к. геогр. н., кафедри країнознавства і туризму,
Національний авіаційний університет,
м. Київ*

Турло Н.П.,

*к. е. н., доцент кафедри економіки підприємства
та менеджменту,
Академія праці, соціальних відносин і туризму,
м. Київ*

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ ЯК ФАКТОР ЗНИЖЕННЯ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Однією з найважливіших соціально-економічних проблем сучасного стану розвитку вітчизняної економіки та важливою характеристикою конкурентоспроможності ринку праці є безробіття.

Статистика свідчить, що на кінець грудня 2014 р. чисельність зареєстрованих безробітних у Львівській області становила 25,2 тис. осіб (рівень зареєстрованого безробіття в цілому по області становив 1,6 % населення працездатного віку), що на 5,6 % більше, ніж у листопаді, з них 58,7% – жінки та 51,3% – молодь у віці до 35 років [1].

Надмірне безробіття має негативні економічні та соціальні наслідки:

– перевищення фактичного рівня безробіття на 1 % порівняно з його природним рівнем скорочує валовий національний продукт на 2 %;

– зменшення джерел доходів сімей зумовлює деградацію споживання, зменшує попит на товари та послуги, змушує податкову базу формування бюджету та реалізацію соціальних програм;

– зростає злочинність, збільшується кількість суїцидів (згідно з дослідженнями, зростання безробіття на 1 % призводить до підвищення самогубств на 4,1 %, кількості заарештованих за кримінальні діяння – на 5,7 %);

– призводить до соціально-економічної дестабілізації в країні.

Скороченню чисельності безробітних може сприяти розвиток туристичної сфери. Аналіз рекреаційно-туристичного потенціалу Львівщини дає змогу зробити висновок, що область має широкі можливості щодо розвитку як внутрішнього, так і в'їзного туризму. На території Львівської області розташовано: 886 пам'яток археології, 3822 пам'ятки історії, 3431 пам'ятка архітектури та містобудування, 302 пам'ятки монументального мистецтва. Загальна кількість пам'яток історії, археології, містобудування і архітектури, монументального мистецтва в області – 3934. В області 350 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, зокрема Державний природний заповідник «Розточчя», 33 заказники, ботанічний сад Львівського університету, 240 пам'яток природи, 55 парків – пам'яток садово-паркового мистецтва, 61 заповідне урочище.

В 2013 р. у порівнянні з 2000 р. чисельність туристів, обслужених суб'єктами туристичної діяльності Львівської області, зросла на 58,7 % [2]. За даними статистики метою мандрівок для 93,3 % туристів є відпочинок та розваги, з такою самою метою мандрують майже 86 % іноземних туристів. Серед іноземців, які відвідали Львів, більше всього було туристів з Польщі, Німеччини, Білорусії, Росії та США. За останні три роки виросла тенденція по фінансуванню заходів на розвиток туризму. Так видатки з міського бюджету на туристичні заходи збільшилися майже у 10 разів [3].

У зв'язку із значною ємністю туристичного ринку, розвивається і ринок туристичної інфраструктури, який потребує трудових ресурсів різної кваліфікації та характеризується специфічними особливостями їх використання.

До основних особливостей використання працересурсного потенціалу в туристичній сфері відносяться наступні:

– сезонність використання. Сезонні коливання попиту на туристичні послуги зумовлюють сезонність у динаміці зайнятості в туристичній сфері. Чим триваліший туристичний сезон, тим вищий рівень зайнятості. У сезон підвищеної туристичної активності зростає попит на трудові ресурси різної кваліфікації;

– різногалузевість освітньо-кваліфікаційної підготовки працівників туристичної сфери. Створення туристичних продуктів потребує співпраці фахівців різної кваліфікації. Функціонування туристичної сфери забезпечують не тільки працівники з туристичною освітою, але й з іншою, оскільки до туристичної сфери належать підприємства та заклади різного господарського призначення;

– багатоваріантність кадрового забезпечення туристичної сфери. Можна виділити три рівні працівників туристичної сфери: виконавчо-технологічний, виконавчо-управлінський та креативно-управлінський. Виконавчо-технологічний рівень охоплює працівників, які мають спеціалізовану освіту, безпосередньо не пов'язану із наданням туристичних послуг, або некваліфікованих робітників. Вони забезпечують належний рівень функціонування підприємств транспортно, готельно-ресторанного, санаторно-курортного та ін. обслуговування. Виконавчо-управлінський рівень включає працівників, що забезпечують безпосереднє надання туристичних послуг споживачам. Вони можуть мати як спеціалізовану туристичну освіту (у тому числі й фах екскурсовода), так і будь-яку іншу переважно вищу освіту (економічну, географічну, історичну, соціологічну тощо). Третій рівень – креативно-управлінський – включає фахівців, що забезпечують створення туристичних продуктів та загальне управління туристичними підприємствами (підприємствами з організації подорожувальників) та сферою в цілому;

– залежність концентрації ресурсів праці від концентрації туристичних ресурсів або попиту на туристичні послуги. Рівень зайнятості в туристичній сфері в цілому відповідає рівню її розвитку в країні чи регіоні. При цьому діє ефект мультиплікатора. Із зростанням рівня розвитку туристичної сфери суттєво зростає рівень зайнятості в суміжних та допоміжних галузях – ресторанному господарстві, транспорті, фінансово-страховій сфері тощо.

Завдяки змінам в організації та технології туристичної діяльності дана сфера стає все більш привабливою та відкритою для зайнятості жінок.

Програма розвитку працересурсного потенціалу туристичної сфери має виконуватися на трьох рівнях – державному, регіональному та на рівні підприємств туристичної сфери.

Державна політика має бути орієнтована на покращення умов природного приросту працересурсного потенціалу, покращення рівня охорони здоров'я, створення належних соціальних умов для функціонування та розвитку працересурсного потенціалу, запровадження заходів щодо поліпшення умов праці.

На регіональному рівні доцільно запровадити наступні заходи удосконалення шляхів формування та використання працересурсного потенціалу:

1.Адміністративно-правові: запобігання оплаті праці працівників туристичної сфери нижче законодавчо встановленого мінімального розміру; забезпечення міжкваліфікаційних співвідношень у розмірах тарифних ставок; сприяння забезпеченню повного погашення заборгованості із виплати заробітної плати на туристичних підприємствах та запобігання виникненню нових боргів; забезпечення виконання у повному обсязі заходів щодо легалізації робочих місць та доходів; проведення на підприємствах туристичної сфери моніторингу щодо стану використання робочої сили та обґрунтування впровадження режиму неповної зайнятості, гнучких форм зайнятості.

2.Соціально-економічні: створення умов щодо розвитку туристичної сфери у Львівській області з метою забезпечення ефективної зайнятості трудових ресурсів; сприяння створенню нових робочих місць у туристичній сфері області; сприяння самоосвіті та професійному навчанню працівників туристичних підприємств; сприяння створенню сприятливих умов для стабільності та ефективної діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу туристичної сфери, забезпечення фінансової, кредитної та матеріально-технічної підтримки суб'єктів малого й середнього бізнесу туристичної сфери; стимулювання підприємницької ініціативи у офіційно незайнятого населення з метою зростання чисельності осіб, зайнятих у туристичній сфері.

3.Інноваційно-інвестиційні: створення умов для інноваційних шляхів розвитку туристичної сфери області; модернізація існуючих робочих місць для працівників туристичної сфери з метою підвищення продуктивності праці; створення сприятливих умов щодо залучення інвестицій у розвиток туризму в області для збільшення у подальшому кількості робочих місць; реалізація інвестиційних проектів створення нових підприємств туристичної сфери Львівщини.

4.Просторові: оптимізація міжрегіонального співробітництва у сфері підготовки та підвищення кваліфікації кадрів у туристичній сфері; оптимізація використання специфічних туристичних ресурсів з метою підвищення рівня зайнятості в області, у тому числі за рахунок розвитку зеленого туризму; розробка та реалізація міжрегіональних та регіональних програм розвитку туризму спрямованих на оптимізацію використання працересурсного потенціалу.

Також необхідно сприяти зайнятості громадян, які потребують соціального захисту і не здатні конкурувати на ринку праці.

Таким чином, реалізація вище запропонованих заходів призведе до зменшення рівня безробіття у Львівській області за рахунок залучення вільних трудових ресурсів у туристичну сферу.

Література

1. Стан зареєстрованого ринку праці у Львівській області у грудні 2014 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/press/2015/r070115_1.pdf
2. Туризм і готельні заклади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv
3. Львів відкритий для туристів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://map.lviv.ua/statti/lviv_open.html

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Економічний розвиток окремого регіону, його конкурентні позиції не завжди забезпечують найбільш сприятливі умови для реалізації конкурентних переваг та власних економічних і соціальних інтересів. Така ситуація зумовлює необхідність налагодження партнерських стосунків з суміжними регіональними системами, або ж з іншими – несуміжними. Перше пов'язане з тим, що адміністративно-територіальні одиниці різного ієрархічного рівня формують не тільки однорідні райони, а також вузлові соціально-економічні райони з центрами, що збирають або розподіляють ресурси чи інші потоки, що у свою чергу зумовлює розвиток міжрегіонального як внутрішнього, так і міжнародного співробітництва [1, с. 79-80].

Головним стримуючим чинником соціально-економічного розвитку України є неефективне управління господарством, яке не дозволяє ефективно використовувати резерви економіки, працю людини, інвестиції та інновації, гальмує вирішення комплексу соціальних проблем, що накопичилися. Сучасна модель розвитку України неефективно використовує важливий чинник економічного зростання – раціональне використання важелів державного та регіонального управління соціальним розвитком.

Стратегія управління регіональною системою має на меті забезпечення механізмів повного та ефективного використання потенціалу. Ключовими орієнтирами стратегії розвитку регіональної суспільної системи є формування на рівні регіону ефективної економіки, основою якої є збалансування використаного внутрішнього потенціалу і надходження ресурсів із зовнішніх джерел. Метою формування такої економіки виступають активізація чинників економічного зростання і підвищення якості людського потенціалу [2, с. 33].

Формування сучасної системи регулювання регіонального розвитку, здатної бути адаптивною до змін соціально-економічної та суспільно-політичної ситуації, передбачає проведення структурної перебудови в економіці регіонів, зменшення асиметрії регіонального розвитку. Така система має будуватися на принципах винятковості і логічної послідовності. Принцип винятковості означає, що держава впливає лише на ті процеси (явища), що не можуть перебувати під впливом приватного сектору або громадських організацій унаслідок важливості таких процесів (явищ) для забезпечення функціонування всієї системи або внаслідок недержання прибутків від цих процесів (явищ). Принцип логічної послідовності полягає у поступовій заміні адміністративних та прямих методів регулювання економіки регіону на економічні, пропагандистські та непрямі методи регулювання, а також у заміні директивного планування на переважно індикативне чи регулятивне [3, с. 15].

Основним принципом управління регіональним розвитком є децентралізація. На думку дослідників, динамізація розвитку регіонів як результат свідомої децентралізації державного менеджменту може потенційно удосконалити процес оновлення суспільних відносин взагалі та економічних зокрема.

Однак на сьогодні причинами, що визначають необхідність посилення державного регулювання економіки регіонів, є нестабільна економічна ситуація, посилення кризових явищ в економіці. Макроекономічна нестабільність поглиблює незбалансований розвиток регіональних економік, загострює асиметрію соціально-економічного розвитку регіонів, спричинює подальшу економічну дезінтеграцію регіонів, ослаблює стимули до розширення господарських зв'язків та порушує існуючі механізми взаємодії регіонів.

Розвиток соціальної спрямованості економіки регіону полягає в соціалізації відносин через орієнтацію економічних важелів на всесторонній розвиток соціуму, підвищення його платоспроможності що є можливим за умови розширеного відтворення соціальних факторів. Основною ідеєю соціально орієнтованої економіки є не механізм розподілу та перерозподілу, а високий рівень ВРП. Обсяг регіонального доходу дає змогу розпоряджатися ним в інтересах забезпечення соціальної справедливості. При цьому зникає суперечність між поняттями «соціальна справедливість» та «економічна ефективність», і досягається збалансований соціально-економічний розвиток регіону. Безпека виступає критерієм взаємоузгодженості та досягнення рівноваги між соціальною справедливістю та економічною ефективністю [3, с. 4-12].

Економіка на кожному рівні свого розвитку «поставляє» ресурси для функціонування і розвитку соціуму (включаючи освіту, охорону здоров'я, право, рівень і якість життя, мобільність тощо). У свою чергу, якість «відтворених» за певних економічних умов соціальних факторів виробництва у наступний момент часу суттєво впливає на економічний розвиток, зростання регіонального продукту і одночасно створює економічні ресурси, які впливають на параметри подальшого соціального відтворення.

Література

1. Державне управління регіональним розвитком України: Монографія / за заг. ред. В. Є. Воротіна, Я. А. Жаліло. – К.: НІСД, 2010. – 288 с.
2. Новікова О. Ф. Соціальна орієнтація економіки: механізми державного регулювання : монографія / О. Ф. Новікова, С. М. Гринецька, Л. Л. Шамілева – Донецьк: Ін-т економіки пром-сті, 2009. – 220с.
3. Барський Ю. М. Теоретичні засади дослідження змісту соціально орієнтованої економіки / Ю. М. Барський // Економічний форум». – 2011. – 470 с.

**АНАЛІЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ТА ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ
СОЦІАЛЬНОГО ВЛАШТУВАННЯ ДІТЕЙ В РЕГІОНІ**

Вивченню та узагальненню проблем соціального влаштування дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, та розробки стратегії розвитку даної сфери присвячені фундаментальні та прикладні дослідження українських учених. Результати досліджень із цих питань розкрито у наукових працях Ю. Ілляшенко, В. Москалюк, І. Ченбай, Ю. Черновалюк та ін. [1-4]. У цих роботах закладено методологічне підґрунтя для дослідження проблем формування політики влаштування дітей-сиріт. Проте недостатній рівень розробки цієї проблематики в регіональному розрізі обумовив значущість і необхідність подальших досліджень.

Концептуалізація наукових підходів до реалізації основних форм влаштування дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, дозволила виокремити соціально-педагогічний, моральний, суспільний та структурний підходи. Кожна форма влаштування дітей відбувається тільки на регіональному рівні відповідно до чинного законодавства. Державна політика у сфері влаштування дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, регулюється на практиці численними нормативно-правовими документами, серед яких можна виділити основні: Конституція України, Конвенція ООН про права дитини, Сімейний та Цивільний кодекси, Закони України: "Про охорону дитинства", "Про органи і служби у справах дітей та спеціальні установи для дітей", "Про державну допомогу сім'ям з дітьми", "Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування", Постанови Кабінету Міністрів України: "Питання діяльності органів опіки та піклування, пов'язаної із захистом прав дитини", "Про затвердження Порядку провадження діяльності з усиновлення та здійснення нагляду за дотриманням прав усиновлених дітей", "Про затвердження Положення про прийомну сім'ю", "Про затвердження Положення про дитячий будинок сімейного типу", "Про Типове положення про притулок для дітей" тощо.

Варто наголосити, що основними органами у сфері влаштування дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, є орган опіки та піклування і суд. Усиновлення дитини неможливе без рішення судової інстанції за місцем проживання дитини. Але, в свою чергу, тільки орган опіки та піклування займається контролем за проживанням влаштованих дітей. Моніторинг стану влаштування дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, показує, що як із соціальної, так і з фінансової точки зору, діюча структура закладів для дітей, які залишилися без піклування батьків, потребує вдосконалення, а відсутність зв'язку дітей-сиріт з родичами, недостатній контакт з дорослими, слабкий зв'язок із соціально-культурною сферою лише поглиблюють їх соціальну відчуженість. Саме у цьому випадку доцільно впроваджувати фостерні моделі, стимулювати поетапний перехід від державних шкіл-інтернатів до сімейних форм виховання. Зазначений підхід розширить масштабність охоплення дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування.

Аналіз організаційно-правових проблем у створенні прийомних сімей та дитячих будинків сімейного типу показує, що вони виникають внаслідок відсутності стабільності у державі та недовіри населення чинному законодавству; відсутності необхідного житла майбутніх батьків-вихователів при одночасному недофінансуванні цих заходів з місцевих бюджетів; неопрацьованості на законодавчому рівні питань проходження навчання кандидатів у прийомні батьки; відсутності співпраці з інтернатними закладами, що негативно впливає на процес підбору дітей сім'ями, а саме немає можливості оглянути всіх дітей та встановити психологічний контакт з ними.

Низький рівень завантаженості притулків призводить до зниження ефективності використання бюджетних коштів, в умовах їх обмеженості. Відсутність рівних фінансових умов перебування дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, у різних формах виховання не дозволяє в повній мірі реалізовувати заходи бюджетних програм та не стимулює усиновлення і розвиток дитячих будинків сімейного типу, прийомних сімей, опіки (піклування) та усиновлення. Для вирішення даних проблем доцільно активізувати потенціал приватних інвестицій, переглянути діючий алгоритм розрахунку соціальних трансфертів та прожиткового мінімуму для кожної дитини.

Реалізація цих пропозицій безперечно сприятиме ефективному вирішенню питань організаційного, фінансового, правового забезпечення розвитку соціального влаштування дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування.

Література

1. Ілляшенко Ю.Ю. Становище дітей в Україні в період розбудови громадянського суспільства: історичний аспект (90-ті рр. ХХ ст. - початок ХХІ ст.): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. істор. наук : спец. 07.00.01 «історія України» / Ю.Ю. Ілляшенко. – Черкаси, 2010. – 20 с.
2. Москалюк В.Ю. Дитячий будинок сімейного типу як форма влаштування дітей, позбавлених батьківського піклування (цивільно-правовий аспект): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: 12.00.03 «цивільне право та цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / В.Ю. Москалюк. – Х., 2003. – 20 с.
2. Ченбай І.В. Становлення і розвиток в Україні сімейних форм виховання дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування (40-і роки ХХ ст. - поч. ХХІ ст.): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.01 «загальна педагогіка та історія педагогіки» / І.В. Ченбай. – Переяслав-Хмельницький, 2010. - 20 с.
4. Черновалюк Ю.Ю. Реалізація права на сім'ю шляхом створення дитячих будинків сімейного типу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / Ю.Ю. Черновалюк. – Одеса, 2010. – 20 с.

ANALYSIS OF CHANGES IN TEMPERATURE IN POULTRY HOUSES DEPENDING ON THE TIME AND DATE GROWING

Air temperature is one of the critical parameters of the environment that affects the rate of broiler.

High or low temperature and sudden changes in temperature during the growing lead to an increase of case with: reducing the immune status of poultry appear complications in response to vaccination; metabolic disorders (ascites); dehydration; temperature stress.

The temperature in the poultry house affects the heat transfer processes in the body poultry, accompanied by changes in the exchange energy consumption of oxygen and water. The optimum temperature regime depends on the type, age poultry waste characteristics, methods of heating. In young birds because of the relatively large body surface imperfections and thermoregulation processes first 10 days of heat than heat, as necessary to maintain body temperature required in the area where the birds maintain a relatively high temperature, in the early days growing 35-30°C, and the extent of formation of thermoregulatory functions of the body temperature gradually reduced to 24-22°C at 4 weeks of age [1-3].

To achieve uniformity of temperature throughout the poultry house rather difficult task. Depending on the building and equipment in the poultry house may be different temperature zones and temperature deviation from the set parameters. Approximate location poultry house depending on the temperature zones shown in fig. 1. This scheme meets the aviary with side ventilation with two adjustable fans.

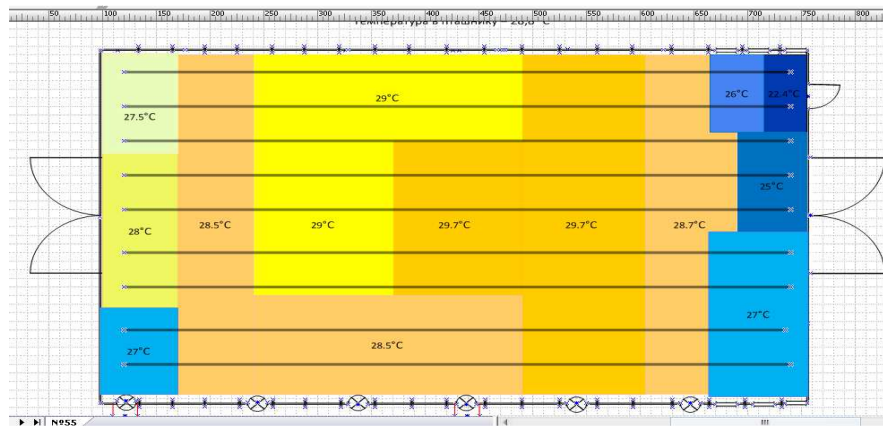


Fig. 1. Possible scheme poultry house, depending on the temperature zones.

Temperature deviation from the set parameters and frequency of oscillation depends on the day rearing of poultry broiler, work equipment, automation system that provides operation of this equipment, human factor issues.

The process temperature control in poultry houses one indicator leads to excessive energy consumption. The more options poultry house automation system controls, the more passes deviations temperature, the more energy is consumed. Low compared with the optimum temperature for poultry of all ages not only leads to increased costs of feed, but also to lower resistance to respiratory poultry and other diseases. The negative effect also produces an increase in temperature above the optimum. In temperatures above 35°C in adult birds may come a thermal shock, and death.

At high temperature, a decrease in the following indicators: feed consumption by 4-5% for each degree above 30°C; average daily gain and feed conversion; quality broiler carcasses: breaking the skin when removing feathers, bad bleeding, tough meat, dark pigmentation; immune status of poultry and its survival in old age.

Many different manufacturers around the world provide many automation equipment poultry breeding. Construction companies offering interesting technical solutions. All this makes the process much easier poultry breeding. But along with those is causing new problems that can be avoided.

Depending on the time zone in the poultry house temperature may vary. Figures 2 and 3 shows the temperature change in poultry houses.

The optimum temperature regime depends on the type of bird, bird age, rock features, heating methods [4].

The temperature difference in a poultry house in different zone is 7°C (fig. 1). This difference may vary by day of cultivation, time of day (Fig. 2-3). All this happens in all poultry houses, but to varying degrees, in some more some less. It should be noted that all the buildings of the same type. Also, the temperature difference affects the design of the building itself, placing gates, cooling system fans. An important effect of these factors carry and weather conditions. After analyzing the temperature graph in the poultry house, you can determine which is the problem of the equipment, changes were introduced to the program management equipment, periods of service personnel in the poultry house.

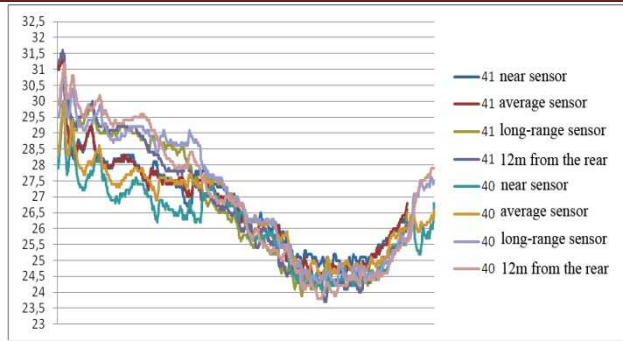


Fig. 2. The change in temperature in poultry houses, depending on the time of day to 30 days rearing of poultry.

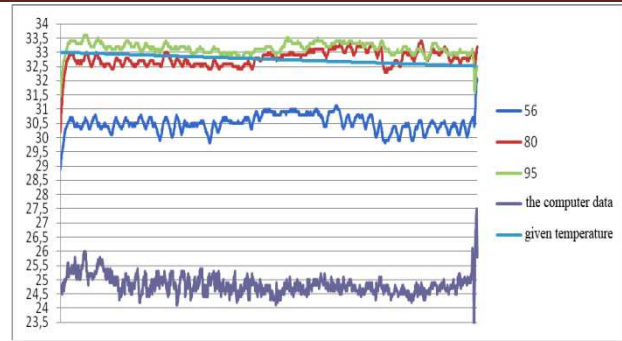


Fig. 3. Change in the poultry house temperature depending on time of day 2 days growing birds.

In all the above mentioned problems of change in temperature, the temperature difference in the poultry house leads to heterogeneity broiler flocks. And that's not all the problems that arise when the temperature deviation from the set parameters.

Literature

1. Гречихин С. Н. Практическое руководство по выращиванию бройлеров / Гречихин С. Н., Скиба Б. С., Шаповалов С. О. – 2008. – 256 с.
2. Керівництво Big Dutchman по вирощуванню бройлерів. – 2007 - 35с.
3. Руководство по выращиванию бройлерного поголовья Ross. - 2009. – 112 с.
4. Мельник В.О. Способи вирощування бройлерів: вплив на продуктивні показники і фізіологічний стан / В.О. Мельник // Птахівництво: Міжвід. темат. наук. зб. / Інститут птахівництва УААН. – Харків, 2005. – Вип. 57. – С. 337-347.

Надвиничний С.А.,

*доцент кафедри управління персоналом і регіональної економіки,
Тернопільський національний економічний університет*

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ УГІДЬ В УКРАЇНІ

Головною ланкою аграрного виробництва є сільське господарство, у якому ресурсний потенціал – сукупність об'єктивних природно-кліматичних і соціально-економічних умов, що істотно впливають на сільськогосподарське виробництво. Він формується у результаті тісної взаємодії рельєфу, ґрунтового-кліматичних умов та основних виробничих чинників: кількості та якості земель сільськогосподарського призначення, рівня забезпечення матеріально-технічними та трудовими ресурсами, зайнятістю населення в аграрному виробництві. Тому дослідження ефективності використання сільськогосподарських угідь в умовах світової глобалізації є досить актуальним.

Ефективність використання земельних угідь сільськогосподарськими підприємствами досліджували В.Г. Андрійчук, О.О. Веклич, Б.М. Данилишин, В.В. Макарова, П.Т. Саблук, М.Г. Ступень, Н.В. Хвесик та ін. Проте, за усієї важливості проведених досліджень ряд положень щодо формування ресурсного потенціалу аграрних підприємств, особливо використання сільськогосподарських угідь, в умовах глобалізації залишаються невизначеними, що потребує їх подальшого дослідження.

Земельні ресурси займають особливе місце серед усіх складових ресурсного потенціалу, оскільки є неповторним предметом і засобом виробництва. Власне наявність таких специфічних особливостей, як родючість і територіальна обмеженість, фізичний та хімічний склад, незамінність і неможливість перемістити, не зношуваність (за умови дотримання усіх агротехнічних заходів) роблять ґрунти визначальним чинником, що впливає на ефективність сільськогосподарського виробництва.

Сьогодні світовий земельний фонд становить 13 млрд. 435 млн. га., з них на сільськогосподарські угіддя припадає 36,2% – 4 млрд. 868 млн. га, в тому числі ріллі – 1 млрд. 346 млн. га, або 27,6%; сіножаті і пасовища – 3 млрд. 424 млн.га, або 70,3%; багаторічні насадження – 98 млн. га, або 2,0%. [1]. В Україні найбільшу площу займають землі сільськогосподарського призначення, які є найбільш цінним ресурсом. На даний час із 60,3 млн. га території України 41,5 млн. га складають сільськогосподарські угіддя (68,8% території держави), з них 32,5 млн. га (78,1%) – рілля, 2,4 млн. га (5,7%) – сіножаті; 5,5 млн. га (13,1%) – пасовища; 0,9 млн. га (2,1%) – багаторічні насадження; 0,3 млн. га (0,7%) – перелоги.

Висока продуктивність сільськогосподарських угідь істотно залежить від структури земельних і сільськогосподарських угідь, а також структури посівних площ. Сучасна раціональна структура землекористування значною мірою визначається обсягом площ під природними кормовими культурами. Екологічно збалансованими вважаються аграрні землекористування, в яких частка сіножатей, пасовищ і лісових насаджень становить від 30 до 50 %. Слід звернути увагу, що частка ріллі в Україні із загальних площ сільськогосподарських угідь істотно більша, у порівнянні із європейськими країнами та США. Проте за часткою природних кормових угідь у загальній площі сільськогосподарських угідь (1 %) Україна помітно відстає від інших країн світу – в більшості європейських країн цей показник коливається в межах 30-40 %, а у Великій Британії становить 63,1%, Австрії – 57,1%, США і 56,0% [2]. В

08.00.05 Ровиток продуктивних сил і регіональна економіка

Україні ж частка природних кормових угідь у структурі сільгоспугідь, за даними Державного агентства із земельних ресурсів, становить близько 19 %. Це є наслідком недостатнього рівня розвитку галузей тваринництва.

Слід звернути увагу на те, що така структура сільськогосподарських угідь свідчить про високий рівень освоєння та навантаження на сільськогосподарський ґрунтовий покрив, що спричиняє виникнення ерозійних процесів та деградації земельного фонду держави.

Найбільш придатні землі для культивування всіх зернових культур, що є традиційними для України, становлять 29,5 млн. га (93,8 % загальної площі орних земель), з них землі, придатні для вирощування озимої пшениці – 27,1 млн. га, ячменю – 28,1 млн. га, кукурудзи – 17,6 млн. га, сояшнику – 14,3 млн. га, цукрових буряків – 7,0 млн. га [3].

Як зазначає Н. Солов'яненко, сільськогосподарське виробництво в Україні ведеться на особливо цінних землях, загальна площа яких становить 14,9 млн. га або 36 % від площі сільськогосподарських угідь, у т.ч. у складі орних земель їх налічується 43,7 %. Проте, сьогодні спостерігається диференціація кількості таких цінних земель у загальній площі ріллі за різними областями України – від 2,3 у Луганській області до 79,8 % у Полтавській (табл. 1). [4, с. 44-48].

Таблиця 1

Площі особливо цінних земель України (станом на 01.01.2011 р.)

Назва адміністративно-територіальних одиниць	Сільськогосподарські угіддя – всього, тис. га	Особливо цінні землі		Рілля, тис. га	Особливо цінні землі		% ріллі до с/г угідь
		тис. га	% у складі с.-г. угідь		тис. га	% у складі ріллі	
Україна	41576	14882	35,8	32476	14189	43,7	78,1
Полтавська	2170	1442	66,5	1768	1411	79,8	81,5
Тернопільська	1049	683	65,1	854	672	78,7	81,4
Сумська	1700	905	53,2	1227	882	71,9	72,2
Черкаська	1451	886	61,1	1271	872	68,6	87,6
Харківська	2418	1106	45,7	1927	1079	56	79,7
Хмельницька	1568	696	44,4	1254	679	54,1	80,0
Київська	1665	750	45	1356	725	53,5	81,4
Кіровоградська	2039	919	45,1	1762	909	51,6	86,4
Вінницька	2017	835	41,4	1728	824	47,7	85,7
Дніпропетровська	2515	916	36,4	2126	891	41,9	84,5
Миколаївська	2009	662	33	1698	640	37,7	84,5
Чернігівська	2070	559	27	1410	529	37,5	68,1
Одеська	2593	831	32	2072	771	37,2	79,9
Херсонська	1971	649	32,9	1777	636	35,8	90,2
Донецька	2044	582	28,5	1655	559	33,8	81,0
АР Крим	1797	511	28,4	1268	418	33	70,6
Запорізька	2244	852	38	1905	558	29,3	84,9
Житомирська	1516	310	20,4	1085	298	27,5	71,6
Закарпатська	452	103	22,8	200	53	26,5	44,2
Рівненська	932	159	17,1	658	156	23,7	70,6
Чернівецька	471	82	17,4	333	79	23,7	70,7
Львівська	1266	155	12,2	796	130	16,3	62,9
Івано-Франківська	632	148	23,4	384	51	13,3	60,8
Волинська	1050	115	11	674	81	12	64,2
Луганська	1910	296	15,5	1274	29	2,3	66,7

Джерело: розраховано за даними Державного агентства земельних ресурсів України

Сьогодні головною проблемою є низький рівень ефективності використання сільськогосподарських угідь в Україні, тому доцільно виокремити основні причини цього процесу. Однією з них є слабке фінансово-економічне становище аграрних підприємств. Це не дає змоги модернізувати технологічні операції вирощування сільгоспкультур, гальмує оновлення матеріально-технічної бази, впровадження у виробництво інновацій. У 2011 р. лише 26,8 % підприємств, що займаються рослинництвом, і 57,3 % підприємств, що займаються тваринництвом, одержали чистий дохід (виручку) від реалізації сільськогосподарської продукції до 1 млн. грн. [5, с. 53]. Разом з тим, середні ціни, за якими було реалізовано нову техніку українським сільгосппідприємствам у 2011 р., становили на комбайни: Дон – 741,6 тис. грн, Case – 1239,1, Claas – 1644,7, John Deere – 1652,1, Massey Ferguson – 1676,4 тис. грн (ціна нового українського комбайна «Скіф-230» становить понад 1,2 млн грн); на трактори потужністю понад 100 кВт: ХТЗ – 377,6 тис. грн, МТЗ – 463,3, Case – 1026,1, John Deere – 1384,3, New Holland – 1077,0 тис. грн. [6].

За роки реформування аграрної сфери взагалом, та земельних відносин зокрема, відбулася деформація структури посівних площ сільськогосподарських культур, наслідком чого стало виснаження ґрунтів. Власне високий

рівень рентабельності виробництва окремих сільськогосподарських культур (наприклад рівень рентабельності виробництва насіння соняшнику у 2012 році становив 45,8 % (у 2011 році – 57%), а також орієнтація великих аграрних господарств на вирощування окремих експорторієнтованих сільськогосподарських культур, переважно зернових, спричинили збільшення площ їх посівів у загальній посівній площі сільськогосподарських культур з 45 % у 1990 р. до 55,6 у 2012 році (у 2011 р. – 56,8 %), технічних – з 11,6 до 28,2 (у 2011 р. – 26,9 %) відповідно та зменшення площ посівів кормових культур з 37 % у 1990 р. до 8,9% у 2012 році (у 2011 р. – 9 %). За науково рекомендованими нормами насиченість посівних площ соняшником, наприклад, для степової зони країни, не повинна перевищувати 12%, проте сьогодні у структурі посівних площ основних сільськогосподарських культур посівам соняшнику відведено 17,1 %.

Отже, вирішення зазначених проблем може дати потужний поштовх для підвищення рівня використання сільськогосподарських угідь та зростання ефективності галузей аграрної сфери кожного регіону та України загалом.

Література

1. Структура сільськогосподарських угідь країн світу – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://faostat.fao.org/site/339/default.aspx>
2. Сучасна земельна політика України / Юрченко А.Д., Греков Л.Д., Мірошніченко А.М., Кузьмін А.В. – К. : Інтертехнологія, 2009. – 260 с
3. Заяць В.М. Розвиток ринку сільськогосподарських земель: монографія / Заяць В.М. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 166 С.
4. Солов'яненко Н. Грунтовий покрив – складова природних ресурсів України / Солов'яненко Н. // Землевпорядний вісник. – 2012. – №2. – С. 44-48
5. Сільське господарство України за 2011 рік. Статистичний збірник. – К. : Державна служба статистики України. – 2012 р. – С. 53. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Каталог сільськогосподарської техніки. – Група компаній «Технлоогрг». – 2012 – 160 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agro-business.com.ua/2010-07-05-08-44-18/594-l-230r.html>
7. Agricultural in Non-OECD Countries: Monitoring and Evaluation [Електронний ресурс] / OECD. – 2007. – Режим доступу: http://www.oecd.org/document/5/0,3343,en_2649_33797_38271429_1_1_1_37401,00.html

УДК 332.1

Олександренко І.В.,
к.е.н., доцент кафедри фінансів,
Луцький національний технічний університет

ВПЛИВ ПІДПРИЄМСТВ НА РОЗВИТОК РЕГІОНУ

Сучасні умови розвитку регіону обумовлюють потребу у виявленні факторів, що впливають на їх розвиток. В цілому фактори впливу на розвиток регіону можна поділяти на внутрішні та зовнішні. Зовнішні фактори не є контрольованими з боку регіональних економічних суб'єктів, і залежать від державної політики. Внутрішні чинники є контрольованими всередині регіону і ефективна регіональна політика сприятиме усуненню їх негативного впливу. Важливу роль у розвитку регіону відіграють підприємства, які розташовуються на його території.

Зародження ідей, щодо ролі підприємств у розвитку регіону відбулось у докейсіанській політекономії, в рамках якої панував мікроекономічний підхід, тобто аналіз економіки з погляду окремих економічних одиниць. Умови процвітання окремої фірми ототожнювались з умовами процвітання нації в цілому, примноження її національного багатства. Таким чином фірма була в центрі дослідження, а основними проблемами були мінімізація її витрат та максимізація прибутку як джерела нагромадження капіталу. В даних підходах економічне зростання регіону (країни) було підпорядковане інтересам розвитку окремих підприємств [1].

В цілому про вплив підприємств на розвиток регіону свідчать теорії регіонального розвитку, зокрема здійснено їх розподіл за роллю підприємств у розвитку регіону:

- теорії розміщення виробництва (У.Айзард, А.Вебер, В.Крісталлер, В.Лаунгардт, А.Льош, А.Маршал, Т.Паландер, Й.Г. Тюнен) обґрунтовують, що на розвиток регіону впливають підприємства виробництва промислової та сільськогосподарської продукції;

- неокласичні теорії (Ч. Джонс, Е.Домар, Х.Зібберт, Д.Норт, Б.Олін, Пол Самуельсон, Р.Солоу, Ч.Тіббу, Р.Ф.Харрод, Е.Хекшер, Р.Хол) – на розвиток регіону впливають підприємства, які здійснюють експорт факторонасиченої продукції та імпорт дефіцитної продукції;

- теорії кумулятивної причинності (Ж.-Р. Будвіль, Г. Мюрдаль, Ф. Перру, Х. Річардсон, Дж. Фрідман, Т. Хегерstrand, А. Хіршман) – розвиток регіону визначають підприємства лідируючих галузей, які впроваджують інновації та здатні їх поширювати на інших суб'єктів господарювання і регіони;

- теорії нової економічної географії (Е.Венайблес, П.Кругман, Р.Лукас, П.Ромер, М.Фуджіта) – розвиток регіону визначають підприємства, що мають конкурентні переваги, здійснюють інвестиції в розвиток науки, людський капітал та основною їх ціллю є моделювання регіональних процесів;

- теорії кластерного розвитку регіону (М.Енрайт, М.Портер, М.Сторпер) – на розвиток регіону впливають скупчення підприємств (кластери), завдяки яким регіони стають лідерами економічного розвитку та найбільш конкурентоспроможними;

- теорії структурних змін (Р. Вернон, Е. Маркузен, М. Сторпер, Р. Уолкер, Й.Шумпетер) – підприємства здатні впливати на розвиток регіону на окремій стадії свого розвитку по-різному, що відбувається циклічно, завдяки їх інноваційній активності.

Вище зазначені теорії дозволили обґрунтувати вплив підприємств на розвиток регіону та визначити їх вагому роль у регіональному розвитку. Загалом вплив підприємств на розвиток регіону можна класифікувати за певними ознаками. Такими ознаками на нашу думку є:

- **напрями регіонального розвитку:** вплив на соціальний розвиток; вплив на економічний розвиток; вплив на екологічний розвиток;

- **види діяльності регіону:** вплив на виробничу діяльність; вплив на торгівельну діяльність; вплив на зовнішньоекономічну діяльність; вплив на інвестиційну діяльність; вплив на інноваційну діяльність;

- **регіональні об'єкти розвитку:** вплив на розвиток галузі; вплив на розвиток інших суб'єктів господарювання; вплив на розвиток домашніх господарств;

- **регіональна інфраструктура:** вплив на розвиток соціальної інфраструктури; вплив на становлення виробничої інфраструктури; вплив на розвиток фінансово-кредитної інфраструктури; вплив на розвиток транспортної інфраструктури;

- **забезпечення регіону ресурсами:** вплив на фінансові ресурси; вплив на наявність трудових ресурсів; вплив на наявність матеріально-технічних ресурсів.

Однак, необхідно розуміти, що розвиток регіону залежить не лише від наявності підприємств, а й від результатів їх роботи. Оскільки підприємства, які працюють збитково навпаки є негативним чинником у забезпеченні регіонального розвитку, що проявляється у зменшенні доходів самих суб'єктів господарювання, населення та місцевого бюджету. Збитковість роботи негативно відображається на самій роботі підприємств, послаблює їх внутрішні фінансові можливості та змушує їх залучати зовнішні (кредитні) ресурси для фінансування своїх потреб. Таким чином, ріст кредитних ресурсів погіршує імідж підприємств на фінансовому ринку та зменшує їх фінансову стабільність, що в кінцевому результаті може призвести до їх банкрутства. Банкрутство підприємств негативно відображається на розвитку регіону, що відповідно збільшує рівень безробіття, зменшує виробництво в регіоні та відповідно доходи бюджету. Це дозволяє свідчити, що розвиток регіону залежить від діяльності підприємств, їх фінансових результатів та в цілому фінансового стану.

Література

1. Історія економічних учень: Підручник / Л.Я. Корнійчук, Н.О. Татаренко, А.М. Поручник та ін.; За ред. Л.Я. Корнійчук, Н.О. Татаренко. – К.: КНЕУ, 2001. – 564 с.

УДК 332.14

Оприсок М.Д.,

к.е.н., доцент кафедри економіки і управління виробництвом,
ПВНЗ «Тернопільський комерційний інститут»

ПРОБЛЕМИ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Значну роль у соціально-економічному розвитку будь-якої країни відіграють суб'єкти підприємництва, а саме малий та середній бізнес, які в сучасному світі є основним продуцентом індивідуалізованих благ. Малі та середні підприємства, прагнучи знайти свою нішу на ринку, уже поділеному між великими компаніями, першими відгукуються на зміну споживацьких преференцій і примушують великий бізнес також реагувати на них. Отже, кожна держава зацікавлена у дієвій та результативній підтримці малого та середнього підприємництва, розробляючи для цього відповідні інструменти і механізми. Однак в Україні не сформовано цілісного і чіткого уявлення про те, яким має бути цей механізм і чи має він містити преференції для окремих суб'єктів малого та середнього бізнесу з погляду реалізації пріоритетів інноваційної моделі розвитку економіки. Ця проблема є надзвичайно важливою в контексті інституційних змін, якими супроводжуються трансформаційні процеси в економіці України.

Глобалізація світової економіки змінює уявлення про характер залучення фінансових ресурсів для розвитку регіональної економіки з зовнішніх джерел, про значення таких позик для малого і середнього бізнесу. Разом з тим, слід мати на увазі, що лібералізація переміщення капіталів тягне за собою ризик трансляції негативних кризових явищ в одній країні або регіоні на інші регіони. Крім того, найбільш чутливим та незахищеним при такій трансляції є саме малий та середній бізнес. Розв'язання такого протиріччя може служити вивчення передового світового досвіду стимулювання розвитку підприємництва за рахунок внутрішніх та зовнішніх можливостей та практики вирішення проблем, пов'язаних з динамізмом регіональних економік.

В країнах Європейського Союзу економіка спирається на підприємства малого і середнього бізнесу. Такі підприємства надають роботу більше 70% зайнятого населення у приватному секторі економіки. Про роль їх в економіці угруповання свідчать дані багатьох робіт та публікацій зі світової економіки. Зазначимо лише, що політика окремих держав та спільна європейська політика у сфері підприємництва є наріжним каменем при формуванні багатьох європейських стратегій і програм, спільних документів, оскільки зачіпає інтереси великої кількості суб'єктів міжнародної економіки, політики, несучи при цьому і значне соціальне навантаження.

Розбіжності в національних законодавствах про підприємництво формує певний перелік бар'єрів, тому поступове впровадження єдиних правил сприяє переплетенню промислового, торговельного та банківського капіталу і посилює привабливість регіонів для капіталу інших країн.

Одна з перших програм підтримки підприємництва на території ЄС передбачала заходи пом'якшення державного регулювання підприємницької діяльності, усунення надлишкової бюрократії. Серед фінансових заходів програми найбільш значущими було зниження рівнів оподаткування та полегшення доступу на ринки капіталів. Особлива увага і сьогодні приділяється кооперації соціальних партнерів.

Програма розвитку економічної інфраструктури міст і сіл була покликана сприяти вирівнюванню рівня її розвитку. В рамках програми Європейська комісія посилено сприяла саме місцевій інфраструктурі, аби стимулювати реалізацію локального економічного потенціалу, створити додаткові робочі місця в провінції. Європейські кредити було виділено на програми екологічного контролю в промисловості, енергозбереження та раціонального використання ресурсів.

Загальноєвропейські програми кредитування були доповнені федеральними програмами підтримки нових продуктів і технологій та їх виведення на ринки. В рамках програм підтримки середніх і малих підприємств у 90-х роках минулого століття ЄБРР щорічно виділяв кредитів на суму близько 10 млрд. євро. За рахунок цих коштів було здійснено фінансування капітальних вкладень, в тому числі довгострокові проекти по створенню нових фірм, інновації та проекти захисту навколишнього середовища.

В цьому напрямку міжнародні інституції співпрацюють переважно з комерційними банками – прямими фінансовими партнерами підприємств. При цьому відносини є суто субсидіарними (виключають конкуренцію інтересів). Підтримка малих і середніх підприємств полягає переважно у вирівнюванні їх менш вигідного положення щодо фінансування. Ця програма покликана шляхом стимулювання конкретної інвестиційної діяльності зробити можливими довгострокові капітальні вкладення. Адже у малих підприємств, як правило, немає прямого доступу до ринку довгострокових капіталів. Нестача резервів на покриття можливих збитків може взагалі виключити проекти підприємств з потенційного кредитного портфелю фінансових установ.

Саме з метою компенсації таких слабких вихідних позицій створюються і діють міжнародні програми підтримки малого і середнього бізнесу. Певні фінансові ресурси включаються до капіталів комерційних банків, які безпосередньо здійснюють спільне фінансування проектів. Заявки на одержання кредитів підприємці подають безпосередньо до обслуговуючого банку в регіоні своєї діяльності. Проект та потенційний позичальник перевіряються за банківськими критеріями, після чого і приймається рішення.

Проблемою, яка обмежує можливості українських підприємств щодо участі у таких схемах, на наш погляд, полягає в низькому рівні конкуренції фінансових інституцій в регіонах та обмежує параметри визначення соціально-економічної ефективності проектів загальною банківською кредитною політикою (багато показників, в тому числі соціальні ефекти, не враховуються при прийнятті рішень з фінансування). Фактично пріоритети розвитку регіону не можуть бути враховані при такому вузько комерційному підході.

Крім того, широке застосування інформаційних технологій для подачі заявок на одержання кредиту, передачі відповідних даних, їх обробки і обслуговування відіграє все більшу роль у процесах надання допомоги малому і середньому бізнесу. Малі підприємства в регіонах далеко не завжди мають відповідне технічне та кваліфікаційне забезпечення. Цим ще раз підтверджується нагальність створення регіональних проектів організаційно-економічної підтримки таких суб'єктів.

В українській практиці поки що відсутні організації, які б мали функції агенцій регіонального розвитку. На сьогодні діє кілька наукових і громадських організацій за рахунок переважно зарубіжних грантів. Вони не мають єдиних принципів діяльності та системної регіональної підтримки на рівні органів влади, що знижує ефективність їх діяльності. Крім того, негативний вплив на їх діяльність справляє нормативна невизначеність їх статусу в процесі розв'язання регіональних проблем.

Юридичні форми існування подібних агенцій є досить різноманітними. Наприклад, у Чехії вони діють як громадські організації або комерційні прибуткові структури; в Румунії – як благодійні фонди; у Болгарії, Угорщині, Естонії – неприбуткові підприємства. У Польщі ж вибір таких форм досить широкий – від акціонерного товариства до місцевих фондаций [1, с. 93].

Співробітництво з банківськими установами, лізинговими компаніями, страховиками та окремими фахівцями (в разі необхідності) підвищує надійність угод та рішень, що приймаються відносно підприємств, сприяє економії робочого часу спеціалістів відповідних установ інфраструктури на первинний розгляд та відбір проектів, професійну підготовку пакетів документації.

І нарешті, найбільш очікуваним створення таких структур є для самих представників малого і середнього бізнесу в регіонах, які наразі працюють в достатньо складних економічних та правових умовах, потребують фахової допомоги у вирішенні фінансових, юридичних, кадрових, технічних та технологічних проблем. Сприяння розвитку бізнесу в регіонах має стати не лише задекларованим, але і реальним пріоритетом державної політики.

Важливим інструментом формування та удосконалення інститутів підтримки розвитку підприємництва на регіональному рівні є регуляторна реформа – комплекс заходів держави, метою яких є скасування штучно створених проблем розвитку підприємництва та запобігання їх подальшому виникненню.

Література

1. Лендел М. Інституційний механізм реалізації регіональної політики в країнах Центрально-Східної Європи / М.А. Лендел // Регіональна політика в країнах Європи. Уроки для України/ За ред. С.Максименка. – К. : Логос, 2000. – С. 87-93.

ПРОГНОЗ ДИНАМІКИ РОЗВИТКУ ЦУКРОВОЇ ГАЛУЗІ

Цукрова промисловість є однією із найважливіших галузей агропромислового комплексу України. Цукрова галузь України сьогодні має наявні виробничі потужності для виробництва власного цукру з цукрових буряків, які значно перевищують внутрішні потреби країни. Основними виробниками цукру в Україні є Вінницька, Київська, Кіровоградська, Полтавська, Тернопільська, Харківська та Хмельницька області. Вказані області разом в 2013 році виробляли 73% всього цукру в країні. Найбільший обсяг виробництва забезпечили Вінницька (299,1 тис.т) та Полтавська (207,5 тис.т) області. Обсяги виробництва цукру в 2012-2013 рр значно скоротились в усіх областях України. Розподіл обсягів виробництва цукру між регіонами країни в 2013 році показано на рисунку 1.

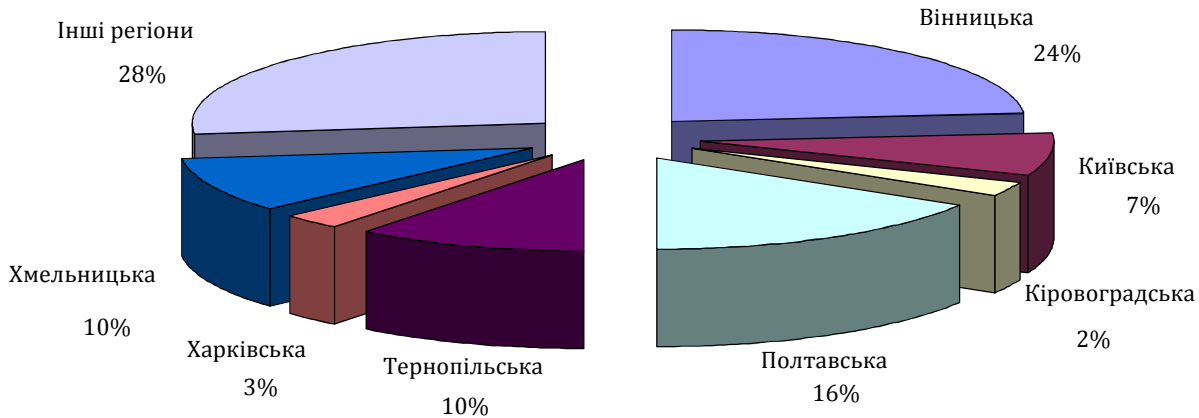


Рис. 1. Розподіл обсягів виробництва цукру між регіонами країни в 2013 р.

Дослідження показали, що аналогічні зміни відбулися в розподілі за регіонами обсягу вирощених цукрових буряків. Так частка Вінницької області зростає від 15% в 2012 році до 24% в 2013 році, частки Полтавської та Хмельницької областей зменшилися на 2%. Частка Вінницької області в розподілі площ, із яких зібрано врожай цукрових буряків, збільшилась на 6%, а частки Полтавської, Хмельницької та Харківської областей відповідно зменшилися. Протягом останніх років фактично втратили статус бурякосіючих Сумська, Івано-Франківська, Чернівецька, Одеська, Миколаївська, Чернігівська, Житомирська області [1].

Сприятливі агрокліматичні умови, які переважають в Україні не гарантують конкурентоспроможність цукрової галузі. Високі врожаї цукрових буряків не є достатньою умовою для конкурентоспроможності виробництва цукру, бо кінцевий продукт – цукор, що є поєднанням виробництва цукрового буряку та його переробки. Підвищення конкурентоздатності продукції вітчизняних цукрових заводів можливе за рахунок підвищення рівня автоматизації технологічних дільниць, збільшення коефіцієнта виробництва, який відображає ступінь вилучення цукру з буряків, та коефіцієнта роботи заводу, покращення технологічної якості сировини, заміни застарілого обладнання [2].

Подальший розвиток цукрової галузі в Україні вимагає державної підтримки. На загальнодержавному та регіональному рівнях для розроблення програм підтримки необхідно застосовувати науково обґрунтоване прогнозування показників розвитку даної галузі. Доцільно поєднувати при розробленні прогнозів методи експертного оцінювання та методи, засновані на економіко-математичному моделюванні. Оскільки цукрова промисловість України зосереджена в порівняно невеликій кількості областей, то доцільним є прогнозування динаміки її розвитку для кожної із цих областей із подальшим об'єднанням одержаних прогнозів. Даний підхід дає можливість відображати вплив на виробництво цукру наступних факторів, таких як розміщення сировинної бази, концентрація виробництва тощо. Для прогнозування виробництва цукру в Полтавській області на основі статистичних даних за період із 1995 року застосована адаптивна модель Хольта, яка відображає динамічний процес за допомогою лінійно-адитивного тренду $y_t(\tau) = a_{0,t} + a_{1,t} \cdot \tau$, де прогнозована оцінка $y_t(\tau)$, що

^

визначається на τ кроків вперед, залежить від оцінки $a_{0,t}$ поточного рівня та оцінки $a_{1,t}$ поточного приросту.

Коефіцієнти лінійної моделі визначають за допомогою рівностей:

$$a_{0,t} = a_{0,t-1} + a_{1,t-1} + \alpha \cdot e_t, \quad a_{1,t} = a_{1,t-1} + \alpha \cdot \beta \cdot e_t, \quad (1)$$

де e_t – похибка прогнозу значення y_t на один крок вперед, визначена в момент часу $(t-1)$, α та β – параметри моделі, які визначались за допомогою багатовимірної оптимізації. Фактичні обсяги виробництва, прогноз та викроистаний при прогнозуванні експоненційно-згладжений ряд показано на рисунку. Дані за ретроспективний період та зроблений прогноз показано на рисунку 2.

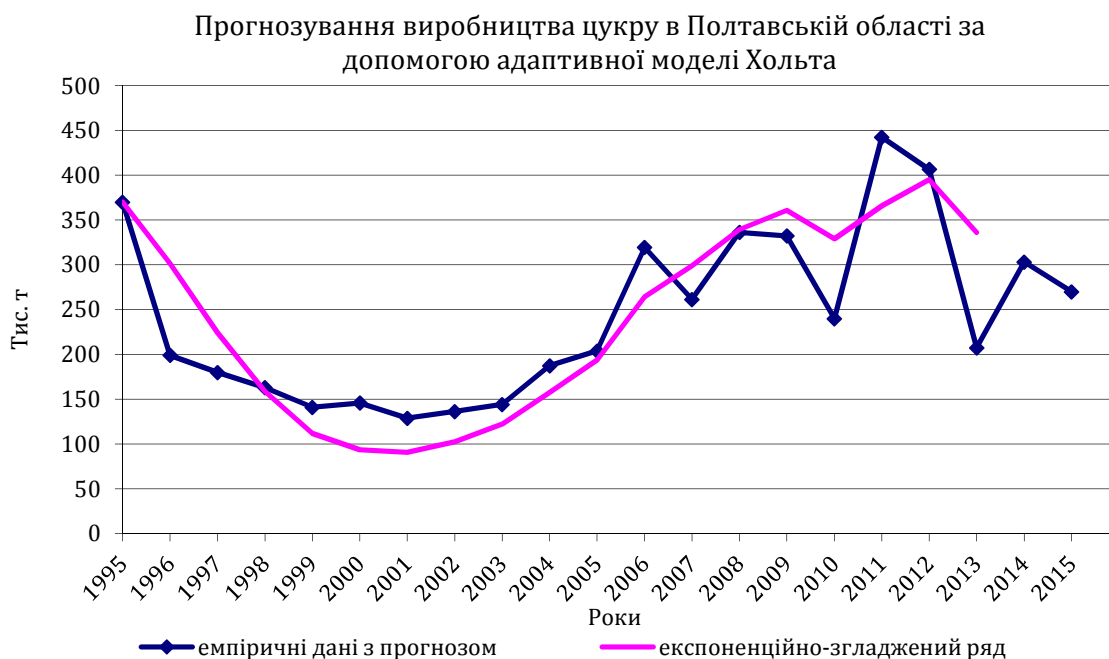


Рис. 2. Прогнозування виробництва цукру в Україні

Застосування вказаної моделі дає прогноз виробництва цукру в Полтавській області в 2015 році в обсязі 270 тис. т, що перевищує рівень 2013 року.

Література

1. Бондар О. Економічна оцінка виробництва цукрових буряків у 2009 році / О. Бондар, А. Фурса, О. Шутенко // Пропозиція. – 2009. – № 172. – С. 54-57.

2. Ярчук М. М. Доповідь Голови правління НАЦУ «Укрцукор» Ярчука М. М. / М. М. Ярчук // Матеріали міжнар. наук.-техн. конф. цукровиків України [«Цукробурякове виробництво в умовах реформування національної економіки»], (м. Київ, 27-28 березня 2012 р.). – К.: Цукор України, 2012. – С. 24-58., с. 36.

УДК 332.025

Поленкова М.В.,
к.е.н., старший викладач
кафедри теоретичної та прикладної економіки,
Чернігівський національний технологічний університет

СУЧАСНА ПАРАДИГМА ПОДОЛАННЯ ДЕПРЕСИВНОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

При дослідженні закономірностей і принципів сільського розвитку ми дійшли висновку, що сучасна парадигма подолання депресивності сільських територій – це парадигма сільського розвитку, яка повинна враховувати всі компоненти соціально-економічного стану та призводити до зміни якісних, а не тільки кількісних економічних характеристик. Сільський розвиток складається з трьох взаємопов'язаних, взаємодоповнюючих, взаємозалежних підсистем: сільський соціум, сільськогосподарське виробництво і сільська інфраструктура.

У працях Ю. Губені [1], Р. Косодій [2], М. Маліка [3] та інших науковців сільський розвиток розглядався під кутом формування аграрного сектору, тобто застосовувався галузевий підхід. Останніми роками в Україні все більше набуває визнання концепція багатofункціональності села, головна мета якої – відновлення села, тобто сталий розвиток аграрної бази, підвищення життєвих стандартів, якості життя населення, збереження його суспільних цінностей, пристосування сільського стилю життя до вимог часу.

Сучасний напрямок дослідження принципово відрізняється від попереднього, тому що визначальна роль у розвитку сільських територій відводиться людині, селу, сільському соціуму. На думку І. Прокопи, Л. Шепотько [4], ідеологією і методологією сільського розвитку має стати спасіння села та селянства, селяноцентричний або людиноцентричний підхід. Людський капітал стає головним рушійним фактором сучасного соціально-економічного розвитку. Функціонування соціальних, економічних, екологічних, інституційних і господарських аграрних систем здійснюється виключно в інтересах сільської людини. Економічний розвиток країни залежить в першу чергу від населення, що проживає на її території, оскільки саме людина в кінцевому підсумку є виробником і споживачем будь-якого матеріального продукту, і в розвитку людини закладені найважливіші ресурси і потенціал економічного зростання держави. В останні десятиліття багато зарубіжних та вітчизняних дослідницьких організації зайнялися проблемою пошуку методів, що дозволяють одночасно враховувати не тільки економічну, а й соціальну сторону розвитку конкретних країн і регіонів.

У контексті світогосподарських тенденцій концепція якості життя стає ідеологією, яка стверджує, що ключовим джерелом економічного зростання є людські ресурси, якість котрих багато в чому визначає успіх економічного і соціального розвитку.

Аналіз наукових досліджень з проблематики подолання депресивного стану сільських територій свідчить про відсутність єдиного підходу до вирішення даного питання. На нашу думку необхідно застосовувати цільовий підхід, тобто чітко визначати кінцеву мету діяльності, сукупність показників та їх кількісну векторну детермінанту, котра надає сенсу функціонуванню і розвитку системи життєзабезпечення сільського населення.

Поняття "якість життя" можна розглядати у двох варіантах: у широкому сенсі – це категорія, яка відображає зміст життя суспільства в цілому і об'єднує три взаємопов'язані системи: захищеність, гарантованість і забезпеченість. Критерій захищеності населення відображає довіру до влади; характеризує екологічне навантаження на навколишнє природне середовище; передбачає формування стратегії економічного управління регіоном; рівень злочинності. Критерій забезпеченості населення полягає у розробці системи державних соціальних стандартів. Критерій гарантованості передбачає якість освіти, зайнятість населення, охорону здоров'я. У вузькому розумінні якість життя населення – це інтегральні системоутворюючі показники задоволення його потреб.

На основі проведених досліджень ми дійшли висновку, що в якості головних показників оцінки рівня впливу сільського розвитку на стан депресивності сільських територій необхідно обрати індекси розвитку їх господарського комплексу, екістичного потенціалу, відтворення сільського соціуму та екологічної напруженості проживання сільського населення. Запропоновано на мезорівні використовувати інтегральний індекс оцінки сталого розвитку сільських територій, формула якого матиме вигляд:

$$I_{nk} = \sqrt[4]{I_{nk}^{екон.} \cdot I_{nk}^{соц.} \cdot I_{nk}^{екол.} \cdot I_{nk}^{екіст.}}, \quad (1)$$

де I_{nk} – інтегральний індекс комплексної оцінки розвитку сільських територій n -го регіону в k -му році;

$I_{nk}^{екон.}$, $I_{nk}^{соц.}$, $I_{nk}^{екол.}$, $I_{nk}^{екіст.}$ – сукупна оцінка рівня економічної, соціальної, екологічної, екістичної складових розвитку сільської території n -го регіону в k -му році.

Аналіз впливу економічного зростання на подолання депресивності сільських територій не створює складнощів і в цілому є традиційним. Натомість дослідження соціального розвитку, як одного з напрямків підвищення конкурентоспроможності аграрних територій, потребує розробки чисельних наукових критеріїв та показників-індикаторів для розгляду методологічних аспектів формування сільської соціальної територіальної інфраструктури. Серед цілого ряду показників варто обирати ті, які найповніше характеризують рівень розвитку соціальної інфраструктури і стану соціально-економічного середовища сільської місцевості.

Досліджуючи умови життя сільського населення, варто підкреслити їх тісний зв'язок зі станом сільської соціальної інфраструктури, до якої належать об'єкти житлового і комунального господарства, соціально-культурного призначення, охорони здоров'я, а також торгівлі, громадського харчування і побутового обслуговування.

Вагомий вплив на якість життя селян справляє мережа об'єктів соціальної інфраструктури, що належать до галузі охорони здоров'я.

Проживання сільських жителів значною мірою залежить від кількісних та якісних характеристик інженерної інфраструктури, до якої належать мережа автомобільних шляхів та об'єкти зв'язку. Рівень розвиненості транспортної мережі сприяє підвищенню мобільності сільського населення, кращому доступу усіх виробників сільськогосподарської продукції до ринків збуту їх продукції, знижує ризик неотримання населенням того чи іншого виду послуг з медичної допомоги тощо.

Система індикаторів якості життя сільського населення дозволяє не лише оцінити рівень життя населення і стан соціальної інфраструктури села, але і гостроту депресії сільської території в цілому. Проведені дослідження і досвід розвинених країн доводять доцільність створення розвиненої сільської соціально-інженерної інфраструктури як головної передумови подолання депресивності відсталих територій.

Література

1. Губені Ю.Е. Розвиток сільських територій: деякі аспекти європейських територій і практики / Ю.Е. Губені // Економіка України. – 2007. - №4. – С. 62-63.
2. Косодій Р.П. Проблеми сільського розвитку в умовах глобалізації / Р.П. Косодій // Економіка АПК. – 2009. – № 4. – С. 132-138.
3. Малік М.Й. До питання сталого розвитку сільських територій / М.Й. Малік // Економіка АПК. – 2008. - №5. – С. 55-58.
4. Прокопа І.В. Депресивність аграрних територій: український вимір / І.В. Прокопа, Л.О. Шепотько // Економіка України. – 2003. – №7. – С. 59-66.

МАРКЕТИНГОВА ЦІНОВА ПОЛІТИКА ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОГО РИНКУ

Зернова ціна, як елемент комплексу маркетингу, значною мірою визначає ринкові перспективи досліджуваних товарів та їх виробників. Вміле варіювання цінами дозволяє покращувати ринкові позиції, досягати тактичних та стратегічних цілей, здійснювати розширене відтворення. Приваблюючи своєю доступністю споживача, ціна сприяє продажу товару й надходженню грошових коштів, а покриваючи понесені затрати на виробництво та збут, ціна забезпечує отримання прибутку.

Тобто ціна зернової та зернобобової продукції має властивості ринкового каталізатора, що покликаний забезпечувати безперервні метаморфози капіталу через процеси купівлі-продажу. Перетік капіталів, який при цьому відбувається, безпосередньо впливає на економічний, соціальний, політичний, духовний, психологічний та інший стан суспільства, вимагаючи від владних державних структур особливої уваги до цінової політики зернової та зернобобової продукції.

Маркетингова цінова політика на зернову та зернобобову продукцію передбачає проведення системи заходів в розрізі встановлення поточних та перспективних цін на досліджувані товари для конкретних ринкових сегментів з метою досягнення стратегічних та тактичних цілей господарюючих суб'єктів та громади. Аналіз статистичних цифрових матеріалів [4, с. 145] показує, що протягом періоду дослідження відбувається постійний ріст ціни. Так, у 2013 р. по відношенню до 2005 р. середня ціна реалізації зернової та зернобобової продукції збільшилася у 3,11 рази, а по відношенню до 1996 р. – 7,72 рази.

Проте за різними каналами збуту індекси цін реалізації зернової та зернобобової продукції за напрямками реалізації мають різний характер. Аналіз цифрових матеріалів показує, що звітного року найвищий індекс продажу зернової продукції мав місце при її збуті на ринку (125,1 %) та населенню в рахунок оплати праці (124 %). Тоді як нижчими за середній рівень індекси цін були при продажу переробним підприємствам (119 %), видано пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майно (116,3 %), за іншими каналами (121,6 %).

Дослідження показують, що ціновий індекс на зернову та зернобобову продукцію сягав максимального значення (222,7 %) у базовому 2000 р., а мінімального (91,8 % – 90,8 %) – у 2005 р. та 2013 р. При цьому в роки з мінімальними індексами цін за такими каналами як видано пайовикам в рахунок орендної плати за землю та майно, а також населенню в рахунок оплати праці рівень цінового індексу був вищим за середній по всім напрямкам. Звітного року індекс цін продажу зерна населенню в рахунок оплати праці (124 %) також був вищим середнього рівня (121,4 %). Таким чином, в окремі роки аграрні господарюючі суб'єкти через договірні відносини нав'язували селянам ціни за зерно, що були вищими за середні ринкові. Це порушує соціально-економічні устої аграрних відносин та свідчить про низький рівень маркетингової діяльності в аграрному секторі.

Водночас, цінова політика щодо продукції зернової галузі в інноваційній сфері відноситься до найбільш важливих та проблемних. Адже витрати на наукові та науково-технічні роботи, з одного боку, безпосередньо впливають на рівень поточної собівартості, а відтак і зернову ціну, а з іншого – спрямовані на їх здешевлення в майбутньому. При цьому установлення суб'єктами господарювання цін та варіювання ними згідно ринкової кон'юнктури, повинно гарантувати отримання запланованого прибутку і забезпечувати досягнення різнорівневих цілей – стратегічних, тактичних, оперативних. Ціна виступає індикатором, що вимірює вартість для громади задоволення потреб споживачів у виробах із зернової та зернобобової продукції.

Формування сучасної цінової політики проводиться як на основі ринкових засад, так і під впливом державних регуляторів. Державна регуляторна політика щодо інноваційної діяльності може безпосередньо впливати на ціноутворення виробників зерна та зернобобової продукції. Адже державними управлінськими структурами на національному та регіональному рівнях передбачається здійснення ряду цілком конкретних заходів [1].

Ціноутворення на зернову та зернобобову продукцію в інноваційній сфері відбувається з урахуванням цілей аграрних суб'єктів господарювання, правових норм, державної регуляторної політики, соціальних обмежень, ринкової кон'юнктури, споживчої вартості, понесених витрат, поведінки конкурентів та інших чинників.

Проведені дослідження показують, що роль маркетингової цінової політики зернової та зернобобової продукції в умовах сучасного ринку зростає. Це спричинено, по-перше, винятковістю положення ціноутворення в комплексі маркетингу, що на відміну від інших його складових, покликане не тільки повертати підприємствам кошти, які витрачаються в процесі здійснення товарної, дистрибутивної та комунікативної політики, а й постійно забезпечувати розширене відтворення.

По-друге, вагомістю ціни як фактора посилення конкурентної спроможності підприємств за рахунок більш вигідної його перцепції ринковими сегментами. Адже ціноутворення господарюючого суб'єкту формує своєрідний механізм розподілу його прибутку з покупцями. Останні через позиціонування цінових та якісних характеристик товарів досить об'єктивно оцінюють "справедливість" такого ринкового розподілу, купуючи чи ігноруючи зернові та зернобобові товари відповідного товаровиробника.

По-третє, перспективністю проникати на нові географічні ринки завдяки адекватній ціновій політиці стосовно різних національних ринків та регіональних торговельно-економічних блоків. Цьому сприяють світовий поділ праці, економічна глобалізація, активна інтеграція України у світовий економічний простір, маркетингові орієнтири розвитку світової економіки як умови гармонізації взаємовідносин виробників та постачальників зернових товарів зі споживачами, громадами, людством, довкіллям.

По-четверте, можливістю через відповідну цінову політику постійно підвищувати економічну ефективність виробничо-господарської діяльності підприємств виробників зерна. Адже ресурсна база покращення ціноутворення практично невичерпна, бо значною мірою залежить від суб'єктивного чинника, інтелектуальні та науково-технічні потужності якого неухильно зростають, що в цілому відповідає вимогам управління інноваційним розвитком

зернового та зернобобового виробництва.

Література

1. Уайт П. Управление исследованиями и разработками / П. Уайт. – М.: Экономика, 1991. – 356 с.
2. Закон України “Про інноваційну діяльність” // Відомості Верховної Ради України.- 2002.- № 36. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
3. Ильин З.М. Мировой продовольственный кризис и угрозы в продовольственной сфере / З.М. Ильин // Економіка АПК. – 2010. – № 2. – С. 154–161.

Пепчук С.М.,

викладач кафедри економічної кібернетики та маркетингу,
Черкаський державний технологічний університет

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ МІСТА

В даний час великі міста вступили в жорстку конкуренцію за залучення на свої території різних ресурсів. За оцінками експертів, економічна конкуренція доповнюється, а інколи і замінюється використанням інформаційно-психологічних технологій, соціально - культурною, світоглядною конкуренцією. Від того, який саме образ міста виникає в уявленнях різних фінансово-економічних суб'єктів, в політичній, управлінській і культурній еліти країни, регіону, наскільки позитивно сприймають місто його жителі і гості, залежить можливість мобілізації існуючих та залучення додаткових ресурсів.

На фоні тенденцій посилення конкурентної боротьби між містами підвищилася необхідність задіювати інструменти, що формують позитивний імідж міста в свідомості різних груп споживачів. Сила емоційного сприйняття повинна підтримуватися асоціаціями і відчуттями, що виникають в процесі реального або віртуального «спілкування» з містом. Ці асоціації визначають суть міста в очах споживачів і дозволяють ідентифікувати його серед безлічі інших міст.

В процесі ідентифікації міст певний науковий інтерес представляє розгляд позиціонування як стратегічного інструменту маркетингу міста.

Поява в практиці маркетингу міста поняття «Позиціонування міста» тісно пов'язана з вивченням особливостей оцінки конкурентоспроможності міст. Здатність міста конкурувати залежить від основних його споживчих властивостей, що визначають привабливість міста як місця розміщення міського співтовариства, і від сильних і слабких сторін економічних агентів. У зв'язку з цим зростає необхідність розробки стратегії позиціонування міста для підвищення його конкурентоспроможності і виділення конкурентних переваг.

На сьогоднішній день термін «позиціонування міста» є досить новим і маловивченим інструментом маркетингу міста. Теорія позиціонування міста знаходиться на стадії розробки і становлення, практично відсутні дослідження, присвячені комплексній оцінці позицій міст і виявленню найбільш конкурентоздатних і активних з точки зору стратегічного розвитку територій.

Поняття «позиціонування» з'явилося в маркетингу в 1972 році завдяки роботам американських маркетологів Ела Райса і Джека Траута. Джек Траут характеризує свою класичну роботу «Позиціонування. Битва за впізнанність» як книгу про те, як працює людський мозок в умовах перенасиченого ринку [1]. Автори говорять про те, що традиційні підходи в маркетингу безнадійно застаріли і пропонують, розглядаючи ряд прикладів, новий ефективний підхід, який і називають позиціонуванням.

Засновники теорії позиціонування визначали його як «створення для товару певної позиції серед конкуруючих товарів, своєрідної ніші, яка знайшла б віддзеркалення в ієрархії цінностей, утвореної в свідомості потенційного покупця. Розробка такого іміджу товару, щоб він зайняв в свідомості покупця гідне місце, що відрізняється від положення товарів - конкурентів» [1, с.125]. Основний принцип позиціонування, на їх думку, полягає не в тому, щоб створювати щось нове і відмінне від інших, а в маніпулюванні тим, що вже живе в уявленнях споживачів, використовувати вже наявні зв'язки.

Позиціонування було модним висловлюванням в рекламних і маркетингових колах 1970-х років, і слово «позиціонування» характеризувало розвиток реклами. Тобто, по суті, первинне позиціонування використовували як інструмент підвищення ефективності реклами або процес виявлення конкурентних переваг продукції компанії і їх подальшого використання в рекламних акціях та інших аспектах просування.

Після п'ятнадцяти років панування теорії позиціонування Ела Райса і Джека Траута з'явилося досить багато робіт, присвячених поняттю позиціонування. Проте, не дивлячись на багаточисельні публікації (лише у США за 30 останніх років на тему позиціонування була опублікована більше сотні серйозних робіт), серед практиків і теоретиків маркетингу до цих пір немає єдиної думки, що таке позиціонування. Це підтверджує характеристика сучасного осмислення терміну, дана П. Бейнсфейром: «Позиціонування - це слово, яке використовують всі, але розуміють небагато» [2, с.124].

Розглянувши представлені в сучасній теорії трактування поняття «позиціонування», автор виділив три його базові складові: позиціонування як концепція; позиціонування як стратегія; позиціонування як сукупність дій.

Позиціонування як концепція. Розвиток позиціонування як концепції спочатку було відображено в книзі Е. Райса і Д. Траута - основоположників поняття, які говорили про те, що важливо побудувати позиціонування на сильній концепції, це дозволить виділити компанію у ряді конкурентів.

До даного підходу можна віднести ідеї Девіда Кревенса, який визначає позиціонування як формулювання суті пропозиції компанії, вказуюче на здатність організації задовольняти потреби і переваги споживачів [3, с.248]. Концепція позиціонування повинна виходити з причин, згідно яких клієнти вважатимуть за краще вести справи з нею, а не з її конкурентами, і транслювати дані причини на цільову аудиторію.

Сутність позиціонування відповідно до цього підходу полягає у формулюванні суті пропозиції компанії (концепції) з врахуванням потреб цільового сегменту, очікувань інших груп суспільства та міркувань про вигоди для самої компанії.

Позиціонування як стратегія. Відповідно до даного підходу позиціонування визначається як процес розробки конкурентоздатної позиції для продукту і відповідного маркетингового комплексу.

Ф. Котлер в своїх роботах з маркетингу визначає позиціонування як процес, за допомогою якого продукт виділяється споживачами за його основними характеристиками, тобто, те місце, яке цей продукт, на думку споживачів займає в зіставленні з аналогічними продуктами, пропонованими на ринку суперниками [4; 5].

Оскільки споживачі переобтяжені інформацією про товари і послуги, вони не можуть кожного разу, приймаючи рішення про покупку, оцінювати кожну пропозицію. Щоб спростити процедуру ухвалення рішення про покупку, споживачі ділять товари і послуги на різні категорії, тобто пропоновані їм продукти вони в думках «позиціонують».

Девід Аакер визначає позиціонування як процес створення образу і цінності у споживачів з цільової аудиторії. Такими чином, щоб вони розуміли навіщо існує компанія або бренд по відношенню до конкурентів [6, с.148].

Схожого підходу дотримується і Арнотт: «позиціонування - це обдуманий і постійно повторюваний процес визначення, виміру, модифікації і моніторингу сприйняття споживачами об'єкту, який підлягає маркетинговому впливу [7].

Таким чином, спираючись на дані формулювання, а також на загальноекономічне і управлінське трактування терміну «стратегія» (план досягнення довгострокових цілей), можна визначити, що позиціонування характеризується як довгостроковий процес (стратегія), метою якого є досягнення й збереження бажаної конкурентоздатної позиції на ринку.

Позиціонування як сукупність дій. Даний підхід характеризує позиціонування як комплекс заходів, конкретних способів донесення позиції до цільового сегменту в ході реалізації маркетингових програм.

Тім Амблер описує позиціонування таким чином: «це набір інструментів, що допомагають сформувати імідж марки, причому, цей імідж повинен якомога вигідніше відрізнитися від марок конкурентів, для чого в процесі позиціонування використовують як реальні, так і уявні характеристики продукту або послуги» [8, с.89].

Голубков Е.П. визначає позиціонування як маркетингові зусилля корпорації по розробці і впровадженню в свідомість цільових споживачів особливого образу компанії, товару, послуги, що відрізняє від того, що пропонують конкуренти [8, с.96].

Таким чином, суть даного підходу полягає в тому, що позиціонування розглядається як сукупність елементів комунікаційної політики, які сприймає споживач. Якщо всяка пропозиція займає певну позицію в свідомості клієнта, то позиціонування є політикою дії на сприйняття цієї пропозиції.

Література

1. Райс Эл. Позиционирование: битва за узнаваемость / Райс Эл, Траут Джек.. – СПб. : Питер, 2003. – 249с.
2. Косенков С. І. Маркетингові дослідження / С.І. Косенков. – К. : Скарби, 2004. – 464 с.
3. Крвенс Д. В. Стратегический маркетинг. – 6-е изд-е.: Пер. с англ./ Д.В. Крвенс. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. – 512 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 2008.
5. Котлер Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга : отвечает Филипп Котлер / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006. – 224 с.
6. Аакер Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер; пер. с англ. – М. : Издательский дом Гребенникова, 2003. – 440 с.
7. Arnott, D, C. Positioning on defining the concept, Marketing Educators Group/Conference Proceedings, University of Ulster, NI 4–6 July. — Coleraine: 1994.
8. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 2005. – 464 с.

УДК 332.1:338.124.4

Персенко Л.І.,
аспірант кафедри фінансового та
банківського менеджменту,
Дніпропетровська державна фінансова академія

РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ РЕГІОНУ В УМОВАХ КРИЗИ

Реалізація соціально-економічних інтересів регіону має велике практичне значення, так як інтереси є основними рушійними силами розвитку суспільства. В сучасних умовах господарювання особливого значення ця проблема набуває з позиції підвищення ролі регіонів, яка тягне за собою розширення регіональних соціально-економічних інтересів, появу нових форм їх вираження. Висока динаміка процесів соціально-економічної трансформації вітчизняної господарської системи, існуюча фінансова та політична криза визначають особливо високу значимість дієвості механізмів, здатних забезпечити економічне відтворення, подолати зіткнення, що постійно виникають між учасниками господарської діяльності в різних секторах економіки.

Природа соціально-економічних інтересів в основному розглядається через призму економічних відносин і базується на задоволенні певних потреб. З методологічної точки зору економічні потреби створюються як на рівні окремої особистості, господарюючого суб'єкта, так і на рівні територіального утворення. Система потреб на мезорівні визначається об'єктивними умовами життєдіяльності па даній території, соціальним і культурним розвитком її населення [1].

Для кожного з суб'єктів регіону, серед яких виділяються соціальні інститути, населення даної території, організації та підприємства регіонального господарства, його працівники характерний свій набір економічних відносин з приводу задоволення своїх потреб. Природно, що мотивація та інтереси діяльності у них різняться. Оскільки ці суб'єкти об'єднані в процесі привласнення суспільних благ, то їх різнопланові інтереси стають джерелом внутрішніх протиріч регіону. Реалізація регіонального інтересу визначається також зовнішніми факторами, які представлені різними рівнями інституціоналізації всіх видів суспільної діяльності у вигляді закріплення формальних і неформальних правил. При цьому інтереси всіх рівнів не завжди збігаються з інтересами представницької та законодавчої влади на місцях і можуть привести до виникнення різноспрямованих інтересів соціальних інститутів [2].

Соціально-економічні інтереси доцільно розглядати як об'єктивне явище, яке є соціально обумовленою й історично визначеною формою об'єктивної необхідності задоволення сформованих і потреб, що розвиваються, та виражає об'єктивні рушійні сили діяльності людей, їх спрямованість на задоволення визначених потреб, а в економічних суперечностях відображаються внутрішні джерела цього руху, цієї спрямованості, що забезпечують розвиток економічних відносин і інтересів.

Соціально-економічні інтереси регіону, відображаючи вплив економічних законів на процес економічного розвитку в рамках окремого регіону через конкретизацію мети даного розвитку згідно зі специфікою регіональних умов, мають об'єктивний характер, тому що існуючі умови окремого регіону неминуче зумовлюють виділення та об'єднання спільних інтересів економічних суб'єктів, що проживають на його території.

Сьогодні, на формування соціально-економічних інтересів регіонів України впливає низка зовнішніх і внутрішніх факторів, серед яких визначальним є політична та економічна нестабільність країни в цілому, і як наслідок, кожного з її регіонів.

Механізм реалізації соціально-економічних інтересів регіону має враховувати адаптацію всіх сфер діяльності регіону до складних кризових умов функціонування. Так як забезпечення соціально-економічного розвитку регіону можливе тільки тоді, коли враховуються інтереси всіх учасників процесу його розвитку: підприємств, галузей, міст, районів тощо. На різних рівнях регіонального розвитку тісно переплітаються економічні, політичні, екологічні та інші інтереси, причому чим вищий рівень регіонального розвитку, тим більше учасників вступають у процес, тим ширше коло інтересів. Таким чином, метою забезпечення соціально-економічного розвитку регіону є захист регіональних економічних інтересів.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що соціально-економічні інтереси регіону виступають як багатопланове явище. Соціально-економічні інтереси регіону є невід'ємною складовою ринкової економіки. Вони спрямовані на задоволення насамперед потреб населення регіону, а також потреб усього населення держави. Тобто, економічні інтереси регіону служать створювальною силою розвитку суспільного виробництва й ефективного господарювання в цілому.

Ефективна реалізація регіональних соціально-економічних інтересів обґрунтовується функцією відтворювального процесу на мезорівні з метою задоволення потреб населення даної території і господарюючих суб'єктів. При цьому простежується чітка функціональна залежність між достатністю матеріальної бази і розвиненістю формальних інститутів, особливо в області майнових, земельних та фінансово-податкових відносин, і питаннями реалізації регіональних соціально-економічних інтересів [3].

Отже, ефективна реалізація соціально-економічних інтересів території безпосередньо впливає на якість життя населення, сприяє сталому розвитку регіональної економіки і, відповідно, національної економіки в цілому.

Література

1. Економічна теорія: курс лекцій / За ред. І.Ф. Комарницького. - Чернівці: Рута, 2006. - 334 с.
2. Петрук О.Ф. Політика управління регіональним соціально-економічним розвитком / О.Ф. Петрук // Регіональна економіка. - 2012. - № 3. - С. 92-98.
3. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти: моногр. / О.Ф. Новікова, О.І. Амоша, В.П. Антонюк та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. - Донецьк, 2012. - 534 с.

УДК 332

Rogozyan J.S.,
candidate of economic science, problems of interregional collaboration department,
Vasilchuk N.A.,
candidate of economic science, problems of interregional collaboration department,
Kobilyatskiy A.P.,
economist of interregional problems collaboration department,
Institute of Economic and Legal Researches of NAS of Ukraine,
Kiev

THE APPROACHES AND INDICATORS OF INTERREGIONAL EFFICIENCY ESTIMATION (TRANSFRONTAL, FRONTIER) COLLABORATION

Next to the globalization process the development of regionalism is the objective tendency of development in the modern world and uneven economic development of both countries on the whole as the regions in the country just only make this process strengthen.

The scientists of the Luhansk branch of Institute Economic and Legal Researches of NAS of Ukraine consider that the scientific-methodical providing of interregional collaboration is the aggregate of modern instruments (forms, methods, approaches, politician, conceptions of strategies, normative-legal acts) and its activation foresees the determination and

introduction of modern/newest organizational forms and the constituents of interregional infrastructure collaboration. It is necessary to bring in the modern organizational forms of interregional collaboration: the clusters, city agglomeration, regional networks, transport corridors, interregional unions of industrialists, interregional associations of businessmen, interregional corporations, the regional agreements and projects, European regions and others like that, which are influence on the acceleration of the resources appeal of the regions material, financial, informative, labour and increasing the efficiency of the usage thanks to the application of the modern organizational advantages and possibilities forms of interregional (transfrontal) collaboration.

Among the domestic research scientists and the practical workers there is also the understanding of necessity to execute deep researches of interregional (transfrontal) collaboration for the sake of its activation. The publications in which the questions of theory are examined, the methodologies and practical workers of interregional collaboration, all of them examine the different vectors of interregional collaboration.

The review of the existent methodical approaches for estimation of efficiency of interregional, transfrontal, collaboration allowed exposing a few directions or approaches to its realization [1, p. 23].

The first is expressed in the usage of such index, as a gross regional product per capita. This indicator is examined as universal, by means which it is possible to make comparisons with subsequent intergovernmental and interregional compeering of the regions after the given criterion. It's failing: the high degree of aggregation, which does not allow receiving the information in kind existent regional differences.

The second approach is linked with the use of rating method where a plenty of factors that affect the differentiation of regional development is taken into account. As the basic lacks of this mean it is possible to mark the use of expert estimations which sometimes mean the subjective character.

The third approach is the usage of the cluster analysis as the multidimensional statistical procedure related to the object analysis organization is comparative in the homogeneous groups. In this case the labour intensive of calculations with the use of mathematical vehicle and proper software should be noted.

As the fourth approach the researches can be marked where estimation of economic space homogeneity is based on the verification of implementation unique law price by means of the cointegration analysis. It was realized in relation to the European economic space on the basis of the expected spatial consumer price index taking into account the estimation of communication between throwing prices and the demand in the regions of country and exposure of the factors which determine the fragmentation of the set user market. However the analysis of the integration communications spatial cut within the framework of regional associations was mainly carried out concerning to ES for concrete practical aims – the development and realization of regional policy. If to take into account that the supranational regional policy of the European concord passed a few stages of development, in which the priorities and criteria of grant help for the regions, the financial and organizational both for smoothing of socio-economic development level were changed, and for the aims of rallying, the approaches to methodology of interregional differences analysis are changed in the same way. For example, the tasks of adequate indicators finding for estimation of unemployment rate presents, the degree of agrarian economy districts diversification, the closeness of population, the qualities of life in rural locality and etc.

Theoretical and methodical basis for development of complex efficiency estimation indicators of interregional, transfrontal collaboration takes into account the existent approaches to the analysis of regional differences. The vector of methodical basis perfection of indexes complex can be set by the following list of questions, answers on which can be as a result of calculations according to the offered methodical basis: 1) what is the initial differences in the level of socio-economic development at the interregional, transfrontal and frontier levels, and how this level during the deepening of economic integration is changing; 2) what is the activity of regions in the different types of external economic communications; 3) how the Unique economic space is integrated at the level of the participating region countries; 4) what institutional changes at the level of regions are taking place, in the context of interregional, transfrontal and frontier collaboration efficiency, as far as they correlated and harmonized?

Coming out from the formulated requirements and taking into account the logic, the row of methodical approaches, the offered complex of indicators includes four blocks: the indexes of socio-economic differentiation regions countries development (gross regional product and unemployment rate in regions in relation to the middle); the indexes of functional regions integration (coefficient of regions export specialization, the coefficient of international investment activity); the indexes of economic integration regional structure (closeness of regions export deliveries, the indicator of countries territorial differentiation, the indicator of industries agglomeration); the indicators of the regions institutional co-operation [2, p. 21-27].

With the using of the offered indicators system it will be succeeded to decide the following analytical tasks: to define the spatial tendencies of integration communications, to expose regional differences after basic indexes, which will allow to form common presentations about integrating of Unique economic space at the level of interregional, transfrontal and frontier collaboration, it will be represented in the next researches.

Practically all exposed problems in any case are interconnected. Therefore their decision foresees the complex approach, inclusion of all factors in the unique methodical program supported by the legislative innovations and effective administrative support because only in this case the foregoing methodical complex will provide more steady development of interregional, transfrontal and frontier efficiency estimation collaboration.

Literature

1. Ультан С.І. Міжнародний досвід розвитку бізнес-процесів в прикордонних регіонах / Ультан С.І. // Омський економічний форум: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. 25 листопада 2013 – Омськ, 2013. – С. 62-65.

2. Вертинська Т. Концептуальна модель механізму управління економічними зв'язками на регіональному рівні // Мінський форум. 24 листопада 2012. – Мінськ, 2012. – С. 78-79.

РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД – ОБ'ЄКТИВНА УМОВА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ У СВІТОВУ І ЄВРОПЕЙСКУ СПІЛЬНУ

Залучення до активного суспільного та економічного життя територіальних громад є невід'ємною умовою побудови в Україні громадянського суспільства, а також обов'язковим кроком на шляху до інтеграції України у світову та європейську спільноти. Забезпечення дійсної сталості позитивних економічних тенденцій, стійкості економічного зростання та розвитку неможливе без побудови суспільного консенсусу навколо основоположних складових економічного поступу, який забезпечуватиме легітимність та дієвість державної політики. Такий консенсус можливо сформувані лише в разі практичного поширення результатів економічного зростання на рівень територіальних громад. Виходячи з цього, проблема побудови демократичної держави, яка поєднує ефективний розвиток економіки з її соціально орієнтованою спрямованістю, в Україні стає лише більш актуальною.

В напрямі вирішення поставлені проблеми доцільно в першу чергу провести оцінку вже наявних в Україні та обґрунтувати можливі форми самореалізації територіальних громад, визначити ключові завдання та стратегічні напрями діяльності органів місцевого самоврядування, спрямовані на прискорення соціально-економічного розвитку та становлення економічної демократії в Україні.

На початкових етапах в Україні було розпочато діяльність щодо забезпечення захисту прав і свобод людини. Визначені заходи пов'язані із здійсненням соціально-економічних перетворень побудови багатокладної ринкової економіки і демократичної правової держави з метою. Відтоді свобода слова, преси, совісті, зібрань, створення суспільних об'єднань, право приватної власності і самостійної економічної ініціативи отримали реальні можливості для здійснення. Оцінюючи результати пройденого етапу необхідно відзначити, що задекларовані свободи неспроможні забезпечити головного - рівноправної участі всіх громадян в управлінні справами суспільства і держави, не сприяють формуванню політичного і соціально-економічного курсу, який би впливав з виразу волі більшості населення, будувався на спільній зацікавленості у досягненні поставлених довгострокових та короткострокових цілей. Зберігається відчуженість більшості громадян від реальної влади і власності. В результаті "кулуарної" приватизації державних підприємств і корупції державного апарату значна частка власності зосередилася в руках обмеженої кількості непідконтрольних суспільству фінансово-бюрократичних угруповань.

Відбулося закріплення "олігархічного" типу формування і узгодження корпоративних інтересів. Невелика група бізнесменів і керівників підприємств, орієнтована на індивідуалістичні стратегії та вузькокорпоративні інтереси, одержує прямий вихід в серцевину політичної системи.

Панування "олігархічної" моделі фактично зводить нанівець надбані демократичні свободи, знищує принципи рівноправності громадян. Проте й умови для її панування поступово вичерпуються. З кожним днем стає дедалі більш очевидним взаємозв'язок між кризами політичної демократії й олігархічної системи управління економікою, що виявляється у відчуженості більшості громадян від засобів виробництва, продукту праці і процесу прийняття економічних рішень, як наслідок - хронічній неефективності останніх.

Олігархія спотворює і підпорядковує своїм інтересам демократичні інститути і процедури. Відбувається інституціоналізація олігархії шляхом її симбіозу з політичною демократією

Замість забезпечення залежності влади від громадян, налагодження ефективних прямих зв'язків, відбувається їхня профанація шляхом підміни базових інтересів народу інтересами еліти.

Подолання такої ситуації ми бачимо, насамперед, у розвитку демократичних начал в економіці. У ряді європейських країн була висунута й апробована концепція економічної демократії.

Економічна демократія - це система суспільних відносин, яка ґрунтується на безпосередній участі більшості громадян у процесі прийняття та реалізації рішень у галузі економіки, забезпеченні їхніх економічних інтересів. Без утвердження економічної демократії реальна політична демократія неможлива.

Економічна демократія передбачає розширення економічних повноважень органів представницької влади, зміцнення об'єднань підприємців і роботодавців, підвищення ролі профспілок тощо. Проте в умовах України найбільш дієвим напрямом утвердження економічної демократії слід вважати розвиток місцевого самоврядування, в якому найбільш яскраво виражається ідея наближення влади до народу.

За даними статистичної інформації в Україні нараховується близько 12 тисяч територіальних громад, з них 437 - міст, 9,5 тис. - сіл, понад 800 - селищ. На жаль, проблеми розвитку місцевого самоврядування досить рідко здобувають широкий розголос і належну увагу з боку засобів масової інформації, не посідають помітного місця у виступах переважної більшості політиків. І це не викликає подиву, адже, з одного боку, місцеві ресурси здебільшого мають надто локальний характер та, як правило, не становлять особливого інтересу як для провідних "олігархічних" економічних угруповань, так і для державної виконавчої влади, орієнтованої на поліпшення "усереднених" макроекономічних показників. З іншого боку, зміцнення незалежності територіальних громад, а відтак - виникнення альтернативних (навіть у місцевих масштабах) центрів прийняття рішень, становить небезпеку для існуючої "олігархічної" політико-економічної моделі. Між тим, історія свідчить, що успішний капіталізм європейського зразка сформувався саме у боротьбі місцевих громад із середньовічним феодалізмом.

Фундаментальною перепоною на шляху розвитку економічної демократії в Україні є несформованість самої територіальної громади як носія корпоративного інтересу. Зарубіжні фахівці як невід'ємні ознаки територіальної громади відзначають: усвідомлення її членами своєї єдності та належності до єдиного співтовариства; можливість дії членів громади на корпоративній основі; взаємозалежність частин співтовариства - територіальної громади; поділ праці між членами громади.

Згідно з теорією, для ефективного місцевого самоврядування в Україні необхідно сформулювати чітко виражену базу територіального корпоративного інтересу. Таким спільним інтересом має стати спільне життєзабезпечення та самостійне вирішення питань місцевого значення.

Територіальна громада є досить специфічним суспільним інститутом, який має бути підтверджений своєю економічною ефективністю. Згідно з інституційною теорією, суспільний інститут виникає та набуває поширення тоді, коли за допомогою його існування знижуються "транзакційні витрати", або витрати на забезпечення взаємодії членів суспільства між собою. Отже, перетворення сукупності осіб, які проживають на певній території, на реально діючий інститут територіальної громади можливе лише шляхом концептуалізації та розвитку спільних цілей та діяльності. В іншому випадку інституціоналізація територіальної громади та формування відповідного органу місцевого самоврядування матимуть суто формальний характер, що зведе нанівець місцеве самоврядування як основу економічної демократії, слугуючи поширенням на локальному рівні "олігархічної" політико-економічної моделі.

Таким чином, створення міцного економічного фундаменту місцевого самоврядування, розвитку ефективних організаційних засад його реалізації, є нагальним завданням територіальної реформи, яка сприятиме інтеграції України у світову і європейську спільноту.

Література

1. Гошко А. "Демократизації місцевого самоврядування" // Вісник Укр. академії держуправління. - 1998. - № 3. - С. 218-224.
2. Геєць В.М. Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію / В.М. Геєць // Економіка України. - 2010. - № 4. - С. 4-20.
3. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер. — М.: "ИД "Вильямс". — 2002. — 280 с.

Agnieszka Szuszkiewicz-Idziaszek,

Dr

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa

im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim

WSPARCIE DLA PRZEDSIĘBIORCÓW W RAMACH PROGRAMÓW REGIONALNYCH W NOWEJ PERSPEKTYWIE FINANSOWEJ 2014-2020

*„Badania pozwalają przekształcić pieniądze w wiedzę.
Innowacje natomiast pozwalają przekształcić wiedzę w pieniądze”.*

(G.Nicholson)

W nowej perspektywie finansowej znacznej zmianie ulegną zasady wspierania przedsiębiorców. Priorytetem będzie kierowanie środków finansowych na rozwój wyłonionych sfer gospodarczych. Sektor małych i średnich przedsiębiorstw otrzyma m.in. wsparcie indywidualnie dopasowane do potrzeb regionów w ramach programów regionalnych.

Fundusze dla województw w nowej perspektywie 2014-2020 będą pochodzić z dwóch źródeł. Będą one finansowane z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z Europejskiego Funduszu Społecznego. Zarządzanie tymi finansami będzie się odbywało tak jak do tej pory, poprzez 16 regionalnych programów operacyjnych. Zmienia się jednak zasady wydatkowania funduszy w ramach programu dla województwa mazowieckiego. Wynika to z faktu, że region ten nie jest już zaliczany do najslabiej rozwiniętych [5, s. 2-3].

W latach 2014-2020 zadania rozwojowe regiony będą realizować w oparciu o tzw. inteligentne specjalizacje (specjalizacje regionalne) [5, s. 3]. Inteligentna specjalizacja definiowana jest jako innowacyjna strategia regionalnej transformacji gospodarczej [3, s. 8]. Jest to instrument Unii Europejskiej, zobowiązujący państwa członkowskie do wyłonienia silnych obszarów, w których regiony będą się specjalizować [1].

Inteligentne specjalizacje mają za zadanie przyczynić się do zmiany gospodarki krajowej m.in. za sprawą nowoczesnych i innowacyjnych rozwiązań społeczno-gospodarczych i tym samym podniesienia konkurencyjności gospodarki na rynkach zagranicznych [2, s. 1].

Programy regionalne, oprócz określanych przez województwa specjalizacji regionalnych będą także wspierać wspólne dziedziny dla wszystkich województw, takie jak np. wspieranie rozwoju przedsiębiorczości [5, s. 3]. Ideą inteligentnych specjalizacji jest stworzenie trwałej i rozwojowej sieci powiązań między przedsiębiorcami, uczelniami, pracownikami naukowymi oraz samorządami [9, s. 18].

W tabeli nr 1 przedstawione zostały środki finansowe z funduszy europejskich na programy regionalne w latach 2014-2020.

Tabela 1

Zostały środki finansowe z funduszy europejskich na programy regionalne w latach 2014-2020

Województwo	Całkowita alokacja z funduszy europejskich na programy regionalne (w euro)
1	2
Dolnośląskie	2 252 546 589
Kujawsko-pomorskie	1 903 540 287
Lubelskie	2 230 958 174
Lubuskie	906 929 693
Łódzkie	2 256 049 115

kontynuacja tabela 1

1	2
Małopolskie	2 878 215 972
Opolskie	944 967 792
Podkarpackie	2 114 243 760
Podlaskie	1 213 595 877
Pomorskie	1 864 811 698
Śląskie	3 476 937 134
Świętokrzyskie	1 364 543 593
Warmińsko-mazurskie	1 728 272 095
Wielkopolskie	2 450 206 417
Zachodniopomorskie	1 601 239 216
Razem	29 187 057 412
Mazowieckie	2 089 840 138
Razem	31 276 897 550

Źródło: Opracowanie na podstawie: www.regionalne.gov.pl

Jak wynika z danych zawartych w tabeli nr 1 najwięcej środków finansowych przypada na województwo śląskie. Najmniej środków finansowych trafi do województwa lubuskiego oraz opolskiego. Kwoty przeznaczone na poszczególne województwa są zróżnicowane ze względu na potrzeby rozwojowe i potencjał tych obszarów.

Regionalne wsparcie w nowej perspektywie finansowej otrzyma przede wszystkim sektor małych i średnich przedsiębiorstw. Przewidziana jest realizacja działań w takich dziedzinach jak m.in. [6, s. 22]:

- wzrost innowacyjności przedsiębiorstw poprzez rozwój B+R, a także prowadzenie prac badawczo-rozwojowych w przedsiębiorstwach służących realizacji specjalizacji regionalnych,

- rozwój produktów i usług opartych na technologii informacyjno-komunikacyjnej oraz sprzedaży produktów i usług w internecie.

W nowej perspektywie będzie można przeznaczyć środki finansowe m.in. na: [6, s. 22].

- wdrożenie wyników badań naukowych,

- promocję przedsiębiorczości na rynkach międzynarodowych,

- zakup nowoczesnych maszyn i urządzeń itp. Priorytetem będzie również budowa gospodarki niskoemisyjnej, poprzez m.in. produkcję energii ze źródeł odnawialnych [5, s. 3].

Poziom pomocy regionalnej

Zgodnie z Rozporządzeniem Rady Ministrów w sprawie ustalenia mapy pomocy regionalnej na lata 2014-2020 maksymalna intensywność pomocy regionalnej liczona jest jako stosunek wartości pomocy regionalnej, wyrażonej w ekwiwalencie dotacji brutto, do kosztów kwalifikujących się do objęcia pomocą. Maksymalna wysokość tego rodzaju pomocy została przedstawiona w tabeli nr 2.

Tabela 2

Maksymalna wysokość pomocy regionalnej na lata 2014-2020

Maksymalna intensywność pomocy	Obszar objęty pomocą
50%	województwa: lubelskie, podkarpackie, podlaskie, warmińsko-mazurskie
35%	województwa: kujawsko-pomorskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, opolskie, pomorskie, świętokrzyskie, zachodniopomorskie. obszary należące do podregionów: ciechanowsko-płockiego, ostrołęcko-siedleckiego, radomskiego, warszawskiego wschodniego.
25%	województwa: dolnośląskie, wielkopolskie, śląskie.
20%	podregion warszawski zachodni
15%	miasto stołeczne Warszawa w okresie od dnia 1 lipca 2014r. do dnia 31 grudnia 2017r.
10%	miasto stołeczne Warszawa w okresie od dnia 1 stycznia 2018r. do dnia 31 grudnia 2020r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Rozporządzenia Rady Ministrów w sprawie ustalenia mapy pomocy regionalnej na lata 2014-2020 (Dz. U. z 2014r., poz. 878)

Zgodnie z zapisami Komisji Europejskiej pomoc udzielaną małym lub średnim przedsiębiorcom podwyższa się o 20 punktów procentowych brutto – w przypadku małych przedsiębiorców oraz o 10 punktów procentowych brutto – w odniesieniu do średnich przedsiębiorców. Zasada ta jednak nie ma zastosowania do inwestycji nowych o kosztach kwalifikowalnych przekraczających 50 mln euro. W takiej sytuacji maksymalna wartość pomocy jest ustalana zgodnie ze wzorem określonym w Rozporządzeniu Rady Ministrów w sprawie ustalenia mapy pomocy regionalnej na lata 2014-2020 (Dz. U. z 2014r. § 4, poz. 878).

Wzór przedstawia się następująco:

$$I = R \times (50 \text{ mln euro} + 0,5 \times B + 0,34 \times C),$$

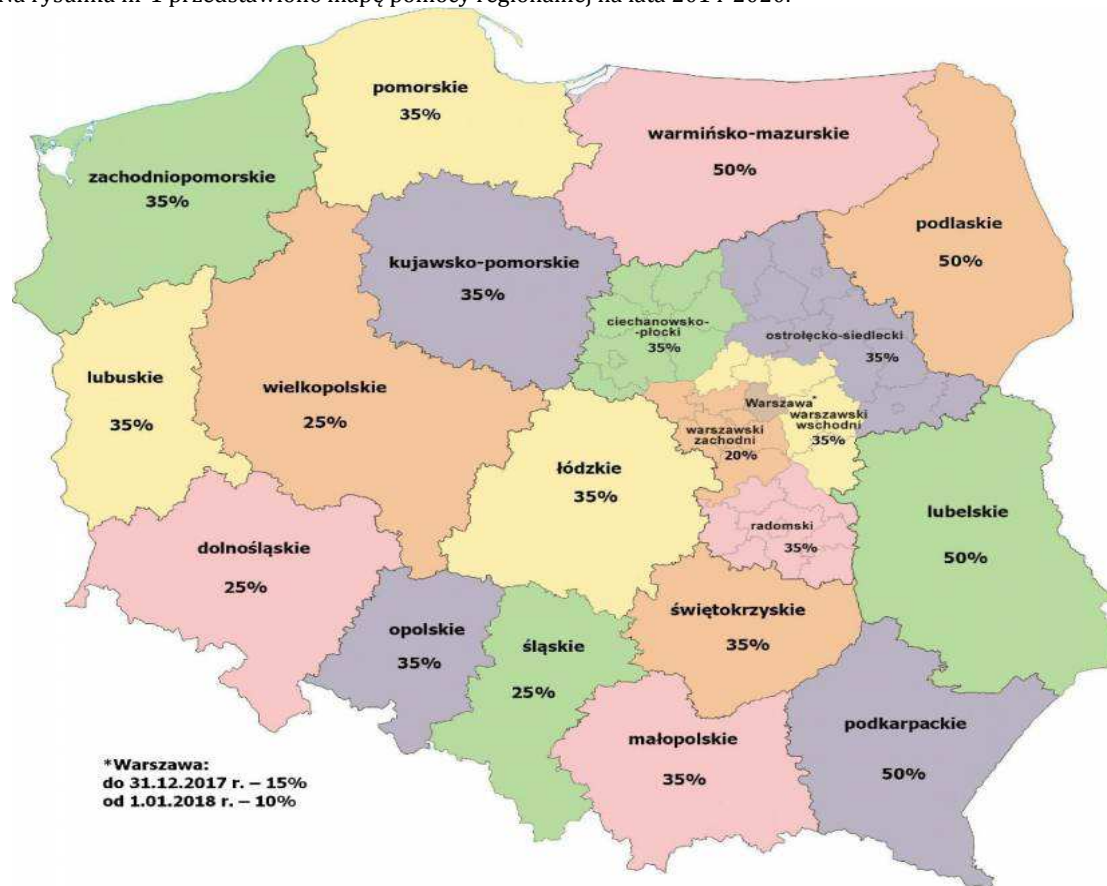
gdzie poszczególne symbole oznaczają:

I – maksymalną wartość pomocy dla dużego projektu inwestycyjnego,
 R – intensywność pomocy, o której mowa w § 3 – w zależności od obszaru, na którym ma być zlokalizowana inwestycja,

B – wielkość kosztów kwalifikujących się do objęcia pomocą przekraczającą równowartość 50 mln euro, ustaloną według kursu średniego walut obcych, ogłaszanego przez Narodowy Bank Polski, obowiązującego w dniu udzielenia pomocy – nieprzekraczającą równowartości 100 mln euro,

C – wielkość kosztów kwalifikujących się do objęcia pomocą przekraczającą równowartość 100 mln euro.

Na rysunku nr 1 przedstawiono mapę pomocy regionalnej na lata 2014-2020.



Rysunek 1. Mapa pomocy regionalnej na lata 2014-2020 (intensywność wsparcia dla dużych przedsiębiorców)

Źródło: Pomoc państwa: Komisja zatwierdza mapę pomocy regionalnej na lata 2014-2020 dla Polski, Komisja Europejska, Bruksela, 2014r., s. 2

Mapa określa, w jakich regionach możliwe jest przyznawanie pomocy na rzecz rozwoju regionalnego.

Programy regionalne są do siebie podobne, a jedynie różnią się specyfiką dostosowania do potrzeb danego regionu. Rozwój regionów, a nawet całej gospodarki w dużej mierze zależy od stopnia wdrożonych rozwiązań innowacyjnych. Powodzenie absorpcji środków z nowej perspektywy oraz zakładane efekty gospodarcze uwarunkowane będą, więc przede wszystkim od odpowiedzialnych i przemyślanych przedsięwzięć.

Literatura

1. Inteligentne specjalizacje-przepis na sukces gospodarczy (<http://www.forbes.pl/inteligentne-specjalizacje-przepis-na-sukcesgospodarczy,artykuly,167770,1,1.html>).
2. Krajowa inteligentna specjalizacja, Ministerstwo Gospodarki, zał. 4 (<http://www.mg.gov.pl/files/upload/15049/Krajowa%20inteligentna%20specjalizacja.pdf>).
3. Panorama, Komisja Europejska, 2012 (http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panorama/pdf/mag44/mag44_pl.pdf).
4. Pomoc państwa: Komisja zatwierdza mapę pomocy regionalnej na lata 2014-2020 dla Polski, Komisja Europejska, Bruksela, 2014 (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-180_pl.htm).
5. Raducha-Romanowicz A., Fundusze w rękach regionów, w: Fundusze Europejskie w Polsce, Biuletyn Informacyjny, 2014.
6. Romas K., Regionalne wsparcie dla przedsiębiorców, w: Gazeta Podatkowa, nr 20, 2015.
7. Rozporządzenie Rady Ministrów w sprawie ustalenia mapy pomocy regionalnej na lata 2014-2020 (Dz. U. z 2014r., poz. 878).
8. www.regionalne.gov.pl.
9. Ziemięwicz R., Inteligentny drogowskaz do rozwoju, w: Fundusze Europejskie w Polsce, 2014.

ОСНОВНІ МОДЕЛІ МОНОРОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

Історично склалося два типи внутрішньої виробничо-територіальної організації: монорозвиток (в якому приставка до слова моно від грець. *ένας*, означає «один») та полі- або мегарозвиток (приставка походить від грець. *μύας*, що означає «декілька» або «багато»).

У відповідності з виділеними нами теоретичними положеннями [5], «монорозвиток» є феноменом функціонування виробничо-територіальної організації суспільства, що характеризується такою її специфікою, за якої система розселення специфічна, а життєздатність країни (у т.ч. її економічної та соціальної сфер) в значній мірі залежить від соціально-економічного розвитку територій особливого типу (далі – ТОТ), яку не можна звизити виключно до окремого «монофункціонального міста».

Згідно праць Афанасьєва В.Я., Бистрякова І.К., Відяпіна В.І., Долішнього М.І., Олійник В.Д. І.Д. Тургель, Janelle D.G. та ін. можна констатувати, що ТОТ – це такий феномен моноспеціалізації економіки (в т.ч. у межах таких видів ТОТ, як міста, моделі «центр – периферія», галузеві райони та галузеві куці), який передбачає наявність жорстких залежностей між можливостями, темпами та напрямками розвитку всіх елементів, які входять в міську систему. До таких елементів можна віднести – фінансово-економічний стан, стратегію управління, також фази життєвого циклу (одного або декількох) містоутворюючих підприємств, які формують «експортну базу» певної території (за умови, що решта підприємств орієнтовані на обслуговування внутрішньоміських потреб).

При цьому, моноцентризм у формуванні структури економіки ТОТ виражається в обмеженій диверсифікації галузевої структури та кількості підприємств, які забезпечують її існування [6].

Виникнення і розвиток різних моделей монорозвитку території в будь-якій суспільній системі пов'язано з прагненням держави вирішувати просторово-локалізовані економічні та соціальні проблеми. Виникнення монотериторій в структурі української економіки є певною закономірністю. Вимога сировинної економіки обумовлювало тяжіння виробництва до місць зосередження природних ресурсів, а комплексний розвиток соціально-економічних регіонів і оборонно-стратегічні інтереси – створення і розвиток промислових підприємств.

Модель І. «Місто навколо підприємства». За часів СРСР (в епоху індустріалізації) з виключно утилітарних причин було прийнято соціально-економічну концепцію «місто навколо підприємства». Специфіка – модель була успішною та популярною (до 40% всіх населених пунктів міського типу розмірами від малого до середнього були мономістами, де до третини працездатного населення було працевлаштоване на одному підприємстві).

Для цієї моделі, як правило, характерна наявність тісного зв'язку між функціонуванням міського поселення і великим підприємством, що впливає на всі основні аспекти життя міста. Дана модель передбачає, що мономіста, спеціалізуючись на розвитку лише однієї галузі (що притаманне – моноспеціалізації), згодом, як правило, детермінуються не тільки напрямки економічного розвитку міста, а й модифікується структура всіх міських підсистем, формуючи особливу цілісну спільність компактно проживаючого населення зі специфічним типом соціальної організації, пов'язаною з реалізацією певної суспільно значущої функції, але при цьому дані монотериторії стикаються з катастрофічними труднощами власного розвитку. Проте, дана модель життєздатна за наявності стабільних замовлень на містоутворюючих підприємствах і за умови незмінного соціально-економічного устрою. Приклад сьогодні – це місто Енергодар у Запорізькій області.

Велика частина моделей утворена навколо підприємствах лісової і деревообробної промисловості, машинобудування, харчової промисловості.

Крах старої економічної системи та порушення економічних зв'язків виявили, що такі міста є найбільш вразливими до змін зовнішнього характеру. Бо криза у одній галузі може позбавити засобів до існування переважну кількість населення.

Дана модель характеризується наявністю субмоделей як крайні форми прояву моделі І: «міста-супутники» – м. Нетішин (Хмельницька АЕС), м. Щолкіне (Кримська АЕС), м. Южноукраїнськ (Південноукраїнська АЕС), м. Енергодар (Запорізька АЕС), м. Славутич (Чорнобильська АЕС) та ін.; «міста-заводи» – передбачає існування найтіснішого зв'язку між функціонуванням міського поселення і підприємством, досить великим, щоб впливати на всі основні аспекти життя міста: Комсомольськ (Полтавська обл.), Шахтинск (Казахстан); «наукові містечка»; закриті мономіста (військові); міста під держзамовлення; міста «безробітних»; «мертві міста» – Чорнобиль, Прип'ять (Київська область).

Модель ІІ. «Місто навколо декількох підприємств». Дана модель типова для індустріальної епохи розвитку багатьох країн, але в Україні процес їх формування став особливо масштабним через впровадження планової економіки [4]. Ця модель дістала застосування в США – м. Детройт (підприємства автомобільної промисловості), м. Нью-Мексико (військова промисловість); Тайвані – м. Сан-Жі (туризм); Намібії – м. Колманскоп (видобуток алмазів) і т.д.

Модель ІІІ. «Дев'ять драконів або промислові центри навколо великих монопрофільних підприємств». Застосовується в сучасній Китайській Народній Республіці (заснована на виділенні монорайонів – оскільки для функціонування монопрофільних заводів існує інфраструктура. Крім того, згідно графіку роботи монопрофільних підприємств відбувається орієнтація діяльності філій банків, аптек, освітніх закладів. Вся ця інфраструктура, як і місцеве населення (можливо діаспора або корінні жителі) обслуговує монопрофільні підприємства (як ядра монорозвитку)). Найяскравішими прикладами моделі ІІІ є моно райони КНР: Ганьсу (кольорова металургія, електроенергетична, нафтохімічна промисловість, виробництво будівельних матеріалів); Гуандун (побутова техніка, виробництво пластмасових виробів, продуктів, одягу, текстилю, електроніки, електроенергетика і металургія); Гуйчжоу (металургійна, хімічна промисловість, промисловість з видобутку золота, електроенергетика, харчова промисловість, лісова промисловість, гідроенергетика); Ляонін (машинобудування, нафтохімічна і гірничодобувна

промисловість, металургія); Сичуань (електроніка, металургія, хімічна промисловість, фармацевтика, харчова промисловість); Фуцзянь (електроніка, нафтохімія, машинобудування, легка промисловість).

В моделі III «Дев'ять драконів або промислові центри навколо великих монопрофільних підприємств» виділяють також субмоделі. Одна з них названа на честь Китайського міста-торгового центру Іу – «25 регіон» – це міжнародне торгове місто з швидкими темпами розвитку. Особливість моделі: навколо бази з експорту товарів народного споживання, які обслуговують деякі промислові центри навколо великих монопрофільних підприємств, утворилися міста. «Нове «Міжнародне Торгове місто» тягнеться 2,5 км» – це одна з моделей мономіст майбутнього – Іу з простих «вуличних ринків» перетворився на оптовий центр дрібних товарів і міжнародну оптову базу [2].

У наукових працях знайшли своє відображення дослідження різних моделей монорозвитку, зокрема: «Спеціалізації прогресивних міст» окреслена у концепціях: «гіга-місто» Д. Лорена; «Інформаційне місто» М. Кастельса; «Глобальне місто» С. Сассен; «Світове місто» П. Тейлора; «Технополіс» Ш. Тацуно; «Креативне місто» Р. Флоріди, Ч. Лідбітера, Ч. Лендрі, Д. Хюї (функція креативності міста) [3].

Література

1. Воронин, И. Как будут спасать моногорода? / И.Воронин // Бюллетень недвижимости. – 2009. – 21 октября [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bn.ru/articles/2009/10/21/50200.html>
2. Город Иу (Yiwu) – крупнейший торговый центр Китая [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mirchina.ru/china_info/gorod-iu-yiwu-%E2%80%93-kрупnejshij-torgovyj-centr-kitaya/
3. Орловська В.С. Еволюція міських функцій XIX-XXI ст. в процесі глобалізації / В.С. Орловська // Економічний простір. – 2010. – №40. – С.42–55.
4. Побокін М. Моногорода: тяжелое наследство СССР или новый шанс Украины? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vovremya.info/art/1258463958.html>
5. Смочко Н. М. Категория «моноразвитие» в социально-экономической географии / Смочко Н.М. // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2013. – №1. – С. 29-31
6. Тургель И.Д. Феномен городской моноспециализации: содержание, генезис, тенденции развития / И.Д. Тургель // Научный вестник «Экономика, государство, общество» – Вып.№108 (53)

Стельмашук А.М.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри,
ПВНЗ «Хмельницький економічний університет»

ПРАВОВІ ОСНОВИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Процес відродження інституту місцевого самоврядування та його включення в політико-правову систему молодій незалежній державі розпочалися в Україні лише з початку 90-х років. Зокрема, 7 грудня 1990 р. був прийнятий Закон Української РСР «Про місцеві Ради народних депутатів та місцеве і регіональне самоврядування». Цей Закон (із змінами і доповненнями) визначав основні засади місцевого самоврядування в Україні до 1997 року.

Подальшого розвитку засади місцевого самоврядування дістали у прийнятій 29 жовтня 1994 р. Міжпарламентською Асамблеєю держав-учасниць Співдружності Незалежних Держав Декларації про принципи місцевого самоврядування в державах-учасницях Співдружності, до якої приєдналася й Україна.

У прийнятій у 1996 році Конституції України основні засади місцевого самоврядування в Україні визначаються у розділі XI «Місцеве самоврядування». Конституцією встановлено (ст. 140), що місцеве самоврядування є правом територіальної громади - жителів села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища та міста - самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України.

Місцеве самоврядування здійснюється територіальною громадою в порядку, встановленому законом, як безпосередньо, так і через органи місцевого самоврядування: сільські, селищні, міські ради та їхні виконавчі органи. Органами місцевого самоврядування, що представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ та міст, є районні та обласні ради.

Сільські, селищні, міські ради можуть дозволяти за ініціативою жителів створювати будинкові, вуличні, квартальні та інші органи самоорганізації населення і наділяти їх частиною власної компетенції, фінансів, майна.

Згідно ст. 141 Конституції, до складу сільської, селищної, міської ради входять депутати, які обираються жителями села, селища, міста на основі загального, рівного, прямого виборчого права шляхом таємного голосування строком на чотири роки. Територіальні громади на основі загального, рівного, прямого виборчого права шляхом таємного голосування обирають строком на чотири роки відповідно сільського, селищного та міського голову, який очолює виконавчий орган ради та головує на її засіданнях.

Матеріальною і фінансовою основою місцевого самоврядування (ст. 142) є рухоме і нерухоме майно, доходи місцевих бюджетів, інші кошти, земля, природні ресурси, що є у власності територіальних громад сіл, селищ, міст, районів у містах, а також об'єкти їхньої спільної власності, що перебувають в управлінні районних і обласних рад.

Територіальні громади сіл, селищ і міст можуть об'єднувати на договірних засадах об'єкти комунальної власності, а також кошти бюджетів для виконання спільних проектів або для спільного фінансування (утримання) комунальних підприємств, організацій і установ, створювати для цього відповідні органи і служби.

Держава бере участь у формуванні доходів бюджетів місцевого самоврядування, фінансово підтримує місцеве самоврядування. Витрати органів місцевого самоврядування, що виникли внаслідок рішень органів державної влади, компенсуються державою.

Стаття 143 Конституції України наділяє територіальні громади села, селища, міста функціями:

- безпосереднього або через утворені ними органи місцевого самоврядування управління майном, що є в комунальній власності;
- затвердження програм соціально-економічного та культурного розвитку і контролю їхнього виконання;
- затвердження бюджетів відповідних адміністративно-територіальних одиниць і контролю їхнього виконання;
- встановлення місцевих податків і зборів відповідно до закону;
- забезпечення проведення місцевих референдумів та реалізації їхніх результатів;
- утворення, реорганізації та ліквідації комунальних підприємств, організацій і установ, а також здійснення контролю за їхньою діяльністю;
- вирішення інших питань місцевого значення, віднесених законом до їхньої компетенції.

Органам місцевого самоврядування законом можуть надаватися окремі повноваження органів виконавчої влади. Держава фінансує здійснення цих повноважень у повному обсязі за рахунок коштів Державного бюджету України, або шляхом віднесення до місцевого бюджету у встановленому законом порядку окремих загальнодержавних податків, передає органам місцевого самоврядування відповідні об'єкти державної власності. Органи місцевого самоврядування з питань здійснення ними повноважень органів виконавчої влади підконтрольні відповідним органам виконавчої влади.

Відповідні конституційні норми деталізуються чинним Законом України "Про місцеве самоврядування в Україні", прийнятим 21 травня 1997 р., тобто майже через рік після прийняття Конституції.

Згідно з Законом, місцеве самоврядування в Україні здійснюється на принципах: народовладдя; законності; гласності; колегіальності; поєднання місцевих і державних інтересів; виборності; правової, організаційної та матеріально-фінансової самостійності в межах повноважень, визначених цим та іншими законами; підзвітності та відповідальності перед територіальними громадами їх органів та посадових осіб; державної підтримки та гарантій місцевого самоврядування; судового захисту прав місцевого самоврядування.

Система місцевого самоврядування включає: територіальну громаду; сільську, селищну, міську раду; сільського, селищного, міського голову; виконавчі органи сільської, селищної, міської ради; районні та обласні ради, що представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ, міст; органи самоорганізації населення.

У відповідності з положеннями Європейської Хартії, Закон України "Про місцеве самоврядування" встановлює, що органи місцевого самоврядування з метою більш ефективного здійснення своїх повноважень, захисту прав та інтересів територіальних громад можуть об'єднуватися в асоціації та інші форми добровільних об'єднань, які підлягають реєстрації відповідно до законодавства в органах Міністерства юстиції України. Органи місцевого самоврядування та їхні асоціації можуть входити до відповідних міжнародних асоціацій, інших добровільних об'єднань органів місцевого самоврядування.

Згідно Закону, органи місцевого самоврядування є юридичними особами і наділяються власними повноваженнями, в межах яких діють самостійно і несуть відповідальність за свою діяльність відповідно до закону.

Від імені та в інтересах територіальних громад права суб'єкта комунальної власності здійснюють відповідні ради.

Сільська, селищна, міська, районна в місті (у разі її створення) рада може наділяти частиною своїх повноважень органи самоорганізації населення, передавати їм відповідні кошти, а також матеріально-технічні та інші ресурси, необхідні для здійснення цих повноважень, здійснює контроль за їхнім виконанням.

Таким чином, Конституцією і Законом України "Про місцеве самоврядування в Україні" (із змінами і доповненнями) в Україні загалом створено нормативно-правову основу функціонування місцевого самоврядування.

Література

1. Конституція України. Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. – К.: Просвіта, 1996.
2. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні. Офіційне видання. – К.: Парламентське вид-во, 1997.

Стельмащук Ю.А.,

к.е.н., науковий співробітник,

ПП «Інститут економіки, технологій і підприємництва»

ЕКОНОМІЧНІ ТА ФІНАНСОВІ МОЖЛИВОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

Україна ратифікувала Європейську Хартію місцевого самоврядування і відповідно надала її нормам загальнообов'язкової сили на своїй території. Цим держава проголосила намір рухатися у напрямі інтеграції до Європейського Співтовариства.

Однією з основних умов євроінтеграції є наближення основних засад територіальної організації влади до стандартів, запроваджених Радою Європи. Прийняття Хартії місцевого самоврядування стало логічним закріпленням процесів децентралізації державної влади, що містять у собі широку палітру різноманітних концепцій: політичну, адміністративну, фінансову, ринкову. У широкому розумінні процес децентралізації означає передачу частини компетенції й відповідальності у сфері виконання державних функцій від центрального уряду до підпорядкованих йому органів державної влади.

Фінансова децентралізація полягає у передачі частини прав, компетенції й відповідальності у сфері державних фінансів від центральної влади на користь місцевих виборних органів влади. Зміст фінансової децентралізації виявляється у спроможності останніх самостійно вирішувати, у якій спосіб надавати окремі

суспільні послуги, встановлювати власні податкові ставки та/або визначати податкову базу, здійснювати записання з метою фінансування інвестиційних проектів тощо.

Власне рівень фінансової (або фіскальної) децентралізації й визначає роль інститутів місцевого самоврядування у системі органів публічної влади, характеризує якісний рівень розвитку економічної демократії в країні. Якщо економічна роль низових адміністративно-територіальних утворень зводиться до практичного виконання політики, розробленої на верхніх щаблях влади, підстав для надання широкої фіскальної автономії територіальним громадам немає. Якщо ж, навпаки, передбачається, що органи місцевого самоврядування розроблятимуть власні видаткові програми, а також незалежно визначатимуть обсяг та якісний рівень суспільних послуг, можливість змінювати, насамперед, податкові ставки, а, отже, до певної міри контролювати доходи, є визначальною з точки зору досягнення відповідності між потребами й уподобаннями платників податків та фактичною податкоспроможністю юрисдикції.

На сьогоднішній день беззаперечним залишається й той факт, що органи місцевого самоврядування в Україні практично не мають реальної фінансової автономії, залишаючись і надалі залежними від політики, здійснюваної центральним урядом.

Головним результатом розширення фінансової автономії місцевих органів влади має стати підвищення економічної ефективності процесу надання громадських послуг. Як засвідчує світовий досвід, це досягається за умови впровадження жорстких бюджетних обмежень (державний контроль та аудит місцевих фінансів, встановлення фіскальних лімітів, посилення відповідальності працівників місцевих органів влади тощо) й координаційного механізму (гармонізація податкового законодавства, прозора система міжбюджетних трансфертів та ін.),

Термін “економічна ефективність” у контексті надання суспільних благ містить декілька аспектів: ефективність виробництва, розподілу (алокатії) та фінансування суспільних послуг. У децентралізованій моделі публічної влади ефективність виробництва суспільних благ досягається за рахунок мінімізації витрат внаслідок конкуренції між юрисдикціями на “ринку” суспільних послуг; алокаційна ефективність досягається за рахунок кращого поєднання набору суспільних послуг з уподобаннями мешканців певної юрисдикції, що є наслідком більш досконалої інформації, якою володіє місцева влада; ефективність у фінансуванні суспільних послуг впливає з того, що платники податків із більшою готовністю сплачують їх до бюджету, якщо гранична корисність певного суспільного блага відповідає граничній величині сплачуваного податку (іншими словами, мешканці більш охоче сплачують податки за надання такого рівня послуг, який якнайкраще відповідає їхнім уподобанням). Інші аргументи на користь фінансової децентралізації полягають у можливості стимулювання експериментів та інновацій у суспільному секторі, поліпшення процедури адміністрування певних податків, посилення підзвітності та зменшення корупції в органах місцевої влади.

Фінансова децентралізація має свої просторові межі, які обумовлюються, насамперед, існуванням ефекту переливу вигод між громадами й ефекту економії на масштабах виробництва. Ефект переливу виникає тоді, коли так звана “зона одержання вигод” від суспільного блага не співпадає із сферою компетенції органу влади, який його надає. Національний уряд володіє більшими можливостями щодо надання суспільних послуг, які призводять до появи значних позитивних або негативних екстерналій.

Існування ефекту масштабу при наданні певних суспільних послуг, що полягає у зменшенні середніх витрат на виробництво одиниці суспільного блага, робить їхнє виробництво малими за розмірами юрисдикціями більш витратним у порівнянні з виробництвом на національному рівні. Оптимальний розмір юрисдикції, який дозволяє надавати громадські послуги з мінімальними середніми витратами, є неоднаковим для різних суспільних благ.

Потенційні можливості економічного розвитку територіальних громад (села, селища, міста) здебільшого залежать від їхнього ресурсного потенціалу: природних багатств, виробничих потужностей, кваліфікованого персоналу тощо. Важливою складовою цього потенціалу є забезпеченість фінансовими ресурсами.

Згідно зі Статтею 9 Європейської Хартії, органи місцевого самоврядування мають право в рамках національної економічної політики на свої власні адекватні фінансові ресурси, якими вони можуть вільно розпоряджатися в межах своїх повноважень. Принаймні частина фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування формується за рахунок місцевих податків та зборів, розмір яких вони мають повноваження встановлювати в межах закону. Фінансові системи, які складають підґрунтя ресурсів органів місцевого самоврядування, мають достатньо диверсифікований і підвищувальний характер і повинні забезпечувати можливість приводити наявні ресурси, наскільки це практично можливо, у відповідність до реального зростання вартості виконуваних ними завдань.

Захист більш слабких у фінансовому відношенні органів місцевого самоврядування передбачає запровадження процедур бюджетного вирівнювання або аналогічних заходів з метою подолання наслідків нерівного розподілу потенційних джерел фінансування і фінансового тягаря, який вони повинні нести.

Таким чином, надання дотацій не скасовує основоположну свободу органів місцевого самоврядування проводити свою політику в межах їхньої власної компетенції.

Література

1. Бакаєв О.О. Економіко-математичні моделі економічного зростання / О. О. Бакаєв, В. І. Грищенко, Л. І. Бажан. – К. : Наукова думка, 2005. – 188 с.
2. Кириленко О.П. Місцеві бюджети України (історія, теорія, практика). – К. : НІОС, 2000. – 316 с.
3. Саблук П.Т. Аграрна реформа в Україні (здобутки, проблеми і шляхи їх вирішення) / П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк, М.М. Федоров // Економіка АПК. – 2009. – № 12. – С. 3–13.

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ВОЛИНІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сільський зелений туризм для України є новим напрямом у туристичній галузі, який розглядається як один із способів розвитку сільських місцевостей, наповнення місцевого бюджету та вирішення низки проблем сільських територій. Традиційно аграрна Волинь, багата унікальними природними умовами і рекреаційними ресурсами, має великі перспективи для розвитку сільського зеленого туризму. Область надзвичайно цікава в етнографічному та історичному аспектах.

Особливою туристичною привабливістю на Волині користуються природні та великі штучні водойми, лісовкриті території та природні національні парки. Найбільшою перлиною Волині є Шацький національний природний парк. Мальовничі волинські озера Світязь, Кримне, Красинець, Кругле, Соминець, Луки, Чорне Велике, Перемут, Пісочне, Пулемецьке, Климовське, Люцимир та інші притягують відпочиваючих з різних областей і навіть різних країн. Найбільші з них – Світязь та Пісочне за останні роки стали місцем «паломництва» відпочиваючих.

Місцеві жителі щороку активно здають свої домівки туристам, проте цей процес зводиться тільки до надання місця ночівлі. На сьогодні зареєстровано лише кілька агроосель, хоча насправді практично кожен у смт Шацьк, селах Світязь та Мельники приймає відпочивальників. Мережа таких агроосель та якість обслуговування з кожним роком зростає, однак вони перебувають у тіні з огляду на недосконалість законодавства у цій сфері, значні податкові стягнення та обов'язкову ліцензію.

Розвиток сільського зеленого туризму спонукає до поліпшення благоустрою сільських садиб, вулиць і сіл загалом; стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Прикладом таких позитивних змін є розбудова сіл Мельники, Світязь та Пульмо, новозбудовані будинки яких відповідають усім вимогам відпочивальників. Розвивається сфера обслуговування району. За останні роки тут побудовано супермаркет, низку магазинів та кафе, у літній період добре функціонує транспортне сполучення між селами.

Одночасно з поступовими позитивними змінами соціального плану відчутне надмірне рекреаційне навантаження на прилеглі до водойм села. Протягом рекреаційного сезону на території Шацького національного парку відпочиває близько 160 тисяч осіб. Проблемою є те, що рекреаційна діяльність концентрується на території близько 1000 га (2% від загальної площі) навколо двох озер Світязь та Пісочне. Крім того, проблемою є сезонність відпочинку. Озера активно експлуатуються лише в літній період (70-80) днів, що завдає непоправної шкоди як самим озерам, так і природним комплексам, які межують з ними [1, с. 2]. Зважаючи на це, необхідно працювати над розширенням рекреаційної зони. Це дасть можливість покращити соціально-економічне становище місцевого населення, зменшити потребу в будівництві нових рекреаційних закладів та зняти степінь рекреаційної дигресії цих комплексів.

Перспективними для розвитку сільського зеленого туризму на Волині є малі міста та історичні місця краю. Традиційно зелений туризм розвивається у Шацькому та Любомльському районах, хоча й інші території мають такі ж можливості. Це пояснюється слабким інформаційним забезпеченням, станом інфраструктури, яка не відповідає міжнародним стандартам, недостатньою кількістю закладів розміщення і харчування, низьким рівнем обслуговування.

Туристично привабливими для розвитку сільського зеленого туризму на Волині є історичні місця, де розташовані пам'ятки археології (городища, оборонні вали літописних міст, могильники), що зосереджені в м. Володимир-Волинський, м. Устилуг, м. Берестечко, м. Камінь-Каширський, м. Любомль, смт Головне, смт Ратне; пам'ятки архітектури (замки, замкові мури, башти, житлові будинки, монастирі, дзвіниці, синагоги, церкви, окремі поховання та некрополі, об'єкти містобудування), розташовані в м. Луцьк, м. Володимир-Волинський, м. Берестечко, смт Олика, смт. Голоби, м. Любомль, смт Стара Вижівка, смт Луків, м. Ковель; пам'ятки історії (будинки, споруди, пам'ятні місця і предмети, пов'язані з важливими історичними подіями, розвитком суспільства і держави, науки і техніки, культури і побуту народів, із життям відомих політичних, державних, військових діячів, народних героїв, діячів науки, літератури і мистецтва) – м. Луцьк, м. Володимир-Волинський, м. Берестечко, м. Ковель тощо [2, с. 35]. Подорожуючи по Волині, можна зупинитися в багатьох населених пунктах і кожен з них вразить своїми неповторними традиціями, легендами та природними особливостями.

Початком агротуристичної діяльності на Волині можна вважати 2000-ні роки. З метою зменшити безробіття у сільській місцевості селянам пропонували пройти навчання для організації власного агротуристичного бізнесу. Так, у 2003 р. був реалізований проект «Зменшення жіночого безробіття у селах Ківерцівського району». Серед жителів п'яти сіл (Жидичин, Озеро, Холоневичі, Берестяни і Хорлупи) було проведено навчання веденню агротуристичної діяльності [3, с. 3].

Три сільські ради Рожищенського району, об'єднавшись, створили туристичний продукт для втілення проекту «Магія волинської казки». По трьох селах розроблені маршрути за двома напрямками – релігійним і казковим. Туристи можуть відвідати три церкви у селах Переспа, Любче та Рудка-Козинська, де священники проводять екскурсію, розповідають історію храму й ікон, а також дають своєрідні уроки живої віри. Якщо у 2013 р. організатори були спроможні прийняти тільки три групи відпочивальників, то у 2014 р. вже мають можливість прийняти 30 груп туристів [4].

Географічне розташування окремих прикордонних районів області сприяє розширенню міжнародних зв'язків, відкриває нові шляхи для просування туристичного продукту на світовий ринок. Так, з 2013 р. на Любомльщині реалізують чотири проекти із залучення інвестиційних коштів в район, що дають можливість розвитку зеленого туризму. Один з них «Польсько-українська співпраця зі сприяння розвитку туризму на прикордонній території», що діє на території Гуцанської сільської ради. У реалізації проекту беруть участь чотири польські гміни: Лешньовіце, Дорогуськ, Войславиче і Жмудж.

У рамках проекту планується облаштувати туристично-рекреаційну зону біля озера Гуцанське, спорудити кемпінг зі спортивними майданчиками, облаштувати пляж та автостоянку на 20 автомобілів, проводити культурно-масові заходи, екскурсії на територіях Волинської області та Люблінського воєводства [5].

Агротуристичний бізнес у Волинській області перебуває на стадії формування. Якщо у 2000 р. підприємства сфери сільського туризму на Волині ще не були зафіксовані, то у 2005 р. такі послуги надавали 10 підприємств, у 2006 р. – 20, 2007 р. – 42, 2008 р. – 75, 2009 р. – 115, 2010 р. – 130, 2011 р. – 226 підприємств [6; 92]. Наведена динаміка свідчить про зростання чисельності підприємств сфери сільського зеленого туризму в області у 2011 р. у 22,6 рази порівняно з 2000 роком.

Головні проблеми, що гальмують розвиток сільського туризму можна згрупувати у три блоки: інституційний (відсутність законодавчої бази, необхідної для чіткого регулювання діяльності, єдиних інститутів, які б займалися аналізом і прогнозуванням розвитку даного виду туризму), організаційний (низька інформаційна грамотність щодо можливостей розвитку нового виду туризму, слабкі комунікації, відсутність чіткого поділу і категоризації садіб (агроосель), недостатня поінформованість населення як споживача нових туристичних послуг) та фінансовий (слабка підтримка з боку держави, високі ставки за кредитами, відсутність пільг чи спрощеного оподаткування).

Для вирішення цих проблем на перспективних територіях фахівці пропонують створювати мережу туристичних кластерів, яка буде об'єднувати зусилля багатьох людей і представників багатьох галузей навколо ідеї створення привабливого агрорекреаційного продукту.

Основна перевага створення кластера суб'єктів господарювання сільського зеленого туризму полягає в тому, що із розрізнених підприємств – власників садіб, місцевих майстрів, представників сфери послуг, громадськості та місцевого самоврядування утворюються об'єднання, які шляхом координування спільних зусиль створюють та реалізують туристичний продукт сільського туризму, що в кінцевому підсумку веде до всебічного розвитку села за рахунок ефективного використання ресурсів.

Спільна робота багатьох підприємств, а фактично утворення кластера дасть змогу ефективно розвивати сільський зелений туризм в кожному перспективному регіоні України. Завданням кластера суб'єктів господарювання сільського зеленого туризму має бути не лише формування туристичного продукту, але й фінансування, навчання, маркетинг та підтримка подальшого розвитку зеленого туризму. За даної моделі кожен з учасників кластера виконує певні функції та покладені на нього зобов'язання [7].

Таким чином, традиційно аграрна Волинь має величезний природний та культурний потенціал для розвитку сільського зеленого туризму. Агрорекреаційна діяльність допоможе зменшити безробіття у сільській місцевості, розпочати власну справу, відродити і зберегти культуру й традиції волинського краю.

Література

1. Безручко Л.С. Еколого-географічне обґрунтування рекреаційного природокористування та території Шацького національного природного парку: автореф. дис... канд. геогр. наук: 11.00.11 / Любомир Степанович Безручко; Львівський національний ун-т ім. Івана Франка. – Львів, 2010. – 25 с.
2. Оксана Гаталяк. Розвиток туризму в історичних населених місцях Волинської області/ Гаталяк Оксана/ Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2014. Вип. 34. – С. 33-40.
3. Зубчук К. У гостинних садибах села Жидичин// Волинь (№195). – 25 травня. – 2004.
4. Сільський туризм на Волині орієнтований на релігію і казку. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.volynnews.com/news/society/silskyu-turyzm-na-volyni-oriyentuetsia-na-relihiuu-i-kazku/>
5. Акіф'єва Надія. Прикордонна співпраця для розвитку зеленого туризму Любомльщини. Електронний ресурс / Акіф'єва Надія. – Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/vol/control/uk/publish/article;jsessionid=F064AD13D572E986BF93D83F5C6B023D?art_id=91897&cat_id=366755
6. Забуранна Л.В. Особливості туристично-підприємницької діяльності в аграрній сфері Карпатського економічного району / Л.В. Забуранна // Сільський розвиток. – 10-12, 2012 – С. 89-93.
7. Моделирование социально-экономической системы региона/ под. ред. В.И. Гурмана, Е.В. Рюминой. – М. : Наука, 2001. – 175 с.

Тарасевич О.В.,

к.е.н., доцент, старший науковий співробітник,

Нестеров Г.Г.,

юрист,

Інститут економіко-правових досліджень НАН України, м. Київ

ЕКОНОМІКО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ СИСТЕМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: СВІТОВИЙ ДОСВІД

Сьогодні Україна шукає шляхи створення самобутньої, ефективної системи місцевого самоврядування. З цією метою сучасна система місцевого самоврядування повинна спиратися на минулий вітчизняний досвід, враховувати тенденції розвитку українського суспільства, а також багатий досвід комунальних (муниципальних) реформ зарубіжних країн і вихід на міжнародні стандарти, засновані на розвитку місцевого самоврядування, зокрема, на Всесвітній Декларації місцевого самоврядування 1985 р. і Європейській Хартії про місцеве самоврядування, 1985 р. Однією з проблем економічного забезпечення соціального розвитку країни є неузгодження управлінських рішень органів місцевого самоврядування (ОМС) з реальною економічною ситуацією, їх прийняття за відсутності системного підходу та врахування нових ринкових механізмів функціонування окремих складових соціальної сфери місцевого самоврядування. Сучасна ситуація, що склалася в світовій економіці, вимагає визначення чітких цілей, зрозумілих пріоритетів в економіці і в соціальній політиці розвитку міста, самовизначення його серед об'єктів внутрішнього і зовнішнього середовища, на українському і міжнародному ринках, що дозволить ефективно вибудовувати відносини з вітчизняними та іноземними інвесторами. За сучасних умов економіка міста не може функціонувати ізольовано, поза тенденцій світового розвитку.

Стратегічною метою в сфері місцевого самоврядування є перехід від всеосяжного державного патерналізму до встановлення на місцевому рівні відносин рівноправного соціального партнерства між роботодавцями, державою і населенням на основі системи юридичних, економічних й організаційних гарантій, чіткого розмежування прав і обов'язків соціальних сил суспільства.

У більшості країн світу розвивається і здійснюється право місцевого самоврядування як муніципальне (комунальне) право. Прийнято Всесвітню Декларацію місцевого самоврядування і Європейську Хартію про місцеве самоврядування. Україна стала членом Ради Європи. У зв'язку з цим нашій країні необхідно забезпечити зближення своєї правової системи з європейською.

Досвід формування і розвитку національної і міжнародної системи права показує, що за основу найменування галузей, що їх становлять, береться наочна сфера відповідних правовідносин. У даному випадку – це місцеве самоврядування. У всьому світі право місцевого самоврядування називається муніципальним або комунальним правом. Для нашого державознавства поняття комунальне (муніципальне) право є новим, хоча самоуправлінські традиції в Україні існують із часів Київської Русі. Об'єктивна можливість державного регулювання соціально-орієнтованої ринкової економіки з'явилася з досягненням визначеного рівня економічного розвитку та концентрації виробництва і капіталу. Необхідність державного регулювання полягала в нарощенні соціально-економічних проблем і труднощів. Державне регулювання економіки в умовах ринкового господарства являє собою систему заходів законодавчого, виконавчого і контрольного характеру, здійснюваних державними органами з метою стабілізації економіки і пристосування існуючої соціально-економічної системи до нових умов.

Соціальну спрямованість національної економіки закріплено у Конституції України, де людину проголошено найвищою цінністю, а Україну – соціальною державою. Проте функції, зміст і функціонування соціальної держави залишаються нез'ясованими. На загальнодержавному рівні управління досі не визначено модель (тип) соціальної держави, до якої ми прагнемо (ліберальної, соціально-демократичної чи консервативної).

В основі ліберальної моделі соціальної держави лежить принцип особистої відповідальності кожного члена суспільства за свою долю і долю своєї родини. Держава забезпечує тільки мінімально необхідний для життя рівень соціальних послуг соціально-вразливим верствам населення. Фінансовою основою реалізації соціальних програм за такої моделі, в першу чергу, є особисті заощадження населення і недержавне страхування. Друга модель, класичним прикладом використання якої є Швеція, надає базове забезпечення громадянам країни за рахунок державного і місцевого бюджетів. Вона спрямована на недопущення бідності і забезпечення всім громадянам гідного рівня життя. Третя модель ґрунтується на системі соціального страхування з пайовими відрахуваннями внесків працюючими і роботодавцями. Боротьба з бідністю поєднується з підтримкою високих стандартів життя громадян.

Слід зазначити, що в Україні за роки незалежності було прийнято низку нормативно-правових актів, що сприяли створенню правового підґрунтя соціальних пріоритетів, зокрема, в частині гарантій у сферах пенсійного забезпечення, соціальних виплат і допоміг, соціального страхування й охорони материнства, оплати праці тощо. Порівняльний аналіз Європейського кодексу соціального забезпечення та чинного законодавства України свідчить, що соціальні гарантії, в частині їх конституційного визначення, значно розширилися у вітчизняній базі, а за деякими показниками навіть випередили європейський досвід. Слід відмітити велику кількість нормативно-правових документів, що регулюють різні аспекти соціальної сфери (тільки у сфері надання пільг їх більше сорока). Загалом їх можна поділити на такі групи:

- державні програми і стратегії, насамперед, Стратегія економічного і соціального розвитку, ряд соціальних і гуманітарних державних програм на загальнодержавному та місцевому рівнях;

- нормативні акти, що регламентують діяльність інститутів соціального розвитку, у тому числі Конституція України, закони, які прийняті Верховною Радою України, та підзаконні нормативні акти.

За методами досягнення цілей соціального розвитку їх можна поділити на:

- нормативно-правові документи, що регламентують діяльність інститутів соціального розвитку та системи соціального захисту населення;

- нормативно-правові документи, які спрямовані на створення умов для самозабезпечення та саморозвитку людини.

Завдання комунальної служби обумовлюються функціями місцевого самоврядування і полягають у забезпеченні функціонування системи місцевого самоврядування, захисті інтересів територіальних громад, розвитку комунальної демократії тощо.

Комунальна служба заснована на принципах: законності; пріоритету прав і свобод людини і громадянина, що визначає значення і зміст діяльності органів місцевого самоврядування; рівного доступу громадян до комунальної служби відповідно до професійної підготовки, здібностей і досягнень по службі; підконтрольності посадовців місцевого самоврядування, їх відповідальності перед територіальною громадою; гласності в здійсненні комунальної служби; професіоналізму і компетентності комунальних службовців; соціальної правової їх захищеності.

Сьогодні в Україні неможливо чітко визначити тип соціальної держави, що є причиною непослідовності, різноспрямованості та неефективності заходів, спрямованих на її побудову. Слід зазначити, що в перші роки незалежності, під впливом катастрофічної кризи в економіці та величезного бюджетного дефіциту, в Україні відбувся різкий перехід у напрямку ліберальної моделі, розроблена в той період концепція реформ виходила з необхідності підвищення ефективності функціонування господарської системи шляхом переходу до ринкових відносин в економіці. Соціальна сфера місцевого самоврядування не розглядалась як пріоритетна. Як критерії ефективності нової системи були обрані лише економічні показники. Для українського суспільства такий підхід мав катастрофічні наслідки, особливо на фоні відсутності нових соціальних інститутів, які могли б замінити старі, що вже не могли виконувати свої функції в нових умовах. В результаті, за показниками соціального розвитку Україна була відкинута далеко назад. Соціальна ціна реформ виявилась надто високою. В остаточному підсумку, саме соціальні наслідки ринкових реформ виявилися головним гальмом для подальших економічних і політичних перетворень в суспільстві.

Tarabanovska S.M.,
associate professor of tourism chair
Lugansk National University, Lugansk

Saloucvadze I.M.,
associate professor of scientific disciplines chair
Lugansk State Institute Of Housing, Utilities and Construction,

HOUSING POLICY AS FOUNDATION OF THE TOURIST SPHERE

The actuality of the state housing policy consideration is conditioned, that it is based on economic, social and tourist economic crossing lines of the citizen's interests, social and tourist development of the country. From the one side, it is the important constituent of state social policy. Habitation was and remains the main thing of the daily vital necessity. From the other side, a state housing policy is the important instrument of the economic country development providing and the bringing of tourists in.

It is necessary to consider the reformation of housing policy as the actual task of state policy. It must provide the decision of the important tasks row, in particular: introduction of the state market housing real estate adjusting mechanisms, which was the instrument in order to increase the supply of habitation and the decline in market prices on it, to overcome the present imbalance between the prices on habitation and the level of citizen's purchasing power, to do impossible the swift growth of boom and speculative demand on the housing real estate and creation of «price bubbles» at the market; the perfection of mechanisms for the state help to the citizens who need the improvement of the housing terms; the creation of the realization mechanisms right for the citizen's habitation with the average low profits; forming of the tourist infrastructure sphere [1, p. 67].

Depending on the housing policy the sphere of tourism will develop or not in any country.

From the data of Belarusian news agency BELTA, in 2015 it is planned to point for the building of leasing habitation over 1, 4 trln Byelorussian karbovanets. The general area of the houses, which are subjected for introduction to exploitation in 2015, will set up 220 thousand m² (3, 8 thousand of apartments). Basic part of the habitation will be done in Minsk - 70, 6 thousand m². Among with regions the most volumes of the leasing habitation building will be carried out in Grodnenskiy region - 37, 7 thousand m². It is foreseen that the price for the habitation will be fully accessible not only for the citizens of republic.

The habitation building takes the important role in the housing policy in China. The government of this country is planning to the end of 2015 year provide the accessible habitation for 20 % of population. Local administrations must move forward habitation building in every way, especially accessible habitation, which will be given at lowered price to the cities' families with the low level of profits, to the young workers and workers immigrants. In May 2014 year in Shanghai the complex of habitation was officially put into operation consist of 4 thousand of apartments. The average cost of 1 m² lease is 6, 5 dol.102. To the middle of 2015 in Dalian 300 thousand of m² habitation will be built for 7 thousand of families. In Chountsin the cities' authority began the realization of ambitious building project of 40 mln m² habitation for 2 mln of citizens with the low and middle profits. In 2015 the China government spending on the housing providing for citizens will be 223 mlrd of yuan (35, 4 mlrd of dol. USA), that on 5, 3 % more than in the previous year [2, p. 34].

Israel is the country where as a result of narrow-mindedness landed resources, from the one side, and considerable increasing in the last decades of the country population amount, from the other side, was the difficult situation in the field of housing. According to an index Better Life, which was published by Organization of economic collaboration and development (OECD), the housing conditions in Israel are the worse among the developed countries. So, the index of rooms number per capita makes 1,2, that corresponds to the index of post-soviet Latvia and it is less that the index of such countries as: Poland (1,3), Greece (1,4), Slovenia (1,5), Portugal (1,5). From the data of Israel Institute of Structural Reforms, about 189 thousand of Israel householding is near 8, 5 % - have unsatisfactory housing terms (substandard housing). People from the country expend for the habitation on the average 22 % the profits (after payment of taxes). For comparison: among with the habitants of countries OECD the most part of the profits on habitation is expended by the habitants of New Zealand - 29 %, and the least in Russia (11 %). At the same time, the results of the conducted research by OECD specialists testify that 83 % Israel people are content with the housing terms [2, p.76].

That is if a country has an effective housing policy, it has pre-conditions and foundation for the sake of the tourist sphere development which is based on the strong infrastructure - hotels, restaurants, bases of rest, transport enterprises, tourist agencies and others like that.

First of all the housing policy of the country is the policy of providing habitation for the citizens and also the construction of the proper tourist infrastructure which directly relies on the quality of population life.

Literature

1. Заблодська І.В., Дроботенко С.П. Моніторинг реалізації стратегії економічного та соціального розвитку регіону/ І.В. Заблодська, С.П. Дроботенко та інші. – Луганск: Вид-во «Ноулідж», 2012. – 157 с.
2. Напрями реформування державної житлової політики України: аналіт. доп. / О.А. Більовський. – К.: НІСД, 2013. – 55 с.

МЕХАНІЗМИ ПОДОЛАННЯ ВНУТРІШНЬОРЕГІОНАЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ

Сучасні умови розвитку країни призводять до посилення внутрішньорегіональної диференціації, що негативно позначається як на ефективності функціонування регіональної економіки, так і на соціальному благополуччя населення. Така тенденція пояснюється безліччю причинами, домінуючими серед яких є: значне ослаблення регулюючої ролі держави, неоднакова адаптованість до ринку регіонів з різною структурою економіки. Посилення внутрішньорегіональної диференціації стало просторовим відображенням зростаючої економічної (за формами власності та секторами економіки) та соціальної (за групами населення) диференціації.

Внутрішньорегіональна соціально-економічна диференціація становить собою складне багатопланове явище, взаємопов'язаними компонентами якого є соціально-економічні відмінності регіонів [1], що входять до складу одного макрорегіону, тобто одного економіко-географічного регіону.

Сьогодні для більшості регіонів України характерна ситуація, коли їх рівень економічного і соціального розвитку є надзвичайно різним. При цьому соціально-економічні відмінності формуються під впливом безлічі факторів і можуть проявлятися в різноманітних формах. До основних з них належать:

- різноспрямований рух внутрішньорегіональних процесів, коли позитивна динаміка регіонального розвитку та стабільне входження регіону до групи найрозвиненіших регіонів України можуть поєднуватися зі значними відмінностями регіональних структур, що входять до складу держави;
- висока інтенсивність процесу диференціації соціально-економічного становища регіонів;
- поглиблення диференціації показників розвитку між окремими регіонами;
- посилення внутрішньорегіональної периферійності, що виявляється у зростанні відставання соціально-економічного розвитку одного регіону від іншого;
- велика інтенсивність процесу поляризації регіону порівняно з іншими регіонами, чії агреговані показники помітно нижчі.

Важливо те, що органи влади досі не відносять внутрішньорегіональну соціально-економічну диференціацію до ключових регіональних проблем, впливаючи на неї головним чином через розвиток галузей соціальної сфери та міжбюджетні трансферти, що дозволяють вирівнювати відмінності між територіями лише у фінансуванні поточних витрат.

У той же час на практиці далеко не завжди зростання внутрішньорегіональної поляризації – негативне явище, оскільки такий процес може супроводжуватися поліпшенням економічних чи соціальних показників у більшості регіонів. І навпаки – зближення показників соціально-економічного розвитку регіонів може супроводжуватися їх стійким погіршенням. Однак, як показує досвід закордонних країн, при зменшенні внутрішньорегіональної соціально-економічної просторової диференціації створюються сприятливі умови для розвитку регіонального ринку, забезпечення збалансованості соціально-економічних перетворень на всій території регіону і, найголовніше, – для підвищення інвестиційної привабливості регіону. Тому, на наш погляд, у вирівнюванні внутрішньорегіональних соціально-економічних відмінностей загалом більше позитивних наслідків, ніж негативних.

Через інерційність, властиву не тільки макроекономічним процесам, а й регіональній економіці, траєкторія та інтенсивність внутрішньорегіональної диференціації багато в чому обумовлена структурними особливостями і довготривалими тенденціями соціально-економічного розвитку.

Більшість проблем регіонів пояснюються структурними особливостями їх економіки, а саме тим, що у тому чи іншому регіоні виробляється та якими природними ресурсами він забезпечений. Тому залежно від того, наскільки регіон є багатий, можна визначити його залежність від чинників, що впливають на рівень попиту на регіональному та внутрішньодержавному ринках (ціна реалізації, якість продукції, доходи населення тощо) [2], а також можна визначити, яку частку в структурі економіки цього регіону займає внутрішньорегіональний експорт.

У більшості регіонів України ринкові реформи помітно збільшили розрив між сировинними базами та переробкою, між переробкою і торгівлею. Велика частина економіки деяких регіонів фактично працює на давальницькій сировині, що ввозиться з-за його меж. Відповідно інші регіони працюють як донори, не маючи власних потужностей. Усе це пояснює нестабільність фінансового стану підприємств, високу дотаційність регіональних бюджетів, відтік грошових ресурсів і непривабливість для потенційних інвесторів. У такому випадку важливе місце має зараз зайняти адміністративна реформа, що надасть регіональним органам влади можливість (громадам) самим вирішувати, що вони хочуть і можуть виготовляти та куди будуть виготовлений товар продавати і за якою ціною.

Причиною збереження донедавна довготривалої тенденції нестійкості соціально-економічного становища регіонів також є слабкий менеджмент, що відображає низький рівень розробки власних нововведень і засвоєння зовнішніх інновацій. Це проявляється в діяльності як підприємств, так і органів управління. Наслідком слабого менеджменту є висока частка збиткових підприємств, великі труднощі в їх фінансовому оздоровленні, висока дотаційність більшості регіональних бюджетів, масштабна корумпованість керівників, затримки в прийнятті та оновленні законів. покликаних поліпшити підприємницький клімат у регіоні, низька ефективність земле- та природокористування.

Необхідність управління внутрішньорегіональними соціально-економічними відмінностями обумовлена насамперед відсутністю дієвих механізмів, спрямованих на вирівнювання наявних регіональних відмінностей як в напрямі забезпечення гідного рівня життя, так і в створенні єдиного комплексу необхідних заходів економічного

регулювання та правового забезпечення діяльності регіонів, що мають сприяти посиленню процесу розвитку внутрішньорегіональної взаємодії. До того ж різниця в рівні життя, у цінах, у якості наданих соціальних послуг на регіональному рівні відчувається сильніше, ніж на державному рівні.

Перспективи вирівнювання асиметрії у регіонах значно залежать від їх можливостей щодо внутрішньорегіонального перерозподілу ресурсів. Очевидно, що їх у проблемних регіонів значно менше, тому у цих регіонів невеликий уже і простір для маневру ресурсами [3].

Цілеспрямована зміна внутрішньорегіональної диференціації в бік зменшення (а іноді і збільшення) має бути результатом усвідомленої довготривалої соціально-економічної політики держави. Ця обставина, своєю чергою, передбачає розробку відповідної стратегії скорочення внутрішньорегіональних відмінностей, що є частиною регіональної стратегії соціально-економічного розвитку території.

Центральним органи влади необхідно на практиці враховувати особливості кожного регіону, стимулювати подолання замкнутості у їх розвитку за допомогою посилення інтенсивності внутрішньорегіональних зв'язків, застосовувати різні механізми (інвестиційні, трансфертні, податкові тощо) вирівнювання внутрішньорегіональних відмінностей.

Для більшості дотаційних регіонів можливості трансфертного механізму, що означає підтримку соціально-депресивних регіонів через цільове бюджетне фінансування їх програм розвитку і особливо податкового механізму, що дозволяє перерозподіляти частину фінансових ресурсів між ними, дуже обмежені.

Найдієвішим засобом вирівнювання внутрішньорегіональної диференціації в сучасних умовах є інвестиційний механізм, що дозволяє регіональним органам влади залучати інвестиції та створювати високотехнологічні виробництва на своїх територіях.

Ефективність використання інвестиційного механізму у вирівнюванні внутрішньорегіональної диференціації залежить від того, наскільки задіяні потенційні конкурентні переваги регіону.

Отже, політика внутрішньорегіонального вирівнювання, вирішуючи головні поточні завдання, має бути орієнтована на довгострокову перспективу. Потрібно формувати таку стратегію розвитку, яка базувалася б на основоположному принципі вирівнювання рівня соціально-економічного розвитку регіонів через їх розвиток, який передбачає ефективне використання конкурентних переваг кожного регіону.

Література

1. Луман Н. Дифференциация / Н. Луман ; [пер. с нем. Б. Скуратов]. – М. : Издательство «Логос», 2006. – 170 с.
2. Кочеткова Н. В. Теоретические подходы к систематизации факторов социально-экономической дифференциации региона / Н. В. Кочеткова // Культура народов Причерноморья. – 2011. – №218. – С. 109–112.
3. Костылева Л. В. Пространственные аспекты социально-экономической дифференциации населения региона / Л. В. Костылева // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2009. – №3(7). – С. 82–92.

УДК 332.1:338.48

Тищук І.В.,
здобувач,

Луцький національний технічний університет

РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ТРАНСКОРДОННОГО ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

На нинішньому етапі транскордонне співробітництво (ТКС) має позитивний вплив на регіональний розвиток держав, насамперед це стосується тих регіонів, які розташовані по обидві сторони кордону. За сучасним адміністративно-територіальним поділом 18 із 24 областей України є прикордонними чи прибережними, і лише 6 областей не мають спільних кордонів з іншими державами. Це спонукає до міжнародної співпраці не лише у вигляді міждержавних угод на загальнонаціональному, а й на регіональному рівні, що виражається у здійсненні ТКС [1]. Особливо це стосується сфери туризму, оскільки саме туризм робить великий внесок у зміцнення контактів і встановлення добрих відносин, виступає фактором зміцнення авторитету регіону на вітчизняній та міжнародній арені.

Транскордонному співробітництву в галузі туризму присвячено роботи таких вітчизняних науковців, як О. Бейдик, З. Герасимчук, В. Кравців, С. Кузик, В. Кифяк, О. Любіцева, Л. Матвійчук, Т. Ткаченко, та ін.

Україна, як відомо, останнім часом стає активним учасником європейських інтеграційних процесів. Це зумовлено багатьма причинами, а найголовніше – сусідством із тими країнами, які вже є членами Європейського Союзу. Співпраця між Україною і Польщею має більш ніж тисячолітню історію і охоплює усі сфери життя двох сусідніх держав. Зазвичай, основна увага зосереджена на політичному та економічному партнерстві, але значення співробітництва у сфері зеленого туризму є одним із пріоритетних напрямів, що зумовлено цілою низкою факторів, а саме:

- 1) геополітичне розташування держав і їх суміжних прикордонних регіонів, зокрема: рівень соціально-економічного розвитку країн-сусідів; наближеність до міжнародних транспортних коридорів; позиції держави у світових політичних та економічних системах;
- 2) історична та етнічна спорідненість регіонів, що складають транскордонний регіон;
- 3) наявність потужного потенціалу природних та історико-культурних туристичних ресурсів, які є привабливими для громадян обох країн;
- 4) близькість мови та культури наших народів, релігійна спорідненість.

Особливе місце у системі українсько-польських зв'язків у галузі туризму займає той факт, що значна частина етнічних поляків мешкає в Україні. Вони підтримують родинні, ділові та культурні зв'язки з Польщею. Також значна частина українців проживає в Польщі. Територіальна українська меншина розташована, в основному, у північних і західних регіонах країни. Цей факт приводить до підвищення інтересу і регулярних відвідувань України різними категоріями поляків, а українців – Республіки Польщі. Польські туристи відвідують Україну з певною ностальгією, особливо західну частину, адже раніше ці землі входили до складу Речі Посполитої [2].

Незважаючи на позитивні тенденції розвитку туристичної сфери України (збільшення кількості в'їзних та виїзних туристів), існують значні проблеми та недоліки функціонування, які суттєво відрізняють туристичні сфери України та партнера-сусіда Республіки Польщі. Це, зокрема, незадовільний рівень розвитку туристичної інфраструктури; низька конкурентоспроможність туристичних продуктів і послуг; обмеженість державного фінансування сфери зеленого туризму.

Таким чином, позитивною тенденцією для розвитку зеленого туризму транскордонних регіонів є:

- розроблення комплексних міжнародних туристичних маршрутів, що підвищить рівень зайнятості у прикордонних територіях, призведе до посилення міжнародної співпраці;

- створення якісного туристичного продукту, що в свою чергу уможливить розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів (зростання кількості туристів, збільшення кількості агросадіб, розширення асортименту туристичних послуг, можливості реалізації на місці продуктів особистого селянського господарства); удосконалення системи соціально-культурної сфери та соціального захисту населення шляхом розвитку бізнесу в галузі зеленого туризму; удосконалення рекламно-інформаційної діяльності у галузі зеленого туризму; створення курсів підвищення кваліфікації фахівців з надання консультативних послуг з ведення зеленого туризму;

- участь у підготовці та реалізації спільних проектів у прикордонних регіонах в рамках міжнародних програм. Позитивним є те, що частина українсько-польських проектів реалізується з метою покращення туристичної інфраструктури і є важливим для прикордонних регіонів України та Польщі. Серед таких проектів варто відзначити: парасольковий проект «Культура приграничних територій платформою інтеграції локальних середовищ в Євросоюзі Буг», метою якого є покращення культурного, соціально-економічного, інвестиційного клімату транскордонного регіону України та Республіки Польща завдяки розвитку в'їзного і внутрішнього туризму, туристичний проект «Шлях Гедиміновичів», створення якого збільшує привабливість на туристичному ринку об'єктів, історично пов'язаних з династією Гедиміновичів, сприяє збільшенню інвестицій і розвитку туристичної інфраструктури міст та інших учасників проекту. Реалізуються також спільно розроблені проекти: розроблення міжнародних туристичних маршрутів; дослідницькі проекти, завданням яких є аналіз ресурсів та стану туристичних галузей досліджуваних областей для потреб розроблення нових туристичних об'єктів та розвитку туристичної інфраструктури; програми розвитку вже чинних туристичних об'єктів та прикордонних регіонів (наприклад, Стратегія туристичного розвитку м. Луцька) [3].

Транскордонна співпраця України та Польщі в туристичній сфері здійснюється відповідно до нормативно-правової бази та міжнародних документів (Європейська (Мадридська) рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями, прийнята 21.05.1980 р.). Організаційно-правовою формою транскордонного співробітництва є євросоюз. Євросоюз – це форма транскордонного співробітництва між територіальними громадами або місцевими органами влади прикордонних регіонів двох або більше держав, що мають спільний кордон, яка спрямована на координацію їх взаємних зусиль і здійснення узгоджених заходів у різних сферах життєдіяльності відповідно до національних законодавств і норм міжнародного права, для вирішення спільних проблем людей, що проживають на даній території, по обидва боки державного кордону.

Між Польщею та Україною функціонує два євросоюзи: «Карпатський» (Україна, Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія), який був створений у 1993 році, та «Буг» (Україна, Польща, Білорусь), створений у 1995 році, площа його займає Люблінське Воеводство, Волинську область та 2 райони Львівської області (Жовківський і Сокальський) [4]. Їхня співпраця та діяльність в основному спрямована на спільно розробленні проекти, що в свою чергу продукують розвиток регіону, розвиток туризму, освіти, захист довкілля та охорону здоров'я, а також спрямована на підтримку і продовження створення культурної спадщини.

Таким чином, українсько-польські відносини в галузі зеленого туризму у прикордонних територіях мають позитивний вплив на розвиток соціально-економічної сфери для мешканців прикордонних регіонів внаслідок покращення туристичної інфраструктури на підвищення рівня зайнятості, добробуту, покращення якості туристичних послуг для всіх туристів, посилення конкурентоспроможності туристичних продуктів внаслідок збільшення пропозиції та різноманітності видів туристичних послуг.

Література

1. Герасимчук З.В. Транскордонне співробітництво регіонів: методика оцінки та шляхи активізації: монографія / З.В. Герасимчук, Л.В. Корольчук. – Луцьк: Надстир'я, 2009. -184 с.
2. Матвійчук Л.Ю. Перспективи розвитку Українсько-Польського транскордонного співробітництва у сфері туризму / Л.Ю. Матвійчук Трансгранична польсько-українська культурна співпраця в Євросоюзі Буг // За наук. ред. Януша Нічипорука – Луцьк – Люблін: Інститут Справ Адміністрації Публічної, 2014 – С. 101-106.
3. Асоціація органів місцевого самоврядування «Євросоюз Карпати – Україна»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.euroregionkarpaty.com.ua>
4. Wspólna Polsko-Ukraińska Strategia Współpracy Transgranicznej 2005-2015, Europejskie Centrum Integracji i Współpracy Samorządowej «Dom Europy», Lublin 2005, s. 16

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ РЕГІОНУ ЯК ОБ'ЄКТА НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Економічні перетворення в Україні, які супроводжуються постійною соціально-економічною та політично-законодавчою нестабільністю, нарощуванням кризових явищ, дисбалансом і диспропорціями в регіональному розвитку, вимагають розробки конкретних заходів у рамках реалізації соціально-економічних реформ розвитку регіонів. Це дасть змогу створити базис для регіонального розвитку, реалізувати його стратегічні цілі. На сучасному етапі в Україні формування ефективних й унікальних моделей розвитку регіонів стає стратегічним завданням всіх інститутів влади.

Управління ним у контексті економічних реформ для підвищення конкурентоспроможності національної економіки має відповідати основним базисам і принципам. Реалізація соціально-економічних перетворень за допомогою інституційно-економічного інструментарію економічних державних реформ на регіональному й місцевому рівнях залежить від розробки і використання моделей розвитку регіонів, які формуються на основі взаємозв'язків між територіальною, економічною, соціальною, інфраструктурною, екологічною складовими, на основі концепції регіонального розвитку [3, с. 87].

Основоположною категорією регіональної політики є «регіон». Це слово походить від латинського кореня «regio», що у перекладі означає країна, край, область. Даний термін з'явився ще у другій половині ХІХ століття як визначення країни, області. У сучасних західних теоріях регіон досліджується як багатофункціональна і багатоаспектна система. На сьогодні і у вітчизняній, і у зарубіжній науковій літературі немає єдиного підходу щодо визначення терміну «регіон». В економічній літературі найчастіше зустрічаються два підходи до розуміння даного поняття. У першому випадку під регіоном розглядають визначену частину народногосподарського комплексу країни, що відрізняється природними умовами і господарською спеціалізацією. Другий підхід визначає регіон як одиницю адміністративно-територіального поділу країни. Відомий фахівець у сфері регіональної економіки М. Некрасов розглядає регіон із соціально-економічних позицій, не беручи до уваги його керованість, тобто адміністративно-територіальний поділ [1, с. 85]. Під регіоном вчений розуміє велику частину території країни з відносно однорідними природними умовами, характерною спрямованістю розвитку продуктивних сил на основі і поєднання комплексу природних ресурсів з наявною і перспективною соціальною інфраструктурою.

Регіони виділяються на території відповідно до визначення цілей і завдань. Очевидно, що в різних науках і сферах практичної діяльності використовуються свої принципи виділення регіонів. Зокрема для економіки найбільше значення мають виділення регіонів з позицій адміністративного й економічного управління, місця в територіальному поділі праці, функціонування ринків праці, товарів і послуг, типовість соціально-економічних проблем. Регіон становить цілісність природного середовища, матеріального, створеного людиною, середовища, а також соціуму. Причому різні типи регіонів формуються й існують завдяки певним типам взаємозв'язків між цими трьома середовищами. У регіоні взаємодія існує не тільки всередині сукупності природних або соціальних чи економічних елементів. У будь-якому виробничому процесі прямо чи опосередковано бере участь людина. Від природних та економічних умов залежить життя людини, самопочуття суспільства. Водночас суспільство підкоряє своїм потребам економіку, управляє у цій сфері структурно-динамічними процесами. Нарешті не тільки природне середовище тією або іншою мірою зумовлює життя суспільства. Цілісність регіону включає раціональне використання його природно-ресурсного потенціалу, пропорційне поєднання різних галузей, формування стійких внутрішньорегіональних і міжрегіональних виробничих і технологічних зв'язків, наявність особливого співтовариства людей з певними традиціями та способом життя [2, с. 216].

Більш конкретно роль регіонів виявляється у виконанні ними наступних основних функцій:

- економічних (спрямовані на забезпечення економічної безпеки країни і створення умов і можливостей вільного здійснення економічної діяльності);
- соціальних (гарантують права і можливості соціального розвитку населення, забезпеченні економічним потенціалом регіону);
- екологічних (забезпечують повноцінне середовище життєдіяльності населення, здійснюють природоохоронні й інші заходи щодо оздоровлення навколишнього середовища) [4, с. 36].

Отже, вироблення стратегії і постановка задач розвитку регіону здійснюється на основі концепції регіонального розвитку як сукупності поглядів на шляхи вирішення соціально-економічних проблем, досягнення цілей і завдань розвитку регіону у перспективі. Моделювання процесів регіонального розвитку має включати розробку інституційно-економічного механізму, що передбачає впровадження державно-громадських і державно-підприємницьких ініціатив щодо ефективного використання фінансово-економічних важелів державної регіональної політики. Такі ініціативи мають реалізовуватися на принципах синхронізації дій, субсидіарності та партнерства.

Література

1. Некрасов Н.Н. Региональная экономика / Н.Н. Некрасов. – М. : Экономика, 1978. – 382 с.
2. Регионы Украины: проблемы та пріоритети соціально-економічного розвитку : монографія / за ред. З.С. Варналія. – К. : Знання України, 2005. – 498 с.
3. Токар В. Інституційні інструменти мобілізаційно-інноваційної національної моделі / В. Токар // Дослідження міжнародної економіки: Збірник наукових праць. – 2011. – Вип. 1 (66). – С. 86–93.
4. Трофимова В.В. Концепція сталого розвитку як основа постіндустріальних моделей розвитку / В.В. Трофимова // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. – № 8. – С. 33–37.

Хорошилова І.О.,
асистент кафедри обліку і аудиту,
Харківський національний автомобільно-дорожній університет,
Алексєєв А.С.,
аспірант,
Луганський філіал Інституту економіко-правових досліджень
НАН України, м. Севе́родонецьк

ПОБУДОВА ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ РЕГІОНУ НА ОСНОВІ САМООРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ РУЙНУВАННЯ МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ

Для побудови короткострокових і довгострокових планів і програм розвитку транспортної системи регіону, необхідний глибокий та якісний її аналіз, можливість якого з'являється тільки при використуванні комбінації різних аналітичних інструментів і підходів та за участю відповідних науково-дослідних установ. При цьому прогностичні оцінки повинні бути проведені на різних рівнях – починаючи з визначенням сукупного попиту на всі види транспортних послуг, і закінчуючи конкретними внутрішніми маршрутами, що іноді не можливо за відсутності відповідного фінансування або багатоаспектності та складності транспортної системи регіону.

В той же самий час саме розуміння категорії «транспортна система регіону» має на увазі наповнення її зв'язаною сукупною цілісністю, що складається з елементів транспортної інфраструктури і інфраструктурних суб'єктів перевезення, системи управління, штату працівників, а також транспортних засобів. Ефективність транспортної системи регіону повинна визначатися балансом між інтересами суспільства і вимогами економіки країни, які іноді суперечать один одному, як різними проявами одного і того ж процесу.

Розглядаючи транспортну систему Харківського регіону виникає необхідність зсуву акцентів на ті групи чинників, масштаби значення і впливи яких раніше не мали такого вирішального значення як в даний час, в час проведення антитерористичної операції, коли зруйновані усі міжрегіональні зв'язки і господарчі відношення як в нутрі країни так і за її межами.

Останнім часом у Харківському регіоні збільшується кількість підприємств – фізичних осіб, які отримали ліцензію на виконання вантажних і пасажирських перевезень. Порівняно з попереднім 2013 роком кількість підприємств, які отримали ліцензію на виконання внутрішніх вантажних перевезень, зросла на 6% і дорівнювала 3243 особам, міжнародних – скоротилася на 2,1% (648 осіб). Перевізники малого бізнесу виконують усі види пасажирських перевезень: внутрішньоміські, приміські, міжміські, міжнародні, їх частка в загальному обсязі сягає біля 40%. З метою поліпшення транспортної інфраструктури та надання послуг громадського транспорту в м. Харків продовжується оновлення трамвайного, тролейбусного та автобусного парків, здійснюється реконструкція трамвайних колій і тролейбусних ліній, будівництво автовокзалу для перевезення авіапасажирів, капітальне будівництво метрополітену. Проводиться реконструкція міжнародного аеропорту м. Харкова.

За 2014 рік в Харківській області всіма видами транспорту перевезено 41,9 млн. тонн вантажів та 629,8 млн. пасажирів. Порівняно з 2013 роком вантажообіг збільшився на 11,5%, а обсяги пасажирських перевезень зросли на 0,2% при зниженні на 5,3% в середньому по Україні. Зокрема, на Південній залізниці за 2014 рік загальне навантаження склало 29 млн. тонн вантажів, а вантажообіг збільшився на 16,8% [1]. Слід відзначити, що знизилася ефективність функціонування євро регіони з Росією, серед яких євро регіон «Слобожанщина», який включає Харківський регіон, рис.1.



Рис. 1. Єврорегіони України

По відношенню до формування транспортної системи Харківського регіону необхідні теоретичні і методологічні підстави осмислення реалій, пошук нового інструментарію для коригування її розвитку, цілісного погляду на неї як елемента транспортної системи України у всій її складності, масштабності, взаємозв'язаної і взаємозалежності.

Зіставлення економічних показників роботи окремих підприємств і загальногалузевих результатів господарювання всього транспортного комплексу України в цілому, забезпечуючи системний, комплексний підхід до складних багатоелементних об'єктів транспортної системи регіону, не виключав підхід - самоорганізацію, який прагне до порядку і стабільності через усунення хаосу, випадковості. Самоорганізація передбачає еволюцію будь якої системи регіону в більш організовану форму. При цьому не дивлячись на приставку «саме», така система все ж таки залежить від зовнішньої дії, оскільки, для того, щоб структура змінювалася і розвивалася, необхідна взаємодія із зовнішнім середовищем.

Отже, що в системах, що знаходяться під сильним впливом факторів зовнішнього середовища, відбуваються процеси самоорганізації, що приводять до зміни самої системи, які самі здобувають інформацію для саморегулювання і саморозвитку, тобто це і є самі організовані системи. Саме ж розуміння самоорганізації Г. Хакеном було визначено як процес впорядкування (просторового, тимчасового або просторово-часового) у відкритій системі, за рахунок злагодженої взаємодії безлічі елементів її складових [2, с.124].

Застосовуючи описаний вище підхід до побудови транспортної системи регіону, варто підкреслити, що рівень самоорганізації транспортної системи регіону залежить від ступеня її регулювання. З цієї точки зору регулювання транспортної системи регіону, що самоорганізовується, пов'язана з формуванням (або зміною) її інфраструктури, яка змінюється в залежності від напрямів, обсягів та характеру перевезення пасажирів і вантажів, видів транспорту, розкладу руху тощо.

Таким чином, побудова транспортної системи регіону в умовах руйнування міжрегіональних зв'язків може здійснюватися на основі самоорганізації, яка враховує суттєві зміни напрямів, обсягів та характеру перевезення пасажирів і вантажів, видів транспорту, розкладу руху та на основі чого формується відповідна інфраструктура, яка і є базою транспортної системи регіону.

Література

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr-stat.gov.ua>
2. Хакен Г. Информация и самоорганизация. Макроскопический подход к сложным явлениям / Г. Хакен; [пер. с англ. Ю. А. Данилова]. – М. : Мир, 1991. – 240 с.

Чайківський І.А.,

генеральний директор корпорації «Агропродсервіс»

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

Для ефективного формування і функціонування територіальних громад в Україні важливе значення має ознайомлення з їх ознаками глибокої давнини. З великою ймовірністю можна стверджувати, що сільські громади постали за тих часів, коли слов'янські племена, які заселяли теперішню південно-західну Русь, ще не були об'єднанні в державні спілки під зверхньою владою господарів" [1, с.45]

Дослідження еволюції територіальної громади в період Київської Русі показали що на певному етапі розвитку родинні зв'язки слабшали і зміцнювалися "мотиви територіальної близькості, сусідства, солідарності територіальної й економічної", як внаслідок поділу родин "рідні осідали побіч себе групами, і пізніше, як розросталися й ділилися ширші родини, на старих займанщинах повставали нові родини, зв'язані спорідненням і творили громаду" [2, с.352]

Аналізуючи значення громад у політичному житті держави зроблено висновок, що: "... кожна держава складається з громад – сільських чи міських, то все одно перша і найголовніша задача тих, що управляють державою, краями, повітами, повинна би бути така, щоб добре упорядкувати і мудрими правами якнайліпше забезпечити ту найменшу, але основну одиницю. Бо коли громада зле впорядкована, бідна, темна і сама в собі розлазиться, то очевидно, ще й увесь побудований на ній порядок повітовий, крайовий і державний не може бути тривалий" [3, с.175]

Встановлено, що протягом усього свого існування територіальна громада в Україні здійснювала низку важливих функцій, що забезпечували життєдіяльність села чи міста. Серед них найважливіші: забезпечення правопорядку на своїй території, безпека всіх членів громади та збереження рухомого і нерухомого майна, а також господарська, соціального захисту, культурно-просвітницька функції. Так для забезпечення правопорядку в громаді, безпеки її членів, збереження майна у селах та містах створювали спеціальну поліцейську службу. Традиційним гарантом правопорядку була також нічна варта, відома в Україні повсюдно ще з часів необхідної оборони громади від зовнішнього нападу.

Згідно з громадським статусом, "нічна варта повинна була сторожувати від весни до осені (від Великодня до Михайла) з 12 год. вечора до 5 год. ранку, а взимку і напровесні (від Михайла до Великодня) – з 11 год вечора до 6 год ранку" [4, с.98]. Виявляючи порушення громадського порядку, особливо злодіїв, чи коли траплялася пожежа, село сповіщали дзвоном, рідше ударом у залізну рейку або іншим відомим у селі сигналом.

Господарська функція територіальної громади диктувалася її відповідним способом виробництва та економічною базою. Територіальні громади володіли маєтками і майном. Громадським маєтком вважалися ті об'єкти, прибуток з яких йшов на потреби й видатки всіх односельців – членів громади, а громадським майном – речі, що служили кожному членові громади. Сюди входили "польова власність" (орні землі, сінокоси, полонини, толоки, сади, пасіки, стави) і будівлі (громадська хата, школа, церква, плебанія, корчма, тюрма, шпихлір, млин, сукновальня тощо). До особливо важливих будівель громад XVIII ст. належали громадські шпихліри – зернові сховища для матеріальної допомоги сільським і міським громадам, відомі по всій Україні, особливо в часи передновку або голоду.

У господарському житті українців побутовув давній, відомий усім слов'янським народам звичай взаємодопомоги. Учені-етнографи бачать його зародження ще в родовому суспільстві, коли діяв обов'язок допомоги членам свого роду. З часом цей обов'язок трансформувався у добровільну участь у спілках взаємодопомоги сусідніх сімей. Така добровільність освятилася звичаєм, а тому члени громади сприймали взаємодопомогу певною мірою як обов'язок [5, с.121].

Поширеною формою взаємодопомоги в господарській діяльності територіальної громади можна вважати супругу. Вона виражалась у тимчасовій спілці двох господарів (найчастіше сусідів), які не мали достатньої кількості робочої худоби, а тому були змушені її з'єднувати на час певних робіт. Крім супруги, стародавньою формою взаємодопомоги під час виконання термінових або трудомістких робіт була толока. Ця форма праці є поширена в багатьох народів і виникла вона, безперечно, з появою громади. Сходилися на толоку найчастіше після попереднього запрошення господарями. Не піти на толоку – означало образити господаря [6, с.87].

В Україні толокою переважно збирали хліб, сіно, будували хати, громадські будівлі (церкву, школу, "гміну" тощо). Значну роль у господарській діяльності відігравали громадські позичкові каси, що повсюдно почали організовуватися в Галичині у другій половині XIX ст. Фонди позичкових кас нагромаджувалися по-різному: у Карпатах за рахунок продажу громадського лісу чи облигацій, а частіше церковних грошей чи селянської складщини [5].

Виконуючи соціальну і культурно-просвітню функції, територіальні громади проводили значну виховну роботу. Великим соціальним злом на території українських земель було пияцтво, яке за часів австро-угорського панування набуло значних розмірів і виявилось навіть причиною руйнування дрібних селянських господарств. [6] У зв'язку з цим у західноукраїнських містах і селах розгорнулася гостра боротьба з пияцтвом. У кінці XIX ст. у всіх повітових містечках відкривалися товариства чи братства тверезості, до пропагандистської роботи приєдналися товариства та спілки "Просвіта", "Руська рада", "Відродження". Товариства тверезості у селах найчастіше організовували при церквах і подекуди були досить численними [6].

Роз'яснювальну роботу серед селян вели, насамперед, священики, а також учителі. Священики організовували для своїх парафій присягу "від горілки", "шлюби тверезості". У багатьох селах Галичини вимагали під час вінчання молодих присягати на Біблію про дотримання тверезості. Вживали найрізноманітніших заходів для того, щоб вирвати селян з тенет корчмарів, зацікавити чимось іншим, знайти улюблену справу, вибити під(рунтя пияцтва та інших негативних явищ. Зокрема, по селах священики й учителі організовували рілничі чи інші сільськогосподарські курси, в читальнях – проводили просвітницькі заходи. [6, с.70] Подібних прикладів у літературі і пресі дуже багато.

Правову основу місцевого самоврядування України складають конституційні положення, а також норми законодавства. Далеко не в усіх країнах статус місцевого самоврядування встановлюється в Основному законі.

Найважливішим джерелом муніципального права країн Європи, "квінтесенцією" загальноєвропейських принципів місцевого самоврядування є Європейська Хартія місцевого самоврядування, розроблена і прийнята Радою Європи з ініціативи Постійної конференції місцевих і регіональних органів влади в Європі 15 жовтня 1985 року. Україна ратифікувала Європейську Хартію місцевого самоврядування у 1997 році.

У преамбулі зазначеного документа відмічено що, держави - члени Ради Європи, які підписали цю Хартію, враховують, що органи місцевого самоврядування є однією з головних підвалин будь-якого демократичного режиму, а право громадян на участь в управлінні державними справами є одним з демократичних принципів, які поділяються всіма державами - членами Ради Європи; переконані в тому, що це право найбільш безпосередньо може здійснюватися саме на місцевому рівні, що існування органів місцевого самоврядування, наділених реальними функціями, може забезпечити ефективне і близьке до громадянина управління; усвідомлюють, що охорона і посилення місцевого самоврядування в різних країнах Європи є важливим внеском у розбудову Європи на принципах демократії і децентралізації влади та стверджують, що з цього випливає необхідність існування органів місцевого самоврядування, які мають створені на демократичній основі директивні органи і широку автономію щодо своїх функцій, шляхи і засоби здійснення цих функцій, а також ресурси, необхідні для їхнього виконання.

Місцеве самоврядування (ст. 3 Хартії) означає право і спроможність органів місцевого самоврядування в межах закону здійснювати регулювання і управління суттєвою часткою суспільних справ, які належать до їхньої компетенції, в інтересах місцевого населення. Це право здійснюється радами або зборами, члени яких вільно обираються таємним голосуванням на основі прямого, рівного, загального виборчого права, і які можуть мати підзвітні їм виконавчі органи. Це положення жодним чином не заважає використанню зборів громадян, референдумів або будь-якої іншої форми прямої участі громадян, якщо це дозволяється законом.

Література

1. Черкаський І. Громадський (копний) суд на Україні-Русі XVI – XVIII ст.: Праці комісії. – К.,1928.
2. Грушевський М. Історія України-Руси: В 11 т. / Грушевський М. – К. : Наук. думка, 1991
4. Франко І. Що таке громада і чим вона повинна бути? / Франко І. // Збір.творів: У 50 т. – К.,1985. – Т.44 кн.1.
5. Левицький К. Наш закон громадський, або які ми маємо права і повинності в громаді / К. Левицький. – Львів: "Просвіта", 1884.
6. Горинь Г. Громадський побут сільського населення Українських Карпат (XIX – 30-ті роки XX ст.) / Горинь Г. – К. : Наук. думка, 1993.
7. Шевченко Л. Звичаї, пов'язані з закладанням будівлі / Шевченко Л. // Первісне громадянство та його пережитки на Україні. – К.,1926.

Chaikina A.O.,

Postgraduate student

Department of Economic Theory and Regional Economics,
Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University

GLOBAL TRENDS IN FORMATION OF ENTREPRENEURIAL POTENTIAL OF THE REGION

Entrepreneurial potential of the region is a complex economic category that based on many scientific theoretical thought, which are leaning on the identification of this category as entrepreneurship or production potential. In our opinion, we need to expand and actualize its theoretical approaches and study this category of entrepreneurial potential at the regional level. Accordingly, we propose an expanded definition of the entrepreneurial potential of the region: the

entrepreneurial potential of the region – is a complex, dynamic, polistructure system; value of the indexation between localized in the economic environment social-economic resources and potentially capable business entities with their capital, knowledge and skills, which effects on the stable development and efficient reproduction in regional economic space. Such approach gives us the need to study global trends in formation of entrepreneurial potential of the region.

Entrepreneurial potential of the region in developed countries include small and medium enterprises – SME's. These types of businesses not only generate income for their owners, but also fills the countries budget, create new jobs and help reduce unemployment, social tensions. European Committee EU28 [1] reports each year about activity and number of small and medium enterprises (SME's), they explore the dynamics of development, positive and negative phenomena affecting on the business. Thus, in 2014 in European countries there was development of small and medium enterprises. According our research 21.6 million SME's in non-financial business sector employed 88.8 million people and generated 3.666 trillion euros in value added, equivalent to 30% of the GDP of the European Union. 99 out of every 100 businesses are SME's, as are 2 in every 3 employees and 58 cents in every euro of value added.

Empirical analysis shows us that in developed market systems the ratio between small, medium and large business is 70%, 20%, 3%, respectively (the number of companies). However, in some countries this ratio is different. For example, in South Korea medium-sized firms are 4-5%, instead significantly high proportion of large companies - 10-15%. This structure has negative consequences, because big business tends to converge with government agencies. Sometimes it even replaces them - instead ministries appear corporation. However, this is the base for growing corruption and abuse. In case when in the business structure of a country proportion of large firms is close to zero, the economy of this country should have a special industrial structure, possibly it has no industry, automotive, shipbuilding, aircraft construction, petrochemicals, etc. In such countries their priorities are tourism, agriculture, science, education, light industry, construction and more. For example, Sweden, Denmark, Austria, Luxembourg and other small European countries build their economies on the basis of existing potential, climatic, fuel and energy, industrial and more. In Germany, the proportion of large firms (> 500 people) is only 0.2%, but it decreased due to the rapid development of small businesses [2].

Investigating small and medium business in the US, we note that they include to the microenterprises - enterprises with 20 employees; to the small - from 20 to 100 employees; to the middle - between 100 and 499 employees. In addition, they separate another group of distinguished companies that do not need to attract employees. Today in the US there are about 8 million enterprises with the number of employees 500 people, including 6 million companies involved fewer than 20 employees. SME's in the US take place in various fields such as manufacturing, financial services, social services, innovation, 2/3 jobs created by companies that have the same affiliation to SME's. Quite a large contribution SME's make the development of science and technology, most of the discoveries, innovations and scientific inventions in this country were made by SME's. For example, the design of aircraft, air conditioners, computers and other products was created by SME's.

In the United States each year opens about 600 thousand small enterprises and closes 500 thousand. Such developments for the country regular as business owners mobile enough to respond quickly on the changes in supply and demand, fluctuations in the economic environment of the region, so if their business does not bring the expected income or they gain a creative idea, they close an existing business and open new enterprise in another field. American businessmen are very adaptive; easy go on the risk and quickly change scope of activities. Even if the business crashed, went bankrupt, the entrepreneurs do not lose their enthusiasm, but rather use this challenge to fate of their professional growth, new opportunities and horizons.

In Ukraine, the share of SM'Es (small and medium enterprises) is about 12%; in developed countries in 2013-2014 the share of small and medium enterprises is 75%. Mostly small and medium enterprises produce the largest share of value added and provide new workplaces. Comparing Ukraine with other countries such as the US, Japan, Brazil, India, Russia level of SME's development is quite low (Table 1).

Table 1

Analysis of the development of SME's in different countries in 2013/2014

Country / union	Number of SME's (millions)	Number of employees / workers (millions)	Value added (trillions euro)
EU28	21,6	88,8	3,7
USA	18,2	48,7	3,3
Japan	3,9	33,5	confidential
Brazil	4,2	23,3	0,6
India	24,5	73,0	confidential
Russia	1,7	11,4	0,7
Ukraine	0,7	0,006	0,001

So, we can conclude that Ukraine must use international experience of forming entrepreneurial potential of the region by developing regional economic programs, comprehensive government support of SME's through preferential loans, reducing the tax burden, simplifying complex procedures of registration, licensing and permitting. Also by provision of necessary support to people who want to realize their entrepreneurial skills through creating business centers at the universities for training and providing the necessary information about how to start a business; consultations, trainings, workshops to identify and overcome business challenges, which will improve the level of development of the business potential, create new jobs, reduce unemployment and help to reduce socio-economic tensions among the population.

References

1. Annual Report on European SMEs 2013/2014 – A Partial and Fragile Recovery Final Report. – 2014. – P. 124.
2. N. Goncharov. Government regulation of small business in Ukraine: trends, problems and prospects / N. Goncharov // Small and Medium Business. – 2002. – № 5-6. – P. 91-108.

ЗАКЛАДИ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ ЯК СКЛАДОВА ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах складної економічної ситуації в Україні актуальності набуває пошук шляхів ефективного розвитку всіх сфер господарювання, включаючи туризм. Івано-Франківська область вважається однією з адміністративних одиниць країни, які формують її туристичну карту, вирізняються природним ресурсним потенціалом і наявністю численних інфраструктурних складових сфери туризму. 362 заклади рекреації різних форм власності на 17,6 тис. місць надають лікувально-оздоровчі та туристичні послуги. В області відкрито 800 сільських садиб, створено мережу туристично-інформаційних центрів, більше сотні туроператорів і турагентів формують туристичні продукти та реалізують їх. Впродовж 2012-2013 років надходження від туристичного збору зросли в 1,4 рази, вони склали 956,3 тис. гривень у 2013 році [1].

Перспектива розвитку області окреслюється як формування туристичного, курортно-рекреаційного центру, регіону інноваційної економіки з комфортним та безпечним життєвим середовищем і високим рівнем соціально-духовного життя [1]. Досягнення вищезазначеного рівня розвитку можливо за умов реалізації стратегічних цілей, спрямованих на підвищення туристично-рекреаційного потенціалу області завдяки розробці нових і удосконаленню існуючих туристичних продуктів, розбудові спортивно-туристичної інфраструктури та курортно-рекреаційних зон, розвитку екологічного і сільського зеленого туризму. Вважаємо, що у межах інфраструктурної розбудови та серед інноваційних туристичних продуктів вагоме місце повинні посідати нововведення в сегменті дитячого туризму, оскільки для зростання обсягів у даному виді туризму наявні всі передумови, хоч у "Стратегії розвитку Івано-Франківської області на період до 2020 року" на дитячому туризмі, як окремому виді туризму, увага не акцентується.

Досвід розвитку дитячого туризму на теренах області в період радянських часів засвідчив зростання за всіма основними показниками: кількістю закладів оздоровлення та відпочиваючих у них, часткою дітей із зарубіжних країн у складі відпочиваючих та шляхами просування продукту на зовнішній і внутрішній ринок. Наприкінці 80-х років минулого століття на території області діяв 21 дитячий стаціонарний табір із загальною кількістю 4 тисячі місць [2, с. 10]. Майже кожне галузеве профоб'єднання мало такий заклад, а в системі агропрому їх було 8. У 1987 р. на Прикарпатті було оздоровлено понад 73 тисячі дітей. На додаток, кожного літа впродовж 60-х - 80-х років діти з Румунії, Польщі, Словаччини відпочивали у таборах області. Однак позитивна динаміка в цій царині була порушена у зв'язку зі змінами в політичній, економічній і соціальній сферах, які супроводжувалися поглибленням кризових явищ, погіршенням фінансового стану більшості підприємств, зниженням рівня життя та платоспроможності населення, що зумовило зменшення кількості оздоровчих закладів і зростання вартості путівок.

Аналіз статистичних даних щодо кількості закладів відпочинку та оздоровлення дітей показав, що в Івано-Франківській області у 2000 р. налічувалося 84 таких заклади, у них відпочивало 11 883 осіб, у 2007 р. – 915 закладів, які оздоровили 91 771 дітей, з подальшим зменшенням чисельності як дитячих установ, так і відпочиваючих. Повернення до вищезазначених обсягів минулих років у кількісному показнику числа оздоровлених спостерігалось в 2013 р.: 96 262 дітей перебували в 812 закладах. У літній період 2014 р. в області функціонувало 720 дитячих закладів оздоровлення і відпочинку, з яких 10 – позаміських, 5 – санаторного типу, 633 – з денним перебуванням, 61 – наметове містечко, 9 – праці та відпочинку, 2 – позаміські заклади відпочинку [3, с. 3]. Загальна кількість дітей, що відпочивали там, складала 76,1 тис. осіб, а це на 20,9% менше ніж у 2013 році. При цьому 15 позаміських закладів оздоровлення місткістю 3 356 місць прийняло 13 450 дітей.

Статистика засвідчує, що кількість дітей, які відпочивають у позаміських таборах, зростає повільно. Причинами цього є високі ціни та низький рівень послуг, які пропонуються споживачам. Зважаючи на матеріально-технічну базу дитячих закладів, іноземні громадяни не зацікавлені відправляти своїх дітей в українські оздоровниці.

Проведений SWOT-аналіз Івано-Франківської області забезпечив можливість виокремлення слабких сторін розвитку, що негативно впливатимуть на прогрес у майбутньому. З-поміж них відзначаємо технологічну відсталість промисловості, високий ступінь зносу об'єктів житлово-комунального господарства, недостатній рівень впровадження інновацій, низьку купівельну спроможність населення. Вищезазначені стримуючі фактори позначаються і на темпах розбудови інфраструктури закладів дитячого оздоровлення, які підпорядковані галузевим підприємствам, і на чисельності дітей, які відпочивають.

Література

1. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на період до 2020 року [Електронний ресурс] : Затверджено рішенням Івано-Франківської обласної ради від 17.10.2014 р. № 1401-32/2014. – Режим доступу: http://www.if.gov.ua/files/СТРАТЕГ_Я_затвердж_на_Сайт.doc.

2. Шеремет О. Права не дарують – їх виборують і захищають : Нариси історії профспілок Прикарпаття / О. Шеремет, А. Мухін ; [наук. ред. С. Д. Сворак] ; Рада профспілок Івано-Франківської області. – Вид. 2-ге, доповн. – Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2008. – 145 с.

3. Оздоровлення та відпочинок дітей в Івано-Франківській області влітку 2014 року : Економічна доповідь / За ред. О. В. Костюк ; Головне управління статистики в Івано-Франківській області. – Івано-Франківськ, 2014. – 18 с.

Шикеринець Василь,

*кандидат наук з державного управління, доцент кафедри туризму і рекреації,
ДНВЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
Івано-Франківськ,*

Мосціпан Мар'яна,

*студент спеціальності "Туризмознавство" ОКР "магістр",
ДНВЗ "Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника",
студент спеціальності "Менеджмент туризму" "магістр",
Державної Вищої Професійної Школи ім. Якуба з Парадижа в
Гожові Великопольському, Польща*

ЗАВДАННЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ І МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ТУРИЗМОМ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

На сьогоднішній день органи місцевого самоврядування стають перед необхідністю удосконалювати організації надавання туристичних послуг і інноваційних підходів щодо розв'язання місцевих проблем у Тернопільській області. Також вони повинні забезпечувати стабільність та стійкість розвитку системи управління туристичною сферою історичного міста в умовах нестабільності зовнішнього середовища. У ході дослідження щодо розвитку туризму було поставлено такі завдання:

- проаналізувати структуру державного регулювання сфери туристичних послуг;
- показати роль органів місцевого самоврядування в процесі здійснення туристичної діяльності;
- розробити рекомендації щодо формування регіональної туристичної політики;
- визначити механізми та інструменти державного і муніципального регулювання розвитку туризму;
- проаналізувати процес державного регулювання розвитку сфери туризму;
- охарактеризувати організаційну структуру державного регулювання сфери туристичних послуг;
- надати пропозиції щодо удосконалення організаційної структури державного регулювання сфери туристичних послуг;
- збільшити розвиток туристичної галузі;
- визначити основні напрями сучасної туристичної політики і місце органів державної влади та місцевого самоврядування;
- виділити соціально-економічні передумови залучення територіальних громад до розвитку туризму і роль держави в забезпеченні таких умов;
- підготувати стратегії розвитку туристичної сфери та розробити туристичний бренд;
- вирішувати проблеми державного регулювання туристичної галузі на прикладі Тернопільської області за досвідом Франції, Іспанії, Великобританії та Італії.
- розробити пропозиції щодо інфраструктурного розвитку туристичної галузі в області.

Органи державної влади і місцевого самоврядування в управлінні туризмом є реальним механізмом для розвитку туристичної інфраструктури, забезпечують і покращують якість життя населення, а також вони мають вплив на зміцнення місцевої економіки та громад; збереження природних цінностей та культурної спадщини. Для вирішення завдань щодо управління туризмом, піднесення іміджу міста та підвищення туризму в конкретній області, органам державної влади і місцевого самоврядування необхідно запровадити використання різних технологій і шукати нові пріоритети та інноваційні підходи, які б сприяли розв'язанню місцевих проблем і підвищували якість життя членів територіальних громад, а також здійснювати реконструкцію діючих підприємств готельного господарства, споруджувати нові об'єкти сервісного обслуговування туристів, зробити всі об'єкти культурної спадщини доступними для туристичного відвідування, розробити маркетингові стратегії, брати участь у спеціалізованих виставках для розвитку туризму на українському та міжнародних туристичних ринках, зокрема у даній області. Органи місцевого самоврядування надають сприяння потенційним інвесторам у розбудові об'єктів культурно-розважальної інфраструктури з врахуванням потреб туристів усіх вікових груп. Також вони повинні сприяти впровадженню нових технологій, підвищувати технічний рівень надання послуг і їх якості та конкурентоспроможності. Органи державної влади і місцевого самоврядування враховують важливість розвитку туристичної галузі для становлення економічного комплексу області. Безперечно влада має фінансовий вплив на розвиток туризму і при цьому на неї покладається відповідальність і великий обсяг робіт щодо управління туризму в даному регіоні. Щоб заінтригувати туристів відвідувати Тернопільщину органи державної влади і місцевого самоврядування повинні створювати сприятливі для цього умови, а це будівництво нових і утримання в належному стані існуючих доріг, будівництво готельно-ресторанних комплексів, паркінгів, мотелів, розвиток екскурсійних послуг і звичайно утримувати в відповідному стані всі культурні, історичні, архітектурні і природні пам'ятки. Органи місцевого самоврядування також сприяють через місцеві ЗМІ в реалізації програм природно-рекреаційного потенціалу області, збереженню порядку і безпеки на ринку екскурсійних послуг. Ще у їхнє завдання повинно входити – розвиток туристичного ринку на всій території, проводячи відповідні виставки, конференції, семінари, висвітлюючи туристичну галузь Тернопілля в усіх засобах масової інформації.

Отже, органи державної влади і місцевого самоврядування, як видно з вище сказаного відіграють ключову роль у розвитку і управлінні туристичної галузі Тернопілля.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АПК УКРАЇНИ

Структурні зміни в аграрній сфері України, їх орієнтація на економічну та соціальну ефективність відбуваються в складних і суперечливих умовах. Продовжується занепад сільського господарства, деградація сільських територій. Існуючий аграрний потенціал залишається нереалізованим і перебуває у далекій від потреб села формі. Складність нинішньої ситуації полягає в тому, що за роки реформ в Україні не вдалося суттєво підвищити ефективність сільськогосподарського виробництва, здійснити техніко-технологічне переоснащення та впровадити інноваційну модель розвитку галузі. В адміністративно-командній економіці інноваційний розвиток АПК мав декларативний характер. По-перше, інноваційні програми в АПК фінансувалися за залишковим принципом. По-друге, програми науково-технічного розвитку фінансувалися лише за рахунок державного бюджету в незначних обсягах. Перманентно збитковий аграрний сектор не в змозі акумулювати кошти не тільки на інноваційні розробки, але й на підготовку фахівців, котрі б могли забезпечити впровадження техніко-технологічних новинок у аграрне виробництво. Пріоритетом державної економічної політики в агропромисловому виробництві України повинна бути активізація інноваційної діяльності на основі "дифузії інновацій" як на макро-, так і на рівні регіональної економіки. Інноваційний бізнес у сфері агропромислового виробництва відноситься до венчурного (ризикованого) капіталу, тому його успішне функціонування потребує значних вітчизняних та іноземних інвестицій. Крім цього ризики повинні бути компенсовані не тільки доходами підприємств-новаторів, але й гарантіями, пільговим оподаткуванням, дешевим кредитуванням і страхуванням.

Саме інновації виступають основним інструментом, передумовою підвищення ефективності виробництва вітчизняних аграрних товаровиробників. Формування інноваційного середовища та практичне впровадження інновацій виступає невичерпним джерелом накопичення інноваційного потенціалу аграрних підприємств.

Аграрний сектор є однією із стратегічних складових економіки держави, стабілізація і розвиток якої є головним чинником розвитку вітчизняної економіки та водночас є галуззю, яка визначає майбутнє держави на тривалій перспективі. До теперішнього часу стабільного розвитку даної галузі в Україні не досягнуто, тож стратегічні питання щодо побудови економічної моделі забезпечення сталого розвитку АПК і надалі залишаються відкритими для дискусій [2;28].

Нині в умовах зростання глобального продовольчого попиту, коли підвищуються ціни на продукти харчування, відбуваються різкі кліматичні коливання, які провокують непередбачуваність обсягів урожаю на світовому аграрному ринку, дедалі більше уваги приділяється інноваційній складовій агропродовольчого розвитку, як ключового фактору стабілізації сільськогосподарського виробництва. З огляду на відмічене, необхідним є актуалізація пошуку нових технологій, здатних забезпечити підвищення ефективності АПК в умовах виснаження природних ресурсів, деградації орних земель, вичерпання джерел прісної води та адаптації аграрного виробництва до непередбачуваності кліматичних змін [5;30].

Сільське господарство значно залежить від природно-біологічних та екологічних факторів. Інноваційний розвиток у цій сфері діяльності, крім традиційних виробничо-технологічного та організаційно-управлінського напрямів, повинен охоплювати також такі види інновацій, як селекційно-генетичні та економіко-соціо-екологічні. У такому контексті основними завданнями інноваційного розвитку українського агропромислового комплексу є технологічна модернізація, забезпечення ресурсозбереження в галузі, підвищення якісних характеристик виробленої продукції, поліпшення екологічної складової сільськогосподарського розвитку [4; 8]. З метою зниження ризику і підвищення ефективності інновацій, необхідним є формування економічного механізму вбудовування науки у структуру агровиробництва. Для вибору найбільш ефективних форм і методів інноваційної активності в агропромисловому виробництві потрібен передусім науково-обґрунтований менеджмент, що передбачає окреслення мети і вибір стратегії, підготовку інноваційних проектів, управління проектами та ризиками, персоналом, створення, освоєння і застосування якісно нової техніки і технології, потребує оцінки ефективності інновацій. Центральне місце при цьому належить вибору мети та інноваційної стратегії, від чого залежить визначення найбільш доцільних напрямів економічної і науково-технічної політики, заснованої на довгостроковому прогнозуванні розвитку агропромислового виробництва при переході до ринку, врахуванні сукупності зовнішніх і внутрішніх факторів, ресурсних обмежень на макро-, мезо- і макрорівнях [3;7].

Аналіз інноваційного розвитку агропромислового виробництва України дозволяє виділити низку проблем які гальмують підвищення конкурентоспроможності галузі [1;52]. По-перше, відсутня обґрунтована і дієва інноваційна політика держави. По-друге, відсутня дієва система управління інноваційним процесом з боку держави. По-третє, нормативно-правова база регулювання інноваційної діяльності є фрагментарною, не цілісною, суперечливою і тому недосконалою. Четвертою проблемою є відсутність фінансового механізму інноваційної діяльності. Основним джерелом фінансування витрат на інновації є власні кошти підприємств. Водночас, в розвинутих країнах світу в «підживленні» інноваційної діяльності визначальну роль відіграє розгалужена і досить динамічна мережа приватних інвестиційних і венчурних фондів. У зв'язку з відсутністю чіткої системи правил і гарантій приватний капітал ще не рухається в бік інноваційної сфери.

В Україні необхідним є розроблення дієвої програми розвитку інноваційної діяльності на довгострокову перспективу із деталізацією урядових заходів (табл. 1).

Система інноваційних заходів перспективного розвитку АПК

	Заходи	Механізми реалізації
1.	Законодавче забезпечення розвитку АПК	Формування правової бази; прийняття законодавчих та нормативних актів; розроблення державних цільових програм, формування Концепції аграрної інноваційної політики.
2.	Проведення аграрної реформи	Визначення пріоритетів розвитку АПК, структурних трансформацій, видів діяльності, моделей розвитку АПК, реформування земельних відносин.
3.	Індикативне планування	Розроблення системи розрахункових і директивних показників та індикаторів, визначення обсягів державних закупівель.
4.	Податкове регулювання АПК	Встановлення єдиного фіксованого податку, податкових пільг, стимулів, звільнення від сплати податку частини доходу за окремими видами діяльності; використання нарахованого ПДВ; застосування податкових преференцій.
5.	Кредитна та фінансова політика	Надання державних кредитів, інвестицій; відкриття додаткових кредитних ліній; застосування авансових проплат; надання товарних кредитів (лізинг паливно-мастильних матеріалів, сільськогосподарської техніки); використання цільового субсидування; залучення іноземних кредитів та інвестицій.
6.	Цінове регулювання	Визначення рівня орієнтованих закупівельних цін; забезпечення паритетності цін; дотування виробництва продовольчих товарів (резервні та заставні закупівлі з метою вирівнювання сезонних коливань).
7.	Інфраструк-турне забезпечення	Формування мережі інфраструктури аграрного ринку: аграрних бірж, лізингових компаній, земельного банку; розвиток транспортної та сервісної інфраструктури: торгових домів, заготівельно-збутових, обслуговуючих кооперативів, кредитних спілок тощо.
8.	Реформування земельних відносин	Встановлення форм власності на землю; правил користування та використання землі; запровадження плати за землю; проведення моніторингу землі, землеустрою, паювання землі.
9.	Регулювання імпорту сільсько-господарської продукції	Встановлення ввізного мита на сільськогосподарські товари, терміну їх дії; встановлення квот на ввезення сільськогосподарської продукції; запровадження системи сертифікації та контролю ввезення імпортової сільськогосподарської продукції.
10.	Забезпечення державних пот-реб	Визначення обсягів і структури держзамовлень; укладення державних та регіональних контрактів; розміщення державних замовлень серед виконавців
11.	Технічне переоснащення та підвищення рівня виробництва	Розвиток вітчизняного сільськогосподарського машинобудування; сприяння у впровадженні нових технологій виробництва, вирощування та зберігання; часткова компенсація вартості сільськогосподарської техніки; надання кредитів для закупівлі складної сільськогосподарської техніки; фінансування з державного бюджету (фінансовий лізинг).
12.	Забезпечення якості продукції	Запровадження державної санітарно-гігієнічної експертизи; державного реєстру; ідентифікації; сертифікації.

Нині майбутній шлях розвитку агропромислового виробництва України виглядає як дилема: або вдасться створити конкурентоспроможну галузь, яка за рядом пріоритетних напрямів знайде достойне місце на світових ринках, або втрата цієї перспективи буде неминучою і вихід України на аграрні ринки розвинених країн світу стане неможливим. А тому стратегія втілення відміченої програми повинна здійснюватися на системній і послідовній основі. Всі учасники інноваційного процесу повинні бути зацікавлені у поєднанні їх інтересів і зусиль у створенні і застосуванні нових знань та технологій з метою виходу на внутрішній і зовнішні ринки з конкурентоспроможною продукцією.

До пріоритетних напрямів інвестування в сільське господарство насамперед слід віднести: технічне переозброєння та реконструкцію діючих підприємств; вкладення в охорону навколишнього природного середовища; активізацію науково-технічних розробок та їхнє впровадження у практичну діяльність підприємств. Необхідним є належне використання власного ресурсного потенціалу, що сприятиме прискоренню процесу розвитку економіки України.

Література

1. Аналіз законодавства України у сфері досліджень, розробок та інноваційної діяльності та пропозиції щодо доповнень до законодавства. Проект ЄС "Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні". – К.: Фенікс, 2011. – С. 73.
2. Інноваційні процеси в аграрному секторі економіки / П. А. Лайко, М. М. Кулаєць [и др.] // Економіка АПК. – 2009. – № 9. – С. 26-30.
3. Саблук П.Т. Стратегічні напрями розвитку агропромислового комплексу України / П.Т. Саблук, В.Я. Месель-Веселяк; Інститут аграрної економіки УААН. – К., 2002. – С. 7.
4. Трегобчук В. Інноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК: проблеми, напрями і механізми / В. Трегобчук // Економіка України, 2006. – № 2. – С. 4-12.
5. Шубравська О. Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки: теоретико-методологічний аспект / О. Шубравська // Економіка України. – 2012. – № 1. – С. 27-35.

Андрушенко В.Ю.,
здобувач кафедри геодезії і геоінформатики,
Львівський національний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ ДЛЯ УКРАЇНИ

Україна має всі необхідні умови для розвитку рекреаційної галузі господарства країни, що робить цю галузь провідною для економіки нашої країни. Ефективне та раціональне використання рекреаційних ресурсів та застосування їх для конкретних цілей в рекреаційній галузі господарства, дасть поштовх розвитку економіки, а також підвищить духовний та фізичний стан населення.

Рекреація – вид діяльності, що здійснюється у вільний від роботи час, пов'язаний із виконанням важливих соціально-економічних функцій, які забезпечують відтворення фізичних і розумових сил і сприяють розширенню духовного багатства людини.

Основні форми рекреаційної діяльності – курортне лікування, оздоровчий відпочинок і туризм. У територіальному плані рекреаційна діяльність – важливий чинник комплексної організації матеріально-просторового середовища проживання людини, що охоплює спеціалізовані території землі з елементами природного й урбанізованого середовища, які в сукупності утворюють територіальні рекреаційні системи різного типу [2, с. 327].

Розвиток рекреаційної галузі України, породжує створення нових санаторіїв і курортів, а також відновлення та реставрацію старих, які при своєму функціонуванні мають позитивний економічний ефект. Завдяки розвитку галузі збільшиться частка внутрішніх та зовнішніх туристів, а надання їм туристичних послуг збільшить доходи держави. В таблиці 1 показано статистичну інформацію «Туристичні потоки України з 2000 по 2013 роки»[3], та таблиця 2 «В'їзд іноземних громадян в Україну за 2014 рік» [4], з яких можна побачити кількість екскурсантів, які відвідували Україну і зробити певні висновки, щодо можливої оцінки обслуговування туристів та доходу в країну.

Таблиця 1

Туристичні потоки України з 2000 по 2013 роки

Роки	Громадяни України, які виїжджали за кордон - усього	Іноземці, які відвідали Україну - усього	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України	Із загальної кількості туристів		Кількість екскурсантів
				іноземні туристи	внутрішні туристи	
2000	13422320	6430940	2013998	377871	1350774	1643955
2001	14849033	9174166	2175090	416186	1487623	1874233
2002	14729444	10516665	2265317	417729	1544956	1991688
2003	14794932	12513883	2856983	590641	1922010	2690810
2004	15487571	15629213	1890370	436311	1012261	1502031
2005	16453704	17630760	1825649	326389	932318	1704562
2006	16875256	18935775	2206498	299125	1039145	1768790
2007	17334653	23122157	2863820	372455	2155316	2393064
2008	15498567	25449078	3041655	372752	1386880	2405809
2009	15333949	20798342	2290097	282287	1094170	1909360
2010	17180034	21203327	2280757	335835	649299	1953497
2011	19773143	21415296	2199977	234271	715638	823000
2012	21432836	23012823	3000696	270064	773970	865028
2013	23761287	24671227	3454316	232311	702615	657924

Таблиця 2

В'їзд іноземних громадян в Україну за 2014 рік

Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього	Із них – за метою поїздки						
	служба, ділова, дипломатична	туризм	приватна	навчання	працевлаштування	імміграція (постійне місце проживання)	культурний та спортивний обмін, релігійна, інша
12711507	49437	146804	9696854	1109	786	2496	2814021

Якщо порівняти Україну з іншими державами на міжнародному ринку рекреаційних послуг, то вона багато в чому поступається і займає далеко не перше місце. Дивлячись на вищенаведені табличні дані, то ситуація з відвідуваністю туристів у країні є з кожним роком інакша, що пояснюється різними соціально-економічними факторами та проблемами, до яких досить тривалий час не приділяли уваги.

У нинішній час рекреаційний комплекс України може забезпечити надходження до бюджету близько 50-60 млрд. грн., а досягнувши середньоєвропейських показників – понад 120 млрд. грн. щорічно. У цій сфері потрібно дуже багато зробити, щоб досягти світових стандартів у забезпеченні рекреантів комфортним житлом, якісним сполученням (дороги, транспорт), високим сервісом з різних послуг.

Рекреаційна діяльність є ефективною і прибутковою тоді, коли в регіоні підтримується висока якість природного та культурного середовища, тобто підтримуються стабільними чинники привабливості відвідувачів. Це аксіома, яка вимагає дуже ретельного планування рекреаційно-туристичної галузі, щоб не виникло «конфлікту» між можливостями природного середовища і навантаженням на нього [1].

Україна має могутній рекреаційний потенціал, який, на жаль, використовується не дуже ефективно. Рекреаційна галузь України потребує інтенсивного розвитку та залучення додаткових інвестицій в оновлення інфраструктури, що працює на потреби рекреації; інтенсивному розвитку туризму та індустрії відпочинку і оздоровлення в цілому; збільшенні питомої ваги рекреаційної сфери у зростанні національного доходу країни.

Література

1. Природні ресурси України : навчальний посібник / П.С. Гнатів, П.Р. Хірівський, О.Д. Зинюк, Ю.Я. Корінець, Н.Є. Панас. - Львів: Камула, 2012. – 216 с.
2. Третяк А.М. Землепорядне проектування: теоретичні основи і територіальний землеустрій : навч. посібник / Третяк А.М. – Київ: ТОВ «ЦЗРУ», 2008. – 576 с.
3. Державна служба статистики України - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
4. Державна служба статистики України - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/tyr/tyr_u/vig2014_u.htm

Аніщенко В.О.,

к.т.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту Чернігівської філії ПВНЗ «Європейський університет», м. Чернігів

ЕКОЛОГІЧНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЙОГО СИСТЕМИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Дослідження процесу формування та впровадження систем екологічного менеджменту (СЕМ) на підприємствах України є сучасним завданням екологізації економіки країни, переходу її на європейські та світові стандарти в галузі екології. На сьогоднішнє питання щодо впровадження в практичну діяльність підприємств СЕМ є досить актуальним, оскільки більшість підприємств мають зношені основні фонди, не мають власних фінансових ресурсів, а тому не можуть інвестувати в матеріально-технічне оновлення виробництва та інноваційну екологічну діяльність. Ще однією проблемою для підприємства є відсутність кваліфікованого персоналу, здатного грамотно сформулювати екологічну політику, екологічні програми розвитку і забезпечити впровадження у загальну систему менеджменту підприємства, підсистему – СЕМ, визначити певні переваги й недоліки переходу підприємства на екологізований шлях сталого розвитку [1].

У відповідності з прийнятими Україною міжнародними стандартами серії ISO 14000 СЕМ є частиною загальної системи менеджменту (організаційна структура, планування діяльності, розподіл відповідальності, практична робота, процедури, процеси і ресурси для розробки, впровадження, оцінки досягнутих результатів і вдосконалення екополітики). За характером взаємозв'язків із зовнішнім оточенням (зі всіма, хто є заінтересованими у екологічних аспектах діяльності підприємства особами і сторонами) СЕМ має найбільший ступінь відкритості систем, у порівнянні з традиційною системою екологічного управління, що має певний ступінь закритості. Для СЕМ характерним є зворотній зв'язок, що практично відсутній у формальному екоуправлінні [2].

Всі види екодіяльності підприємства можна умовно поділити на: внутрішню екодіяльність (діяльність керівництва підприємства і персоналу в цілому, яка спрямована на досягнення внутрішніх екоцілей і завдань); зовнішню екодіяльність (активна взаємодія за всіма зацікавленими в екодіяльності підприємства особами й сторонами) [1, 2].

З позицій системного аналізу СЕМ, до складу якого входять, на наш погляд, структурний, функціональний, інформаційний аналіз, його реалізація на практиці повинна відбуватися з врахуванням наступних принципів:

- визначення чіткої й обґрунтованої екополітики й сучасних вимог до системи екоуправління;
- формування дієвої програми реалізації екополітики;
- розробка необхідного алгоритму й можливого механізму забезпечення досягнення цілей і задач екополітики;
- забезпечення ефективного моніторингу, контролю за якістю навколишнього середовища;
- здійснення аналізу природоохоронної діяльності та покращення екологічних характеристик підприємства, з метою забезпечення відповідності системи управління зовнішнім і внутрішнім факторам, які постійно змінюються;
- виконання вимог в галузі екологічного законодавства;

- розробка СЕМ повинна базуватись на результатах попереднього аналізу природоохоронної діяльності підприємства;
- формування екокультури та екоіміджу підприємства.

Більшість міжнародних, національних урядових і неурядових організацій, промислових та інших асоціацій розробляють загальні керівні принципи діяльності, що враховують вимоги стійкого розвитку. На нашу думку, екополітика повинна бути чітко індивідуалізованою, вона має враховувати специфіку підприємства і людський фактор. Політика охорони довкілля формується відповідно до загального напрямку господарської діяльності підприємства, стану довкілля, вимог законодавства в галузі екології щодо суб'єктів господарювання. Рівень відповідальності підприємства за стан довкілля, природоохоронної діяльності, якість її екобезпеки та інші дії підприємства по охороні довкілля повинні оцінюватися [3].

Відповідальність за формування, впровадження, своєчасну модифікацію екополітики лежить на вищому керівництві підприємства. Екополітика підприємства стосується наступних аспектів: цілі та напрямки екологізації діяльності підприємства, відповідність нормативним документам в галузі охорони довкілля, раціонального природокористування й забезпечення екобезпеки; здійснення превентивних природозахисних, ресурсозберігаючих заходів; узгодження з іншими аспектами адміністративної політики (наприклад, в галузі забезпечення безпечного життя й здоров'я персоналу, якості продукції тощо).

Екополітика підприємства, цілі й задачі повинні бути базуватись на знаннях про природоохоронну систему та рівнях впливу господарської діяльності на природне середовище. Необхідно чітко розуміти, що негативний вплив на довкілля і його наслідки, які завдають суб'єкти господарювання, повинні бути визначені перш, ніж формувати цілі екополітики. З цією метою на підприємстві повинна здійснюватися ідентифікація екологічних заходів, що дасть можливість своєчасно оцінити певні екологічні ризики.

Цілі екополітики підприємства повинні відповідати його стратегії в галузі охорони природного середовища. Завдання в галузі охорони НПС формуються на підставі визначених цілей в межах певного періоду часу. Коли цілі й завдання сформувані, підприємство зобов'язано визначити показник екологічності, який показує рівень екологічної небезпеки підприємства, надає інформацію необхідну як для екоуправління, так і для виробничих підсистем, що функціонують на підприємстві. Процес визначення цілей і задач повинен бути періодичним, доцільним, обґрунтованим і своєчасним. Досягнення цілей може оцінюватися за показниками екологічності, таких як: кількість сировинних матеріалів і енергії, що використовується; кількість газів, що викидається (наприклад, CO₂ та інші); кількість твердих відходів, що виробляються у розрахунку на одиницю продукції; ефективність використання сировини та енергії; число аварій, що пов'язані з впливом на довкілля; рівень утилізації відходів; рівень залучення відходів до вторинного використання; рівень інвестицій в охорону довкілля та інші. Отже, підприємство повинно постійно реагувати на зміни вимог щодо охорони довкілля та забезпечувати безперервне вдосконалення системи екоменеджменту. Для забезпечення впровадження екополітики, досягнення поставлених цілей підприємство повинно визначити і забезпечити доступність відповідних ресурсів: як матеріальних, так і фінансових, а також персонал готовий до організаційних змін. Наявність ресурсів дозволить підприємству розробити процедуру оцінки і відстеження результатів від запровадження СЕМ, необхідних витрат на забезпечення екобезпеки відповідної продукції та послуг, а також оцінити вартість засобів контролю забруднення довкілля, вартість утилізації відходів.

Структура системи управління підприємством і наявні ресурси можуть утворити певні обмеження на впровадження СЕМ. Для пом'якшення таких обмежень необхідно використовувати можливості кооперації з великими підприємствами, організаціями, які мають досвід впровадження СЕМ, певні ноу-хау в екоорієнтованих технологіях, використовувати послуги консультантів для розробки партнерських програм в галузі інноваційно-інвестиційних екологічних програм оновлення та розвитку підприємств. Для впровадження СЕМ на підприємстві необхідно, перш за все, вищому керівництву зрозуміти всю необхідність вирішення цілей і задач екополітики, за виконання яких воно несе відповідальність. Мотивація персоналу може підвищитись, якщо працівники будуть розуміти цілі й задачі в галузі охорони НПС і можуть оцінити свій вклад у охорону природного середовища. Знання й вміння, що необхідні персоналу для досягнення поставлених цілей екополітики, повинні бути зафіксовані в нормативній документації підприємства, а керівництво повинно своєчасно забезпечувати підвищення кваліфікації персоналу в галузі екологічного управління.

Необхідною складовою частиною СЕМ є комунікації, які забезпечують узгодження дій керівництва та підпорядкованого персоналу по виконанню завдань екополітики підприємства.

Впровадження СЕМ повинно завершитися функціональним контролем, який підтверджує відповідність (невідповідність) системи екоуправління поставленим завданням екополітики підприємства. Реалізуючі функцію контролю слід забезпечити проведення моніторингу та екологічного аудиту, який регламентований серією міжнародних стандартів ISO14000. Це дозволить підприємству розробити програми корегування щодо впровадження або вдосконалення СЕМ.

Отже, можна зазначити, що формування екологічної політики підприємства, як невід'ємної складовою екоменеджменту, є визначальною для екологізації його господарської діяльності, а її виконання стає запорукою виходу підприємства на новий екологоорієнтований розвиток і виробництва екологічно чистої продукції, яка буде конкурентоспроможною на світовому ринку.

Література

1. Аніщенко В.О. Вдосконалення методології концептуальних засад формування системи екологічного менеджменту підприємства за допомогою еколого-економічного аналізу / В.О. Аніщенко // Економіка і управління. – 2012. – № 3. – С. 85-90.
2. Аніщенко В.О. Основи екології : навчальний посібник / В.О. Аніщенко. – К. : Кондор, 2009. – 148 с.
3. Аніщенко В.О. Організація управління екологічною безпекою промислової соціо-еколого-економічної системи локального рівня / В.О. Аніщенко // Економіка і управління. – 2014. – № 1. – С. 25-35.

УДК 379.85; 338.48

Борейко В.І.,
д.е.н, проректор з наукової роботи,
Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'ячука, м. Рівне

АЛЬТЕРНАТИВНА ЕНЕРГЕТИКА ЯК ОСНОВА ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Висока енергоємність вітчизняної продукції та зумовлена цим залежність України від імпортованих енергоносіїв завжди справляли негативний вплив на енергетичну безпеку нашої країни. Проте, в 2014 році, через анексію Росією території Автономної Республіки Крим, військову агресію в Донецькій та Луганській областях і використання газу в політичних цілях, ситуація значно загострилася. Тому знову актуалізувалося питання зниження енергоємності вітчизняної продукції та забезпечення країни власними енергоносіями.

Ще у 2010 році Б. М. Данилишин, М. А. Хвесик та В. А. Голян зазначали: «Найважливішим пріоритетом сучасної економічної політики України є створення необхідних умов для переходу економіки на енерго- та ресурсозберігаючий шлях розвитку, виробництва і реалізації продукції екологічного призначення (ПЕП). Дотримання такого пріоритету сприятиме забезпеченню країни енергоносіями та іншими необхідними ресурсами, зменшенню негативного впливу об'єктів виробництва на навколишнє природне середовище, підтриманню потенціалу промислового та паливно-енергетичних комплексів, розширенню експорту продукції» [1, с. 348–349]. Ця думка залишається актуальною і сьогодні.

Наша країна не має достатньої кількості покладів нафти і газу, проте, наявність значних запасів кам'яного вугілля, уранових руд, деревини, торфу, розвинута мережа річок, можливості для використання сонячної та вітрової енергії, а також вирощування рослин для виробництва альтернативної енергії, дозволяє Україні повністю забезпечити себе власними енергоносіями.

Однак, Україною не вживаються достатньо ефективні заходи для економії енергоносіїв промисловими, сільськогосподарськими, будівельними та іншими підприємствами, а також господарствами населення. Обґрунтовуючи необхідністю соціального захисту найбільш вразливих верств населення, держава протягом багатьох років витрачає значні суми коштів для здешевлення енергоносіїв. Проте такі дії формують у керівників підприємств та громадян пасивне відношення до їх економії та завдають значних збитків національній економіці.

Відповідно до інформації, яку наводять Д. М. Майер, Д. Д. Е. Раух та А. Філіпенко: «Субсидії на енергію, для прикладу, коштують урядам країн, що розвиваються, більше 230 млрд. доларів на рік, що становить суму, яка вчетверо перевищує загальні світові обсяги офіційної допомоги з розвитку. На країни колишнього Радянського Союзу та Східної Європи припадає основна маса цієї суми (180 млрд.) [2, с. 616].

Отже, висока енергоємність продукції та неефективне використання енергоносіїв підприємствами та населенням завдають збитків національній економіці та створюють загрозу для енергетичної безпеки України.

З метою зменшення енергетичної залежності від Росії, в 2014 році Україна зменшила споживання газу та його імпорт із цієї країни. Однак, водночас вона розпочала отримувати газ із Словаччини, Угорщини та Польщі. Цей захід дозволив Україні диверсифікувати поставки газу, проте, вимагає від неї значних фінансових ресурсів на оплату його імпорту.

Тому, для усунення енергетичної залежності та загрози для функціонування національної економіки з боку Російської Федерації, а також підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на міжнародних ринках, нашій країні необхідно забезпечити економію енергоносіїв та збільшити виробництво відтвореної та альтернативної електроенергії.

До альтернативних джерел дешевої та доступної енергії відносять енергію сонячного випромінювання, вітру, морів, річок, біомаси, теплоти Землі та вторинні енергетичні ресурси, які існують постійно у довкіллі. В основному, в Україні в якості альтернативних джерел енергії використовується вітрова енергія, енергія сонця та енергія води (гідроенергетика). Частка цих трьох джерел становить трохи більше 99 % всієї енергії, виробленої в нашій країні з відновлювальних джерел [3].

Однак, цього явно недостатньо для забезпечення енергетичної безпеки країни. Водночас, тільки альтернативна вітроенергетика, яка дозволяє подолати існуючі труднощі, має значні перспективи розвитку. Загальний обсяг вітрової енергії, яку реально можна використовувати в Україні, може дати за рік, за різними оцінками 300-600 млрд. кВт.-год. [4].

До нетрадиційних джерел електроенергії, які може використати Україна, відносять сонячну енергію. Будівництво сонячних електростанцій можливе на Степовій території України, де достатня кількість сонячного випромінювання.

Біопаливо також відносять до важливого резерву поповнення енергоресурсів. До використання біопалива звернулись такі європейські країни, як Австрія, Німеччина, Франція. Для його виробництва необхідно забезпечити високі врожаї олійних культур за рахунок раціонального використання природно-кліматичних умов окремих територій, якісний посівний матеріал, що має високу олійність, впровадження прогресивних агротехнічних заходів.

Біомаса відіграє істотну роль в енергозабезпеченні промислово-розвинутих країн: у США її частка становить близько 4 %, у Данії – 6 %, у Канаді – 7 %, в Австрії – 14 %, у Швеції – 16 % загального споживання первинних ресурсів.

Україна має великий потенціал біомаси, доступної для енергетичного використання. Значними можливостями для отримання високих врожаїв та значного валового збору соняшника і кукурудзи, які можна використати для виробництва біопалива, володіють південні області України. Економічно доцільний потенціал біомаси в нашій країні оцінюється у 27 млн. т умовного палива на рік. Шляхом залучення цього потенціалу до виробництва енергії може задовольнити майже 13 % потреби України в первинній енергії [3].

У більшості розвинутих країн, зокрема, у США, Німеччині, Іспанії, Швеції, Данії, Японії, планують довести частку відновлюваних джерел енергії в загальному енергобалансі до 20–50 %. Європейська комісія вважає, що у 2020 р. в Європі п'ята частина енергії вироблятиметься з екологічно безпечних джерел.

В Україні загальний річний технічно досяжний енергетичний потенціал альтернативних джерел енергії в перерахунку на умовне паливо становить близько 63 млн. тонн. Частка енергії добутої за рахунок альтернативних джерел становить сьогодні близько 3 %. Однак, згідно з українською енергетичною стратегією до 2030 р. частку альтернативної енергетики на загальному енергобалансі країни планується довести до 20 % [5].

Отже, узагальнюючи результати проведеного дослідження можна зробити висновок, що залежність України від імпортованих енергоносіїв становить загрозу для її енергетичної безпеки. Подолати цю загрозу та забезпечити енергетичну незалежність наша країна може збільшивши виробництво енергії з альтернативних джерел. Природно-кліматичні умови дозволяють її значно збільшити виробництво вітрової, сонячної енергії та біопалива.

Література

1. Данилишин Б. М. Економіка природокористування : підручник / Б. М. Данилишин, М. А. Хвесик, В. А. Голян. – К. : Кондор, 2010. – 465 с.
2. Майєр Д. М. Основні проблеми економіки розвитку / Д. М. Майєр, Д. Е. Раух, А. Філіпенко. – К. : Либідь, 2003. – 688 с.
4. Поліщук О. В. Розвиток альтернативної енергетики в Україні: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.er.gov.ua/doc.php?f=2582>
3. Альтернативні види палива та електроенергії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/15060913/rps/alternativni_vidi_paliva_elektroenergiyi
5. Дудченко О. «Альтернативні джерела енергоресурсів в Українському Причорномор'ї». Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/232/%29>

УДК 502.4

Бренько І.М.,
аспірант кафедри земельного кадастру,
Ступень М.Г.,
д.е.н. професор, декан землевпорядного факультету,
Львівський національний аграрний університет,
м. Дубляни

ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНИЙ ФОНД УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

На сьогоднішній день дуже актуальним питанням є забруднення довкілля в результаті господарської діяльності людини.

Значною проблемою є неузгодженість і недосконалість законодавства – земельного, лісового, природоохоронного та законодавства про місцеве самоврядування – у частині заповідної справи, що потребує внесення відповідних змін до чинного законодавства та розробки нових законодавчих актів. Необхідно врегулювати суперечності між різними законодавчими актами, що стосуються ПЗФ (Лісовий та Земельний кодекси України, закони України "Про природно-заповідний фонд України", "Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності" тощо), законодавчо встановити пріоритетність заповідання природних територій над іншими видами цільового призначення земель, які надаються (передаються) у власність або у користування тощо[4].

Охорона біологічних ресурсів, зокрема, рослин і тварин, потребує встановлення особливого режиму охорони на окремих територіях. Ретельні еколого-економічні розрахунки свідчать, що нормальне функціонування та самовідновлення біосфери можливе лише за умов наявності в будь-якому регіоні не менше 10-15 % площі, зайнятої природно-заповідними територіями

Природно-заповідний фонд України (надалі – ПЗФ) станом на 01.01.2014 мав у своєму складі 8101 територію та об'єкт ПЗФ загальною (фактичною) площею 3,667 млн. га в межах суходупної території України і 402,5 тис. га в межах акваторії Чорного моря. Відношення площі ПЗФ до площі держави ("показник заповідності") становить 6,08%. В Україні діє 645 територій та об'єктів ПЗФ загальнодержавного значення: 19 природних і 4 біосферних заповідники, 48 національних природних парків, 309 заказників, 132 пам'ятки природи, 18 ботанічних садів, 7 зоологічних парків, 19 дендрологічних парків, 89 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва. Їх загальна площа становить 2144,49 тис.га (в межах території України), або 54,7% від усієї фактичної площі ПЗФ і 3,55% від площі України. Кількість територій і об'єктів ПЗФ місцевого значення становить 7456 одиниці площею 1,8 млн. гектарів. Структура ПЗФ України включає 11 категорій територій і об'єктів загальнодержавного та місцевого значення.

На цей час установи ПЗФ підпорядковані таким міністерствам і відомствам: Мінприроди – 45 одиниць, Держлісагентству – 11 одиниць, НАНУ – 5 одиниць, НААН – 2 одиниці, Державному управлінню справами – 5 одиниць, МОН – 2 одиниці. За останні 5 років Мінприроди утворило 21 адміністрацію для установ національних природних парків, природного заповідника та ботанічного саду, що збільшило кількість установ у підпорядкуванні Мінприроди вдвічі. Це забезпечило створення 1164 нових робочих місць у регіонах; передачу під охорону 304 тис. гектарів земель з особливо цінними природними комплексами та об'єктами. [1, с. 65].

Станом на 15.10.2014 в установах ПЗФ Мінприроди нараховується 1459 працівників, що входять до складу служби державної охорони ПЗФ України; в установах Держлісагентства – 382; в установах НАН України – 75; в установах НААН України – 22; в установі КНУ ім. Т.Шевченка – 14; в установі Міносвіти – 13; в установах місцевих органів влади – 147. Всього до складу служби державної охорони ПЗФ України входять 2112 працівників установ ПЗФ.



Рис. 1. Структура територій і об'єктів ПЗФ України.

Законом України "Про Державний бюджет України на 2014 рік" було встановлено, що до кінця 2014 року перевірки мають проводитися або з дозволу Кабінету Міністрів України, або за бажанням суб'єкта господарювання. Мінприроди не може виявити та припинити навіть ті правопорушення, які виявляє природоохоронна громадськість, оскільки функції контролю за дотриманням природоохоронного законодавства покладено на Державну екологічну інспекцію, яка на даний час фактично припинила свою діяльність. Відсутність контролю за дотриманням природоохоронного законодавства на територіях та об'єктах ПЗФ призводить до знищення цінних природних комплексів та створення негативного іміджу державного управління у цій галузі [2].

Законом України від 31.07.2014 № 1622-VII "Про внесення змін до Закону України "Про Державний бюджет України на 2014 рік" за бюджетною програмою КПКВК 2401270 "Здійснення природоохоронних заходів" було передбачено скорочення видатків загального фонду Державного бюджету України для забезпечення діяльності установ ПЗФ – на 16,6 млн. грн., що становило майже 13 % від обсягу кошторису видатків із загального фонду. Зокрема, було зменшено видатки у розмірі 10,4 млн. грн. на оплату праці та нарахування працівників, у розмірі 6,01 млн. грн. – на поточні видатки. Сума зменшення видатків на оплату праці у 2014 році становила місячний фонд заробітної плати 41 установи ПЗФ, в яких працює понад 3,0 тис. чоловік. Це призвело до вимушених простоїв та звільнення працівників.

Скорочення вище зазначених видатків унеможливило надалі виконувати на належному рівні основні завдання, покладені на установи ПЗФ Мінприроди, а також ставить під загрозу виконання оперативних заходів щодо збереження та охорони природних комплексів та об'єктів, отже, паралізує повністю роботу установ, що призводить до підвищення соціальної напруги не тільки колективів, а й громадськості.

Починаючи з 2012 року систематично зменшується оплата праці штатних працівників установ ПЗФ. Фонд оплати праці працівників існуючих установ природно-заповідного фонду в порівнянні з 2014 роком зменшено на 2015 рік на 9,1 %. При цьому загальна сума посадових окладів збільшується на 8,4 %.

Питання фінансування установ ПЗФ не вирішене і ситуація в регіонах розташування установ ПЗФ залишається напруженою [3, с.385].

Крім того, у 2015 році планується створити ще одну установу (Ківерцівський НПП "Цуманська пуца") та розширити існуючу установу (НПП "Голосіївський") з додатковою чисельністю 83 штатних одиниць, на оплату праці яких необхідно 2699,8 тис. грн, із них за КЕКВ 2110 - 1980,8 тис. грн, за КЕКВ 2120 - 719,0 тис. грн. Для того, щоб не відбулося скорочення штатних працівників установ ПЗФ Мінприроди необхідно збільшити видатки на оплату праці на суму 4440,9 тис. грн, із них за КЕКВ 2110 – 3038,1 тис. грн, за КЕКВ 2120 - 1402,8 тис. гривень.

На сьогодні, директори установ ПЗФ призначаються на посаду за наявності погодження місцевих органів влади строком на 1 рік. Ці об'єктивні та суб'єктивні чинники, призвели до звільнення професіоналів. Метою нових призначень у більшості випадків було створення корупційних систем по використанню бюджетних коштів та природних ресурсів. Це призвело до пониження рівня кваліфікації працівників установ ПЗФ, збільшення плинності кадрів, знищення природних комплексів та об'єктів, пониження рівня підтримки заповідної справи серед місцевих жителів та відвідувачів.

Протягом 2010 – 2013 років відбулося збільшення площі територій ПЗФ шляхом створення нових та розширення існуючих територій і об'єктів ПЗФ на площі, що складає 399,44 тис. га, або 0,68 % території держави. У 2014 році Указом Президента України від 01.05.2014 № 446 територію національного природного парку "Голосіївський" розширено на 6462,62 га за рахунок земель Київського комунального об'єднання зеленого

будівництва та експлуатації зелених насаджень міста "Київзеленбуд". На сьогодні ведеться робота щодо створення нових та розширення існуючих територій і об'єктів ПЗФ загальною площею близько 600 тис. га. Розроблено та знаходиться на стадії погодження із заінтересованими місцевими органами влади і самоврядування, користувачами земельних ділянок матеріали до проектів створення 6 територій ПЗФ загальнодержавного значення загальною площею 280 тис. га. Розробляються матеріали до проектів створення (розширення) низки територій та об'єктів ПЗФ в різних областях України загальною площею близько 300 тис. гектарів [1, с.67].

Забезпечується координація робіт із землеустрою щодо встановлення в природі (на місцевості) меж територій та об'єктів ПЗФ. Станом на 20.12.2014, згідно даних Держземагентства, межі територій та об'єктів ПЗФ встановлені в природі (на місцевості) на площі 865,1 тис. га (24,4 %), з них: загальнодержавного значення – 628,1 тис. га (17,7 %); місцевого значення – 237,0 тис. га (6,7 %). Документи, що посвідчують право користування земельними ділянками ПЗФ, оформлені на площу 491,2 тис. га (14 %), в тому числі по об'єктах загальнодержавного значення – на площу 458,2 тис. га (13 %) та по об'єктах місцевого значення – на площу 33,0 тис. га (1 %).

Всі ми є свідками того, які зміни відбулися в природі під дією людини. Збільшується кількість зникаючих видів рослин і тварин, зменшуються площі територій водно-болотних угідь, степових екосистем, лісів. Все це відбувається внаслідок розорювання земель, вирубування лісів, осушення або обводнення територій, будівництва тощо. Для припинення процесів погіршення стану навколишнього природного середовища служить заповідна справа.

Головне в заповідній справі - збереження біотичного й ландшафтного різноманіття. На жаль, не всі розуміють, що виснаження ресурсів біорізноманіття обов'язково призведе до значного погіршення якості життя майбутніх поколінь людей. Щоб зберегти біорізноманіття, необхідно зберігати і розширювати природно-заповідний фонд.

Література

1. Іваненко Є. І. Аналіз розміщення природно-заповідного фонду України: підхід, стан, проблеми / Є.І. Іваненко // Український географічний журнал. – 2013. – № 3. – С. 64-69. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/UGJ_2013_3_13.pdf.
2. Законодавство України. // portal.rada.gov.ua
3. Мураховська О.О. Деякі особливості охорони земель природно – заповідного фонду України / О.О. Мураховська // Митна справа. – 2011, №4(76). – частина 2. – С. 383-388
4. Що собою являє природно-заповідний фонд України. За матеріалами аналітичної довідки, наданої Кабінетом Міністрів, про стан заповідного фонду в Україні та перспективи його розвитку [Електронний ресурс]. – Січень 2011. – [Cited 2012, 18.10]. – Режим доступу: <http://ridna.ua/2011/01/uryad-propolyuvannya-ta-stan-prirodno-zapovidnoho-fondu/>

Бутрим О.В.,
старший науковий співробітник,
Швец О.Г.,
аспірант,
Інститут агроекології і природокористування НААН,
м. Київ

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ

Господарсько-споживачський підхід до територіальної організації ведення господарства, що мав місце до останнього часу довів свою неспроможність забезпечити прийнятні умови життєдіяльності. Погіршення стану навколишнього природного середовища призводить до росту захворювань та економічних збитків. Отримання чіткої картини щодо існуючого рівня територіальних природних комплексів мають прикладне значення у якості підґрунтя природоохоронних заходів та програм, які спрямовані на скорочення площ територій з надмірними рівнями антропогенного навантаження та має вплив на визначення ціни земельних ділянок. У цьому зв'язку постає питання методичного характеру щодо оцінки рівня порушення екологічного балансу природних ландшафтів під тиском діяльності людини, що впливає на здатність навколишнього середовища до відновлення.

Науковці різних галузей природничих наук намагалися розв'язати зазначене питання шляхом врахування різних параметрів ділянок території з господарською діяльністю, наприклад, за співвідношенням площ категорій землекористування з високим та низьким рівнями антропогенного навантаження [1]; за співвідношенням площ земель різної інтенсивності сільськогосподарського використання в межах регіону [2]; за питомою вагою ерозійно небезпечних земель у складі сільськогосподарських угідь та за рівнем сільськогосподарської освоєності і розораності території тощо [3]. Більш вдалою і широковживаною є пропозиція словацьких дослідників І. Риборські та Е. Гойке, 1988 р. [4] визначити рівень змін природного середовища під антропогенним тиском за категоріями землекористування, тобто у розрізі різних способів господарського використання земель. Для цього запропоновано коефіцієнти антропогенного навантаження ($K_{ан}$) та екологічної стабільності ($K_{ес}$), що спрямовані на визначення співвідношення між складом різних угідь. Оцінка проводиться за системою рівнянь (1) шляхом співвідношення значення площі регіону із сумою добуток значень площ категорій землекористування на коефіцієнти екологічної стійкості різних типів угідь у одному випадку та на бал оцінки антропогенного навантаження у іншому [5]:

$$\left. \begin{aligned} \hat{E}_{\hat{a}\bar{n}} &= \frac{\sum S_i k_i}{S} \\ \hat{E}_{\hat{a}i} &= \frac{\sum S_i \delta_i}{S} \end{aligned} \right\} \quad (1)$$

де S_i – площа i -ї категорії землекористування, га;
 S – площа регіону, що досліджується, га;
 k_i – коефіцієнт екологічної властивості різних типів угідь;
 δ_i – бал оцінки ступеня антропогенного навантаження.

Коефіцієнт екологічної властивості різних типів угідь (k_i) змінюється від 0,00 для забудованих територій і доріг до 1 для лісів природного походження. Для ріллі присвоєно значення 0,14; виноградники – 0,29; лісосмуги – 0,38; багаторічні насадження – 0,43; городи – 0,50; сіножаті і пасовища – 0,62 і 0,68, відповідно та ставки і природні болота – 0,79. Натомість шкалу для балів антропогенного навантаження (δ_i) запропоновано лише для п'яти категорій від 1 для земель заповідників до 5 для забудованих земель. Для ріллі і багаторічних насаджень – 4; для природних кормових угідь – 3 і для лісів, лісосмуг, боліт, земель під водою – 2.

Застосувати запропонований підхід для розрахунків виявляється складним завданням як через неузгодженість категорій землекористування, що розглядаються в межах запропонованої методики, так і через неузгодженість у трактуванні поглядів на зміст категорій землекористування за підходом методики, що запропонована словацькими дослідниками маже 30 років тому та за підходом, що прийнято при підготовці національної статистичної звітності. В Україні для забезпечення можливості порівняння статистичних даних з аналогічними параметрами інших країн, при створенні класифікацій видів економічної діяльності були використані підходи європейських класифікацій, чим забезпечено близьку інтерпретацію з міжнародними. Отже, перелік позицій, який запропоновано у методиці і перелік позицій щодо врахування площ категорій землекористування України з форми статистичної звітності 6-зем потребують узгодження. Крім того, для підвищення точності і прозорості відображення різностороннього антропогенного впливу на навколишнє середовище, запропонована шкала оцінок, на наш погляд, потребує розширення. Таке твердження обґрунтовується різною мірою антропогенного навантаження в межах категорій землекористування, наприклад, в межах першої категорії „Забудована територія і дороги”. Для проведення розрахунків логічним є використання значень площ категорій землекористування „Забудовані землі” з форми статистичної звітності 6-зем. Але в межах цієї категорії землекористування враховуються землі, зайняті широким спектром видів економічної діяльності від «земель, які використовуються добувною промисловістю на відкритих розробках, кар'єрах та шахтах» (графа 40, 6-зем) до «зелених насаджень у межах населених пунктів» (графа 56, 6-зем) [6]. Отже, відображення такої неоднорідності рівня антропогенного навантаження на навколишнє середовище в межах деяких категорій землекористування потребує методичного уточнення. Суть удосконалення полягає не лише у спробі деталізації запропонованої до використання шкали коефіцієнтів екологічної властивості, а і у спробі її співвідношення зі шкалою балів оцінки ступеня антропогенного навантаження. Всі категорії землекористування поділено на п'ять великих груп на основі експертної оцінки, табл. 1.

Таблиця 1

Уточнена шкала коефіцієнтів екологічної властивості (k_i) категорій землекористування (6-зем) з врахуванням балів антропогенного навантаження (δ_i)

№	Категорія землекористування	№ графи 6-зем	k_i
1	2	3	4
Землі з глибоким порушенням природного середовища ($\delta_i = 5$)			
1.	Відкриті розробки, кар'єри, шахти, землі під торфорозробками та відпрацьовані розробки, шахти	38	0,00
2.	Землі під технічними спорудами електроенергетики, збирання та очищення стічних вод, сміттєзвалища	50	0,00
3.	Відкриті землі без рослинного покриву	67	0,00
4.	Землі меліоративного будівництва та відновлення родючості	16	0,00
5.	Забудована територія і дороги	34	0,00
6.	Господарські шляхи на сільськогосподарських землях	15	0,00
7.	Землі у стані відновлення їх продуктивності	17	0,00
8.	Забруднені сільськогосподарські угіддя, що не використовуються	18	0,00
9.	Інші: сухі канали, кургани, траншеї, ями, скотомогильники	20	0,00
Землі із сильним порушенням природного середовища ($\delta_i = 4$)			
10.	Рілля: землі, які систематично використовують під посіви сільськогосподарських культур, чисті пари	5	0,14
11.	Перелogi	6	0,14

продовження табл. 1

1	2	3	4
12.	Виноградники	9	0,29
13.	Лісові смуги, створені з метою захисту від ерозії ґрунту	24	0,38
14.	Інші захисні насадження	25	0,38
15.	Сади	8	0,43
16.	Багаторічні насадження: ягідники, розсадники тощо	10	0,43
17.	Землі під господарськими будівлями і дворами (города)	14	0,50
Землі з помірним порушенням природного середовища ($\delta_i = 3$)			
18.	Сіножаті	11	0,62
19.	Пасовища	12	0,68
Землі з незначним порушенням природного середовища ($\delta_i = 2$)			
20.	Зелені насадження загального користування у межах населених пунктів (парки, сади, сквери, тощо)	56	0,74
21.	Відкриті заболочені землі	63	0,79
22.	Внутрішні води	72	0,79
23.	Лісові землі експлуатаційного призначення	22	0,89
Землі з еталонним станом природного середовища ($\delta_i = 1$)			
24.	Незаймані антропогенною діяльністю лісові та болотні ландшафти*		1,00
25.	Сухі відкриті землі з особливим рослинним покривом, ділянки які не обробляються і не вкриті лісом; незаймані степові заповідні землі	66	1,00

* Інформація щодо площ зазначеної категорії земель можна отримати на веб-порталах Мінприроди та Мінагрополітики України

Зазначене удосконалення відкриває можливість більш точному відображенню існуючого рівня антропогенного навантаження на природні ландшафти та сприяє підвищенню рівня консервативності оцінок, тобто звужується площа категорій земель, для яких прийнято найвищий рівень екологічної стійкості. Такий підхід сприяє не лише деталізації розрахунків, а в решті-решт, більш точній розробці природоохоронних програм та системи заходів з відновлення природо ресурсного потенціалу регіонів. Окремо слід відмітити актуальність забезпечення прозорості та об'єктивності розрахунків рівня антропогенного навантаження на навколишнє середовище напередодні впровадження ринку земель в Україні.

Література

1. Кочуров Б.И. Нормирование антропогенных нагрузок через оптимизацию структуры землепользования / Б.И. Кочуров // Нормирование антропогенных нагрузок. Тезисы докладов Всесоюзного совещания «Устойчивость и изменчивость геосистем как научная основа нормирования антропогенных нагрузок». – М. : Институт географии АН СССР, 1988. – С. 43-46.
2. В.М. Яцухно. Регламентация землепользования как критерий нормирования нагрузок на ландшафты / В.М. Яцухно // Нормирование антропогенных нагрузок. Тезисы докладов Всесоюзного совещания „Устойчивость и изменчивость геосистем как научная основа нормирования антропогенных нагрузок“. – М. : Институт географии АН СССР, 1988. – С. 49-52.
3. Носов С.И. Оценка антропогенного изменения территории / С.И. Носов, Б.И. Кочуров // География и природные ресурсы, 1985. – № 1. – С. 115-119.
4. Риборські І, Гойке Е. Вплив складу угідь на екологічну стабільність території / Риборські І, Гойке Е. // Зб. „Землевпорядні роботи в спеціальних умовах“. – Татранська Ломніца, 1988.
5. Агроекологічний стан орних земель Київщини: комплексна оцінка та заходи щодо його поліпшення (Методичні рекомендації) / За ред. ак. УААН О.І. Фурдичка. – 2005. – 54 с.
6. Наказ Державного комітету статистики України «Про затвердження форм державної статистичної звітності з земельних ресурсів та Інструкції з заповнення державної статистичної звітності з кількісного обліку земель (форми NN 6-зем, 6а-зем, 6б-зем, 2-зем)” № 377 від 05.11.98 <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0788-98>

НЕОБХІДНІСТЬ НЕСУПЕРЕЧЛИВОГО ЗАКОНОДАВЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОЛОГІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ

У нещодавно схваленій указом Президента України Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» однією з найголовніших передумов здійснення поступу національного господарства шляхом сталого розвитку визначено завдання “забезпечити стійке зростання економіки екологічно невиснажливим способом” [1]. Стратегія передбачає реалізацію 62 реформ і програм розвитку держави, в тому числі таких як децентралізацію та реформу державного управління, реформу регіональної політики, програму збереження навколишнього природного середовища. Серед численних заявлених реформ і програм не випадково звертаю увагу саме на ці три, оскільки, з одного боку, в умовах військової та економічної агресії, а також обмежених фінансових можливостей держави підвищується значущість децентралізації управління, а з другого боку, виникає потреба в такому коригуванні механізмів державної екологічної політики на різних рівнях управління, за якого не декларативно, а на ділі реалізовувалось економічно ефективно і екологічно безпечно природокористування, починаючи з місцевого, а далі – на регіональному, і, врешті-решт, національному рівнях.

Підвищення значущості децентралізації влади і державного управління, актуалізація реформування регіональної політики зумовлені насамперед кризовим станом системи місцевого самоврядування, зокрема її неспроможністю виконувати всі законодавчі повноваження, її надзвичайно слабкою матеріально-фінансовою базою. Так, понад 70 відсотків становить дотаційність місцевих бюджетів майже половини усіх територіальних громад України (із 12 тисяч адміністративно-територіальних одиниць), а ще біля 500 територіальних громад на 90 відсотків утримуються за рахунок коштів державного бюджету [2]. Водночас і нераціональна територіальна організація влади, і надмірна централізація повноважень органів виконавчої влади, відсутність оптимального розподілу повноважень між органами місцевого самоврядування та органами виконавчої влади на різних рівнях адміністративно-територіального устрою за принципом субсидіарності, і неузгодженість місцевої політики щодо соціально-економічного розвитку з реальними інтересами територіальних громад постають самостійними негативними чинниками нарощення конфліктності взаємовідносин системи “органи місцевого самоврядування – місцеві органи виконавчої влади”, які достатньо повно визначені в Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України № 333-р від 1 квітня 2014 р.

Функції регулювання, узгодження та збалансування екологічних і соціально-економічних інтересів громад різного рівня адміністративно-територіального устрою держави покладені на регіональну екологічну політику. Слід зазначити, що зміст регіональної екологічної політики розглядається в двох аспектах. Перший – це екологічна політика держави по відношенню до регіонів (державна регіональна екологічна політика), яка реалізується центральними органами державної влади. Другий аспект змісту регіональної екологічної політики полягає в її власному розумінні як такої, що здійснюється регіонами та реалізується місцевими органами влади і самоврядування.

Вихідною позицією формування дієвої регіональної екологічної політики, на мій погляд, постає розмежування повноважень між різними гілками влади у сфері природокористування і охорони навколишнього природного середовища, зважаючи на те, що нинішня адміністративно-інституційна інфраструктура державного екологічного управління є переважно централізованою з дублюванням функцій на регіональному та місцевому рівнях, зумовлюючи не просто конфлікти компетенції, безвідповідальність, а – найголовніше – неузгодженість з реальними екологічними інтересами територіальних громад-природокористувачів. При цьому, як слушно наголошують колеги – учені, “децентралізація влади у сфері екологічної політики має спиратися на підвищення владних та господарських повноважень органів місцевого самоврядування і районних державних адміністрацій. Екологічну політику на рівні територіальних громад наразі можна розглядати як основну складову забезпечення сталого місцевого розвитку, що надзвичайно актуально з огляду на потребу стабілізації соціально-економічного життя в державі” [3, с. 6].

У зв'язку з цим слід зауважити, що в Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні функція охорони навколишнього природного середовища делегується до основних повноважень органів місцевого самоврядування *обласного* рівня, а не базового і навіть не районного рівня [2]. При цьому, з одного боку, суб'єкти господарювання-природокористувачі, які здійснюють фінансово-господарську діяльність на території, підлеглий органам місцевого самоврядування базового рівня, сплачують екологічний податок відповідно до Податкового кодексу України, тобто (вважатимемо) переймаються проблемами збереження довкілля конкретних територіальних громад. З другого боку, до фонду місцевих бюджетів базового рівня відповідно до статті 69 чинного Бюджетного кодексу України надходять (хоча і вкрай мізерні за обсягом) 25 відсотків від суми сплаченого екологічного податку на природовідтворювальні цілі.

Як бачимо, органи місцевого самоврядування базового рівня, отримуючи бюджетні кошти на цілі покращення природокористування і охорону навколишнього природного середовища та певним чином регламентуючи діяльність місцевих суб'єктів господарювання-природокористувачів, фактично проводять локальну екологічну політику, яка, однак, при цьому не лише не зафіксована положеннями Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, а й навіть ними не передбачається. Проте у статті 35 Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо оптимізації повноважень органів виконавчої влади у сфері екології та природних ресурсів, у тому числі на місцевому рівні» (2012 р.) чітко прописано:

"Виконавчі органи сільських, селищних, міських рад здійснюють державний контроль у сфері охорони навколишнього природного середовища" [4]. У такий спосіб виникає та існує правова колізія, відтворюється конфлікт повноважень між органами місцевого самоврядування базового та вищих рівнів стосовно виконання екологічних функцій, а в підсумку і курс на сталий місцевий розвиток, проголошений іншими офіційними державотворчими документами, видається декларативним. І наведений приклад – не поодинокий.

Отже, найперше завдання, яке має бути виконано, це – всебічна науково-юридична ревізія чинних офіційних нормативно-правових документів, концепцій, програм щодо регіональної екологічної політики з обов'язковим залученням відповідних фінансово-економічних актів, з одного боку, а з другого – ревізія чинних офіційних нормативно-правових документів щодо децентралізації влади – на предмет узгодженості, несуперечливості внутрішніх положень цих двох груп пакетів документів, надто важливих для реалізації екологічних та соціально-економічних інтересів громад різного рівня адміністративно-територіального устрою держави.

Якщо не наведемо лад у законодавчій базі, усі найкращі наміри і щодо реформування закоснілої системи державного управління, і щодо руху шляхом екологозбалансованого сталого розвитку, і щодо інтеграції України до ЄС й надалі залишатимуться деклараціями доброї волі. Тобто ефективність досягнення заявлених цілей безпосередньо залежить від чіткої, ієрархічно впорядкованої, не суперечливої законодавчої і нормативної бази, яка повинна перманентно підтримуватися через її зміцнення та вдосконалення. І це – не загальна фраза, а нагальна потреба сьогодення.

Література

1. Стратегія сталого розвитку "Україна – 2020". Схвалено Указом Президента України від 12 січня 2015 року №5/2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.

2. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. № 333-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>.

3. Економічні аспекти управління природними ресурсами та забезпечення сталого розвитку в умовах децентралізації влади в Україні / [за наук. ред. акад. НААН України, д.е.н., проф. М.А. Хвесика, д.г.-м.н., проф. С.О. Лизуна; Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України»]. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2015. – 72 с.

4. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо оптимізації повноважень органів виконавчої влади у сфері екології та природних ресурсів, у тому числі на місцевому рівні» від 16.10.2012 № 5456-VI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5456-17/page>.

Височанська М.Я.,
аспірант лабораторії
збалансоване природокористування,
Інституту агроекології і природокористування НААН,
м. Київ

ПРИНЦИПИ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НАПРИКЛАДІ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В сучасних умовах господарювання, що характеризується певною відсутністю надійного державного економічного і екологічного контролю за характером використання земельних угідь та дотриманням відповідної законодавчої бази, посилюються тенденції екологічних вимог і переслідування короточасних економічних інтересів ставлення до землі, а в сільськогосподарському виробництві – до ігнорування.[3]

Зазначимо, що проблеми та багато чисельні теоретичні напрацювання відомих вчених щодо раціонального використання земельних ресурсів на практиці на сьогоднішній день досягнуто не в повній мірі, а навпаки рівень використання земельних ресурсів та їх екологічний стан погіршується.

Раціональне використання має бути, перш за все, розумним та обґрунтованим, вважають такі вітчизняні науковці зокрема: Д.І. Бабміндра, С.Ю. Булигін, В.М. Волошук, В.В. Горлачук, М.Д. Гродзинський, Г.Д. Гуцуляк, Д.С. Добряк, А.Г. Мартин, Л.Я. Новаковський, С.О. Осипчук, А.Я. Сохнич, О.Г. Тараріко, В.М. Трегобчук, А.М. Третяк, А.Д. Юрченко, Г.З. Бриндзя [1], що раціональним повинно бути тільки таке використання земель, при якому поряд із виробництвом економічно доцільної кількості продукції зберігається екологічна рівновага всіх природних факторів.

На нашу думку раціональне використання земельних ресурсів сільськогосподарського виробництва, в т.ч. і сільськогосподарських угідь залежить від багатьох принципів. Одним із основних має бути обґрунтоване формування структури виробництва і, в першу чергу, структури посівних площ сільськогосподарських культур у всіх категорій землевласників так як порушене чергування культур в сівозміні прямо веде до виснаження ґрунтів та зниження їх продуктивних властивостей.

Як видно з даних таблиці 1 найбільшу площу посіву сільськогосподарських культур в Рівненській області займають зернові станом на 01.01.2013р. – 50,5% від всіх посівів, що на 9,8% більше ніж в 1990 році.

Але варто зазначити, з кожним господарством структура сільгоспугідь має забезпечувати найбільш раціональне використання наявних земельних ресурсів і одержання максимальних обсягів вирощування продукції [2].

Аналіз табл. 1 показує, що в складі зернових зроста частка ярих культур на 12% і відповідно знизилася питома вага озимих. Проте, в складі ярих зернових, посівні площі під зернобобовими культурами, знизилася на 5,1%. Відбулися значні зміни і в структурі посівних площ технічних культур. Якщо загальна їх питома вага в структурі посівів зроста в 2013 році в порівнянні з 1990 роком на 3,4%, то питома вага посівів цукрових буряків серед

технічних культур зменшилися більш як на половину (51,27 %), зате зросла доля ріпаку на 15%. Практично без змін залишилася частка картоплі і овочів відкритого ґрунту. В той же час як по групі кормових культур спостерігаємо значне зменшення їх в структурі посівів – на 17,2%. В тому числі найкращих попередників в польовій сівозміні - посівів багаторічних трав - стало в 2013 році в порівнянні з 1990 роком менше на 17,1%.

Таблиця 1

Структура посівних площ основних сільськогосподарських культур в усіх категоріях господарств в Рівненській області (відсотків) на період з 1990-2013рр. [5]

Показники	Рік								2013 +/- 1990р.
	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	
Вся посівна площа	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Зернові культура	40,7 100,0	43,6 100,0	44,2 100,0	53,2 100,0	48,1 100,0	47,1 100,0	48,3 100,0	50,5 100,0	9,8 100,0
Озимі зернові	58,6	60,4	55,6	57,4	53,1	50,8	52,0	46,6	-12
Ярі зернові	41,4	39,6	44,4	42,6	46,9	49,2	48,0	53,4	12
у т.ч. зернобобові	6,1	3,8	2,8	2,6	1,9	1,4	1,1	1,0	-5,1
Технічні культури	10,9 100,0	7,5 100,0	5,7 100,0	8,6 100,0	16,0 100,0	17,5 100,0	15,1 100,0	14,3 100,0	3,4 100,0
у т.ч. цукрові буряки	67,5	82,5	71,1	76,4	37,9	36,0	27,8	15,8	-51,7
ріпак	7,4	1,7	7,2	7,4	23,2	27,5	26,2	22,4	15
Картопля і овочево баштані культури	11,0 100,0	11,2 100,0	13,7 100,0	15,0 100,0	15,7 100,0	15,5 100,0	15,4 100,0	15,0 100,0	4 100,0
у т.ч. картопля	87,0	87,6	88,0	87,1	86,3	85,7	85,0	85,0	-2
Овочі відкритого ґрунту	12,6	12,2	12,0	12,7	13,6	14,2	14,9	14,9	2,3
Кормові культури	37,4 100,0	37,7 100,0	36,4 100,0	23,2 100,0	20,2 100,0	19,9 100,0	21,2 100,0	20,2 100,0	-17,2 100,0
у т.ч. кукурудза на силос і зелений корм	28,4	20,6	17,0	11,2	8,9	9,3	7,8	7,5	-20,9
багаторічні трави	42,2	43,8	55,7	56,6	55,9	58,8	57,0	59,3	17,1
однорічні трави	18,4	24,7	18,0	15,9	18,8	15,6	19,2	15,9	-2,5

Земельні угіддя це загальнонародне надбання, національне багатство теперішніх і майбутніх поколінь, а їх раціональне використання — це таке використання, яке відповідає їх цільовому призначенню, забезпечує високу ефективність землекористування та охорону, спрямовану на запобігання необґрунтованого вилучення земель сільськогосподарського призначення, захист від антропогенного впливу на довкілля [4].

Сьогодні виробництво конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції можливе лише на основі постійно зростаючої культури землеробства. Підвищення родючості ґрунтів є необхідною умовою для запровадження передових агротехнологій раціонального використання місцевих ґрунтово-кліматичних ресурсів, засобів інтенсифікації та системи сівозмін [4].

З викладеного вище можна зробити висновок, що структура посівних площ в Рівненській області свідчать про те, що потребує формування економічного механізму використання земельних угідь в сільськогосподарському виробництві. Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні та деталізації основних принципів раціонального використання земельних ресурсів, обґрунтуванні процесу планування роботи та дотриманих принципів, таких як:

- забезпечення раціонального використання земельних ресурсів як важливого національного багатства українського народу.
- формування та обмеження впливу господарської діяльності на земельні ресурси
- фактори екологічної безпеки у використанні землі як природного ресурсу, бази та основного засобу виробництва.
- удосконалити систему моніторингу яка дозволить швидко реагувати на будь-які погіршення земель і не потребуватиме значних фінансових витрат.

Література

1. Бриндзя Г.З. Формування сталого еколого-ландшафтного середовища як основи раціонального землекористування / Г.З. Бриндзя // Наука й економіка. – 2009. – № 3 (15). – Т. 2. – С. 129-133.
2. Дребот О.І. Еколого-економічне забезпечення раціонального використання земельних ресурсів України / О.І.Дребот, М.Я. Височанська // Таврійський науковий вісник, Вип. 88. – Херсон: Грінв Д.С., 2014. – 270 с.
3. Мартин А.Г. Деякі підходи до еколого-економічного вдосконалення структури земельних угідь / А.Г. Мартин // Науковий вісник НАУ. – 2003. – Вип. 68. – С. 230–233.
4. Трегобчук В.М. Раціональне використання та всебічна охорона земель – головні чинники продовольчої і національної безпеки / В.М. Трегобчук // Землевпорядкування. 2001. – № 1. – С. 36–41.
5. Сільське господарство Рівненщини: стат. збірник за 2014 рік / за ред. Л.С.Мішенкової. – Держстат України в Рівненській обл., 2014. – 209 с.

Герасименко В.П.,
асистент кафедри електрифікованих технологій
в аграрному виробництві та охорони праці,
Майбородіна Н.В.,
канд. фіз.-мат. наук, старший викладач кафедри
природничо-фундаментальних дисциплін,
ВП НУБіП України "Ніжинський агротехнічний інститут",
м. Ніжин

ЕКОНОМІЧНА ДОЦЛЬНІСТЬ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ СТРУМУ ВИТОКУ В МЕРЕЖАХ 0,38 КВ ТВАРИННИЦЬКИХ ПРИМІЩЕНЬ

Безпека є одним з важливих факторів, що впливають на вартість проектування й експлуатації електроустановок. Якщо не приймати заходи для забезпечення безпеки персоналу, то витрати на компенсацію збитків для здоров'я багаторазово перевищуватимуть витрати на розробку і застосування засобів захисту.

Об'єктом дослідження даної роботи є корівник в Відокремленому підрозділі Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут», в якому основні технологічні процеси (годування, доїння, первинна переробка молока та прибирання навозу) електромеханізовані.

Завданням дослідження є вивчення причин появи струму витоку в тваринницьких приміщеннях. Оскільки струм витоку, навіть при малих значеннях, впливає на молочну продуктивність великої рогатої худоби. Проаналізувавши наукову літературу [1, 2, 3], можна побудувати наступну схему причин появи струму витоку в мережах з напругою 0,38 кВ для будівель сільськогосподарського призначення (рис. 1).

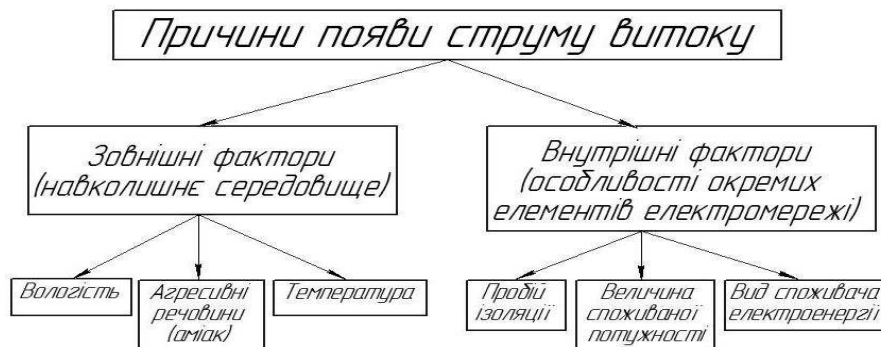


Рис. 1. Причини появи струму витоку

У ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут» на базі лабораторії «Основи електропостачання» була створена дослідна установка, яка дозволяє робити поточний контроль стану лінії 0,38 кВ за величиною струму витоку в конкретний момент часу, записує дані в пам'ять персонального комп'ютера. Створена установка була встановлена в щитовій корівника на навчально-дослідному господарстві інституту. Схема дослідної установки наведена на рис. 2.

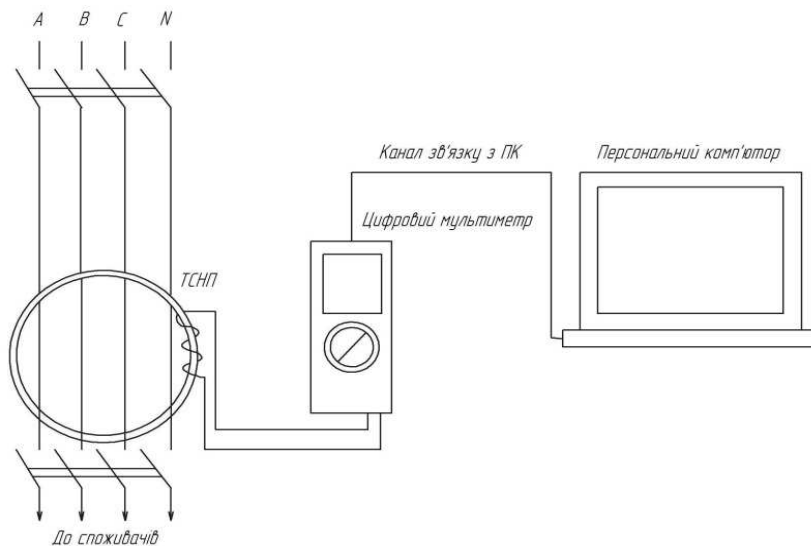


Рис.2. Схема дослідної установки

На рис. 3 зображено результати вимірювання струму витоку в мережі.

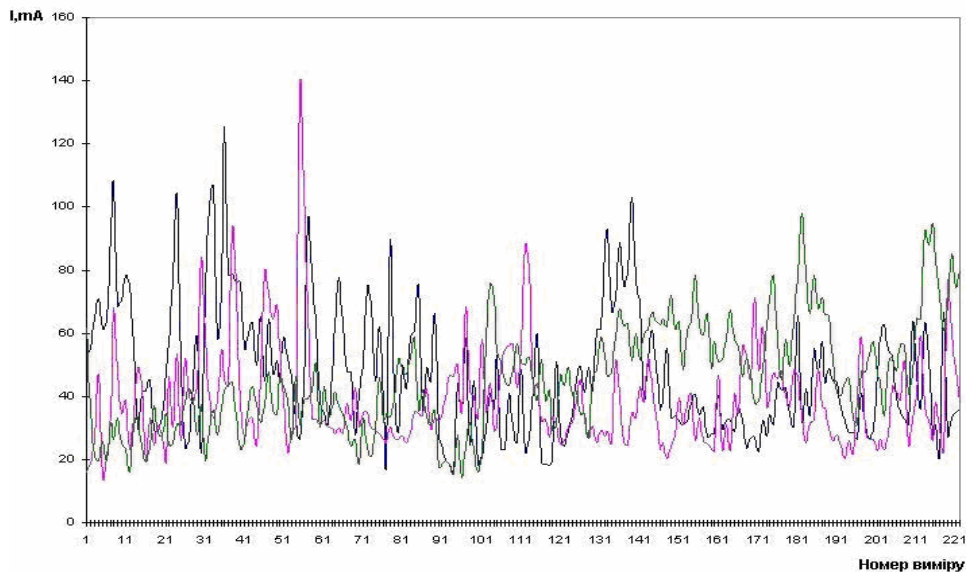


Рис. 3. Величина струму витоку

Як видно максимальний струм витоку сягає 137,78 мА, хоча відомо, що струм більше 100 мА при протіканні його через організм створює небезпечні наслідки для живих організмів [4]. З рис. 3 видно, що дана величина струму витоку має випадкове значення, і малий час протікання.

Висновок. Отримані експериментальні дані дають змогу прогнозувати можливі техніко-економічні наслідки небезпечних випадків, що в свою чергу доводить економічну доцільність дослідження струму витоку в мережах 0,38 кВ у тваринницьких приміщеннях.

Література

1. Манойлов В.Е. Основы электробезопасности / В.Е. Манойлов. - 5-е изд. - Л.: Энергоатомиздат - 1991.
2. Козирський В. Вплив електричного струму на організм людини та сільськогосподарських тварин в мережах напругою до 0.4 кВ / В.Козирський, В.Герасименко // Техніка і технології АПК. – 2010, №12(15). – С. 22 – 24.
3. Козирський В.В. Підвищення надійності захисту від струмів витоку в мережах 0,38 кВ / В.В. Козирський, В.П. Герасименко, Н.В.Майбородіна // Техніка і технології АП.– 2012, № 2(29).– С. 22 – 24.
4. Охрана труда в электроустановках: Учебник для вузов / Под ред. Б.А. Князевского - 3-е. изд. - М.: Энергоатомиздат - 1983.

УДК 574.65

Дворецький А.І.,
професор, завідувач кафедри водних біоресурсів та аквакультури,
Байдак Л.А.,
пошукач кафедри водних біоресурсів та аквакультури,
Сапронова В.О.,
доцент кафедри водних біоресурсів та аквакультури,
 Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

РОЛЬ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ГІДРОБІОЛОГІЧНОЇ ШКОЛИ В ДОСЛІДЖЕННІ ТЕХНОГЕННО - ТРАНСФОРМОВАНИХ ПРІСНОВОДНИХ ЕКОСИСТЕМ

Дніпропетровська гідробіологічна школа стала визначним явищем гідробіологічної науки України ХХ століття. Формування її колективу розпочалося під час проведення комплексних гідробіологічних досліджень оцінки впливу будівництва Дніпровської гідроелектростанції (Дніпрогесу) (30-ті рр. ХХ ст.) на природне водне середовище. Будівництво Дніпрогесу успішно вирішило проблему дніпровських порогів, які на протязі багатьох століть перешкождали суцільній навігації по Дніпру.

Однак, докорінна зміна гідрологічного режиму Дніпра стала непрогнозованим впливом людини на природу і обумовило ініціативу видатного українського гідробіолога проф. Дмитра Онисифоровича Свіренка (24. X. (5. XI). 1888 – 26. XI. 1944) про необхідність дослідження трансформації гідробіологічного стану Дніпра [2, 9]. В серпні 1927 року було засновано Дніпропетровську державну гідробіологічну станцію, яка стала базою зародження і формування колективу дніпропетровських вчених-гідробіологів. Зокрема, експедиційна діяльність колективу, очолюваного проф. Д. О. Свіренком, дозволила підготувати повний опис фізико-хімічних та біологічних особливостей водних екосистем колишньої порожистої частини Дніпра, трансформованої в екосистему новоствореної водойми – Дніпровського водосховища і стала основою заснування нового напрямку гідробіології – гідробіології водосховищ (гідробіології техногенно-трансформованих прісноводних екосистем). Ці роботи стали першими дослідженнями

такого плану в Україні. В постанові, прийнятій після доповіді професора Д. О. Свіренка на Всесоюзній нараді з водосховищ в Москві, в інституті ВОДГЕО (1934 р.), говорилося: "Совещание отмечает большую ценность исследований Д. О. Свиренко и его учеников, изучавших Порожистую часть Днепра до затопления и продолжающих изучать водохранилище. Такая работа на одном из крупных водохранилищ в мире не имеет прецедента в научной литературе".

В 1934 році професора Д. О. Свіренка було обрано член-кореспондентом АН УРСР. В подальшому, учні та послідовники проф. Д. О. Свіренка (проф. Г. Б. Мельников, проф. П. О. Журавель, проф. І. П. Луб'янов, проф. С. П. Федій, проф. А. І. Дворецький та інш.) значно розширили географію та проблематику досліджень. Представники дніпропетровської гідробіологічної школи заснували або значно поглибили ряд новаторських напрямів гідробіології.

Зародження та подальший розвиток **космічної гідробіології** в Україні тісно пов'язане з ім'ям проф. Георгія Борисовича Мельникова [6]. У 1961 р. він ініціював створення в Дніпропетровську, першої в Україні, лабораторії космічної гідробіології; в доповіді на I з'їзді Всесоюзного гідробіологічного товариства (1965 р.) сформулював проблематику, методологію та завдання космічної гідробіології і шляхи його подальшого розвитку [8].

В кінці 50-х – на початку 60-х рр. під керівництвом проф. Івана Павловича Лубянова були закладені основи **прісноводної радіоекології** [1]. В 1962 році виходить перша робота дніпропетровських гідробіологів з прісноводної радіоекології «Об изучении радиоактивности донных животных пресноводных водоёмов». «Радиобиология» 1962. т. 2., вип 2 [7]. Внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, коли радіоактивні аерозолі випали на поверхню дніпровських водосховищ, в Україні були посилені радіоекологічні дослідження. Дослідження вмісту радіонуклідів проводили як у абіотичних, так і у біотичних компонентах. Проводилося визначення рівнів вмісту стронцію-90, цезію-137, Ra 226, Th 232. В зв'язку з наявністю у верхній частині Дніпровського водосховища хвостосховищ уранових відходів та після прориву у 2000 році захисної дамби і потраплянням природних техногенно-посилених радіонуклідів у Дніпровське водосховище (що є єдиною питною артерією регіону) проводились також дослідження із вмісту урану 238.

Комплекс досліджень, проведених під керівництвом проф. І. П. Лубянова, став вагомим внеском у розвиток **технічної гідробіології** [3]. Біоперешкоди (біообрастання) у Дніпровському водосховищі створював, головним чином, двостулковий молюск *Dreissena polymorpha* (Pall.), сприятливі умови для масового розмноження якого, склалися внаслідок докоріної зміни гідрологічного режиму Дніпра, після будівництва Дніпрогесу. Зміна гідрологічного режиму викликала техногену трансформацію екосистеми колишньої порожистої частини Дніпра. Характерними рисами техногенно - трансформованих водних екосистем є незбалансованість популяцій (за віковим, статевим складом та інш.), інвазія організмів-вселенців, спалахоподібне розмноження спалахоподібне розмноження окремих видів екосистеми (дрейсени, «цвітіння» синьо-зелених водоростей) та інш. Дніпропетровськими гідробіологами було розроблено ряд методів захисту гідроспоруд від біообрастання таких, як захисний електрофільтр (1958-1961 р.), катодний захист (1962 р.), електрогідролітичний ефект (ЕГЕ), (тобто потужний (10-20 кВ) електричний розряд у воді), ультразвук та інш. Приоритет у дослідженнях з захисту гідроспоруд від біообрастання і біокорозії і на сьогоднішній день зберігається за роботами дніпропетровських гідробіологів на чолі з проф. І. П. Лубяновим.

Під керівництвом проф. Петра Олексійовича Журавля проводилися науково-дослідні роботи зі **збагачення кормової бази риб природними, кормовими для риб, ресурсами**, шляхом акліматизації представників лимано-каспійської фауни (поліхети-амфаретиди, молюски, ракоподібні – амфиподи, кумацеї, мізиди, гамариди, кумацеї і т. д. та інш.) [6]. Представники фауни лиманного комплексу (каспійського типу) більш доступні для риб, ніж представники ряду олігохет-тубіфіцид і хірономід. Про це свідчить поїдання їх промисловими видами риб; у Дніпровському водосховищі мізид в помітній кількості поїдає молодь щуки, судака, окуня, жереха та інших риб.

Дослідження проф. Сергія Петровича Федія з оцінки впливу негативних антропогенних факторів на санітарно-гідробіологічний режим та іхтіофауну водойм степової зони України стали основою становлення в Україні **водної токсикології**. С. П. Федія поєднував ці дослідження з розробкою теоретичних основ усунення дії цих факторів, які впливають на видовий склад іхтіофауни і чисельність особин. Комплексні дослідження, проведені під керівництвом С. П. Федія показали, що при антропогенному впливі на водойми, одна і та ж водойма не може бути одночасно джерелом питного водопостачання і зрошення, а також базую рибного господарства та приймати відходи промислового виробництва.

Під керівництвом проф. Анатолія Івановича Дворецького проводилися розробка **технологій вирощування цінних видів риб на підігрітих скидних водах енергетичних об'єктів** (Придніпровська ДРЕС) [5]. В основі цих технологій лежать фізіолого-біохімічні механізми температурної активації обміну у риб, що дозволяє скоротити період вирощування товарної рибної продукції. В 1978 р., за короткий період, було споруджено Придніпровське тепловодне рибне господарство. Використовуючи теплу скидну воду Придніпровської ДРЕС, господарство з весни до осені мало вирощувати 1200 т коропа (360 т - в басейнах і 840 т - в садках); а в зимовий період - 700 т товарної форелі. В результаті проведених комплексних науково-дослідних і науково-практичних робіт в рибному господарстві області був створений новий напрямок – індустріальне рибництво.

Все вищезначене дає можливість стверджувати, що дніпропетровська гідробіологічна школа стала визначним явищем гідробіологічної науки України ХХ століття.

Література

1. Байдак Л.А. Историчний огляд та перспективи розвитку радіоекологічної школи Дніпропетровського національного університету / Л. А. Байдак, Г. С. Білоконь // Матеріали V з'їзду Радіобіологічного товариства України (Ужгородський національний університет, Ужгород, Україна, 15–18 вересня 2009 р.). – Ужгород, 2009. – С. 35–36.
2. Байдак Л. А. Діяльність видатного українського гідробіолога Д. О. Свіренка в період побудови Дніпрогесу (1927–1941 рр.) / Л. А. Байдак // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Історія і філософія науки і техніки» / відп. редактор Савчук В. С. – Д. : Вид-во ДНУ ім. О. Гончара, 2013. – Т. 21. – № 1/2. – С. 126–132.

3. Дворецкий А. И. Роль днепропетровской гидробиологической школы в изучении биологии дрейсены и развитии технической гидробиологии / А. И. Дворецкий, Л. А. Байдак // Дрейссениды: эволюция, систематика, экология: лекции и материалы докладов 1-ой Международной школы-конференции. – Борок, 2008. – С. 3–9.
4. Дворецкий А. И. Перспективы аквакультуры в умовах космічних польотів / А. И. Дворецкий, Л. А. Байдак // Рибогосподарська наука України. – 2009. – №2 (8). – С. 15–20.
5. Дворецкий А. И. Індустріальна аквакультура Дніпропетровської області: історія, досягнення, перспективи / А. И. Дворецкий, М. А. Сидоров, Л. А. Байдак // Рибогосподарська наука України. – 2009. – №4 (10). – С. 4–10.
6. Журавель П. О. Акклиматизация кормовой лиманно-каспийской фауны в водохранилищах и озерах СССР / П. О. Журавель. – Д. : РИО ДГУ, 1974. – 124 с.
7. Лубянов И. П. Об изучении радиоактивности донных животных пресноводных водоёмов / И. П. Лубянов // Радиобиология. – 1962. – Т. 2., вып. 2. – С. 255–258.
8. Мельников Г. Б. Задачи гидробиологии в связи с освоением космического пространства / Г. Б. Мельников // Вопросы гидробиологии. – М., 1965. – С. 283–285.
9. Свіренко Д. О. Дніпропетровська Гідробіологічна станція та її науково-дослідча робота / Д. О. Свіренко // Вісник Дніпропетровської Гідробіологічної Станції. Т. I. / під ред. проф. Д. О. Свіренка. – Д. : Друкарня пам'яті «Перекопу», 1929. – С. 3–7.

УДК 626.81

Дідковська Л.І.,
к.е.н., старший науковий співробітник,
ДУ «Інститут економіки та природокористування НАН України»,
м. Київ

ПРОБЛЕМИ ОТРИМАННЯ ДОЗВІЛЬНИХ ДОКУМЕНТІВ ПРИ ВИКОРИСТАННІ ВОДНИХ РЕСУРСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

Для забезпечення сталого розвитку національної економіки в Україні пріоритетними вважаються рішення щодо імплементації дерегуляційних процесів. Останні передбачають системне обмеження впливу державного регулювання та контролю в певній сфері господарської діяльності, що сприятиме скороченню корупційної складової. Успішне впровадження дерегуляційних змін в економіку України сприятиме поліпшенню умов ведення бізнесу та визнанню її на світовій арені. Наразі за світовим рейтингом індексу економічної свободи Україна займає 155 місце (поруч із такими країнами як Лесото та Гаїті) серед 178 країн.

Отже, дерегуляція покликана унеможливити створення перепон на шляху ведення діяльності в різних секторах економіки. Зокрема в аграрному секторі дерегуляція є одним із дієвих механізмів спрощення ведення сільськогосподарської діяльності.

З метою підвищення ефективності рослинництва на посушливих землях особливої актуальності набуває розвиток зрошувального землеробства. Для впровадження повноцінного зрошення сільгоспвиробники мають інвестувати близько 3 млн. грн., в т.ч. 1 млн. грн. – на проектну та дозвільну документацію [1]. На нашу думку окремої уваги потребують питання отримання дозвільної документації на використання водних ресурсів для проведення поливів сільськогосподарських угідь, оскільки цей процес видається занадто обтяжуючим для водокористувачів.

Згідно з Постановою КМУ від 13 березня 2002 р. № 321 “Про затвердження Порядку погодження та видачі дозволів на спеціальне водокористування та внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 10 серпня 1992 р. № 429” [2] визначено процедуру погодження та видачі водокористувачам дозволів на забір води з водних об'єктів із застосуванням споруд або технічних пристроїв. Так, дозволи на отримання води загальнодержавного значення (морські води; підземні води, що використовуються для централізованого водопостачання; поверхневі води, які розташовані більш як на одній області) видаються обласними держадміністраціями, а для водних ресурсів місцевого значення (поверхневі води, що розташовані в межах однієї області та підземні води, які не належать до фонду загальнодержавного значення) – обласними радами за погодженням із обласними держадміністраціями. Дозволи видаються за клопотанням водокористувачів з обґрунтуванням потреби у воді, яке погоджується з територіальними органами басейнових управлінь водних ресурсів або обласними виробничими управліннями водного господарства і меліорації – у разі використання поверхневих вод та з Держгеонадрами або дочірніми підприємствами НАК “Надра України” – підземних вод.

У квітні 2014 р. прийнято ЗУ № 1193 “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скорочення кількості документів дозвільного характеру” [3], згідно з яким скасовується необхідність отримання заявником погоджень клопотання, необхідних для видачі дозволів на спеціальне водокористування, оскільки ця місія повинна виконуватись органом, який займається оформленням та видачею дозволів. Така норма значно знижує бюрократичний тиск на водокористувачів, проте у 2014 р. в ряді областей дію закону було призупинено через відсутність затверджених регламентів (інформаційних карток) [4]. Зволікання з видачею дозвільної документації є неправомірним та таким, що ускладнює проведення гідромеліоративних робіт.

Проблемною є експлуатація саме підземних водних ресурсів, оскільки вони мають статус надр, використання яких обтяжується необхідністю отримання додаткової дозвільної документації. Навіть за умов отримання дозволу на спецводокористування та за відсутності дозволу на користування надрами екологічна інспекція нараховує штрафи водокористувачам, оскільки самовільним водокористуванням вважається забір води без дозволу на спеціальне водокористування чи на користування надрами. По суті виходить, що для отримання можливості користування одним об'єктом, необхідно оформити два дозвільні документи. Наприкінці 2010 р. до статті 23 КУ

“Про надра” [5] внесено зміни щодо видобування підземних вод для землевласників і землекористувачів без дозволу, проте через неоднозначність тлумачень термінології водокористувачі наражаються на конфліктні ситуації з контролюючими органами.

На нашу думку вдосконалення нормативно-правової бази у даній сфері, спрощення процедури отримання документів дозвільного характеру та передача місцевому самоврядуванню повноважень з видачі дозволів сприяли б усуненню перешкод та підвищенню рівня ефективності гідромеліоративних робіт.

Література

1. Особливості нашого зрошення // The Ukrainian farmer. – № 7. – 2013.
2. Постанова КМУ № 321 від 13.03.2002 р. “Про затвердження Порядку погодження та видачі дозволів на спеціальне водокористування та внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 10 серпня 1992 р. №429”. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: < <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/321-2002-%D0%BF>>.
3. Закон України № 1193-VII від 09.04.2014 р. “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скорочення кількості документів дозвільного характеру”. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1193-18>>.
4. Погодження на спецводокористування. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://forum.plast.vn.ua/viewtopic.php?f=14&t=663>>.
5. Кодекс України № 132/94-ВР від 27.07.1994 р. “Про надра”. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://zakon1.rada.gov.ua>>.

Дубинчук Л.І.,

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин,
Східноєвропейський національний університет,
м. Луцьк*

СТРУКТУРА ВІДХОДІВ ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ В СУЧАСНІЙ МІСЬКІЙ АГЛОМЕРАЦІЇ

Основними принципами державної політики у сфері поводження з відходами є пріоритетний захист навколишнього природного середовища та здоров'я людини від негативного впливу відходів, забезпечення ощадливого використання матеріально-сировинних та енергетичних ресурсів, наукове обґрунтування та узгодження екологічних, санітарних, економічних та соціальних інтересів суспільства щодо утворення та використання відходів.

У процесі функціонування та розвитку господарського комплексу м. Луцька утворюється значна кількість відходів. На кінець 2014 року в місцях організованого складування на територіях підприємств накопичено 20,5 т відходів I-III класу небезпеки. З них I класу небезпеки – 0,2 т (0,9 % всіх відходів), II класу – 19,8 т (96,8%), III класу – 0,5 т (2,3 %). Та понад 500 тис. м³ твердих побутових відходів (далі ТПВ).

Відходи виробництва та споживання, при їх накопиченні у місті, є джерелом суттєвої екологічної небезпеки, створюють негативний імідж обласного центру.

Потребує аналізу та суттєвого удосконалення існуюча система статистичної звітності щодо одержання достовірної інформації відносно обсягів утворення, використання відходів і стану ринку вторинної сировини у м.Луцьку для прийняття управлінських рішень.

Серед усіх видів утворюваних відходів найбільший відсоток (понад 80 %) становлять тверді побутові відходи (ТПВ), від стану поводження з якими залежить екологічна безпека, благоустрій населених пунктів, здоров'я та благополуччя населення.

Основу нормативно-правового забезпечення сфери поводження з твердими побутовими відходами у місті Луцьку складають: Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» та Закон України «Про відходи».

В м. Луцьку утворюється щорічно близько 520 тис.м³ твердих побутових відходів, що становить близько 2,5 м³ на одного мешканця міста. Об'єми утворення побутових відходів в місті постійно зростають, і лише 10-15 відсотків із них використовується як вторинні ресурси. Решта відходів - 85-90 відсотків потрапляє на полігон без будь-якого сортування. Хоча, розраховані потенційні можливості ТПВ складають 75% вторинної сировини.

До морфологічного складу ТПВ належать наступні компоненти: папір, картон 20 -30%, харчові відходи 28-45%, деревина 1,5-4%, метал чорний 1,5-4,5%, метал кольоровий 0,2-0,3%, текстиль 4-7%, кістки 0,5-2%, скло 3-8%, шкіра, гума, взуття 1-4%, каміння, фаянс 1-3%, пластмаса 1,5-5%, пилове сміття (<15 мм.) 7-18%, інше 1-3%. [1,с.25]

Велике навантаження на полігони ТПВ обумовлено наступними чинниками: відсутністю ефективної загальноміської системи роздільного збору твердих побутових відходів, що обумовлює надходження великих обсягів вторинної сировини, інших відходів у складі твердих побутових відходів, органічної складової твердих побутових відходів, деревини, листя, гілок; відсутності нових та недосконалої існуючих технологій утилізації відходів; неефективними методами переробки первинної сировини.

До основних відходів промислового виробництва у м. Луцьку відносяться, перш за все, відходи енергетики, легкої, хімічної промисловості, машинобудування тощо. За даними Головного управління статистики у Волинській області кількість промислових відходів щорічно зменшується. .

Та така динаміка не повинна заспокоювати з огляду на спад промислового виробництва в період економічної кризи та складного процесу трансформації господарського комплексу сучасного міста Луцька. Асортимент відходів розширюється, а у відходи потрапляє велика кількість потенційної вторинної сировини.

Недостатня система моніторингу та контролю за джерелами утворення та обсягами утворюваних відходів, реальним антропогенним навантаженням на довкілля міста та відсутність його оцінки негативно позначається на

процесах зменшення небезпечних промислових відходів, забезпечені повторного використання чи утилізації будівельних відходів, відходів автотранспорту, хімічних джерел енергії тощо.

Внаслідок виробничої діяльності комунального підприємства «Зелене господарство м Луцька» та ЖКП утворюються рослинні відходи (опале листя, скошена трава, гілки, стовбури дерев), з яких лише 10% переробляється і підлягає утилізації. У зв'язку із завершенням терміну експлуатації існуючого полігону для поховання відходів, припинено прийом відходів рослинного походження (опалого листя, трави, дрібних гілок тощо) на міському полігоні.

Глибока переробка деревинних відходів в місті не достатньо розвинена. Переробка опалого листя та трави у гумус з подальшим використанням для збагачення та рекультивациі земель паркових зон практично не здійснюється.

На сьогодні, на жаль, немає налагодженої системи обліку фактичних обсягів утворення та використання рослинних відходів, їх реальних даних щодо обсягів.

З аналізу сучасного стану переробки та утилізації рослинних відходів виходить, що у залежності від властивостей «органічної сировини» можливі різні технології її енергетичного використання

В останні десятиріччя в окрему групу виділені медичні відходи, які включають в себе широкий спектр різних видів відходів. А саме, перев'язувального матеріалу, одноразових штрикалок і систем переливання крові, голок, органів і частин людських тіл, медикаментів і хімічних реактивів. На відміну від побутових відходів, їх відносять до «спеціальних відходів», які потребують спеціального моніторингу та виконання правил поводження з ними.

Проблема медичних відходів надзвичайно гостро стоїть перед всіма країнами світу. ВООЗ у 1979 році віднесла медичні відходи до групи небезпечних і вказала на необхідність створення відповідних адміністративних і контролюючих органів, які б володіли адекватними офіційними і юридичними повноваженнями з метою ефективної організації їх видалення і знешкодження

Будівельне сміття включає в себе велику кількість стійких і повільно розкладаваних відходів, їх негативний вплив на ґрунти досить значний. Будівельні відходи залишені на будівельний майданчиках, хоч і присипаються ґрунтом, однак різко знижують водопроникність підстилаючої поверхні. У таких місцях утворюються тимчасові водоносні горизонти (верховодка), зелені насадження ростуть дуже повільно, особливо в перші роки після їх висаджування.

Велику частку будівельних відходів технологічно можливо використовувати повторно, або використовувати для засипки територій, а не перевозити просто на звалища. Повторне використання відходів будівництва дозволяє зберегти ресурси і зменшити кількість відходів. Але використання відходів будівельного сектору має великі проблеми з розділенням будівельного брухту, вилученням окремих типів матеріалів, наприклад, арматури, деревини, пластиків [2, с. 3].

Пріоритетні питання міської та регіональної екополітики потребують негайного комплексного вирішення шляхом проведення ряду природоохоронних заходів, у т.ч. пов'язаних з удосконаленням діючої системи управління відходами у м. Луцьку, використанням сучасних технологій та обладнання для збору, транспортування, переробки та безпечного розміщення відходів, залучення вітчизняних та іноземних інвесторів.

З метою сприяння переходу Луцька на модель інноваційного, екологічно збалансованого розвитку доцільним є проведення комплексного екологічного аудиту відходів, отримання об'єктивних і незалежних експертних оцінок стану поводження з відходами в м.Луцьку і розроблення на їх підставі рекомендацій щодо підвищення ефективності функціонування відповідної міської інфраструктури, розвитку міської системи управління відходами у відповідності з державними та міжнародними стандартами та принципами сталого розвитку населених пунктів.

Заходи у галузі поводження з відходами не повинні обмежуватися лише забезпеченням безпечного вилучення або повторного використання утворених відходів. Вони повинні бути спрямовані на зменшення обсягів утворення відходів, з поступовим доведенням виробництв до безвідходних.

Важливим аспектом у сфері поводження з відходами є забезпечення безпечного для здоров'я стану довкілля, запровадження системи економічних стимулів як для мешканців, так і для виробників щодо поводження з відходами. З метою напрацювання серед громадськості свідомого підходу до видалення ТПВ, зокрема, щодо роздільного збору, вкрай важливим є проведення інформаційно-просвітницької роботи серед населення. Необхідним є створення нових організаційно-економічних механізмів для зменшення утворення відходів різного походження. На сьогодні плата за розміщення відходів низька і не стимулює підприємства зменшувати обсяги їх утворення [3,с.115].

Література

1. Комплексна програма охорони навколишнього природного середовища м. Луцька на 2010-2015 роки // Луцьк, 2010. – 80 с.
2. Андрощук І. В. Зведений звіт про стан організації інтегрованого управління та поводження з твердими побутовими відходами в місті Луцьку та Волинській області / І. В. Андрощук, В. Л. Крюков. – Луцьк - Київ : Бюро економічного менеджменту та правових досліджень, ВСЕОМ, 2006. – 66 с.
3. Закон України „Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року”. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, N 26, ст.218.

ДО ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ І ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТРАНСКОРДОННОГО РЕГІОНУ

У країнах-членах Європейського Союзу особлива увага приділяється екологічній політиці і охороні навколишнього середовища. Основною метою екологічної політики Євросоюзу є скорочення марнотратного споживання ресурсів, підвищення продуктивності та енергоефективності, а також застосування на практиці таких міжнародних заходів, які здатні вирішити регіональні та глобальні економічні проблеми. В основній угоді Європейського співтовариства наголошено, що в сфері охорони довкілля ЄС бажає сприяти збереженню якісного життєвого простору, його охороні та покращенню, а також дбайливому та доцільному використанню природних ресурсів. Замість вирішення проблем постфактум та ліквідації наслідків – основний наголос ставиться на профілактику [3, с. 3].

У Євросоюзі успішно функціонують ряд інституцій, які відповідають за охорону довкілля. Найважливішими установами, відповідальними за здійснення екологічної політики ЄС, є Головне екологічне управління Європейської комісії, Рада міністрів з охорони довкілля, Європейський інвестиційний банк, Головний комісар ЄС з екології, а також Європейське агентство з питань екології.

На теренах ЄС систематично розробляється і реалізуються екологічні програми та програми охорони навколишнього середовища, де основними напрямками задекларовано – зміна клімату, збереження природного та біологічного різноманіття, стале використання ресурсів та поводження з відходами, а також охорона довкілля та здоров'я. Кожна програма дотримується керівного принципу сталого розвитку, який декларує, що подальший економічний та системний розвиток залежать від якості довкілля, його природних ресурсів, їх раціонального використання і охорони.

Європейська комісія за допомогою Рамкової програми з конкурентоспроможності та інновації (CIP) сприяє конкурентоспроможності європейських підприємств. Так, в рамках Плану дій по екологічним технологіям, період з 2008 до 2013 р., комісія підтримала і реалізувала екоінноваційний проект інвестицією на суму близько 200 млн.євро. Поряд з цим, європейські підприємства мали змогу прийняти участь і в програмі "LIFE+", кошторис якої становив 2,143 млрд євро на період 2007-2013 рр. [3, с. 3].

Стратегічною для країн ЄС є програма "Європа 2020 – стратегія розумного, стійкого, всеосяжного зростання", в якій викладено європейське бачення розвитку соціально ринкової економіки у XXI ст. Серед семи флагманських ініціатив, викладених у програмі, Європейська комісія запроваджує пріоритетну тему: "ресурсно-ефективна Європа", що має на меті допомогти відокремити економічне зростання від використання ресурсів. Ця ініціатива передбачає перехід до низьковуглецевої економіки, ширше використання відновлюваних джерел енергії, розвиток екологічно чистих технологій і створення модернізованого транспортного сектору. У Програмі "Європа 2020" також передбачено пріоритети: стійке зростання – сприяння більш ефективному використанню ресурсів, запровадження екологічно чистих виробництв і конкурентоспроможної економіки. Зокрема, передбачено забезпечити скорочення шкідливих викидів на 30 %. При цьому важливою є боротьба зі зміною клімату передусім зниження рівня шкідливих викидів, використовуючи потенціал нових технологій. Покращення ефективності використання ресурсів сприятиме зниженню рівня граничних викидів, заощадженню коштів і стимулюванню економічного зростання [2, с. 5, 12].

У контексті вищевикладеного окреслюються і проблеми екології, і охорони навколишнього середовища Закарпатської області, транскордонного регіону, який межує з чотирма країнами-членами Євросоюзу – Угорщиною, Словаччиною, Румунією і Польщею. За станом навколишнього середовища область відноситься до найбезпечніших, але екологічно вразливих регіонів країни. Обсяг викидів забруднених речовин в атмосферне повітря у 2013 р. становили 69,1 тис.т., з яких 11,1 % – викиди від стаціонарних джерел забруднення, а решта 88,9 % – від автотранспорту. Територією області проходять дві автодороги державного значення, що з'єднують країни СНД з країнами Західної Європи. Щодня автодорогами проїжджають тисячі одиниць транспорту.

Від стаціонарних джерел забруднення у атмосферне повітря викинуто 7657,9 тис.т. шкідливих речовин, в тому числі 213,1 тис.т. діоксиду вуглецю, а від пересувних засобів відповідно 61482,8 і 858,8 тис.т. У спеціально відведених місцях чи об'єктах області у 2013 р. зберігалось 1824,9 тис.т. небезпечних відходів [4, с. 480].

Серйозним забруднювачем навколишнього середовища є магістральні транс'європейські експортні газо-, нафто- і продуктопроводи загальною протяжністю 1700 км. Для області характерними є паводки внаслідок недотримання режиму господарювання у водоохоронних зонах та прибережних смугах річок, інтенсивної лісоексплуатації в гірських районах та погіршення санітарного стану лісів (зменшення їх водотрансформаційної функції внаслідок формування лісових насаджень некорінних порід), концентрації на берегах річок значних запасів лісосировини. Незадовільним є виконання протиповеневих заходів, відсутність необхідної кількості акумулюючих і регулюючих водосховищ, необґрунтоване кар'єрне видобування гравійно-пісчастих матеріалів з русел річок, забудова заплав гірських річок до русел [5, с. 14].

Актуальною проблемою для Закарпаття є раціональне використання сільськогосподарських земель, забезпечення їх охорони. В умовах малоземелля, коли на одну особу припадає 0,35 га сільгоспугідь і 0,16 ріллі (найменше по Україні), необхідності ведення аграрного господарювання в горах, питання розумного використання земель набуває особливої актуальності.

В аграрному господарстві області є ряд інших негативних моментів. На урожайність провідних сільськогосподарських культур впливає недостатнє внесення добрив під посіви. Так, у 2013 р. порівняно з 2000 р. в сільськогосподарських підприємствах області удобрена площа мінеральними добривами зменшилася у 2,3 раза. До того ж в аналізованому році з 191,4 га посівів удобрено лише 17,5 га, або 9,1 %, внесено органічних добрив на площу 100 га, що в сорок разів менше 2000 р. [4, с. 137]. Основною причиною такого стану є руйнування тваринницьких комплексів, різке зниження поголів'я худоби в сільськогосподарських підприємствах.

Значні площі сільськогосподарських угідь представлені ґрунтами з підвищеною кислотністю. Вони вимагають систематичного проведення хімічної меліорації: вапнування і гіпсування. В області в 2013 р. вапнування ґрунтів здійснено лише на площі 300 га, внесено 1,1 тис.т вапняного борошна та інших вапнякових матеріалів, що у 80 разів менше показника 2000 р. Гіпсування ґрунтів не здійснювалося. Засоби захисту рослин застосовувалися на 9,7 тис.га або на 5 % всіх посівів.

В області основна частина продукції рослинництва вирощується на меліорованих землях. Станом на 2005 р. в аграрних господарствах усіх форм власності знаходилося 180,6 тис.га осушених земель. Однак, близько 50 % меліоративних робіт на осушених землях здійснено до 1970 р. Тобто ці землі перебувають в експлуатації понад 40 років. Технічний рівень старіючих меліоративних споруд не забезпечує нормальної їх експлуатації, порушена функція осушувальної меліорації, дедалі ширше проявляється її негативний вплив на навколишнє природне середовище [1, с. 73].

На основі узагальнення матеріалів досліджень, щодо екологічної ситуації та охорони навколишнього середовища транскордонного регіону актуальною є реалізація таких основних заходів: запровадження екологічно безпечних технологій, передусім в лісовому, сільському і водному господарствах; забезпечення оптимальної лісистості в межах водозборів, заліснення непридатних до сільськогосподарського використання земель, відновлення верхньої межі лісу та зменшення навантаження на високогірні луки; припинення деградації земель і запобігання зсувним процесам; створення умов для запобігання наслідків шкідливої дії вод (паводків), забруднення і виснаження водних ресурсів, реалізація протипаводкових заходів та заходів, спрямованих на гарантоване питне водопостачання; створення умов для організації виробництва екологічно чистих продуктів харчування з маркою "біо"; запобігання забрудненню річок та підтримка їх сприятливого гідрологічного стану; створення нових сміттєзвалищ, облаштованих згідно із вимогами екологічної безпеки та санітарно-гігієнічними нормами; створення мережі діагностичних регульованих пунктів з метою зменшення забруднення атмосферного повітря промисловими підприємствами та автомобільним транспортом; втілення сучасних технологій ведення лісового господарства та лісоексплуатації в гірських умовах, відтворення корінних деревостанів і корінних фауністичних комплексів.

В умовах Закарпаття екологічна політика, охорона навколишнього середовища пов'язані не тільки зі створенням умов для безпечної життєдіяльності людей, але й в першу чергу з охороною, раціональним використанням та відтворенням унікальних природних ресурсів і багатств краю, забезпеченням на цій основі збалансованого соціально-економічного розвитку регіону.

Література

- 1.Газуда Л.М. Ресурсний потенціал аграрних підприємств в умовах трансформації власності / Газуда Л.М. – Ужгород, УжНУ, ПП "Медіум", 2004. – 220 с.
- 2."Європа 2020. Стратегія розумного, стійкого і всеосяжного зростання". – К. : Федерація роботодавців автомобільної галузі. – 21 с.
- 3.За придатне до життя навколишнє середовище. - Будапешт: В-во "Feliciter", 2010. – 12 с.
- 4.Статистичний щорічник Закарпаття за 2013 рік/Головне управління статистики у Закарпатській області; за ред. Г. Д. Гриник. – Ужгород, 2014. – 511 с.
- 5.Стратегія економічного та соціального розвитку Закарпатської області до 2015 року. – Ужгород, 2006. – 48 с.

УДК 338.2

Dr hab. Natalia Iwaszczuk,

prof. AGH

Kierownik Katedry Zarządzania w Energetyce

AGH Akademia Górniczo-Hutnicza im. St. Staszica m. Kraków, Polska

mgr Roman Warchoł,

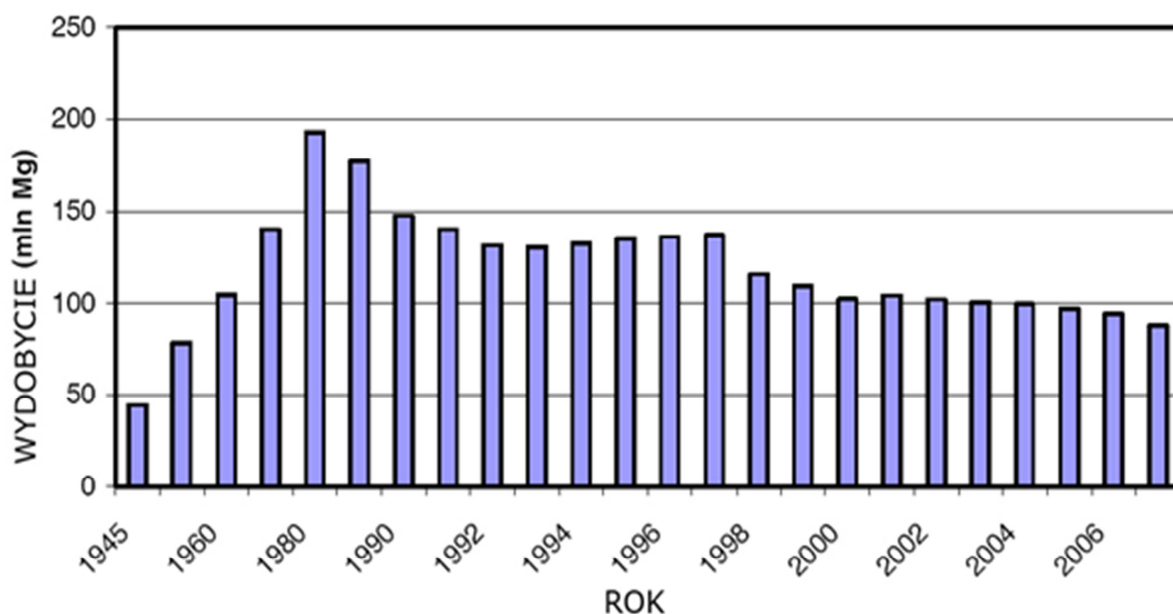
Doradca Zarządu Tauron Sprzedaż sp. z o.o.

m. Kraków, Polska

UZASADNIENIE KONIECZNOŚCI TWORZENIA SPÓŁEK WĘGLOWO – ENERGETYCZNYCH

Od ponad dwudziestu pięciu lat, czyli od pierwszych wyborów demokratycznych kolejne rządy w Polsce próbują z różnym skutkiem wprowadzać reformy gospodarcze, które mają znaczący wpływ na wolny rynek. Reformy te w dużym stopniu dotyczyły kluczowego dla gospodarki krajowej surowca energetycznego jakim jest węgiel kamienny. Jednak mechanizm wolnorynkowy nie zawsze miał dobry wpływ na rozwój przemysłu górniczego w naszym kraju. Kopalnie od wielu lat obciążone były znacznymi zobowiązaniami i jako pomioty należące do Skarbu Państwa stały się dla niego ciężarem. Konieczna więc była transformacja górnictwa węgla kamiennego.

Niestety niejednokrotnie drastyczna restrukturyzacja podejmowana w warunkach gospodarki rynkowej, doprowadzała do zamykania lub łączenia kopalń. Celem zasadniczym restrukturyzacji było przekształcenie górnictwa w sektor rentowny. Podjęte działania co prawda dawały oszczędności, ale wiązały się z dywersyfikacją zatrudnienia oraz ograniczeniem wydobycia, co z czasem otworzyło rynek na tani węgiel zagraniczny. Państwo nie potrafiło stworzyć odpowiednich warunków dla rozwoju polskiego górnictwa węglowego, a zawierzyło go wolnemu rynkowi. W konsekwencji od trzydziestu lat obserwowany jest problem fali taniego węgla napływającego ze Wschodu. Ze względu na niskie ceny węgla na rynkach światowych, krajowe kopalnie stały się nierentowne. Jednak przemysł energetyczny w Polsce wciąż oparty jest głównie na węglu, którego wydobycie w ostatnich dwóch dekadach stopniowo spadało (rys. 1).



Rys. 1. Wydobywanie węgla w Polsce w latach 1945 – 2006

Źródło: [2]

Krótkookresowo możliwość zakupu taniego węgla z importu wygląda atrakcyjnie, ponieważ prościej jest kupić tonę sprowadzanego węgla za 200 złotych niż dwa razy droższy węgiel z polskich kopalń o podobnej kaloryczności. Jednak w sytuacji, gdy na wolnym rynku ceny nagle zaczynają rosnąć, wygaszone lub zamknięte kopalnie nie da się szybko uruchomić i wznowić wydobycia.

Na tle powyższych zjawisk otwiera się polemika na temat utrzymania nierentownego przedsiębiorstwa górniczego w imię bezpieczeństwa energetycznego państwa. Jedną z możliwych opcji jest włączenie spółki węglowej do struktur grup energetycznych. Rozpatrzmy to na przykładzie Grupy Tauron Polska Energia.

Akcje Grupy Kapitałowej TAURON Polska Energia zostały jako pierwsze wprowadzone do obrotu giełdowego w tak dużym pakiecie, kiedy to Skarb Państwa zachował tylko 30 % udziału. Niemniej jednak daje mu to władztwo korporacyjne. To pierwsza spółka, względem której zastosowano mechanizmy wolnorynkowe poprzez sprzedaż giełdową jej udziałów, jednocześnie pozwalając państwu decydować o strategii spółki. Niestety pomyłką było windowanie cen akcji przy pierwszej emisji, co z czasem pokazało, że powoduje to niechęć nabywców do posiadania akcji polskich spółek energetycznych. Wydaje się, że miało to wyłączanie zamiar finansowy, pozwalający zdobyć tani kapitał giełdowy. Obecnie grupa umacnia swoją pozycję na rynku, pokazując istotny obrót w obszarze sprzedaży, dystrybucji, a także wytwarzania energii. Tym samym utwierdza inwestorów w przekonaniu, że jest spółką o stabilnej, ugruntowanej pozycji.

Grupa Energetyczna TAURON w swojej strukturze ma kilkanaście spółek kluczowych, jednak fundamentem grupy są cztery spółki strategiczne: TAURON Wydobywanie, TAURON Wytwarzanie, TAURON Dystrybucja i TAURON Sprzedaż.

Tauron Sprzedaż świadczy usługi dla blisko pięciu milionów klientów – indywidualnych, biznesowych i publicznych, co pozwala na osiągnięcie przez Grupę wysokich dochodów w ostatnich latach. Spółka działa również w obszarze taryfy G, która jest regulowana i tu spółka spełnia swoje zadania związane z taryfą chronioną. TAURON Sprzedaż działa również w obszarze wolnego rynku dla klientów biznesowych, gdzie cena jest uwolniona, konkurencja w sprzedaży energii duża, ale pomimo tego pozyskiwany jest duży dochód w tym obszarze. Trzecim segmentem sprzedaży energii są jednostki publiczne, które nie tworzą tak dużego udziału jak pozostałe segmenty w ogólnych przychodach spółki, ale są ważne ze względu na pełnione funkcje.

W celu zapewnienia dostaw energii do wszystkich podmiotów Grupa TAURON zbudowała sieć dystrybucyjną na obszarze Południowej Polski i za pomocą Spółki Dystrybucyjnej – TAURON Dystrybucja energia jest przesyłana do klientów końcowych. Jest to monopol naturalny, który zapewnia bezpieczeństwo energetyczne, przy regulowanych cenach dystrybucji.

TAURON Wytwarzanie to pierwsza spółka w łańcuchu wytwarzania, która w pewnych warunkach rynkowych może stać się deficytową. Taka sytuacja jest spowodowana faktem, iż wytwarzanie energii w krajach sąsiadujących z Polską jest w chwili obecnej tańsze. Ponieważ zakup energii (np. z Niemiec) staje się bardziej opłacalny, niż budowanie nowych bloków energetycznych i modernizowanie starych elektrowni, opcja ta jest coraz częściej wykorzystywana.

Działania wolnorynkowe prowadzą do degradacji obszaru wytwarzania. Skarb Państwa powinien się skoncentrować na ochronie tego segmentu, gdyż nie zawsze spojrzenie wolnorynkowe jest korzystne dla bezpieczeństwa energetycznego kraju. Mechanizmów prowadzących do ochrony jest wiele, poczynając od działań zaporowych dla energii z zewnątrz, nie zapominając o ważnych mostach energetycznych, a kończąc na łagodnych działaniach podatkowych.

Wytwarzanie, które w większości oparte jest w Grupie TAURON Polska Energia na węglu kamiennym, musi mieć zapewniony surowiec energetyczny. W tym celu został powołany podmiot TAURON Wydobywanie.

TAURON Wydobywanie (dawniej Południowy Koncern Węglowy) z siedzibą w Jaworznie powstał w 2005 roku, w wyniku połączenia dwóch kopalń ZG „Janina” z siedzibą w Libiążu oraz ZG „Sobieski III Jaworzno” z siedzibą w Jaworznie. Działalność związana z wydobyciem i sprzedażą węgla kamiennego spółka rozpoczęła 1 lipca 2005 roku. Jako producent węgla TAURON Wydobywanie posiada 27 % zasobów bilansowych węgla energetycznych zakładów czynnych kraju oraz 7 % udziału w krajowym rynku sprzedaży węgla.

Projekt tworzenia grup kapitałowych łączących spółki wydobywcze z energetycznymi nie jest nowy, już od dawna eksperci zastanawiają się, czy stworzenie takich grup będzie ekonomicznie uzasadnione, czy jedynie zaspokoi potrzeby utrzymania kopalń w gotowości. Rząd Polski nie kwapi do realizacji tego pomysłu, kierując się wyłącznie czynnikami ekonomicznymi. Oczywiście faktem jest, iż nierentowna kopalnia może obniżyć wyniki finansowe spółki energetycznej w momencie, kiedy istnieje możliwość zakupu tańszego węgla z innego źródła. Jednak ten problem nie należy poddawać analizie wyłącznie od strony ekonomicznej. Dziś wiele kopalń jest nierentownych, a widmo bankructwa największego producenta węgla kamiennego w Europie – Kompanii Węglowej, spowodowało, że temat powraca pod obrady polityków.

Koncepcja powiązania kapitałowego kopalń z energetyką została już częściowo zrealizowana w Polsce, przykładem takiej fuzji jest Tauron. Kompania Węglowa sprzedała mu swoje udziały w Południowym Koncernie Węglowym, tym samym Tauron stał się jedynym właścicielem kopalń: „Janina” w Libiążu i „Sobieski” w Jaworznie. Ta struktura funkcjonuje od lat i to właściwy model, który zapewnia stabilizację oraz rozwój. Nieoficjalnie mówi się też o przyłączeniu kolejnych kopalń do grupy Kapitałowej Tauron Polska Energia. Takie rozwiązanie powoduje stabilny rozwój grupy w obszarze zapewniania surowca dla potrzeb grupy, który z roku na rok będzie zwiększał swoje potrzeby wydobywcze.

Inną praktyką jest łączenie wydobycia węgla brunatnego z produkcją energii z tego paliwa. Wystarczy tu wspomnieć Zakłady Energetyczne Pątnów, Adamów, Konin, które wydobywają węgiel brunatny i spalają go we własnych elektrowniach.

Na tle powyższych przykładów węglowo-energetycznych sojuszy, warto się zastanowić nad sensownością kolejnych fuzji. Faktem jest, że połączenie dwóch dużych „organizmów” – przychodowej energetyki i deficytowego węgla jest skomplikowane. Przeszkodą, która stoi na drodze takiego zintegrowania jest dramatyczna sytuacja spółek węglowych, wymagających dogłębnej restrukturyzacji. Jednak wbrew ekonomicznym przesłankom, można uznać, że jest to najlepszy moment, aby te dwa „organizmy” połączyć.

Należy również podkreślić, że stanowisko ekspertów z branży energetycznej, tej samej, która obecnie jest przeciwna łączeniu, może się zmienić w ciągu jednego dnia, gdy sytuacja geopolityczna doprowadzi do tego. Stanie się tak, gdy nagle węgiel ze Wschodu przestanie wjeżdżać do Polski z powodów politycznych, wtedy z dnia na dzień branża energetyczna będzie musiała kupować droższy węgiel od spółek państwowych, po jego rynkowej cenie. Ponadto fuzja branży energetycznej z wydobywczą ma perspektywę długofalową w świetle coraz mniej stabilnego rynku rosyjskiego i rozdmuchanej do granic możliwości gospodarki chińskiej.

Przy niekończących się dyskusjach politycznych i ekonomicznych co do zgodności współdziałania spółek w obszarze „surowiec a wytwórca”, należy zwrócić szczególną uwagę na bezpieczeństwo energetyczne państwa. Ekonomia i polityka odchodzi na bok, gdy nagle brakuje surowców. Nasz kraj i nasza gospodarka powinna zmierzać do stabilizacji w obszarze wytwarzania energii. Nigdy nie będziemy niezależni w wytwarzaniu energii tam, gdzie nie będzie surowca do jej produkcji, a najlepszym rozwiązaniem jest posiadanie własnego surowca.

Stabilizacja i bezpieczeństwo w sensie energetycznym jest dla państwa kluczowe. W drugiej kolejności jest ekonomiczna zasadność łączenia takich spółek. Przy czym zawsze będzie uzasadnione łączenie obszaru wydobywczego z wytwórczym w kontekście stabilizacji państwa i ciągłości wytwarzania energii elektrycznej i ciepłej.

Rząd Polski powinien skupić główną uwagę na nowych technologiach wytwarzania oraz nowych źródłach dostaw surowców energetycznych. Obecnie silnie forsowana przez Unie Europejską polityka wzmocnienia odnawialnych źródeł energii powoduje pogrążanie tradycyjnej energetyki. Droga technologia powoduje, że „tanie źródło” staje się nieekonomicznym, a zapisy ustawowe powodują wzrost udziału tej energii w dłuższej perspektywie czasu. Niebawem każdy z nas zacznie dopłacać do wytwarzania energii ze źródeł odnawialnych.

Zapewne jeszcze długie lata nie będzie innej możliwości pozyskania tańszej energii z innych źródeł w Polsce niż węgla, który powinien być kontrolowany przez Państwo i przez Państwo regulowany jako dobro narodowe, zapewniające podstawowe bezpieczeństwo energetyczne naszego kraju.

Literatura

1. „Strategia Korporacyjna Grupy TAURON na lata 2014-2017 z perspektywą do roku 2023” – Przyjęty dokument jest aktualizacją „Strategia Korporacyjna Grupy TAURON na lata 2011-2015 z perspektywą do roku 2020”, <http://www.tauron-pe.pl/tauron/o-tauronie/strategia-korporacyjna/Strony/strategia-korporacyjna.aspx>
2. Tajduś A., Cała M., „Trends and Perspective of the Polish Mining Industry” / New challenges and visions for mining industry. 21st World Mining Congress: 7-12.09.2008, Poland, Kraków-Katowice-Sosnowiec / eds. E. J. Sobczyk, J. Kicki. – S. 141-153.
3. Spółka węglowa Tauron Wydobywanie SA <http://www.tauron-wydobycie.pl/>
4. Spółka węglowa JSW SA <http://www.jsw.pl/>
5. Spółka węglowa KHW SA <http://www.khw.pl/>
6. Portal górniczy <http://www.nettg.pl/>

Ковалишин О.Ф.,
к.е.н., доцент кафедри земельного кадастру,
Кришеник Н.І.,
к.е.н., старший викладач
кафедри землепорядного проектування,
Львівський національний аграрний університет,
м. Дубляни

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Проблема раціонального використання та охорони земель сільських територій, є особливо актуальною сьогодні. Кожен регіон України разом із загальними науково-обґрунтованими пропозиціями, щодо вирішення проблеми раціонального та ефективного використання земель сільських територій, потребує й індивідуального підходу та наукових розробок, які б стосувалися окремих умов, регіонів, можливостей [2].

Раціональне використання земель сільських територій в умовах розвитку земельних відносин слід розглядати в контексті сталого (збалансованого) розвитку.

Проблема сталого розвитку – одна з найбільш актуальних у сучасному світі. Нею опікуються світові лідери, їй присвячені сотні урядових і міжурядових програм, вона вже багато років стоїть у порядку денному найвпливовіших міжнародних організацій.

Під кінець минулого та на початку нинішнього століття Організація Об'єднаних Націй розгорнула наполегливу діяльність з цієї проблематики. Були проведені такі важливі заходи, як всесвітні конференції, спеціальні сесії Генеральної Асамблеї ООН, зустрічі на найвищому рівні представників практично всіх країн світу. Проблема сталого розвитку перетворилася на важливу складову внутрішньої та зовнішньої політики багатьох держав на усіх континентах [3, с. 13].

Поняття сталого (збалансованого) розвитку наведене в Концепції сталого (збалансованого) розвитку, що була представлена у доповіді «Наше спільне майбутнє» [1; 5]. Міжнародної комісії ООН з навколишнього середовища і розвитку, яка підготовлена у 1987 році під керівництвом прем'єр-міністра Норвегії Гро Харлем Брундтланд. У цій доповіді сталий розвиток – це такий розвиток, який задовольняє потреби сьогодення, але не ставить під загрозу спроможність прийдешніх поколінь задовольняти свої потреби.

Сучасне розуміння концепції сталого розвитку бере до уваги не лише економічний чи еколого-економічний, а й суспільний (соціальний) вимір з його політологічними, ідеологічними, моральними, культурологічними складовими [3, с. 23-24].

Таким чином, сталий (збалансований) розвиток сільських територій доцільно розглядати у структурі трьох рівноцінних складових: соціальної, економічної та екологічної. Системне узгодження та збалансування цих трьох складових — завдання величезної складності.

На сьогодні ще немає досконалого законодавчого механізму, а також відсутні важелі, які б регулювали землекористування сільських територій на регіональному рівні. Для позитивних рушень у такій ситуації необхідним є запровадження системного підходу до визначення регіональних особливостей використання земель сільських територій у контексті сталого розвитку.

Враховуючи вищенаведені проблеми, виникає необхідність розробки програми комплексного розвитку сільських територій, основна мета якої – досягти збалансованості і координованості програмної діяльності різних забезпечувальних структур, що повинно забезпечити кращі показники розвитку сільських громад. Вирішення соціальних та екологічних проблем неможливе без економічного підґрунтя й розвитку виробництва та відповідного управлінського механізму. Але кінцевою метою є підвищення доходів людей і покращання рівня їх життя через розбудову сіл, створення нових робочих місць, зростання рівня заробітної плати селян.

Для забезпечення раціонального використання земельних ресурсів сільських територій з урахуванням вимог сталого розвитку необхідно [4, с. 161-162]:

- запроваджувати нові та удосконалювати існуючі системи землекористування, спрямовані на підвищення якісного стану земель та збереження й відтворення родючості ґрунтів;
- здійснювати землеустрій сільських територій, новостворених сільськогосподарських підприємств відповідно до концепції сталого розвитку та запроваджувати контурно-меліоративну організацію території аграрних підприємств усіх форм власності й господарювання;
- формувати екологічну мережу сільських територій;
- вживати заходи для завершення інвентаризації земель сільських населених пунктів, прилеглих до них територій та прискорити проведення інвентаризації земель сільськогосподарського призначення за формами власності та суб'єктами господарювання;
- здійснювати зонування земель з метою встановлення вимог щодо допустимих видів забудови та іншого використання земельних ділянок у межах окремих зон відповідно до місцевих правил забудови;
- проводити резервування земель для розвитку населених пунктів;
- запроваджувати ефективний механізм захисту прав на земельні ділянки громадян і юридичних осіб;
- забезпечувати державний контроль за забудовою та раціональним використанням земель сільських населених пунктів, прилеглих до них територій та земель сільськогосподарського призначення згідно з затвердженими генеральними планами населених пунктів, дотриманням земельного та природоохоронного законодавства, використанням і охороною земель, природних ресурсів загальнодержавного та місцевого значення, відтворенням лісів;

– запровадити економічне стимулювання раціонального використання і охорони земель з метою підвищення зацікавленості власників і землекористувачів у збереженні й відтворенні родючості ґрунтів та захисті земель від негативних наслідків виробничої діяльності;

– вилучити з інтенсивного обробітку деградовані, малопродуктивні та техногенно забруднені землі сільськогосподарського призначення.

Під кутом зору регіональних особливостей нами узагальнено і згруповано ці засади (рис. 1).



Рис. 1. Концептуальні засади сталого (збалансованого) розвитку сільських територій

Джерело: розробка автора

Запровадження зазначених заходів забезпечить збалансоване використання природно-ресурсного потенціалу сільських територій, сприятиме зростанню соціального захисту населення, розвитку нових напрямів використання земель сільських територій.

Отже, загальні принципи землекористування сільських територій уже сформовані. Однак, на сьогодні ще немає досконалого законодавчого механізму, а також відсутні важелі, які б регулювали землекористування сільських територій на регіональному рівні. Регіональні умови, які впливають на використання земель сільських територій і формують відмінності в регіональних земельних відносинах, вимагають формування регіонального інституціонального середовища.

Література

1. Гринів Л.С. Екологічно збалансована економіка: проблеми теорії : монографія / Л. С. Гринів. – Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2001. – 240 с.
2. Купріянич І. П. До питання збереження та раціонального використання земельних ресурсів [Електронний ресурс] / І. П. Купріянич, Є. В. Бутенко. – Режим доступу : <http://elibrary.nubip.edu.ua/13652/1/12kip.pdf>
3. Садовенко А.П. Сталий розвиток суспільства : навч. посібник / А.П. Садовенко, В.І. Серета, Л.Ц. Масловська. – К., 2009. – 240 с.
4. Ходаківська О.В. Природно-ресурсний потенціал сільських територій у контексті забезпечення їх сталого розвитку / О.В. Ходаківська // Всеукраїнський науково-виробничий журналі : Сталий розвиток економіки. – 2012. – №4. – С. 160-163.
5. WCED, 1987. Our commor future. [The Brundtland Commission]/ London? Oxford Univ. Press (for The World Commission on Environment and Development): – 383 p.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАСОВОЇ ОЦІНКИ ЗЕМЕЛЬ ПІД СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ УГІДДЯМИ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день в Україні йде процес формування ринку земель сільськогосподарського призначення. В умовах відсутності прозорості земельного ринку у господарюючих суб'єктів існує об'єктивна потреба у достовірній вартісній оцінці. Питання оцінки землі для України є відносно новими, тому що земля тривалий час була виключена зі сфери економічних відносин. Тому гостро стоїть питання щодо розробки відповідного стану ринку підходу до аналізу всього комплексу доступної інформації, який міг би використовуватися і в подальшому по мірі становлення ринку земель сільськогосподарських земель.

Чинна методична база оцінки землі не містить вичерпної відповіді на питання, як необхідно визначити ринкову вартість земель сільськогосподарського призначення. Враховуючи ситуацію, яка склалася, на сьогоднішній день виникає необхідність розробки якісної, ринково-орієнтованої системи оцінки земель.

Питанням оцінки земель сільськогосподарського призначення під сільськогосподарськими угіддями займаються ряд вітчизняних вчених таких як, С.Н. Волков, Р. Вессели, Ю.Ф. Дехтяренко [4], Джозеф К. Еккерт [2], В.М. Заяць, О.П. Канаш, Ю.М. Манцевич [4], А.Г. Мартин, Ю.М. Палеха [4], А.П. Ромм, А. Сміт, Г. Харісон, проте питання масової оцінки земель сільськогосподарського призначення є порівняно новим і малодосліджуваним.

В умовах формування ринку земель, його непрозорості, недостатньої інформації щодо продажу земельних ділянок, найбільшу значимість набуває масова оцінка. Масова оцінка відрізняється від індивідуальної оцінки за цілями, завданнями і техніці оцінки одних і тих же показників [2, с. 52].

Обидва види оцінки, використовуючи одні і ті ж методи, відрізняються технікою оцінки: глибиною аналізу і способами обробки, використовуваної для оцінки інформації.

Індивідуальна оцінка - метод отримання оцінок ринкових вартісних показників одного або декількох об'єктів, при якому для досягнення отриманого результату аналізується вся можлива сукупність факторів [3, с.36].

Масова оцінка - метод отримання оцінок ринкових вартісних показників групи однорідних об'єктів з використанням статистичної обробки реальної ринкової інформації [3, с.36].

Необхідно відзначити, що предметом визначення вартості земельної ділянки сільськогосподарського призначення є не сама по собі земельна ділянка, а вартість правочинів, що випливають із різних прав на земельну ділянку, та дають можливість отримувати певні вигоди і користині.

Оцінка земельних ділянок під сільськогосподарськими угіддями повинна провадитися виходячи з їх дозволеного, невиснажувального і найбільш ефективного використання з урахуванням особливостей природно-сільськогосподарського районування територій.

В міру становлення ринкових відносин в Україні земля поступово стає товаром - об'єктом господарського обороту. Як будь-який товар земля має споживчу і ринкову вартість. Споживча вартість відображає вартість землі, призначеної для конкретного користувача. Під ринковою вартістю земельної ділянки сільськогосподарського призначення розуміється найбільш ймовірна ціна продажу ділянки на конкурентному і відкритому ринку при усвідомлених і раціональних діях в інтересах покупця і продавця, які добре поінформовані і не відчувають тиску надзвичайних обставин [5, с. 75].

Фактори, через які проявляються особливості оцінки земельних ділянок під сільськогосподарськими угіддями, умовно можуть бути розділені на 2 групи: 1 група - особливості земельних ділянок під сільськогосподарськими угіддями як об'єкта оцінки в частині природної складової; 2 група - особливості земельних ділянок під сільськогосподарськими угіддями як об'єкта оцінки в частині економічної складової (рисунок 1).

Природна складова включає такі основні компоненти: родючість ґрунту, розподіл земельних ділянок за рельєфом і конфігурацією, кліматичні умови. Те чи інше поєднання даних чинників може мати прямо протилежний вплив на результативні показники сільського господарства. Так, родючі землі можуть розташовуватися в несприятливих кліматичних умовах або бути незручними для використання сільськогосподарської техніки через складний рельєф або дрібноконтурність полів тощо.

Особливості земельних ділянок під сільськогосподарськими угіддями як об'єкта оцінки в частині економічної складової проявляються в наступному.

1. Юридичні особливості.

При оцінці сільськогосподарських угідь необхідно враховувати жорстке законодавче обмеження на дозволене використання.

2. Необхідність визначення найкращого і найбільш ефективного використання на основі критерію невиснажливого використання та максимального доходу. якнайкраще і найбільш ефективно використання сільськогосподарських угідь складається з розробки для нього оптимальної структури посівних площ, зокрема, системи сівозмін, застосування ефективної системи добрив, системи обробки ґрунту, захисту рослин від шкідників і хвороб сільськогосподарських культур, оптимального режиму зрошення, механізації елементів обробітку сільськогосподарської культури.

3. Особливості визначення витрат. Необхідно відзначити той факт, що витрати на вирощування сільськогосподарських культур відображають реальні об'єми праці, паливно-мастильних та інших матеріалів, відрахувань на амортизацію і технічне обслуговування сільськогосподарської техніки, що визначаються нормативами і структурою витрат, зональних технологій вирощування та збирання сільськогосподарських культур, спрямованих, як правило, на максимальне використання потенціальної родючості земель.

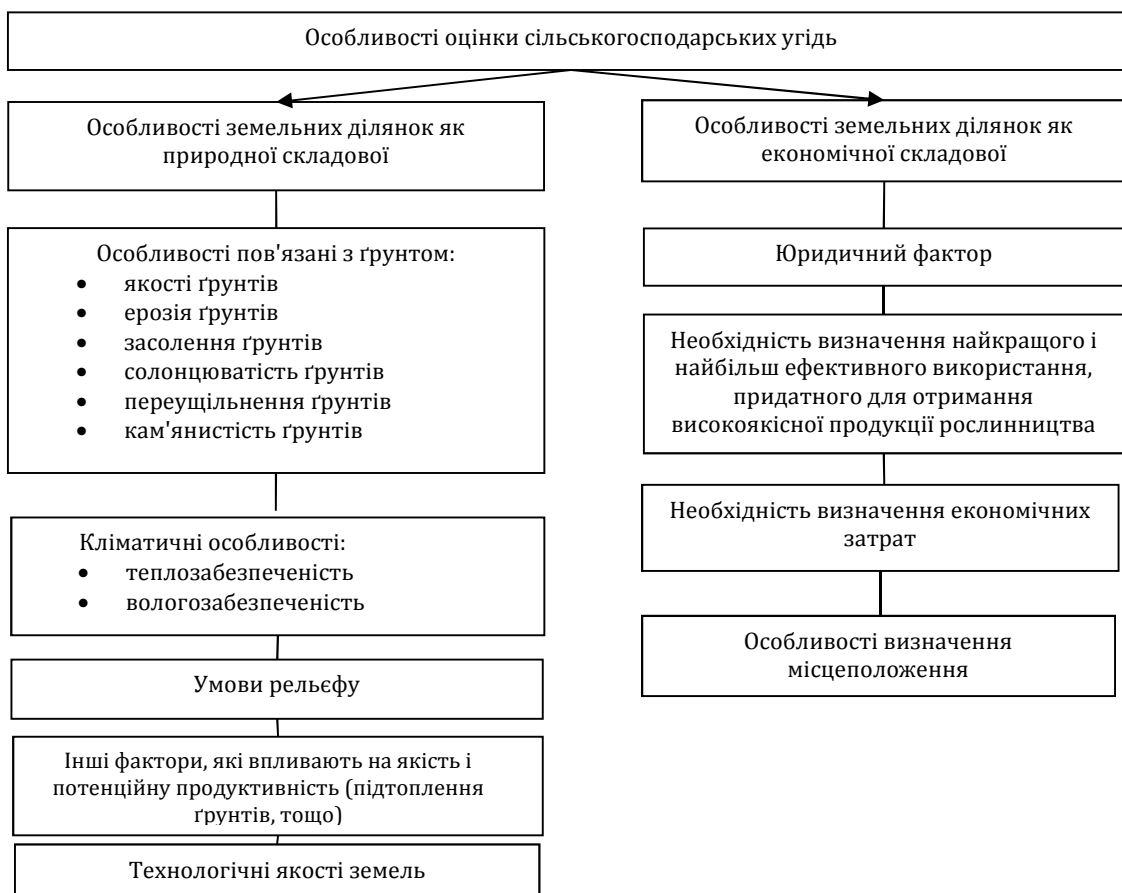


Рис. 1. Класифікація особливостей оцінки земель під сільськогосподарськими угіддями

4. Облік фактору місця розташування. Необхідно відзначити, що місце розташування є об'єктивною категорією рентних умов.

5. При оцінці земельних ділянок під сільськогосподарськими угіддями необхідно враховувати такі основні особливості землі як засобу виробництва:

- абсолютна немобільність землі як виробничого фактора;
- неоднорідність окремих земельних ділянок за родючістю;
- обмеженість землі;

– вічність фактора. Ця особливість полягає в тому, що розмір земельної ділянки незмінний як в просторі, так і в часі.

Висновок. Для практичної реалізації масової оцінки земель сільськогосподарського призначення необхідно провести наукові дослідження та ряд експериментальних розрахунків. Зокрема, ці дослідження за допомогою розробленого модельного забезпечення масової оцінки земель можуть дозволити визначити розміри фіскальних параметрів майнового оподаткування в загальній системі оподаткування в територіальному розрізі і обґрунтувати диференціювання податкових ставок на земельні ділянки в залежності від цільового її використання і рівня благополуччя платників податку. Особливе місце в цих дослідженнях повинна зайняти "ресурсна" нерухомість (сільськогосподарські та лісові угіддя, рекреаційні ресурси, родовища корисних копалин тощо), що дозволить сформулювати пропозиції щодо встановлення ефективних (з позиції власника і користувача природних ресурсів) ставок рентного оподаткування.

Література

1. Закон України "Про оцінку земель" від 11.12.2003 № 1378-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2004, № 15, ст. 229.
2. "Организация оценки и налогообложения собственности" (під загальною редакцією Дж.К.Еккерта). - пер. з англ., М: "Красная Гора", 1997 р.
3. Калинина Н. Массовая оценка недвижимости [Электронный ресурс] / Н. Калинина [и др.] // www.ma-ss.est.ru (Официальный сайт рынков недвижимости).
4. Методичні основи грошової оцінки земель в Україні / [Ю.Ф. Дехтяренко, М.Г. Лихогруд, Ю.М. Манцевич, Ю.М. Палеха]. - К.: Профі, 2007. - 624 с.
5. Медведева О.Е. Оценка стоимости земель сельскохозяйственного назначения и иного сельскохозяйственного имущества. Приложение к журналу "Имущественные отношения в Российской Федерации". - М., 2004.

УДК 338.45:623.483

Купинец Л.Є.,
д.э.н., професор, зав. отделом,
Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАНУ,
Обнявко Т.С.,
преподаватель кафедры тылового обеспечения,
Военная академия,
г. Одесса

ВОЕННО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС УКРАИНЫ: ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ И ЭКОЛОГИИ

Украина унаследовала почти 700 предприятий Военно-промышленного комплекса (ВПК) СССР [1, с. 162 – 163], однако вследствие сокращения финансирования военной промышленности, отсутствия оборонных заказов, разрыва сложившихся кооперационных связей количество предприятий ВПК в Украине 2009 году по сравнению с 1991 годом сократилось в 2,8 раза, а объем производства предприятий ВПК Украины сократился почти в 10 раз [2, с. 194].

В это же время Украина активно экспортировала на мировом рынке вооружения и военную технику (ВВТ), преимущественно оставшиеся от СССР, а также услуги по ремонту и модернизации ВВТ. В 2012 году экспорт военной продукции по сравнению с 2005 годом увеличился в 4,36 раза, хоть в 2008 – 2011 годах и снижался по сравнению с 2006-2007 годами (рис. 1) [3].



Рис. 1. Объем экспорта вооружений и военной техники из Украины в 2005-2012 годах, млн. дол. США

Источник – построено авторами на основании [3]

В результате страна осталась слабо вооруженной, с морально устаревшими ВВТ. Для укрепления обороноспособности страны в условиях внешней военной угрозы необходимо срочно интенсифицировать развитие ВПК на основе современной технологической базы и эффективных управленческих подходов. Поэтому принципиальным направлением дальнейшего развития ВПК Украины является разработка комплексных мероприятий по его устойчивому развитию, важной составляющей которых является не только увеличение финансирования выпуска ВВТ, но и учет экологических требований в военном производстве и деятельности подразделений Вооруженных Сил Украины (ВСУ), которым в настоящее время уделяется недостаточно внимания.

Можно выделить следующие нерешенные экологические проблемы как ВСУ, так и предприятий ВПК: отсутствие ресурсосберегающих технологий в производстве военной продукции; невнимание к утилизации отходов; загрязнение атмосферы; деградация земель; загрязнение водных ресурсов; необходимость утилизации боеприпасов; демографические проблемы под неблагоприятным влиянием звеньев ВПК. Решение этих проблем на практике пока сводится к установке очистных сооружений, к утилизации боеприпасов и компонентов ракетного топлива (меланжа). В последние годы сложилась тенденция к увеличению объемов утилизации боеприпасов, например, в 2013 году было утилизировано боеприпасов в 2,12 раза больше, чем в 2005 году, а меланжа в 2013 году было утилизировано в 20,34 раза больше по сравнению с 2008 годом [4].

Устойчивое развитие ВПК Украины возможно исключительно на основе приоритетной реализации экономической составляющей, ориентированной на внедрение новейших технологий и на этой базе – на решение экологических, социальных, политических и информационных проблем, основные направления решения которых приведены в таблице 1.

Економічні та екологічні напрями розвитку ВПК України*

Економічні задачі	Екологічні задачі
1	2
<p>Внедрение парадигмы устойчивого развития объектов ВПК.</p> <p>Учет материального потока и применение принципа экономии ресурсов.</p> <p>Снижение высоких накладных расходов.</p> <p>Выпуск продукции «двойного» назначения - для ВПК и для гражданских нужд</p> <p>Диспетчеризация производства и совершенствования организации хранения вооружений.</p> <p>Создание эффективного механизма ответственности предприятий оборонного комплекса за причинение вреда окружающей среде и поощрение минимизации вредного воздействия на окружающую среду</p>	<p>Осуществление принципа превентивности в охране окружающей среды.</p> <p>Усиление синергетического взаимодействия экономики и экологии.</p> <p>Внедрение энергоэффективных технологий, что повысит конкурентоспособность предприятий ВПК в глобальном производстве и снизит негативное воздействие на окружающую среду.</p> <p>Формирование программы утилизации или безопасного хранения отходов ВПК.</p> <p>Сокращение объемов вредных выбросов в атмосферу.</p> <p>Формирование программы защиты и восстановления почв после физических и химических воздействий ВПК.</p> <p>Разработка программы повышения лесистости территорий под военными объектами.</p> <p>Формирование программы защиты водных ресурсов от воздействий ВПК</p>

Источник: построено авторами на основании [5]

Литература

1. Горбулін В. Оборонне будівництво в Україні: проблемні питання розвитку ОПК й підходи до їх вирішення // Зеркало недели. – 2001. – 26 января.
2. Бадрак В. Обзор оборонной промышленности Украины / Бадрак В., Згурец С. // Альманах по вопр. гос. упр-я в секторе безопасности Украины 2010. – Женева – Киев: ЖЦДК над ВС, 2010. – 218 с.
3. СІПРІ 2008-2013: Щорічники. – К.: Заповіт, 2008-2013.
4. Білі книги 2005-2013: Щорічники / Міністерство оборони України. – К., 2006-2014.
5. Напрямки вдосконалення природоохоронної діяльності в Збройних Силах України : наук.-метод. посібник. – ННДЦ ОТ і ВБ України, 2006. – 424 с.

УДК 550.38:633.1

Мельник П.П.,

кандидат економічних наук,

Інститут агроєкології і економіки природокористування НААН,
м. Київ

МАГНІТНЕ ПОЛЕ ЗЕМЛІ У СФЕРІ АГРОЕКОСИСТЕМИ

Нині уже актуальним є пошук шляхів підвищення продуктивності рослин сільськогосподарських культур в агроєкосистемі. Відомо, що окремі елементи живлення органічних і мінеральних добрив в комплексі забезпечують формування продуктивності рослин та поліпшення родючості ґрунту. Проте, мало хто звертає увагу на системну довготривалу дію окремих абіотичних чинників. Зокрема, впливу магнітного поля Землі на аграрне виробництво, яким обумовлюється забезпечення сталого еколого-економічного та соціального розвитку суспільного виробництва. Його потужний вплив у просторовому вимірі захищає Землю і галузі агроєкосистем від різних сукупних фізичних змін, які відбуваються на Сонці.

Був введений термін „просторовий розвиток” (spatial development), що утвердився в Європі, Канаді, а потім у США на початку 70-х років ХХ ст., хоча використовується ще з 30-х років, наприклад, при утворенні округу Метрополіі Торонто – Toronto Metropolitan Unit сформований 1934 р.) [1,2].

Магнітне поле Землі цікавить багатьох дослідників, бо воно є одним із надпотужних планетарних геофізичних чинників, що історично визначає хід і розвиток природних процесів в геобіосистемах [3,4,5]. Тому вважається, що вплив магнітного поля Землі на продуктивність агроєкосистем досить значна, але визначення найбільш результативних показників не можливий із-за відсутності розробленої методики. Особливо при врахуванні впливу окремо взятого показника матеріально-технічних ресурсів і магнітного поля Землі.

Разом з тим, об'єктивне вивчення впливу магнітного поля Землі можливе лише при глибокому аналізі продуктивності агроєкосистем на великих територіях (країн, зон, областей), для чого людство ще не відпрацювало чітких планетарних показників.

Не менш важливу методичну складність має аналіз результативних показників отриманих в галузях агроєкосистем та магнітного поля Землі, яке діє багатотривалий період часу. Саме тому, вважається за потрібне задіяти у дослідженнях загальновідомі економічні та геофізичні підходи, що дозволяють проводити аналіз результативних показників на значних територіях агроєкосистем і за тривалий період часу фізичного явища.

Зокрема, задачею нашої роботи є дослідження закономірності існування зв'язку між виробництвом пшениці озимої і магнітним полем Землі в українських клімато-геомагнітних поясах, що представлені на рис. 1.

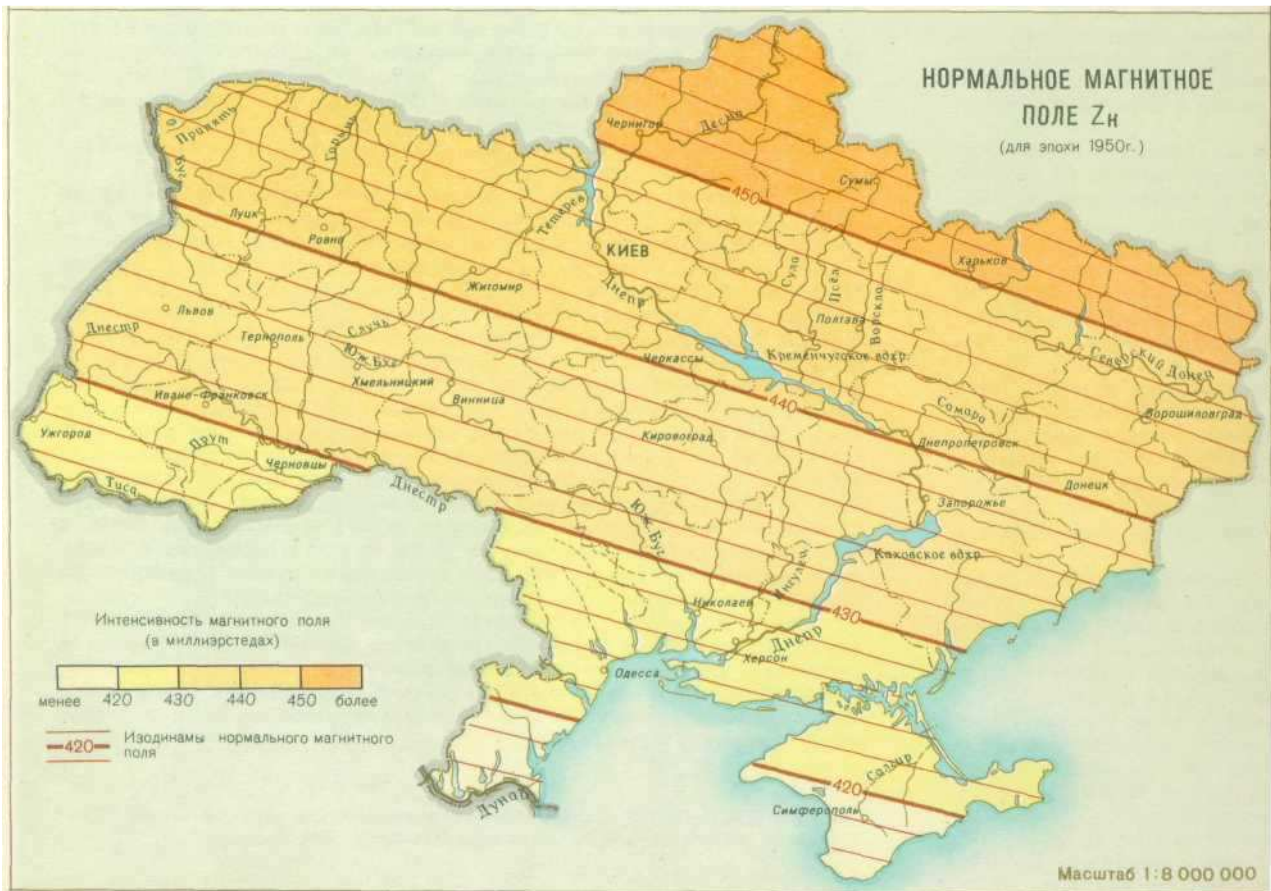


Рис. 1 Геомагнітні пояси нормального магнітного поля Землі на території України.

Для доказу важливості вивчення впливу геомагнітного поля на агроєкосистеми наводимо графіки зміни середніх за рік величин магнітного поля і середньої по роках врожайності озимої пшениці на території України за 1957 – 2008 роки. При цьому для характеристики геомагнітного поля використовуємо різницю між середніми значеннями магнітної індуктивності B на території України і загальними значеннями магнітного поля Землі B_{IGRF} (International Geomagnetic Reference Field). Наприклад, на середину 1957 року $B - B_{IGRF} = 48246 - 48014,8 = 231,2$ нТл. Залежність між врожайністю і геомагнітним полем, представлено на графіках побудованого на основі згладжування даних за допомогою сплайн-функцій (статистичний пакет S-PLUS) рис. 2, 3.

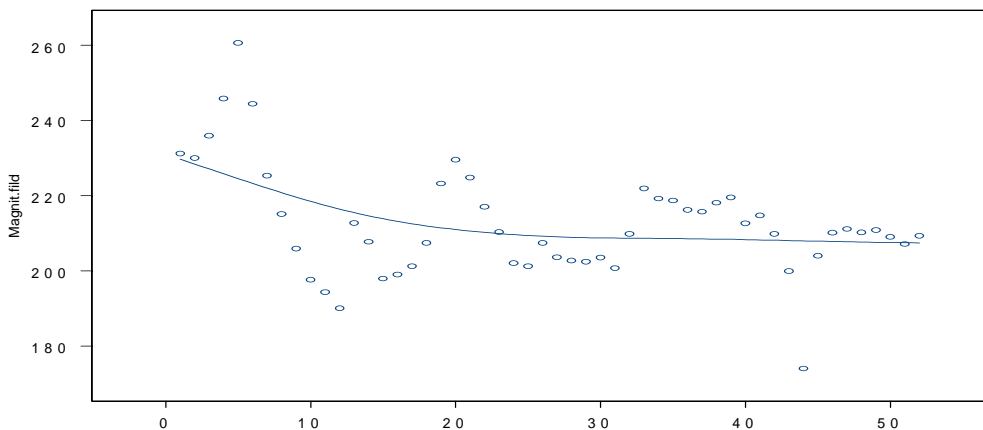


Рис. 2. Графік змін МПЗ за період 1957 – 2008 рр.

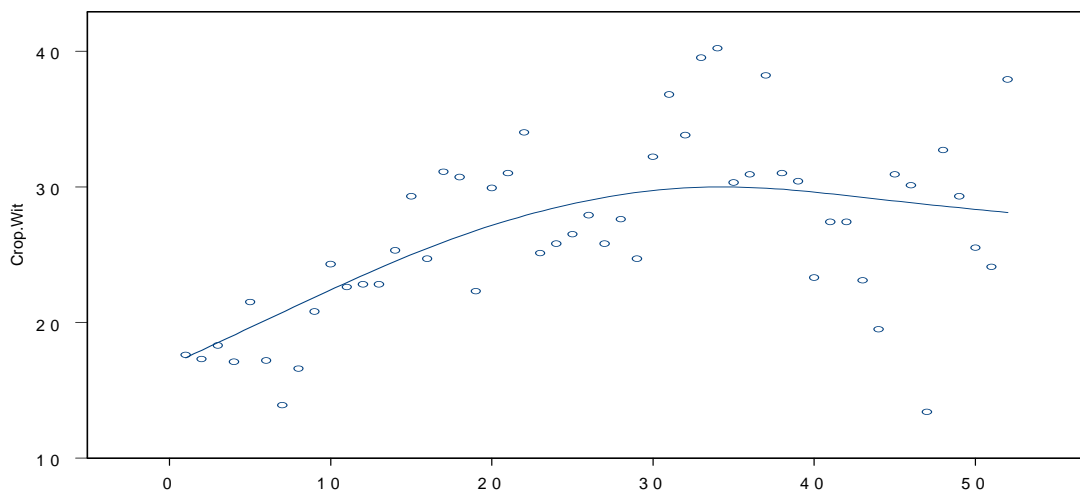


Рис. 3. Графік змін середньорічної по Україні врожайності озимої пшениці за період 1957–2008 рр.

При цьому коефіцієнт кореляційного зв'язку даних показників позитивний і дорівнює – 0,82. Через вплив багатьох факторів на дані показники потрібен детальний статистичний аналіз цих важливих часових рядів, що буде предметом наших наступних досліджень.

Взагалі методичне забезпечення таких досліджень майже відсутнє. Усі існуючі методичні підходи щодо впливу геомагнітного поля на врожайність пшениці озимої висвітлені недостатньо.

Проводились дослідження на зародках пшениці озимої, реакції кореневої системи щодо полюсів магнітного поля тощо [6]. Результати наших досліджень підтверджують, що магнітне поле Землі має природний вплив на галузі агроєкосистеми.

Таким чином, обґрунтування сутності зв'язку між магнітним полем Землі і урожайністю озимої пшениці може служити підставою для проведення подальших досліджень і узагальнень, щодо впливу магнітного поля Землі на результативні показники господарської діяльності і в цілому на економіку аграрних підприємств.

Очевидно, що проведені дослідження можуть служити для прогнозування результативних показників на макро- і мікро рівнях агроєкосистем при умові подальшого їх уточнення.

Література

1. Глазычев В.Л. Розсип: принципы пространственного развития / В.Л. Глазычев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.glazychev.ru/projects/2004>.
2. Лицур І.М. Еколого-економічні проблеми просторової організації лісового комплексу України / І.М. Лицур; за ред. д.е.н. проф., акад. НАН України Б.М. Данилишина. – К.: РВПС України, 2010. – С. 317.
3. Орлюк М.І. Геофізична екологія – основні задачі та шляхи їх розв'язку / Орлюк М.І. // Геофізичн. журн. – 2001. – т. 23., №1. С.49–50.
4. Орлюк М.І., Ромене А.А. Новый критерий оценки пространственно-временной возмущенности магнитного поля Земли и некоторые аспекты его использования // Геофизич. Журн., 2005. – т. 27, № 6. С.1012-1023.
5. Orlyuk M.I. Analysis of a geomagnetic field in Ecology//www.cosis.net/ 06649/EGS02-A-06649.pdf.
6. Влияние магнитных полей на биологические объекты //Сб. – М: «Наука», 1971. – 214 с.

УДК 336.2:639

Миськовець Н.П.,

асистент кафедри фінансів та економіки природокористування,

Національного університету водного господарства та природокористування, м. Рівне

СТИМУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ У РОЗВИТОК ВОДНИХ БІОРЕСУРСІВ

Економічна ситуація і перспективи розвитку будь-якого регіону та галузі характеризуються станом і активністю інвестиційної діяльності, інтенсивністю та розмірами капітальних вкладень. Оскільки у світі існує гостра конкурентна боротьба за залучення інвестицій, потенційні інвестори шукають найбільш вигідних можливостей для вкладання капіталу. Кожний інвестиційний проект має конкретну спрямованість і з найбільшою ефективністю може бути реалізований у тих регіонах, де для цього є найкращі умови [1].

Значний внесок у дослідження стратегії розвитку економіки рибного господарства та питанням ефективного і прозорого функціонування рибних підприємств та залученню інвестицій в галузь присвячені наукові доробки таких науковців як: С. Степаненко, Г. Андрощук, М. Стасишена, К. Риждова, Н. Алтухова та інші. Проте, виходячи із особливостей функціонування рибогосподарського комплексу в сучасних умовах, низка важливих аспектів

організаційно-економічного механізму його стійкого розвитку розроблені недостатньо. Зокрема, це стосується раціонального використання виробничого потенціалу та біологічних ресурсів з метою виведення цього сектору економіки із кризового стану.

Результативність роботи рибних підприємств залежить від форми господарювання, виробничого циклу за яким воно працює та продукції яку виробляє, у даному випадку виду товарної риби, яку вирощують та реалізують. Прямий вплив на рентабельність підприємства здійснюють матеріальні затрати, які несе підприємство під час своєї господарської діяльності та можливість реалізувати продукцію протягом року чи сезонно. Адже рибна галузь це специфічна галузь народного господарства, прибуток якої залежить від природно-кліматичних умов, вегетаційного сезону чи досягнуто планових показників вирощення риби. Несприятливі природні умови, антропогенний вплив та недобросовісне і не професійне відношення працівників у своїй роботі підприємств терпить значні збитки та недоотримання прибутків.

Аналізуючи рентабельність підприємств рибної галузі, яка дуже різниця за динамікою у роках, адже вона на пряму залежить від рибопродуктивності водойм, технологій які застосовуються та факторів біотичного і абіотичного походження. Про те, це не єдині причини що впливають на функціонування підприємств, є ще те що галузь тісно взаємодіє з суспільством та владою. І пропозиція на рибну продукцію практично завжди є, а от попит нажалі не є настільки великим, що в певній мірі відштовхує підприємців від вкладання своїх коштів у дану сферу. А держава зі своєї сторони чомусь не втручається в ці процеси, а створює сприятливе середовище для імпортерів рибної продукції, що підриває діяльність вітчизняних рибних підприємств.

Необхідно відмітити, що більшість господарств, які займаються аквакультурою на даний час користуються єдиним податком четвертої групи (фіксованим сільськогосподарським податком) та мають пільгу не сплачуючи податок на додану вартість, тобто нарахований податок на додану вартість лишається в розпорядженні підприємства і нараховується на спеціальний рахунок, а результати ці кошти використовуються на прямі виробничі витрати, що суттєво впливає на фінансову стійкість підприємства та підвищує його рентабельність в 1,5 – 2 рази. Та навіть у цьому випадку майже половина з них не має рентабельності вище 20%. Дрібні підприємства, які функціонують в режимі СТГРГ або НБО це переважно фізичні особи, які працюють за спрощеною системою оподаткування і не мають пільг та підтримки від держави мають рентабельність не вище 13 %. Тому необхідно впроваджувати зі сторони держави певні економічні механізми для підтримки підприємств галузі та створення рівноправних умов.

У рибному комплексі не створено умов для нормального функціонування підприємств галузі в ринкових умовах, еквівалентного обміну між товаровиробниками, що спричинило диспаритет цін на вітчизняну та імпортовану продукцію.

Не відпрацьовано механізм кредитування товаровиробників, унаслідок чого абсолютна більшість з них залишилася без кредитних ресурсів. Питома вага кредитів у джерелах формування оборотних засобів не перевищує 3–5%. У ситуації, коли не задовольняються потреби кредитів, виникає кредиторська заборгованість. Крім того, якщо кредити й видаються, то на нетривалий термін, що не задовольняє умови технологічного циклу виробництва риби, та під високі відсоткові ставки. Отримавши такий кредит, товаровиробник майже всі зароблені кошти витрачає на їх повернення з виплатою відсотків, а для розширеного відтворення нічого практично не залишається [2].

Не відрегульовано страховий захист рибного господарства, що неприпустимо в ринкових умовах, унаслідок чого фінансове становище суб'єктів господарювання погіршується через відсутність джерел відшкодування втрат за несприятливих погодних умов. Відсутня фінансова підтримка і недостатній державний захист вітчизняного товаровиробника в ринковому середовищі [2].

В наслідок чого не має привабливого середовища для залучення інвестицій та всебічного розвитку галузі, не досконала законодавча база дає певні поштовхи для відходу від транспарентності до тіньового ведення бізнесу. Вирішення цих проблем дозволить створити умови для залучення інвестицій в розвиток водних біоресурсів регіону та сприятиме налагодженню інвестиційного клімату в рибній галузі.

Література

1. Степаненко С. Фактори інвестування та інвестиційний клімат регіонів у контексті загальноекономічного розвитку України / С. Степаненко С. // Теорія та практика державного управління. – 2013. – Вип. 4 (43). - С. 132-141.
2. Рижова К. Організаційно-економічний механізм регулювання розвитку рибогосподарського комплексу України / Рижова К // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics-of-nature.net/uploads/arhiv/2011/Ryzhova.pdf>.

Москаленко А.М.,

*Заступник директора з наукової та інноваційної діяльності,
Інститут сільськогосподарської мікробіології та агропромислового виробництва НААН,
м. Чернівці*

СТАН ТА НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ РОДЮЧОСТІ ҐРУНТІВ ПОЛІССЯ УКРАЇНИ

Проблеми охорони ґрунтів і раціонального використання ґрунтових ресурсів, боротьби з їх деградацією нині віднесено до глобальних, оскільки їх деградація відбувається в усьому світі. Більшість країн (США, Канада, Китай, Велика Британія, Німеччина, Франція та ін.) дійшли до розуміння того, що охорону ґрунтів, боротьбу з деградацією можна ефективно здійснювати тільки на державному рівні, із залученням коштів землекористувачів [1, с. 17].

Враховуючи значущість вище вказаних проблем Генеральна Асамблея ООН оголосила 2015 р. міжнародним роком ґрунтів, виступаючи за стале управління цим важливим ресурсом [1, с. 18].

В Україні створено досить розвинуте й розгалужене земельне законодавство, йде процес його гармонізації з європейським, проте використання земельних ресурсів, ґрунтів і до цього часу не повною мірою відповідає вимогам сталого землекористування, яке б забезпечувало потреби сучасників без шкоди для майбутніх поколінь. Екологічні важелі починають поступово впроваджувати в різні сектори економіки України, однак ще й досі господарське, адміністративне, фінансове й інші галузі законодавства не повною мірою ув'язані з екологічним і ґрунтозахисним [2].

Враховуючи розвиток ґрунтово-деградаційних процесів стратегічним напрямом розвитку аграрного сектора економіки України визнано екологічний, спрямований на збереження, відтворення та підвищення родючості ґрунтів [3, с. 12].

Велика різноманітність ґрунтів України обумовлює строкатість земельних ресурсів за властивостями і відповідно рівнем родючості.

Інтегральним показником родючості ґрунту є вміст гумусу. Він визначає теплові, водні, повітряні властивості ґрунту, його поживний режим, вбирну здатність і біологічну активність. У гумусі зосереджено 95-98 % запасів азоту ґрунту, до 80 % сірки, від 40 до 60 % фосфору, значна кількість кальцію, магнію, калію та інших макро- і мікроелементів, які вивільняються в процесі мінералізації гумусових сполук і стають доступними для рослин [4]. Крім цього гумус, як один з найважливіших показників родючості ґрунтів, позитивно впливає на ємність вбирання колоїдного комплексу, реакцію ґрунтового розчину та вміст рухомих поживних речовин. Тому, накопичення його в ґрунті є обов'язковою умовою відновлення та підвищення родючості ґрунтів [5, с.18].

Вміст гумусу в ґрунтах України коливається в межах 1-6%. Однорідним масивом виділяється територія з вмістом гумусу 1-2% на Поліссі, де переважно поширені дерново-підзолисті, опідзолені, оглеєні ґрунти. [5, с. 14]. Вони характеризуються незначною акумуляцією гумусу і кислотою реакцією ґрунтового розчину.

Для запобігання негативних явищ у землеробстві необхідно, щоб ґрунт мав оптимальний вміст гумусу. Вченими ННЦ «Інститут ґрунтознавства та агрохімії імені О.Н.Соколовського» В.В.Медведевим і М.В.Лісовим визначено оптимальний та фактичний рівні вмісту гумусу в ґрунтах України (табл. 1).

Таблиця1

Фактичний та оптимальний рівні вмісту гумусу в ґрунтах України

Зона	Вміст гумусу, %		
	фактичний	оптимальний	різниця
Степ	3,5	4,3	0,8
Лісостеп	3,3	4,3	1.0
Полісся	1,9	2,6	0,7
По Україні	3,1	4,0	0,9

Джерело: [5, с. 15].

Наведені дані дають підстави зробити висновок, що найменш родючі ґрунти з найнижчим вмістом гумусу розміщені в зоні Полісся.

Динаміка вмісту гумусу в ґрунті залежать від співвідношення процесів його новоутворення і мінералізації. За даними агрохімічної паспортизації земель сільськогосподарського призначення втрати гумусу становлять у середньому 0,5–0,7 т/га на рік. Понад 50% земель характеризуються низьким і середнім умістом рухомих форм фосфору і 30 % – калію (табл. 2)

Таблиця2

Якісний стан родючості ґрунтів України

Природна зона	Втрати гумусу, т/га на рік	Фосфор (P2O5)	Калій (K2O)
Степ	0,55	60,0	17,5
Лісостеп	0,65	43,2	28,8
Полісся	0,75	52,3	75,3
Усього	0,65	53,4	30,0

Джерело: [1, с. 21]

Найбільші втрати гумусу – 0,75 т/га зафіксовані в Поліській зоні, а найнижчий рівень вмісту рухомих форм фосфору і калію відповідно в Лісостепу і Степу.

Співставлення гумусованості ґрунтів за часів Докучаєва (1882 р.) з сучасним станом свідчить, що відносні втрати гумусу за цей, майже 120-річний період, досягли 22 % в Лісостеповій, 19,5 – в Степовій і біля 19 % - у Поліській зонах України [6, с. 14].

Показники агрохімічної паспортизації земель сільськогосподарського призначення показали, що близько 8–10 млн га угідь належить до групи кислих, значна частина яких розміщена в зоні Полісся. За підвищеної кислотності погіршується азотне і фосфорне живлення рослин, знижується ефективність використання рослинами діючої речовини з мінеральних добрив, пригнічується життєдіяльність агрономічно корисних бактерій [4].

За більш ніж 50 років після закінчення великомасштабних обстежень земельних ресурсів 1957-1961 рр. ґрунтовий покрив зазнав змін. У зв'язку з цим оцінити реальний стан земельних ресурсів можливо лише за умови суцільного дослідження ґрунтового покриву. Україна запізнюється з вирішенням цього питання. На порядок денний постає питання про повторне великомасштабне дослідження ґрунтів України [6, с. 11].

Враховуючи, що родючість ґрунтів України продовжує знижуватися, поліпшення даної ситуації ми вбачаємо в наступному. Оскільки всі біохімічні процеси в ґрунтах, зокрема й ті, що зумовлюють синтез гумусу, залежать від

інтенсивності розвитку та функціональної активності мікроорганізмів, діяльність яких, у свою чергу, лімітує доступний вуглець (або, використовуючи відомий у землеробстві термін, «органічна речовина»), говорячи про родючість, слід мати на увазі, передусім, оптимізацію забезпечення їх вуглем. Тому питання системного надходження до ґрунтів органічної речовини повинно стати одним з найважливіших у землеробстві. Важливою також є оптимізація процесів біологічної трансформації сполук азоту в ґрунті, оскільки незбалансованість у співвідношенні «вуглець-азот» призводить до значних втрат гумусу в ґрунті й загострює низку екологічних проблем.

У зв'язку з тим, що накопичення гумусу може здійснюватися лише за позитивного балансу в колообігу вуглецю (надходження органічної речовини в ґрунт і її гуміфікація, з одного боку, та мінералізація гумусових сполук з вивільненням CO₂ з іншого), слід забезпечити оптимальне надходження органіки в ґрунти. Під час організації землекористування потрібно визначитись, які агроприйоми сприяють підвищенню надходження вуглецю в ґрунти, які забезпечують його акумуляцію в складі стійких сполук і які заходи оптимізують співвідношення процесів мінералізації-синтезу гумусу та малого колообігу біогенних елементів, у першу чергу азоту.

Нами теоретично обґрунтовано та економічно обраховано агроприйоми, які забезпечують розширене відтворення родючості ґрунтів Полісся і прибуткове ведення сільськогосподарського виробництва. Це зокрема, застосування гною; використання сидератів; використання побічної продукції, поживних та післязбиральних решток; поєднане застосування соломи із сидератами; застосування науково-обґрунтованих сівозмін з бактеризацією всіх сільськогосподарських культур; застосування фізіологічно доцільних доз мінеральних добрив [1, с. 147-174; 7].

Підсумовуючи викладене, неможливо не погодитись з академіком НААН В.В.Медведевим, що головне нині – знизити розораність, призупинити деградацію, мінімізувати механічне й хімічне навантаження на ґрунт і досягти хоча б простого відтворення родючості ґрунту шляхом впровадження програм з охорони ґрунтів і субсидій. Інакше аграрний сектор не зможе ефективно конкурувати з європейськими країнами. Його не лише не сприйматимуть у Європі, а й витіснять у власній країні через поступове скасування митних перешкод і квот за рахунок функціонування зони вільної торгівлі [1, с. 378].

Література

1. Рациональное использование ґрунтових ресурсів і відтворення родючості ґрунтів: організаційно-економічні, екологічні й нормативно-правові аспекти: колективна монографія / за ред. акад. НААН С. А. Балюка, чл.-кор. АЕНУ А. В. Кучера. – Х. : Смуґаста типографія, 2015. – 428 с.
2. Балюк С. А. Стан ґрунтів України та шляхи підвищення їх родючості в умовах оптимізації земельних ресурсів України / С. А. Балюк, В.В. Медведев, М.А. Захарова // Землеробство: міжвідомч. темат. наук. зб. – Вип. 85. – 2013. – С. 14–24.
3. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року: проект [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.uaan.gov.ua/.../strateg_do_2020r.pdf.
4. Мазур Г.А. Підвищення родючості кислих ґрунтів / Г.А. Мазур, Г.К. Медвідь, В.М. Сімачинський. - К. : Урожай, 1984. – 176 с.
5. Стан родючості ґрунтів України та прогноз його змін за умов сучасного землеробства. За редакцією академіка УААН В.В.Медведева, доктора с.-г. наук М.В. Лісового. - Харків: «Штрих», 2001. – 100 с.
6. Національна доповідь «Про стан родючості ґрунтів України». Київ, 2010. – 112 с.
7. Мікробіологічні аспекти оптимізації азотного удобрення сільськогосподарських культур : монографія / В.В. Волкогон. – К. : Аграрна наука, 2007. – 144 с.

УДК 338.2

Dr Justyna Muweis,
Katedra Zarządzania w Energetyce
Wydział Zarządzania
AGH Akademia Górniczo-Hutnicza im. St. Staszica
m. Kraków, Polska

WPLYW ZMIAN POLITYKI ENERGETYCZNEJ UNII EUROPEJSKIEJ NA POLSKĄ ENERGETYKĘ

1. Priorytety polityki energetycznej Unii Europejskiej

Sektor energetyczny w Polsce ulega ciągłemu rozwojowi i przekształceniom wynikającym z prowadzenia unijnej polityki energetycznej. Szczególnie istotne zmiany będą dotyczyły funkcjonowania przedsiębiorstw energetycznych, które muszą sprostać nowym wymogom i regulacjom w prowadzonej działalności gospodarczej.

Za podstawowe priorytety polityki energetycznej na najbliższe lata Rada Europejska uznała przystępność i pewność energii oraz realizację celów związanych z "zieloną energią". Jednym z ważniejszych kwestii dla prowadzonej polityki jest przyjęta przez Komisję Europejską dnia 27 czerwca 2014 roku Europejska Strategia Bezpieczeństwa Energetycznego [11]. Strategia ta jest częścią polityki energetycznej Unii Europejskiej do 2030 roku. Dzięki realizacji tej strategii UE ma uzyskać większą odporność na kryzysy energetyczne i niezależenie od dostaw paliw i dostawców energii oraz osiągnąć wzrost produkcji energii.

Ponadto w końcu 2014 r. Komisja Europejska przedstawiła ramowe założenia do polityki klimatycznej i energetycznej Unii Europejskiej do 2030 r., jest to tzw. „Pakiet 2030” [12, s. 7]. W dokumencie tym członkowie UE zostali zobowiązani do

realizacji następujących działań:

- ograniczania emisji gazów cieplarnianych do 2030 r. o co najmniej 40% w porównaniu z rokiem 1990, co wiąże się ze zreformowanym systemem handlu uprawnieniami do emisji – ETS,
- zwiększenia udziału energii ze źródeł odnawialnych w energii zużywanej w UE do co najmniej 27%,
- poprawy efektywności energetycznej w 2030 r. w porównaniu z prognozami – cel orientacyjny w wysokości co najmniej 27% [9].

W ostatnich latach pojawiło się też kilka nowych dokumentów mających kluczowe znaczenie dla rozwoju polityki energetycznej Unii Europejskiej. Obecnie podstawę działań stanowi przyjęty w 2009 roku tzw. trzeci pakiet energetyczny, w skład którego wchodzi następujące akty prawne:

- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/73/WE z dnia 13 lipca 2009 r. dotycząca wspólnych zasad rynku wewnętrznego gazu ziemnego i uchylająca dyrektywę 2003/55/WE [4],
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2009/72/WE z dnia 13 lipca 2009 r. dotycząca wspólnych zasad rynku wewnętrznego energii elektrycznej i uchylająca dyrektywę 2003/54/WE [5],
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 715/2009 z dnia 13 lipca 2009 r. w sprawie warunków dostępu do sieci przesyłowych gazu ziemnego i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1775/2005 [6],
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 714/2009 z dnia 13 lipca 2009 r. w sprawie warunków dostępu do sieci w odniesieniu do transgranicznej wymiany energii elektrycznej i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1228/2003 [7],
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 713/2009 z dnia 13 lipca 2009 r. ustanawiające Agencję ds. Współpracy Organów Regulacji Energetyki [8].

Trzeci pakiet klimatyczno-energetyczny wyznacza jako główne cele [10]:

- redukcję emisji gazów cieplarnianych o 20% w 2020 roku w stosunku do emisji z roku 1990, a także 30% w przypadku zawarcia porozumienia międzynarodowego (w Kopenhadze, w grudniu 2009 r.),
- zwiększenie udziału energii ze źródeł odnawialnych do 20% w 2020 roku w bilansie energetycznym UE,
- podniesienie o 20% efektywności energetycznej do 2020 roku,
- ograniczenie emisji o 21% w systemie EU ETS do 2020 roku w porównaniu do poziomu emisji z 2005 r.

2. Sektor energetyczny w Polsce a polityka energetyczna Unii Europejskiej

Obecnie w Polsce działalność sektora energetycznego reguluje ustawa z dn. 10 kwietnia 1997 r. Prawo energetyczne [1]. Określa ona zasady kształtowania się polityki energetycznej państwa. Jej celem jest zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego, racjonalnego gospodarowania paliwami i energią, rozwoju konkurencji w sektorze energetycznym, przeciwdziałanie negatywnym skutkom monopoli, uwzględnianie wymogów ochrony środowiska. Ustawa ta określa zasady zaopatrzenia i użytkowania paliw, energii oraz ciepła i warunki funkcjonowania przedsiębiorstw energetycznych. Przedstawia ona także organy decyzyjne w kwestiach gospodarowania energią i paliwami. Ustawa Prawo energetyczne ulegała nowelizacjom i aktualnie obowiązuje także ustawa z dnia 14 marca 2014 r. o zmianie ustawy – Prawo energetyczne oraz niektórych innych ustaw [2].

Z wyżej omawianą ustawą koresponduje również Rozporządzenie wykonawcze Ministra Gospodarki z dnia 14 sierpnia 2008 r. w sprawie szczegółowego zakresu obowiązków uzyskania i przedstawienia do umorzenia świadectw pochodzenia, uiszczenia opłaty zastępczej, zakupu energii elektrycznej i ciepła wytworzonych w odnawialnych źródłach energii oraz obowiązku potwierdzania danych dotyczących ilości energii elektrycznej wytworzonej w odnawialnym źródle energii.

Funkcjonowanie przedsiębiorstw energetycznych w Polsce jest uzależnione od wielu czynników. Obecnie prowadzona działalność gospodarcza takich przedsiębiorstw musi być dostosowana do coraz bardziej zaostrzonych wymogów wynikających z zasad i wytycznych Polityki ekologicznej Unii Europejskiej. Wytyczne te są precyzowane na podstawie tzw. Programów Działań na rzecz Środowiska.

W myśl ustawy Prawo energetyczne za przedsiębiorstwo energetyczne uważa się podmiot prowadzący działalność gospodarczą w zakresie wytwarzania, przetwarzania, magazynowania, przesyłania, dystrybucji paliw albo energii lub obrotu nimi [1, art. 3 pkt. 12].

Przez realizację celów unijnej polityki energetycznej widoczne są coraz bardziej zaostrzone wymagania środowiskowe stawiane obecnie przedsiębiorstwom działającym w sektorze energetycznym. Realizacja tych celów wymusza na przedsiębiorcach podejmowanie nowych wyzwań w prowadzonej działalności gospodarczej. Obecnie największą uwagę przedsiębiorstwa te będą skupiać na dążeniach do zminimalizowania emisji, co wiąże się z ograniczaniem ryzyka nakładów finansowych ze względu na wzrastające ceny emisji dwutlenku węgla w przyszłości. Kolejnym celem będzie dywersyfikacja parku wytwórczego oraz źródeł energii. Przedsiębiorstwa energetyczne będą raczej wykorzystywać w większości technologie oparte na węglu, ale będą także rozwijać się w kierunku wykorzystania energii odnawialnej oraz jądrowej.

W Polsce 7 grudnia 2010 r. został przyjęty przez Radę Ministrów dokument „Krajowy Plan Działania w zakresie energii ze źródeł odnawialnych”. Określa on krajowe cele w zakresie udziału energii ze źródeł odnawialnych w sektorze transportowym, energii elektrycznej, ogrzewania i chłodzenia w 2020 r. Dokument ten uwzględnia wpływ innych środków polityki efektywności energetycznej na końcowe zużycie energii oraz odpowiednie środki, które należy podjąć dla osiągnięcia krajowych celów ogólnych w zakresie udziału OZE w wykorzystaniu energii finalnej. Dokument określa ponadto współpracę między organami władzy lokalnej, regionalnej i krajowej, kwestię nadwyżki energii ze źródeł odnawialnych, która mogłaby zostać przekazana innym państwom członkowskim, strategię ukierunkowaną na rozwój istniejących zasobów biomasy i zmobilizowanie nowych zasobów biomasy do różnych zastosowań, a także środki, które należy podjąć w celu wypełnienia stosownych zobowiązań wynikających z Dyrektywy Parlamentu i Rady 2009/28/WE z dnia 23 kwietnia 2009 r. w sprawie promowania stosowania energii ze źródeł odnawialnych zmieniająca i w następstwie uchylająca dyrektywę 2001/77/WE oraz 2003/30/WE [3].

Dyrektywa ta pokazuje jak istotne jest dążenie do korzystania z energii ze źródeł odnawialnych. OZE to możliwość zwiększenia efektywności energetycznej, ograniczenie emisji gazów cieplarnianych, a tym samym wypełnianie postanowień Protokołu z Kioto do Ramowej Konwencji Organizacji Narodów Zjednoczonych w sprawie zmian klimatu. Stosowanie energii ze źródeł odnawialnych zwiększa także bezpieczeństwo dostaw energii i jest istotne dla rozwoju nowych technologii i wprowadzania innowacji. Ze względu na zasięg lokalny i rozproszenie OZE mają pozytywny wpływ na rozwój regionalny, spójność społeczną, zwiększając możliwości zatrudnienia wspierając rozwój sektora MŚP oraz zmniejszając bezrobocie na rynku pracy, szczególnie na obszarach wiejskich i odizolowanych. Jak nakazuje dyrektywa, państwa członkowskie powinny dążyć do zróżnicowania koszyka energetycznego w zakresie energii ze źródeł odnawialnych w transporcie. Takie sprawozdanie dotyczące możliwości większego wykorzystania energii ze źródeł odnawialnych we wszystkich sektorach transportu powinno zostać przedstawione przez Komisję do dnia 1 czerwca 2015 roku. Duży nacisk kładziony jest na kwestię integracji odnawialnych źródeł energii z wewnętrznym rynkiem energii elektrycznej. Do ogólnych celów omawianej dyrektywy zalicza się osiągnięcie 20 % udziału energii ze źródeł odnawialnych w końcowym zużyciu energii brutto we Wspólnocie i 10 % udziału energii ze źródeł odnawialnych w użytku energii w transporcie w każdym państwie członkowskim do 2020 roku. Dyrektywa zakłada możliwość wspólnych projektów dotyczących OZE między państwami członkowskimi i państwami trzecimi i określa ich skutki. W załączniku nr 1 do omawianej dyrektywy przedstawiono krajowe cele ogólne w zakresie udziału energii ze źródeł odnawialnych w końcowym zużyciu energii brutto w 2020 roku. W Polsce przewiduje się 15 % udziału energii pochodzącej z OZE.

Przedsiębiorstwa sektora energetycznego w Polsce będą mogły otrzymać pomoc i skorzystać z dofinansowania pochodzącego ze środków Funduszy Europejskich w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko w okresie od 2014 do 2020 roku. W dniu 13 stycznia 2015 r. został przyjęty przez Ministerstwo Gospodarki dokument „Lista Projektów Strategicznych dla infrastruktury energetycznej, w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014 – 2020”, stanowiący „Project pipeline” dla sektora energetyki w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-2020.

Typy projektów infrastruktury energetycznej przedstawiło Ministerstwo Gospodarki. Dofinansowanie projektów, realizowane będzie w ramach następujących priorytetów inwestycyjnych:

- 4.1. Promowanie produkcji i dystrybucji odnawialnych źródeł energii (Fundusz Spójności),
- 4.4. Rozwój i wdrażanie inteligentnych systemów dystrybucji na średnich i niskich poziomach napięcia (Fundusz Spójności),
- 7.5. Zwiększenie efektywności energetycznej i bezpieczeństwa dostaw poprzez rozwój inteligentnych systemów dystrybucji, magazynowania i przesyłu energii oraz poprzez integrację rozproszonego wytwarzania energii ze źródeł odnawialnych (Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego) [13].

Podsumowanie

W związku z rozwojem polityki energetycznej Unii Europejskiej Polska jako kraj członkowski jest zobowiązana do wprowadzenia szeregu zmian wynikających z procesu dostosowawczego własnej polityki energetycznej w wymiarze krajowym. Zmiany te realizowane będą na podstawie priorytetów polityki energetycznej ustalonej przez Radę Europejską oraz sukcesywnie wdrażanym do polskiego prawa unijnym aktom prawnym. Szczególnie duży nacisk będzie kładziony na przedsiębiorstwa sektora energetycznego ze względu na konieczność zmniejszenia emisji zanieczyszczeń. Ponadto coraz większa uwaga będzie skupiona na realizacji krajowych celów w zakresie udziału energii ze źródeł odnawialnych. Przedsiębiorstwa sektora energetycznego będą mogły skorzystać ze środków Funduszy Europejskich w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko w okresie 2014 – 2020.

Literatura

1. Dz. U. 1997 Nr 54 poz. 348
2. Dz. U. 2014 poz. 490
3. Dz.U.U.E.L.09.140.16,<http://www.mg.gov.pl/Bezpieczenstwo+gospodarcze/Energetyka/Odnawialne+zrodla+energii/Krajowy+plan+dzialan>
4. Dz. Urz. UE 2009 L 211/94
5. Dz. U. UE 2009 L 211/55
6. Dz. U. UE 2009 L 211/36
7. Dz. U. UE 2009 L 211/15
8. Dz. Urz. 2009 L 211/1
9. http://oide.sejm.gov.pl/oide/images/files/pigulki/polityka_energetyczna.pdf
10. <http://www.energiaisrodowisko.pl/zarzadzanie-energia-i-srodowiskiem/pakiet-klimatyczno-energetyczny>
11. Komunikat Komisji: Europejska strategia bezpieczeństwa energetycznego, COM (2014) 330
12. Konkluzje Unii Europejskiej 21 marca 2014:C. Klimat i energia
13. Lista projektów strategicznych dla infrastruktury energetycznej w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014-20120 <http://www.mg.gov.pl/node/22601>

Обиход Г.О.,
Ph.D, докторант,
Ілляшенко І.О.,
к.е.н., ст.н.с.

Державна установа
«Інститут економіки природокористування
та сталого розвитку НАНУ»
м. Київ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Аналітичні дослідження доводять, що екологічний і ресурсний потенціал Землі дозволить існувати у режимі «суспільства споживання» західного зразка лише одному мільярду осіб. На сьогодні «золотий мільярд» проживає в 26 розвинених капіталістичних країнах, споживаючи 75% від усієї виробленої на Землі енергії, 80% палива, що добувається, 85% продукції деревообробки й 72% виробництва сталі. При подібному розподілі світових багатств, у майбутньому, не уникнути міжнародних конфліктів. Тип цивілізації, побудований на егоїстичному споживанні, вичерпав себе; однак провідною тенденцією розвитку досі залишається накопичення глобальних проблем, вирішення яких можливе виключно спільними зусиллями світового співтовариства. Проблеми умовно поділяють на групи: *політичні, економічні, екологічні й соціальні*.

Відправною точкою актуалізації проблематики захисту довкілля у міжнародних відносинах вважають **екологічну взаємозалежність держав**: з одного боку – як *пряма взаємозалежність*, коли одна держава може безпосередньо завдати шкоди довкіллю іншій (забруднення повітря, водних ресурсів); як *непряма* – екологічні збитки в одній державі (н-д, ерозія ґрунтів) не зачіпають прямо довкілля іншої, однак наносять шкоду в інших сферах, зокрема в соціальній (дестабілізація в регіонах, які потерпають від ерозії ґрунтів, зумовлює міграційні процеси, які вже напругу зачіпають інтереси інших держав). Цей своєрідний взаємозв'язок та його вплив на інституції, процеси та акторів у рамках міжнародної екологічної системи, є рушійною силою для **новітніх тенденцій** розвитку екологічної безпеки, які становлять предмет аналізу та дослідження.

- **Глобалізація екологічної політики**: вимагає від кожної держави глибинних структурних, техніко-технологічних і організаційних змін у суспільному виробництві, радикальної перебудови макроекономічної політики, вдосконалення зовнішньоекономічних зв'язків, здійснення в перспективі заходів у сферах руху капіталів, трудових ресурсів, оптимізації балансів інвестицій, заощаджень тощо з урахуванням глобальності еколого-економічних чинників. Складовою процесу глобалізації екологічної політики став екологічний протекціонізм, до якого часто звертаються країни, економіка яких розвивається [1, с. 615]. Позитивні тенденції розвитку існуючих глобальних екологічних проблем сприяють активізації вже існуючих, а також появи новітніх екологічних рухів та течій: *екологічний імперіалізм (Ecological imperialism, Eco-imperialism)* [2, 3]; *екотероризм (Eco-terrorism)* [4]; *екологічний расизм (Environmental racism)* [5]; *екологічний саботаж, екотаж (Ecotage)* [6]; *екоцид (Ecocide)* [7]; *екологічний фашизм (Ecofascism)* [8]; *екологічна справедливість (Environmental justice)* [9].

- **Пріоритетність екологічної політики**: програми, стратегії національного розвитку та плани містяться положення щодо дотримання принципів екологічної безпеки, екологічного розвитку, екологічної відповідальності шляхом коригування та формування нормативної правової бази в галузі природокористування, охорони навколишнього середовища та забезпечення екологічної безпеки. Активна роль у досягненні високого рівня безпеки належить екологічній відповідальності бізнесу, громадській активності, процесам моніторингу та контролю за станом безпеки [10].

- **Зростаюча інституціоналізація екологічної безпеки та взаємозалежності держав**: створення нових регулятивних структур безпеки та вихід їх за рамки усталеної системи автономних держав. На сьогодні спостерігаються активні процеси плюралізації структури суб'єктів у міжнародній політиці охорони довкілля, де все менше значення відводять представникам класичної державної дипломатії та все більше репрезентантам неурядових структур (екоклуби, ТНК, громадські партії). Це передбачає зміну моделі взаємодії держав та посилить роль недержавних приватних акторів у розробці та впровадженні міжнародних екостандартів. Сьогодні, в рамках так званого "світового екологічного порядку", поведінку держав на міжнародній арені регулюють понад 100 двосторонніх та багатосторонніх договорів екологічного характеру. Класичним прикладом є спільне екологічне законодавство країн-членів Євросоюзу, де Директиви є обов'язковими для виконання на всій території.

- **Плюралізація акторів міжнародних відносин у сфері охорони довкілля**: зростання ролі транснаціональних приватних суб'єктів, передусім великих екологічних асоціацій. Ключовим поняттям у цьому контексті слугує *публічно-приватне партнерство* – співпраця державного та приватного секторів. Крім того, екологічні асоціації намагаються розвинути й інші форми кооперації з крупними економічними концернами. Прикладом можуть слугувати глобальні екологічні маркувальні програми, які спільно запроваджено Всесвітнім фондом охорони дикої природи та найбільшими рибальськими підприємствами.

- **Підвищення ролі екологічної інформатизації**. Національні стратегії держав не матимуть змістової ваги, якщо не опиратимуться у своїх основних тезах на рекомендації, оцінки та прогнози наукових експертів. Глобальна екологічна політика вимагає широкої інформаційно-наукової бази, яку, з огляду на зростаючу складність проблем, більше не спроможні забезпечити лишень суб'єкти прийняття політичних, рішень. Справжнім проривом у залученні наукових кіл до розв'язання екологічних проблем стало створення в рамках ООН 1988 року "Міждержавного комітету із кліматичних змін" (IPCC).

- **Розвиток екобізнесу та екопідприємництва, екологізація виробництва** як ініціативної господарської діяльності з урахуванням екологічних вимог, що спрямована на уникнення та/або зниження негативного впливу на навколишнє середовище, а також на поліпшення екологічних показників в цілях отримання прибутку або іншої вигоди. Так, на території регіонів України, суміжних з ЄС, екобізнес представлений підприємствами: що *запобігають*

забрудненню (спеціальне обладнання на виробництві, використання екологічно чистого пального, приладів для моніторингу, служби екологічної експертизи); з *ресурсозберігаючими технологіями* (рециклювання, альтернативна енергетика, виробництво товарів з маркою екологічно безпечних); *здійснюють заходи з благоустрою навколишнього середовища* (створення екологічно упорядкованих територій у місті, дизайну для установ та промислових підприємств тощо); *фінансують екологічну освіту*.

Сучасні тенденції глобальної екологічної безпеки обумовлюються перманентним конфліктом економічної та екологічної складової розвитку суспільства в умовах гео економічних зрушень. Надалі, метою **української екологічної політики** за подібних умов глобалізації та у найближчій перспективі, визнано: стабілізацію і поліпшення стану навколишнього природного середовища України шляхом інтеграції екологічної політики до соціально-економічного розвитку України, для гарантування екологічно безпечного природного середовища для життя і здоров'я населення, впровадження екологічно збалансованої системи природокористування та збереження природних екосистем [11].

Література

1. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія : [підручник] / В.Д. Базилевич. – 6-е вид., перероб. і доп. – К.: Знання-Прес, 2007. – 645 с.
2. Alfred Crosby, *Ecological Imperialism: The Biological Expansion of Europe, 900-1900*. Cambridge University Press: 1993, 2nd edition 2004.
3. Driessen, Paul. (2003). *Eco-Imperialism: Green Power Black Death*. Bellevue, WA: Free Enterprise Press.
4. James F. Jarboe (February 2002) "*The Threat of Eco-Terrorism*", *Congressional Testimony* (Federal Bureau of Investigation), archived from the original on March 11, 2008.
5. Melosi, Martin (1995). "*Equity, eco-racism and environmental history*". *Environmental History Review* 19(3): 1–16.
6. Wagner T. *Reframing Ecotage as Ecoterrorism: News and the Discourse of Fear* // *Environmental Communication*, (2) С. 25—39.
7. The solution: proposal for ecocide to be the 5th international crime against peace". *Eradicating Ecocide*. 2011. Retrieved 3 October 2011.
8. Hoffmann, Helga (2004-12-19). "*Ecofascism: What is It? A Left Biocentric Analysis*". Home.ca.inter.net. Retrieved 2014-06-29.
9. Schlosberg, David. (2007) *Defining Environmental Justice: Theories, Movements, and Nature*. Oxford University Press.
10. Бізек В. Політика та право ЄС з питань, що стосуються довкілля : [посібник] / В.Бізек. – Проект Європейського Союзу «Додаткова підтримка Міністерства екології та природних ресурсів України у впровадженні секторальної бюджетної підтримки». – Київ, 2013. – 168 с.
11. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» : [Електронний ресурс]. – Режим доступу до закону: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>
12. Малиш Н.А. Екологічна політика: конфліктність, стратегія, тактика [Електронний ресурс] / Н.А. Малиш // Державне управління: теорія і практика. – 2009. – №2 (10). – С. 1–9. Режим доступу: http://www.academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Malysh.pdf

УДК 620.197.3

Пилипенко Т.М.,

к.т.н., доцент, доцент кафедри фізичної хімії,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут»

СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ ВІД КОРОЗІЙНОГО РУЙНУВАННЯ МЕТАЛІВ

Захист металів від корозійного руйнування, що призводить до значних матеріальних збитків, екологічних проблем, аварійних ситуацій, має вагоме значення, особливо при контакті металів з агресивними середовищами за різних умов перебігу корозійного процесу. Одним із простих, ефективних та економічно вигідних методів боротьби з корозією металів є використання інгібіторного захисту [1]. Зважаючи на це, розроблено та сформульовано наукові принципи створення нових інгібіторів корозії металів універсального спектру дії з високою ефективністю у широкому діапазоні температур.

Так, проведеним комплексом досліджень встановлено, що поліфункціональні нітроген- та оксигеномісні органічні сполуки (СП) та їх двокомпонентні суміші є високоефективними інгібіторами у кислотних розчинах, за наявності у них сірководню, а також при мікробноіндукованій корозії металів у присутності сульфатредуючих бактерій (СРБ) [2].

При концентрації 0,5 – 3 г·л⁻¹ досліджені сполуки СП проявляють високу ефективність захисної дії (ступінь захисту Z) при корозії сталей у розчинах 20 – 30 % H₂SO₄ (20 – 80 °С, Z = 94,6 – 99,9 %), 10 – 20 % HCl (20 – 40 °С, Z = 94,6 – 98,8 %), гальмують сульфатнокислотну корозію цинку (20 °С, Z = 92,1 – 97,2 %), пригнічують наводнювання та уповільнюють (або зберігають чи підвищують у порівнянні з поставкою) втрату пластичності сталі при її травленні у корозивних розчинах, у тому числі й за наявності в них H₂S (20 °С, Z = 98,5 – 99,2 %).

Більшість досліджених сполук проявляють корозивні та біоцидні властивості по відношенню до СРБ, що пов'язано з наявністю в них піридинієвого центру [3, 4]. Знижуючи титр бактерій (штам Київ-10) в середовищі

Постгейту «В» з 10^6 до 0 кл.мл⁻¹, ці сполуки підвищують поляризацію катодної та анодної реакцій корозії сталі, у зв'язку з чим є ефективними інгібіторами мікробноіндукованої корозії сталі в присутності СРБ.

За своїми характеристиками та ефективністю захисної дії інгібітори на основі СП є екологічно безпечними (4 клас небезпеки), економічно доцільними, зручними у використанні, добре розчинними у корозивних розчинах. Вони не коагулюють, не висолуються, зберігають свою ефективність впродовж тривалого часу, не поступаються або ж перевершують у деяких випадках промислові інгібітори.

Комплексом проведених досліджень встановлено, що для прояву в широкому діапазоні температур високої захисної дії органічні сполуки повинні мати декілька адсорбційних центри, до яких входять різні за будовою та хімічним складом замісники:

– функціональні групи - піридинієвий та карбонільний фрагменти, що забезпечують фізичну (специфічну) та хімічну адсорбцію сполук на металах за кімнатної та підвищених температур розчину відповідно;

– замісники, здатні підвищувати адсорбційну активність інгібіторів за рахунок електронного (наприклад, електронодонорні замісники СН₃- та NH₂-групи) чи стеричного (великі за об'ємом *трет.Бу*-, 1-Ad-групи) ефектів або брати безпосередню участь у процесі адсорбції (наприклад, гетероциклічні системи - 2-Фурил, 2-Тетрагідрофурил; - СН=СН-Ph, -4-СН₃ОС₆Н₄, -NHC(O)NPh, -2-Фурил-СН=СН-4-СН₃ОС₆Н₄).

Відповідно до моделей адсорбційних шарів досліджених сполук, наявність в їх молекулах вказаних фрагментів та групувань дає можливість гальмування процесів кислотної корозії сталі за енергетично-блокуючим механізмом із перевагою енергетичного ефекту при кімнатній температурі та значного блокуючого ефекту при підвищених температурах розчину.

Різні за хімічною природою та адсорбційними властивостями функціональні групи, що входять до складу досліджених сполук, забезпечують внутрішньомолекулярний синергізм їх інгібуючої дії, високу ефективність та універсальність захисного ефекту в широкому діапазоні температур.

Для створення високоефективних інгібіторів корозії металів на основі поліфункціональних нітроген- та оксигеновмісних органічних сполук запропоновано зручний спосіб одержання з використанням дешевих та доступних промислових продуктів. При цьому встановлено, що висока ефективність притаманна не тільки індивідуальним речовинам, а й їх двокомпонентним сумішам, для яких ступінь захисту металів від корозії дорівнює 99,6 – 99,9 %.

Література

1. Похмурський В.І. Про стан і перспективи інгібіторного захисту металофонду України / В.І. Похмурський, С.Г. Тир, З.А. Бобошко // Фізико-хімічна механіка матеріалів. – 1994. – Т. 30, № 1. – С. 11 – 17.
2. Мікробна корозія підземних споруд / [Андреюк К.І., Козлова І.П., Коптева Ж.П. та ін.]. – К.: Наукова думка, 2005. – 259 с.
3. Электрохимические аспекты ингибирования процесса микробной коррозии в присутствии сульфатредуцирующих бактерий / И.С. Погребова, Л.М. Пуриш, И.А. Козлова, О.Х. Туовинен // Вопросы химии и химической технологии. – 1999. - № 1. С. 268 – 270.
4. Ингибиторы коррозии цинка и сталей в солевых хлоридных электролитах, содержащих сульфатредуцирующие бактерии / И. Погребова, Л. Пуриш, Т. Краснопир (Пилипенко) [и др.] // Фізико-хімічна механіка матеріалів. – 2002. - № 3. – С. 708 – 713.

Поданьова С.Ю.,

асистент кафедри економічної
кібернетики та фінансів

Бердянського державного педагогічного університету,

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ КУОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ

У сучасній світовій економіці туризм та курортні рекреації - один із самих високоприбуткових і найбільш динамічно розвиваючихся секторів господарства. Багато країн має в їх особі не тільки постійно зростаюче джерело валютних надходжень, а й за рахунок залучення мільйонів туристів активно розвивається інфраструктура територій, створюють додаткові робочі місця. За даними Всесвітньої туристської організації на частку курортно-туристичної сфери та пов'язаних з нею галузей нині доводиться 8.3% робочих місць світу, 9.3% міжнародних інвестицій, 12% експорту та 3.6% світового валового внутрішнього продукту. Туристи витрачають 10.2% всіх коштів, які витрачаються світовими споживачами.

Україна володіє потужним курортно-туристичним потенціалом, ефективне освоєння якого може забезпечити не тільки більш повне задоволення потреби населення в рекреаційних та туристичних послугах, а й принести реальну економічну вигоду. Тому туристично-рекреаційна сфера в процесі ринкової трансформації економіки повинна зайняти одне з провідних місць у структурі господарського комплексу.

Комплексний характер національних курортно-рекреаційних комплексів та туристичних організацій, особливості їх функціонування в сучасних економічних умовах, мобільна структура системи додаткових послуг, різноманітність форм власності, активний характер протікання процесів спеціалізації та інтеграції, високий рівень конкуренції як на ринку туристично-рекреаційних продуктів, так і з іншими галузями економіки за отримання тих чи інших видів ресурсів, попит, який стабільно збільшується, - усі ці та інші особливості сучасних курортно-туристичних організацій визначають необхідність вирішення проблем обґрунтування раціональних методів щодо їх розвитку, зокрема, актуалізації дослідження еколого-економічних проблем розвитку курортно-рекреаційних територій.

Серед європейських держав Україна має один з найвищих інтегральних показників негативних антропогенних навантажень на природне середовище практично по всій території. Причому у двох третинах областей екологічна ситуація та якість середовища характеризуються як гостро критичні і не сприятливі для здоров'я людини. Природокористування є вкрай нераціональним, марнотратним та екологонезрівноваженим, а ефективність використання природних ресурсів надзвичайно низька. Особливо це стосується курортно-рекреаційних територій.

Курорти виступають складними територіальними утвореннями: їх розглядають як системи, що включають в себе природні комплекси, задовольняючі, власно, рекреаційні та побутові потреби; технічні системи і обслуговуючий персонал, що забезпечують умови життєдіяльності, лікування та відпочинку; органи управління, які здійснюють планування і повсякденне регулювання підсистемами. За унікальністю та цінністю природно-лікувальних ресурсів та рівнем облаштованості виділяють курорти державного та місцевого значення. Підставою для визначення території курорту є наявність природних лікувальних ресурсів, наявність лікувальної інфраструктури для їх експлуатації та організації лікувально-профілактичної діяльності [1, с. 213].

Рекреаційні ресурси в тій чи іншій мірі визначають формування низки функціональних ланцюгів територіального рекреаційного комплексу, які виступають як регіональні рекреаційні системи. На відміну від інших природних ресурсів, розмір рекреаційних ресурсів в натуральному виразі розраховується в людино-днях і залежить від якості ресурсу, площини його прояву та питомої рекреаційної місткості, яка звичайно менше припустимого навантаження. Питоме навантаження на ландшафти визначається кількістю людей на одиницю площини за конкретний відрізок часу (як правило за рік, добу, день, годину). Розрізняють оптимальне навантаження, яке не призведе до порушень; граничне та деструкційне (необоротне, згубне) [2, с. 149].

Гранично можливе навантаження, тобто місткість об'єкта, може бути визначено з різних точок зору: з позиції охорони природи і санітарного стану місцевості; комфорту, здоров'я і безпеки відпочиваючих; з психологічних причин (враховується бажання відпочиваючих усамітнитися). За підсумкову величину місткості повинна бути прийнята менша з цих величин. Місткість та пропускну здатність можливо штучно збільшити санітарно-технічними пристроями, посиленням охорони, прискоренням обслуговування, регулюванням руху, обмеженням часу перебування на об'єкті, посадками сталої рослинності та іншими.

Позитивною тенденцією останнього часу є збільшення масштабів і ускладнення зовнішніх та внутрішніх взаємозв'язків рекреаційної діяльності й зростання частки витрат на рекреацію в особистому споживанні населення. Має місце така закономірність: чим вище рівень економічного розвитку держави і життєвий рівень населення, тим більша частка витрат на рекреацію. В країнах з розвинутою ринковою економікою питома вага таких витрат досягає 7-8 %.

В комплекс рекреаційних ресурсів відносяться три групи: природні, культурно-історичні, соціально-економічні. Наступні вимоги пред'являють рекреаційним ресурсам: 1) виконання лікувально-оздоровчих функцій; 2) споживання природних цінностей; 3) споживання культурних цінностей; 4) заняття спортом; 5) аматорські заняття [3].

Одним із найважливіших регіонів України є Північне Приазов'я, площа якого складає 13,55 тис. км², на якому розташовано 391 населених пунктів, (в тому числі 16 міст та населені пункти міського типу, в яких мешкають 1 млн. населення). На території Північного Приазов'я знаходиться металургійна, коксохімічна, нафтопереробна, машинобудівна, легка, харчова галузі промисловості та потужний курортно-рекреаційний комплекс. Північне Приазов'я – частина Азово-Чорноморського рекреаційного регіону в межах Донецької, Запорізької та Херсонської областей. На цій території зосереджена значна кількість природних ресурсів, які складають основну частину промислового розвитку регіону. Особливу роль мають відновлювальні ресурси – флора, фауна, вода, повітря. Вони представляють особливу групу ресурсів які являються складовою основи курортно-рекреаційної діяльності.

На території Північного Приазов'я нараховується 12 великих санаторіїв та приблизно 800 баз відпочинку. Тільки в Бердянську Запорізької області 6 санаторіїв, 100 санаторно-курортних та оздоровчих закладів. З них: 6 санаторіїв на 2700 місць; 85 баз відпочинку на 7000 місць; 16 дитячих оздоровчих закладів на 4990 місць. Щорічно в курортний сезон місто відвідують 500-600 тис. туристів, як з України, країн СНД, так і з далекого зарубіжжя [4].

Таким чином, серед перспективних шляхів у вирішенні еколого-економічних проблем природокористування, може бути формування екологічної стратегії курортно-рекреаційного бізнесу. Покращення екологічної ситуації в курортно-рекреаційних комплексах, є проведення екологічного моніторингу з метою підготовки й прийняття розумних, своєчасних та науково-обґрунтованих заходів по збереженню, раціональному використанню і відновленню рекреаційних ресурсів.

Література

1. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України / В.П. Руденко. – Львів: Світ, 1993. – 240 с.
2. Семенов В.Ф. Екологізація економіки регіону / В.Ф. Семенов. – Одеса: Оптимум, 2003. – 238 с.
3. Москаленко А.П. Социальный и эколого-экономические механизмы принятия инвестиционных решений в природопользовании / А.П. Москаленко. - Новочеркасск: УПЦ «Набла», 2012. - 313 с.
4. Закон України «Про курорти» від 5.10.2000 р. - № 2026 – III.

Пойда-Носик Н.Н.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів і банківської справи
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
Пойда В.Ю.,
кандидат фізико-математичних наук,
доцент кафедри комп'ютерних систем та мереж
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ПРО НЕОБХІДНІСТЬ ПЕРЕХОДУ УКРАЇНИ НА НОВИЙ ЕНЕРГЕТИЧНИЙ БАЛАНС

Енергетичний баланс є основним інструментом енергетичної політики кожної держави. Формування енергетичного балансу держави дає можливість встановити відповідність стану енергозабезпечення потребам національної економіки в енергоресурсах та підвищити ефективність використання всіх видів палива та енергії.

При підрахунку використання енергії часто використовуються такі терміни, як «первинна енергія», «кінцеве споживання енергії». Вони стають важливими з огляду на те, що такими показниками можна оцінити негативний вплив на довкілля від використання енергії, а це стає все більш актуальним для сталого розвитку будь-якої держави.

Розподіл джерел енергії у загальному постачанні первинних енергоресурсів України у 2012 році був наступним: газ - 34,8%, вугілля - 34,6%, атомна енергія - 19,2%, нафта - 9,4%. У 2013 році цей розподіл залишився майже незмінним: газ - 34,1%, вугілля - 35,8%, атомна енергія - 18,9%, нафта - 8,5% [1]. Таким чином, на вугілля і газ припадає близько по 1/3 із загального обсягу постачання первинних енергоресурсів, а на все решта теж припадає майже 1/3.

Особливу увагу тут слід приділити газовому сектору, оскільки доля імпортованого газу у газовому балансі України досить висока, і платити за нього приходиться досить багато.

Прогнозний баланс надходження та розподілу природного газу в Україні з 2009 по 2013 роки у натуральному вимірі змінився таким чином: на потреби населення зменшилася кількість споживання з 17,8 до 16,5 млрд. м³, на теплокомуненерго - з 8,8 до 6,3 млрд. м³, для бюджетних організацій майже не змінився обсяг споживання - зменшився з 1,05 до 0,9 млрд. м³. Тільки обсяг промислового споживання газу за цей період зріс з 21 до 24,1 млрд. м³ [2-3].

Енергетичний баланс України в сьогоденних умовах має формуватися з урахування зовнішніх викликів, зокрема агресивної експансіоністської політики Росії. Суттєвий виклик енергетичному балансу країни був зроблений внаслідок тимчасової втрати територій. Так, не зважаючи на анексію Криму, на півострів продовжується постачання електроенергії з України. Крім того, Україна втратила доступ до більшості сонячних електростанцій, які розміщені на території Криму. На окупованій території Донбасу опинилось більшість шахт, внаслідок чого зменшилось постачання вугілля на ТЕС і ТЕЦ України. На окупованих територіях опинилися значні енергогенеруючі потужності, зокрема в Донецькій області знаходяться дві із шести енергогенеруючих компаній України - це Східенерго (м.Донецьк) та Донбасенерго (м.Горлівка).

Вказані фактори важко оцінити кількісно, проте очевидним є факт, що країні потрібно переходити на новий енергетичний баланс. Питання - як це зробити? Основними шляхами, які використовуються сьогодні для цього, з одного боку, є збільшення добування енергоносіїв на власній території, а з іншого - збільшення імпорту первинних енергоресурсів. Так, у проекті оновленої Енергетичної стратегії до 2030 року закладено збільшення власного видобутку газу до 44,4 млрд. кубометрів на рік, який має на 90% задовольнити попит [4].

Проте більш привабливим, на наш погляд, є інший шлях - скорочення споживання електроенергії та теплової енергії як у житлових будинках, так і в промисловому виробництві. Слід зауважити, що якщо важливість енергетичного балансу для розвитку держави доводиться на кожному рівні круглих столів, конференцій і семінарів, то на необхідності енергозбереження майже не наголошується. Як показує практика, в енергозбереженні не зацікавлені, перш за все, самі виробники енергії.

Однак, зміна цін на енергоносії викликає потребу ставити питання про енергозбереження, особливо у приватному секторі. На сьогоднішній день в Україні покращенням параметрів енергоефективності приватних будинків займаються їх власники самотужки, наймаючи частіше всього не дуже професійних і грамотних виконавців. Певний ефект від таких дій є, але він далекий від вимог і можливостей сьогодення. Держава, на даний час, ніякої участі у цьому процесі не бере. У ЗМІ населення лякають, що газ подорожає, електроенергія подорожає, і тут же слідує заспокоєння - населенню з низькими доходами будуть виплачуватись субсидії, тобто ми споживатимемо енергії стільки, як і споживали. Однак, приведення житлових будинків до європейських стандартів енергоефективності дало б можливість суттєво скоротити споживання паливно-енергетичних ресурсів у приватному секторі та в державі загалом.

Як держава може прискорити процес переходу на економне енергоспоживання? Основними інструментами тут можуть бути пільгові кредити для покращення енергетичних параметрів будівель, запровадження енергетичних паспортів будинків, запровадження пільгової ставки податку на нерухомість, яка відповідає стандартам енергозбереження, розробка та участь органів місцевого самоврядування у пілотних проектах по енергозбереженню соціальних об'єктів та широка їх пропаганда у ЗМІ.

Література

1. Держкомстат оприлюднив дані про енергетичний баланс України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ecotown.com.ua/files/energy-balance-2013.pdf>
2. Про затвердження прогнозного балансу надходження та розподілу природного газу на 2009 рік: Розпорядження КМУ від 03.06.2009 № 599-р [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/599-2009>

3. Про затвердження прогнозного балансу надходження та розподілу природного газу на 2013 рік: Розпорядження КМУ від від 29.04.2013 № 327-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/327-2013>

4. Споживання газу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://newgas.org.ua/node/7>

УДК 66.067

Реброва К.С.,
студентка кафедри технології неорганічних речовин
та загальної хімічної технології ХТФ,
Донцова Т.А.,
к.х.н., доцент кафедри технології неорганічних речовин
та загальної хімічної технології ХТФ,
Національний технічний університет України «КПІ», м. Київ

ВПЛИВ ТИПУ ВУГІЛЛЯ НА СОБІВАРТІСТЬ “ВОДА ВИСОКООЧИЩЕНА”

Вода відноситься до одного з ключових елементів забезпечення якості фармацевтичної продукції. Це найбільш часто вживаний розчинник, компонент рецептури, а також, засіб для очищення [1]. Згідно нормативного документу [2, с. 4] вода в фармації поділяється на “вода очищена”, “вода високоочищена” та “вода для ін’єкцій”.

“Воду високоочищену” одержують із “води питної” методом подвійного зворотного осмосу спільно з ультрафільтрацією або деіонізацією. Типова схема отримання “вода високоочищена” зображена на рис. 1, основними стадіями якої є фільтрування, сорбція хлору і хлорорганічних поліютантів на вугільних фільтрах, зворотній осмос, деіонізація, знезараження на УФ-фільтрах. Особливої уваги в схемі заслуговує вугільний фільтр, так як всі схеми підготовки води “вода високоочищена” містять стадію фільтрування через вугілля.

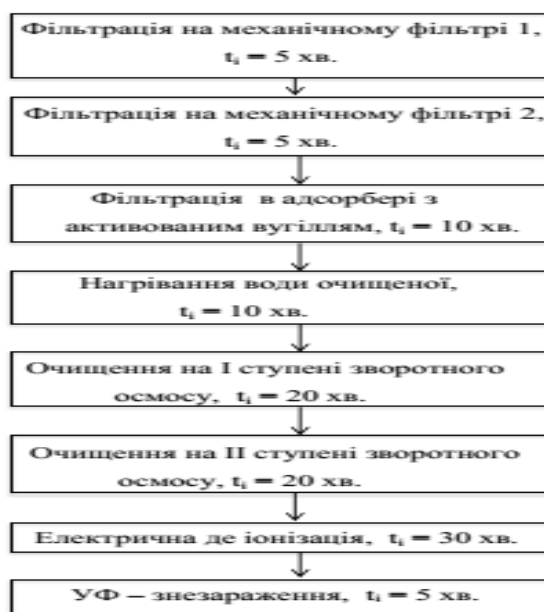


Рис. 1 – Функціональна схема виробництва

В цьому випадку варіюючи типом вугільного матеріалу, можна варіювати якістю та собівартістю 1 м³ “вода високоочищена”. Отже, метою даної роботи є аналіз як використання різних за коштовністю марок вугілля впливає на собівартість 1 м³ “вода високоочищена”, а також, техніко-економічні показники за їх участю.

Як сорбційна вугільна загрузка були обрані: активоване вугілля FILTRASORB 400 (44 грн/кг), активоване вугілля 607C (60 грн/кг) та активоване вугілля AGC (108 грн/кг) [3]. Активоване вугілля FILTRASORB 400 (виробник Calgon Carbon, США) на основі кам'яного вугілля являє собою високоємнісне вугілля, має велику адсорбційну ємність, велику кількість транспортних пор та високу брудоемність. Активоване вугілля 607C (виробник Calgon Carbon, США) на основі кокосової шкаралупи є високочистим, високоактивованим вугіллям. Більш ефективний для дехлорування та видалення тригалогенметанів в порівнянні з активованим вугіллям на основі кам'яного вугілля, що в даному випадку є значною перевагою. Активоване вугілля AGC (виробник Calgon Carbon, США) на основі кокосової шкаралупи та імпрегноване сріблом являє собою високоякісне і високоактивне вугілля, що володіє бактеріостатичними властивостями. Срібло майже не вимивається з вугілля. Для розрахунку собівартості 1 м³ “вода високоочищена” була використана продуктивність очищеної води – 25 м³/год (600 м³/добу). Собівартість 1 м³ “Вода високоочищена” розраховано з урахуванням основних та оборотних фондів [4]. Зміна собівартості такої води виходячи з обраної марки активованого вугілля приведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Собівартість 1 м ³ "Вода високоочищена", при використанні різних марок вугілля				
Марка вугілля	Обсяг за місяць, грн	Вартість за місяць, грн	Загальна вартість за рік, грн	Собівартість води високоочищеної, грн
400	18,3 кг	791,67	9500	34,25
607С		1098	13176	34,27
AGC		1976,4	23716,8	34,37

Розраховані техніко-економічні показники [4] наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Показник	Техніко-економічні показники		
	Значення		
	FILTRASORB400	607С	AGC
Річний випуск продукції, грн.	10 950 000		
Капіталовкладення, грн.	10 586 223	10600395	10 732 752
Загальна собівартість продукції, грн/рік	7 500 307,5	7 505 033	7 527 756
Відносний прибуток грн/рік	3 449 692,5	3 444 967	3 422 245
Рентабельність продукту %	45,99	45,90	45,46
Термін повернення капіталовкладень, років	3,1	3,08	3,14
Коефіцієнт економічної ефективності	0,33	0,32	0,32
Вартість:			
Основних фондів, грн	3 428 795	3 439 291	3 561 107
Оборотних засобів, грн	7 157 428	7 161 104	7 171 645
Фондовіддача виробничих фондів грн/грн.	3,19	3,18	3,07
Фондоємність продукції, грн/грн.	0,31	0,31	0,33

Таким чином, розрахована собівартість 1 м³ "вода високоочищена" за типовою схемою з використанням різних типів вугілля становить від 34,25 до 34,37 грн. Отже, вартість сорбційного вугільного матеріалу в діапазоні цін від 44 до 108 грн/кг незначно впливає на собівартість 1 м³ води, а саме, збільшується лише на 12 коп.

Література

1. EudraLex. – The Rules Governing Medicinal Products in the European Union. – Volume 4. EU Guidelines to Good Manufacturing Practice Medicinal Products for Human and Veterinary Use [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu/health/documents/eudralex/vol-4/index.en.htm>
2. Лікарські засоби. Якість води для застосування у фармацевтиці. Настанова. СТ-Н МОЗУ 42-3.7.– К.: Міністерство охорони здоров'я України, 2013. –18 с.
3. Активированный уголь для очистки воды [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://hydrolite-resin.ru/category/activated-carbon-watertreatment.html>
4. Іванілов О. С. Економіка підприємництва / О. С. Іванілов. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.

УДК 332.2:331.435

Рушак В.М.,

науковий співробітник,

Волинська державна сільськогосподарська дослідна станція,

Інституту сільського господарства Західного Полісся НААН

м. Луцьк

ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ РАДІОАКТИВНО-ЗАБРУДНЕНИХ ЗЕМЕЛЬ

Вирішення соціально-економічних проблем, пов'язаних з веденням сільськогосподарського виробництва на радіоактивно-забруднених територіях, займає одне із важливих місць в системі заходів щодо послаблення наслідків Чорнобильської аварії. Справедливо зазначає Малиновський А. С., про те, що одним із найбільш згубних екологічних наслідків аварії на ЧАЕС стало радіоактивне забруднення сільськогосподарських угідь Поліського регіону, що визначило в кінцевому рахунку надходження радіонуклідів в організм людини і подальше його опромінення [2, с. 75].

Варто зазначити, що в результаті аварії на Чорнобильській АЕС три райони Волинської області – Камінь-Каширський, Любешівський та Маневицький, зазнали значного забруднення радіоактивними елементами, з яких головну роль у створенні дози опромінення відіграють цезій-137 та стронцій-90. Найскладнішими в розвитку сільськогосподарських підприємств радіоактивного регіону є проблем дотримання принципів організації виробництва, наукового обґрунтування виробничого напрямку, спеціалізації та диверсифікації господарств, ресурсозабезпеченості. Складна екологічна ситуація в регіоні Чорнобильської ядерної катастрофи породжує ряд глибоких і специфічних організаційно-технологічних та соціально-економічних проблем формування та використання створеного виробничо-ресурсного потенціалу.

У результаті радіологічного моніторингу території трьох забруднених районів Волинської області встановлено, що 3,7 % площі ріллі забруднено цезієм-137 із щільністю 1-5 Кі/км² та 37 % площ – стронцієм-90 із щільністю забруднення 0,02-0,15 Кі/км². Крім цього, 65 га ріллі забруднено щільністю 5-15 Кі/км² за цезієм та 216 га 0,15-0,3 Кі/км² за стронцієм [3, с. 66-67]. Варто зазначити, що розвиток галузей сільського господарства часто відбувається без урахування вимог охорони навколишнього природного середовища та за відсутності ефективно діючих правових, адміністративних і економічних механізмів природокористування.

Досвід, набутий вітчизняними вченими у дочорнобильський період та після аварії [1, 4, 5], уточнення щільності забруднення чорнобильськими радіонуклідами сільськогосподарських угідь і аналіз забруднення продукції показали, що рівень його залежить і від типу ґрунту. Ґрунтово-кліматичні умови Волинської області – близьке залягання ґрунтових вод, промивний тип водного режиму, низька родючість ґрунтів, збіднених глинистими мінералами та високою їх кислотністю, сприяють інтенсивній міграції радіонуклідів. Тому, кількість переходу радіонуклідів у рослини набуває особливого значення для дерново-підзолистих ґрунтів поліських районів досліджуваного регіону. Залежно від властивостей ґрунту, ступеня його забруднення радіоактивними речовинами, а також від виду вирощуваних сільськогосподарських культур, способів використання врожаю та інших факторів застосовують різні способи, здатні зменшити радіоактивність продуктів рослинництва у багато разів. Вони поділяються на дві групи:

- загальнозживані у сільському господарстві способи, застосування яких забезпечує підвищення родючості ґрунту, зростання врожайності і водночас зменшення переходу радіоактивних речовин у рослини;
- спеціальні способи, головною метою яких є лише зменшення надходження радіоактивних речовин у рослини.

Такий поділ способів, звичайно, досить умовний, оскільки загальнозживані з них за певних умов можна трактувати як спеціальні. На практиці іноді досить важко визначити чітку межу між механічними та агротехнічними методами, хімічними та агрохімічними, аграрними та біологічними тощо. Крім того, під час організації та здійснення заходів щодо запобігання надходженню радіоактивних речовин у рослини, як правило, доводиться мати справу з комплексом способів, що технологічно тісно пов'язані між собою.

Таким чином, можна констатувати, що на даний час накопичено й рекомендовано для використання великий арсенал методів і засобів зниження коефіцієнтів переходу радіонуклідів із ґрунту в рослини і їх накопичення в рослинних організмах. Але кожен захід потребує матеріальних і фінансових витрат. А тому слід спочатку розрахувати його еколого-економічну ефективність, а вже тоді приймати обґрунтоване рішення про доцільність застосування.

Вважаємо, що нагальним нині є розробка проекту концепції регулювання земельних відносин саме в радіаційно-забруднених регіонах на державному рівні, який би визначав перспективи розвитку, найважливіші засади і напрями структурної й організаційної трансформації ринку земель, нейтралізацію впливу радіонуклідів на землі, передбачав заходи щодо підвищення ефективності функціонування аграрного сектору, виробництва конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції на радіаційно-забруднених землях.

Література

1. Досвід подолання наслідків Чорнобильської катастрофи (сільське та лісове господарство) : монографія / [П. П. Надточій, А. С. Малиновський, А. О. Можар та ін.]. – К. : Світ, 2003. – 371 с.
2. Малиновський А. С. Системне відродження сільських територій в регіоні радіаційного забруднення : монографія / А. С. Малиновський. – К. : ННЦ "ІАЕ". – 2007. – 604 с.
3. Мерленко І.М. Удосконалення технології сільськогосподарського виробництва на радіаційно забруднених територіях Волині / І. М. Мерленко, Л. Г. Аджієва, М. І. Зінчук // Агроекологічний журнал. – 2009. – № 2. – С. 64-68.
4. Пристер Б.С. Последствия аварии на Чернобыльской АЭС для сельского хозяйства Украины : исслед. ЦПЭР / Б.С. Пристер. – К., 1999. – 103 с.
5. Чернобыльская катастрофа / [под. ред. В. Г. Барьяхтара, Г. А. Готовчица, Д. М. Гродзинского]. – К. : Наук. думка, 1996. – 576 с.

Свинтух М.Б.,

аспірант кафедри економіки та менеджменту природокористування,

Тернопільський національний економічний університет

ЛІСОВІ РЕСУРСИ ЯК ПРАВОВИЙ ОБ'ЄКТ ЛІСОКОРИСТУВАННЯ

Лісові ресурси – деревні, технічні, лікарські та інші продукти лісу, що використовуються для задоволення потреб населення і виробництва та відтворюються у ході формування лісових природних комплексів. До лісових ресурсів також належать корисні властивості лісів (здатність лісів зменшувати негативні наслідки природних явищ, захищати ґрунти від ерозії, запобігати забрудненню довкілля та очищати його, сприяти регулюванню стоку води, оздоровленню населення та його естетичному вихованню тощо), що використовується для задоволення суспільних потреб. [1, с. 180]

Використання лісових ресурсів здійснюється в порядку загального та спеціального використання.

Право загального використання лісових ресурсів(ст. 66 Лісового кодексу України) — це право громадян у лісах державної та комунальної власності, а за згодою власника в лісах приватної власності, вільно перебувати в лісі, збирати для власного споживання рослин, ягід, грибів, горіхів тощо, крім випадків, передбачених законодавчими актами.

Загальне використання лісових ресурсів здійснюється громадянами без одержання спеціальних дозволів та безплатно. [2, с. 214]

Громадяни під час здійснення загального використання лісових ресурсів зобов'язані дотримуватися вимог пожежної безпеки в лісах, користуватися лісовими ресурсами способами і в обсягах, що не завдають шкоди відтворенню цих ресурсів, не погіршують санітарного стану лісів.[3, с. 255]

Право спеціального використання лісових ресурсів(ст. 67 Лісового кодексу України), яке за загальним правилом здійснюється в порядку господарської, комерційної діяльності, потребує одержання спеціальних дозволів та є платним, поділяється в залежності від мети його здійснення на такі види:

- заготівля деревини в порядку рубок головного користування;
- заготівля другорядних лісових матеріалів;
- побічні лісові користування;
- використання корисних властивостей лісів для культурно - оздоровчих, рекреаційних, спортивних, туристичних і освітньо – виховних цілей, потреб мисливського господарства, проведення науково – дослідних робіт. [2, с. 215]

Заготівля деревини здійснюється відповідно до системи норм і вимог щодо здійснення рубок, в основу яких покладено дотримання принципів безперервного, невиснажливого і раціонального використання лісових ресурсів, збереження умов відтворення високопродуктивних стійких насаджень, їх екологічних та інших корисних властивостей.

Залежно від категорії лісів, лісорослинних умов, біологічних особливостей деревних порід, типу лісу, складу та вікової структури деревостанів, наявності та стану підросту цінних господарських порід, ступеня стійкості ґрунтів проти ерозії, стрімкості схилів та інших особливостей, застосовуються такі системи рубок:

- вибіркові — рубки, під час яких періодично вирубується частина дерев, що є перестійними або стиглими, а лісова ділянка залишається постійно вкритою лісовою рослинністю;
- поступові — рубки, під час яких передбачається видалення деревостанів за кілька прийомів;
- суцільні — рубки, під час яких весь деревостан вирубається повністю, за винятком насінників, життєздатного підросту і молодняку, цінних і рідкісних видів дерев та чагарників, що підлягають збереженню;
- комбіновані — несучільні рубки, під час яких поєднуються елементи різних систем поступових і вибіркових рубок.

Крім того, можуть бути застосовані і такі види, як рубки догляду, санітарні, лісовідводні, переформування, пов'язані з реконструкцією, ландшафтні.

Ще одним видом спеціального використання лісових ресурсів є заготівля другорядних лісових матеріалів (живиці, пнів, лубу, кори, деревної зелені, деревних соків). Даний вид спеціального лісокористування законодавчо врегульований такими нормативно-правовими актами, як: Правила заготівлі живиці в лісах України, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 08.02.1996 р. № 185, Порядок заготівлі другорядних лісових матеріалів і здійснення побічних лісових користувань в лісах України, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 23.04.1996 р. № 449, тощо.

Лісові ділянки для заготівлі живиці визначаються відповідно до матеріалів лісовпорядкування та планів рубок головного користування.

Роботи, пов'язані із здійсненням заготівлі живиці, повинні бути завершені не пізніше 1 листопада року закінчення підсочування. У разі погіршення санітарного стану деревостанів заготівля живиці припиняється достроково.

Заготівля пнів, лубу, кори і деревної зелені проводиться для потреб населення. Порядок їх заготівлі урегульований Постановою Кабінету Міністрів України від 23 травня 2007 р. «Порядок спеціального використання лісових ресурсів».

Деревні пні заготовлюються для одержання осмолу (сировини для смолоскипидарного виробництва) та дров. До початку робіт, пов'язаних із заготівкою пнів, лісокористувачі складають технологічні карти.

Луб заготовлюється шляхом зняття кори з дерев, призначених для рубки у поточному році. Робота проводиться в період інтенсивного руху соків (квітень — травень).

Кора деревних порід заготовлюється з метою одержання лікарської та технічної сировини (кора дуба, крушини, калини і т. п.), а також сировини для виробництва дьогтю (берест).

Серед видів права спеціального використання лісових ресурсів важливе місце займають побічні лісові користування. Відповідно до ст. 73 ЛК України до побічних лісових користувань належать: заготівля сіна, випасання худоби, розміщення пасік, заготівля дикорослих плодів, грибів, горіхів, ягід, лікарських рослин, збирання лісової підстилки, заготівля очерету. Цей вид лісокористування є сезонним.

Способи і строки здійснення побічних лісових користувань визначаються Постановою Кабінету Міністрів України «Порядок спеціального використання лісових ресурсів» від 23 травня 2007 р.[3, с. 256-259]

Використання корисних властивостей лісів для культурно-оздоровчих, рекреаційних, спортивних, туристичних і освітньо-виховних цілей та проведення науково-дослідних робіт відповідно до ст. 76 Лісового кодексу України здійснюється з урахуванням вимог щодо збереження лісового середовища і природних ландшафтів та з додержанням правил архітектурного планування приміських зон і санітарних вимог. Використання корисних властивостей лісів для потреб мисливського господарства регулюється законами України «Про тваринний світ», «Про мисливське господарство і полювання». У лісах, які використовуються для відпочинку, лісокористувачі повинні здійснювати роботи по їх благоустрою.

Література

1. Екологічне право України. Навчальний посібник. 2-е видання: доповнене та перероблене / Л. О. Бондар, В. В. Курзова. – Вид-во «Бурун Книга». – 2008. – 368 с.: 6 рис.
2. Екологічне право України : навч. посіб. / Н.Р.Кобецька.— 2-ге вид., перероб. і допов. — К. : Юрінком Інтер, 2008. — 352 с.
3. Екологічне право : [підруч. для студ. юрид. спец. вищ. навч. закл.] / за ред. А. П. Гетьмана. - Х.: Право, 2013. - 432 с.

Смочук О.В.,
здобувач кафедри землевпорядного проектування,
Стойко Н.Є.,
к.е.н. доц., зав. кафедри землевпорядного проектування,
Львівський національний аграрний університет
м. Дубляни

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ В УКРАЇНІ

У сучасному світі інвестиції відіграють важливу роль. Їм можна відвести роль ядра економіки, рушійної сили національного виробництва [1]. Потік інвестиційного капіталу в аграрну сферу характеризується низькою динамікою хоча потенціал земельних ресурсів досить високий. На даний час в Україні найменш задіяні у системі інвестиційних відносин землі сільськогосподарського призначення, від раціонального використання яких залежить рівень життя населення та продовольча безпека держави.

Економічна активність, рівень життя населення в сільських районах України є досить низькими, що обумовлюється багатьма негативними чинниками. Економічну, соціальну та екологічну ситуацію значно погіршують кризові явища в аграрній галузі народногосподарського комплексу. Пріоритетним напрямом вирішення складних соціально-економічних проблем на селі є залучення значних інвестиційних ресурсів [2].

В Україні інвестиції є одним із найважливіших засобів забезпечення виходу країни з кризи, досягнення реальних структурних зрушень в економіці, оновлення застарілих основних виробничих фондів. Тому вирішення питань ефективного залучення та використання інвестицій в Україні є одним із найбільш актуальних завдань. [3]

В Україні проблемам удосконалення інвестиційного забезпечення сільськогосподарського землекористування присвячено праці В.П. Гордієнко, О.В. Пономарьова, П.Т. Саблука, П.В. Третяка, та ін. Проблема інвестицій висвітлена у роботах зарубіжних дослідників – Г. Бірмана, С. Шмідта, та ін.

Одним із гальмуючих чинників розвитку сфери сільськогосподарського землекористування є їх не достатня інвестиційна привабливість та низька ефективність використання інвестиційних ресурсів. [4] Вагоме значення має фінансове забезпечення інвестиційних процесів. Отже, джерелами фінансового інвестиційного забезпечення сільськогосподарського землекористування можуть бути:

1. Власні (приватні) – вкладення, що здійснюються громадянами і підприємствами недержавних форм власності, що знаходяться на сільській території [5].
2. Державні – вкладення, здійснювані центральними і місцевими органами влади і за рахунок бюджетних коштів, позабюджетних фондів і позикових засобів, а також державними підприємствами і установами за рахунок власних і позикових засобів у вигляді фінансування регіональних програм [6].
3. Залучені – вкладення, здійснювані членами сільських домогосподарств, іноземними громадянами, державами і міжнародними організаціями на безоплатній основі у вигляді цільового фінансування.
4. Позикові (кредитні) – вкладення, здійснювані за рахунок довгострокових і короткострокових кредитів, позичок [7].

За рейтингом інвестиційної привабливості сільськогосподарське землекористування України займає 112-те місце серед 136 країн світу. Згідно з оцінками Європейського Центру досліджень, підприємницький ризик інвестицій у сфері сільськогосподарського землекористування становить 80% [8, с. 64].

На обсяги вкладення коштів впливає економічна, соціальна та політична ситуація, що розгортається в країні. Враховуючи ситуацію, що склалася в Україні та на кримському півострові, більшість бізнесменів утримуються від капіталовкладень в українську економіку. Станом на початок лютого 2015 р. ситуація в країні дуже динамічна і тяжка. Кожного дня можна чекати самих непередбачливих подій та їх наслідків.

Таким чином, для ефективного розвитку економіки країни необхідно залучати якомога більшу кількість інвестицій, що дасть можливість нарощувати обсяги виробництва та збільшувати кількість робочих місць. Але для цього потрібно створити позитивний інвестиційний клімат основними рисами якого повинна стати удосконалена державна інвестиційна політика, законодавча база, політична стабільність у країні та високий рівень захищеності інвестора.

Література

- 1.Офіційний сайт державної служби статистики. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 2.Ключник А. Формування і розвиток економічного потенціалу сільських територій України / А. Ключник – М. : МДАУ, 2011. – 468 с.
- 3.Євтушенко Г.І., Левківський Т.А. Іноземне інвестування в Україні: Сучасний стан та перспективи: наук. стат. збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2012. – №1. –С. 13.
- 4.Попов В.М. Фінансове забезпечення сталого розвитку сільських територій / В.М. Попов // Вісник Білоцерківського ДАУ. – 2009. – Вип.65. – С.128-131.
- 5.Грицаєнко Г. Інвестиційна привабливість АПК України з позицій іноземних інвесторів / Г. Грицаєнко, Н. Шквиря // Економіка АПК. – 2004. – № 7. – С. 64-66.
- 6.Притула Х.М. Аналіз зовнішніх факторів розвитку сільських територій / Х.М. Притула // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип.21.10 – С. 124-131.
- 7.Федоренко В. Інвестиції та економіка України / В. Федоренко // Економіка України. – 2007. – № 5. – С. 12-16.
- 8.Котенко Н.М. Формування джерел інвестиційної діяльності на сільських територіях / Н.М. Котенко // Інноваційна економіка. – 2012. – №9 (35). – С. 255-258.

УДК 69.003

Тімченко Р.О.,
д.т.н., проф. кафедри архітектури та містобудівництва,
Крішко Д.А.,
к.т.н., ст. викл. кафедри архітектури та містобудівництва,
Кадол Л.В.,
к.т.н., доц. кафедри економіки, організації та управління підприємствами,
Суркова Є.О.,
магістрант кафедри архітектури та містобудівництва,
ДВНЗ «Криворізький національний університет»
м. Кривий Ріг

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТНОГО РІШЕННЯ З УТИЛІЗАЦІЇ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ

Вивіз сміття на сьогоднішній день одна з найгостріших проблем у світі. Неконтрольоване накопичення відходів в природі тягне за собою глобальну катастрофу. Зараз у нашій країні налічуються десятки тисяч переповнених сміттєвих звалищ, з них стільки ж є нелегальними. Тільки впровадження програми з переробки відходів зможе вирішити цю проблему [2, с. 15].

Основне завдання комплексного вирішення практичних питань управління потоком відходів у місті (населеному пункті або його частині) це організація раціонального поводження з відходами, що відповідає сучасним еколого – економічним та ресурсним вимогам, яке включає мінімізацію витрат на санітарну очистку міста, використання відходів у якості джерела сировини, забезпечення екологічної безпеки, перехід від полігонного захоронення відходів до їх промислової переробки.

Комплексне управління відходами включає в себе організацію збору, видалення (транспортування), сортування, переробки та захоронення, а також зведення до мінімуму кількість відходів, які направляються на захоронення [3, с. 24].

Щорічно в місті Кривий Ріг утворюється понад 1,7 млн.м³ твердих побутових відходів, з яких 1,4 млн. м³ – у житловій забудові міста, 0,19 млн. м³ – у бюджетній сфері, решта – на підприємствах промисловості та об'єктах невикористаної сфери.

Послуги зі збирання, перевезення та утилізації твердих побутових, рідких та негабаритних відходів у місті надає товариство з обмеженою відповідальністю «Екоспецтранс».

Щоденно зазначеним підприємством вивозиться близько 3 тис.м³ твердих побутових відходів. Захоронення відходів здійснюється на 4-х полігонах.

Щорічно обсяги звалищ зростають і вони неминуче стають потужним джерелом біологічного забруднення. У загальній складності з відходів в навколишнє середовище потрапляє більше ста токсичних речовин. Крім того, під полігони для сміття на десятки років відчужуються величезні території. Тому в більшості країн все менше побутових відходів вивозиться на звалище і все більше переробляється промисловими способами [1, с. 55].

В роботі було виконано техніко - економічну оцінку використання заводу з плазмовою переробкою твердих побутових відходів у порівнянні з вивезенням відходів на полігон.

Під техніко-економічною оцінкою розуміється виконання розрахунків, що характеризують варіанти проектних рішень, і виявлення їх економічної ефективності з метою вибору найкращого варіанту. В результаті оцінки має бути відображено вплив функціональних, технічних, технологічних і організаційних чинників проекту на економічні результати. [5, с. 18]

Характерними особливостями методу оцінки проектних рішень є:

- використання системи техніко-економічних показників;
- виявлення та угруповання факторів, що впливають на рівень розглянутих показників;
- вимір взаємозалежності між факторами.

Завод продуктивністю 150 тисяч тонн на рік розташовується на території менше 8 000 м². Частина устаткування розташовується за межами будівлі і займає площу близько 3000 м².

Виробниче обладнання для процесу Gasplasma розміщується в традиційному панельному корпусі.

Висота даху будівлі – 15 м, вихлопних труб – 25 м.

Прийом сміття, підготовка та зберігання пального здійснюються в будівлі. Усередині підтримується невеликий негативний тиск, що запобігає поширенню запахів.

Система вентиляції забирає повітря з пункту прийому сміття, устаткування з підготовки пального і з відсіку зберігання вологого пального та викидає його в атмосферу через систему сухого і вугільного фільтра.

Завдяки ефективному контролю над шумом, запахом, і шкідливими викидами в атмосферу завод може бути побудований навіть в межах населеного пункту.

Стосовно нашого проекту, завод розташовано на території відвалів гірничодобувної промисловості поблизу шахти «Родина».

Технологічний процес складається з наступних етапів:[4, с. 19]

1. Підготовка відходів
 - 1.1. Прийняття відходів
 - 1.2. Сортування
 - 1.3. Висушування
2. Виробництво синтез-газу.
 - 2.1. Газифікація.
 - 2.2. Система охолодження газу
 - 2.3. Система сухого очищення

- 2.4. Система вологого очищення
- 3. Виробництво енергії
- 3.1. Газові турбіни
- 3.2. Очищення викидів
- 3.3. Рекуперація тепла

Представлена технологія плазмової газифікації забезпечує практично повну переробку відходів, надаючи найменший вплив на навколишнє середовище в порівнянні з іншими технологіями. Реалізація проекту дозволить скоротити 2 сміттєвих полігони в Тернівському та Інгулецькому районах, і як наслідок зменшити обсяги викидів метану в атмосферу, а так само забруднення ґрунтів і ґрунтових вод.

Отримання прибутку від діяльності заводу може варіюватися залежно від типу відходів, що переробляються і від законодавства держави. Оцінка інвестиційної привабливості проекту здійснюється для кожного конкретного випадку передбачуваного розміщення заводу.

Основні джерела прибутку:

1. Утилізація відходів. Тарифи на утилізацію медичних відходів та інших типів небезпечних відходів зазвичай значно вище, ніж тарифи на переробку побутових відходів, тому прибуток підприємства може бути збільшено за рахунок збільшення частки небезпечних відходів.

2. Поставка електроенергії в національній мережі. У багатьох країнах існують державні програми підтримки об'єктів, що виробляють електроенергію з поновлюваних джерел. Тому, прибуток від поставок електроенергії може бути вище, ніж у електростанцій на традиційному паливі.

3. Реалізація матеріалу Plasmapox. Штучний камінь, одержуваний у процесі Gasplasma є абсолютно інертним, до того ж володіє унікальними фізичними характеристиками. Це дає можливість знайти йому застосування в різних галузях, наприклад у будівництві.

Література

1. Бобович Б.Б. Переработка отходов производства и потребления / Бобович Б.Б., Девяткин В.В. – М.: «Интернет Инжиниринг». – 2000. – 496 с.
2. Гринин А.С. Промышленные и бытовые отходы: Хранение, утилизация, переработка / Гринин А.С., Новиков В.Н. – М.: ФАИР-ПРЕСС. – 2002. – 336 с.
3. Шубов Л.Я. Концепция управления твердыми бытовыми отходами / Шубов Л.Я., Голубин А.К., Девяткин В.В., Погодаев С.В. – М.: Государственное учреждение «Научно-исследовательский центр по проблемам управления ресурсосбережением и отходами». – 2000. – 72 с.
4. Chapman C. The Gasplasma® process: its application in Enhanced Landfill Mining / Chapman C., Taylor R., Ray R. – Belgium. – 2010. – 45 с.
5. Трояновская О.Б. Экономика проектных решений в строительстве – Х. : ХНУГХ, 2013. – 96 с.

УДК 550.83:622.7

Timchenko R.O.,
Dr.Sci.Tech, prof. of the Department Urban Planning and Architecture;
Krishko D.A.,
Ph.D., Art. Lecturer of the Department Urban Planning and Architecture;
Maksymenko K.V.,
Master student of the Department of Urban Development and Architecture,
SHEI "Kryvyi Rih National University"
Tselikov S.L.,
Chief Hydraulic of Mining Department,
OJSC "ArcelorMittal Kriviy Rih"
Kriviy Rih

EFFECTIVE APPROACH TO ENVIRONMENTAL PROTECTION AT THE EXAMPLE OF RECONSTRUCTION OF TAILING FACILITIES WITH INCREASED OF RIDGING DAMS

The environmental situation in Ukraine in recent years is a major concern among not only environmentalists but also ordinary citizens. At present, Kryvyi Rih is the undisputed "leader" in environmental pollution throughout the Dnipropetrovsk region. [1, p. 1] The environmental situation here assumed alarming forms. Though in the ranking of the 55 best cities to live in Ukraine Kryvyi Rih was on the 28th place, but on such indicators as the environment, it recognized as the worst of all the settlements. The main culprits of this - are the enterprise mining and metallurgical complex: JSC "ArcelorMittal Kryviy Rih", all city mining companies, quarries, mines, tailings dam and machine-building enterprises of the city [2, p. 1].

The most effective solution to the problem must be considered at the design stage and implemented unconditionally, until the first signs of ecological catastrophe. An example of effective approach to the environmental protection, attended by the authors of the publication, is the working project of reconstruction of tailings dams with a capacity embankment near the village Mirolyubovka to maintain power and mining of "ArcelorMittal Kriviy Rih".

Impounding of mining tailings in 2003 carried out the tailing "Mirolyubovskoe" and "United", which impounded 2.49 million m³ and 3.19 million m³ respectively. At the tailings "United" in March 2003 completed the build levees marked 136.0m, with usable capacity, designed for tailings disposal plant will be 12.15 million m³.

The aim of our work was the rationale for the reconstruction of tailings dam with the creation of capacity for storage of tailings with maximum preservation of the ecological potential of the territory. The project includes the development of technical solutions to build tailing "Mirolyubovskoe" mark from 120 m to 135 m mark in three stages [3, p. 10].

There are three aquifers in the area of tailings dam "Mirolyubovskoe": in the cracked area of crystalline rocks; in the sediments of neogene system; in Quaternary loams.

Aquifer fractured zones of crystalline rocks is widespread. Power is due to overflow from the upper horizons. Filtration coefficient of crystalline rocks up to 7.2 m / day, at least 24.0 m / day. The depth of the groundwater level is 58.0-64.0 m, which corresponds to around 36.5-2.0 m. Neogene aquifer confined to the sands and fractured limestones Sarmatian and Pontian stages. Lower confining layer his serve dense clay Kiev Formation and the upper Neogene - Quaternary clay. The aquifer is ubiquitous, absent only in the valley of river Ingulets. Horizon is pressureless. The depth of the groundwater level is 32.8-55.0 m. The thickness of the formation is flooded 35.0-40.0 m. Permeability sands varies from 0.1 to 8.0 m / day, and fractured limestone - from 1.0 to 100.0 m / day.

After filling the tailings the aquifer regime disturbed, filtration leakage of tailings and other water bodies identified a significant increase in its capacity. Quaternary aquifer has a limited distribution. Power horizon 6.0-8.0m. Horizon is pressureless. Groundwater depth varies from 0.4 to 10.0 m. The filter coefficients loam low and equal to 0.25-0.5 m / day. Power supply are precipitation and water filters from the tailings. Confining layer are red-brown clay are red-brown clay.

Water resources district of mining, represented aquifers in Quaternary system loam, rocks Neogene system in the area of crystalline rock, as well as surface water river Ingulets. The impact of tailings dam on groundwater of district estimated as significant. In the area under the influence of tailings dam "Mirolyubovskoe", in conjunction with other man-made factors, essentially formed codes technogenic origin. The impact of the newly constructed map alluvium, compared with the effect of tailings dam, a slight, but it will also contribute to the formation of hydrochemical regime of groundwater aquifers.

The deterioration of groundwater quality reflected in the growth of their mineralization and sulphate content. In its natural state groundwater loess loam on the chemical composition belonged to the bicarbonate-sulfate sodium-magnesium with mineralization from 0.4 to 1, 4 g / l. At present, the type of water replaced by sulfate-chloride magnesium-sodium with mineralization of 1.0 g / l to 15,9g / l.

Tailing "Mirolyubovskoe" was not as significant an impact on the chemical composition of water Neogene aquifer, as the increase of mineralization occurred not so much due to seepage from the tailings leak, but mainly as a result of the dissolution of salts contained in the sands at the rise of the horizon water level. The impact of tailings dam on the water chemistry of Precambrian crystalline rocks has been insufficiently studied. However, relying on circumstantial factors, we can assume that the tailings has no appreciable effect on the regime of the aquifer.

Tailing dam "Mirolyubovskoe" surrounded comparable in strength of negative impact pollutants hydrosphere objects and separated from the river Ingulets, due to the indirect source of contamination of river water. In addition to the deterioration of groundwater quality and groundwater tailing "Mirolyubovskoe" a significant impact on the rise in groundwater levels, which in turn leads to flooding and water logging areas, as well as excessive watering of the area under consideration areas.

The main causes of flooding and waterlogging of land in this region are water leaks (emergency) of containers and communications, seepage losses from tailings and ponds, as well as a violation of natural surface water runoff on slopes [3, p. 115].

The total amount of seepage water, intercepted by the drainage devices of the tailings marked 120,0 m totaled 4.1076 million m³ / year. According to the research "NOVOTEK - 2" efficiency of the existing system of protection of the aquatic environment from pollution by tailing "Mirolyubovskoe" is currently estimated to be

87% [3, p. 118].

In accordance with the requirements of environmental services, we have developed working documentation "Protect the area from flooding and groundwater from pollution. Drain complex". The specified operating documentation in addition to the existing protection structures provides for the following activities:

1. In order to prevent a further rise in the groundwater level in the Quaternary sediments and flooding the adjacent territory:

- horizontal drains length of 377,5 m with a depth of laying up to 6.0 m with discharge of drainage water into the existing sewer diversion of surface water, total water capacity of 450 m³ / day;

- clearing of an existing channel;
- streamlining the natural surface runoff

2. To protect groundwater Neogene aquifer from contamination

- dewatering wells (4 pieces) with artesian pumps along the existing drainage channel and horizontal slumber with dump seepage water into the existing conduit and reservoir;

- dewatering wells (10 pieces) on the south side of the tailings at a distance of 230-250 m from the base of the dam to the challenge of drainage water in the pressure mode (under residual pressure from the wells) in the manhole collector diversion of surface water.

Total water dewatering wells (14 pieces) – 7000 m³ / day. Currently, this complex of buildings drain and put into operation [3, p. 120].

To control the hydrogeological and hydrochemical regime of groundwater and underground waters on the adjacent the tailing dump area and prom-site Mining previously provided departmental monitoring network, currently consisting of 37 wells, 26 of which are equipped on the aquifer of Quaternary deposits, and 11 – on the Neogene deposits [3, p. 123].

The effectiveness of existing and planned water conservation structures tailing "Mirolyubovskoe" picked "NOVOTEK - 2" by modeling the possible seepage flows

back with relevant forecast calculations.

Analyzing all the data obtained following conclusions can be:

1) The most significant changes are subject to the following articles water balance of district:

- Seepage losses recycled water from the tailings;
- The performance of the drainage system.

2) The absolute value of seepage losses from the tailings determined by the following factors:

- Mark NWL (normal water level) of the tailings;

- The intensity of drainage activities conducted to protect the adjacent territory from flooding and river basin of district from pollution waters of the tailings.

3) Increased productivity drainage system is determined primarily by building the level of the tailings. Capacity of the tailings leads to the following results:

- Outflow beyond the area varies slightly;
- The rise in groundwater levels occurs only in the band adjacent to the tailings.

4) The effectiveness of the existing system of protection of the aquatic environment (especially groundwater) pollution tailing "Mirolyubovskoe" in this region currently estimated to be 87%. Maintaining it in working order and commissioning of the projected drains will ensure the effectiveness of the protection system at the level of 90.3% at NWL of the tailings – 133,5 m. Facilities linear series of dewatering wells in the Neogene aquifer allows the interception of 68% waters polluted with tailings.

References

1. Интернет издание Информ Кривой Рог: [Электронный ресурс], 2006-2008. URL: <http://www.kri.com.ua/ekologiya>.

2. Рудницкая Е. Экологические беды и победы Кривого Рога: //Секретарь-референт. 2011. URL: <http://www.dneprovka.dp.ua/t12724>.

3. Общая пояснительная записка / ВАТ «Український гірничий інститут по проектуванню підприємств рудної, флюсової, вогнетривкої сировини та будівельних матеріалів // Реконструкція хвостового господарства и оборотного водоснабжения. – 2004. – С. 10-215.

УДК 332.334

Хомюк Н.Л.,
аспірант кафедри фінансів і економіки природокористування, Національний університет водного господарства та природокористування м. Рівне

СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Україна володіє значними запасами земельних ресурсів. Її територія, яка складається на 95 % з низовин та височин, а лише 5 % гори, є надзвичайно сприятливою для розвитку сільськогосподарського виробництва. Її ґрунтовий покрив представлений різними типами високопродуктивних чорноземів, які займають 44 % загальної площі її території. Станом на 1 січня 2014 року земельний фонд України становив 60354,9 тис. га. За площею сільськогосподарських угідь та ріллі Україна посідає перше місце в Європі. Висока природна продуктивність ґрунтового покриву визначає провідну роль земельного фонду як одного з важливих видів ресурсів економічного розвитку України, її національного багатства, головного засобу виробництва і предмету праці в сільському і лісовому господарствах. Площа сільськогосподарських угідь України становить 41525,8 тис. га або 68,8 % від загального земельного фонду, з них на ріллю припадає 32525,5 тис. га або 78,3 %, 5446,8 тис. га або 13,1 % складають пасовища, 2408,8 тис. га або 5,8 % - сіножаті, 893,5 або 2,2 % - багаторічні насадження, 251,2 тис. га або 0,6 % - перелоги [1].

Дослідження якісного стану земель свідчить про підвищення темпів деградації земель. Велике занепокоєння викликає безупинне зниження їх родючості. На всій території поширені процеси деградації земель, серед яких найбільш масштабними є ерозія (близько 57,5 % території), забруднення (близько 20 % території), підтоплення (близько 12 % території) [2].

Згідно з довідкою про підсумки діяльності територіальних органів Держземагентства України станом на 1 січня 2014 року загальна площа земель, що потребують консервації, становить 1,1 млн. га, з яких 642,4 тис. га – деградовані, 485,3 тис. га – малопродуктивні і 11,8 тис. га – техногенно забруднені землі. Протягом 2013 року шляхом заліснення та залуження було здійснено консервацію 1,3 тис. га земель. В Україні загальна площа порушених земель становить 145,6 тис. га. Протягом 2013 року рекультивовано 636,3 га порушених земель, з яких 435,5 га – сільськогосподарські угіддя. Також було здійснено будівництво протиерозійних гідротехнічних споруд протяжністю 2,4 км на загальній площі 15,6 га [3].

Згідно ст. 55 ЗУ "Про охорону земель" фінансування заходів щодо охорони земель і ґрунтів здійснюється за рахунок Державного бюджету України, місцевих бюджетів, у тому числі коштів, що надходять у порядку відшкодування втрат сільськогосподарського і лісогосподарського виробництва, від плати за землю, а також коштів землевласників і землекористувачів та інших джерел, не заборонених законом [4].

На території областей України виконання робіт з охорони земель здійснюється дуже повільно у зв'язку з недостатнім фінансуванням. Державним бюджетом України на 2012 та 2013 роки Держземагентству України взагалі не було передбачено коштів на здійснення заходів з охорони земель. Хоча у 2012 та 2013 роках за рахунок коштів, що надійшли в порядку відшкодування втрат сільськогосподарського та лісгосподарського виробництва, на заходи з охорони земель було використано по 26,5 млн. грн. Відповідно до регіональних програм у 2013 році на охорону земель використано 60,1 млн. грн. [3].

Проаналізувавши сучасний стан земельних ресурсів України, можна стверджувати, що наша держава багата на родючі ґрунти і має високий потенціал у аграрній сфері, адже 70,8 % займають землі сільськогосподарського призначення. Рівень розораності земель в Україні є чи не найвищий у світі і становить 53,9 %, який згідно з чинними нормами вважається несприятливим. Отже, я вважаю, що необхідно скоротити площі орних земель за рахунок сильно еродованих, переглянути структуру посівних площ, вилучити із сільськогосподарського обороту малопродуктивні землі та захистити землі, зокрема сільськогосподарського призначення, від ерозійних та інших несприятливих природних процесів.

Література

1. Земельний фонд України станом на 1 січня 2014 року [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <http://land.gov.ua/zvitnist/statystyka/107551-zemelnyi-fond-ukrainy-stanom-na-1-sichnia-2014-roku-ta-dynamika-ioho-zmin-v-porivnianni-z-danymy-na-1-sichnia-2013-roku.html>
2. Розширений п'ятирічний звіт про опустелювання та деградацію земель [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <http://www.kivadm.gov.ua/article/rozshireniy-pyatirichniy-zvit-pro-opustelyuvannya>
3. Довідка про підсумки діяльності Держземагентства України та його територіальних органів за 2013 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <http://dazru.gov.ua/zvitnist/statystyka/107726-dovidka-pro-pidsumky-diialnosti-derzhzemahentstva-ukrainy-ta-ioho-terytorialnykh-orhaniv-za-2013-rik.html>
4. Закон України "Про охорону земель" від 19.06.2003 № 962-IV [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/962-15/page>

УДК 330.34

Чернихівська А.В.,
кандидат економічних наук,
професор кафедри сталого природокористування,
Державна екологічна академія післядипломної освіти та управління

ЕКОЛОГІЧНИЙ АУДИТ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Екологізація економіки та обмеження негативного впливу на навколишнє природне середовище потребує формування відповідної ефективної системи екологічного контролю та аналізу, покликаної перевіряти виконання планів і заходів щодо дотримання вимог екологічного законодавства та природоохоронних нормативів. Вирішальне значення у розв'язанні цих проблем належить науково обґрунтованому механізму екологічного аудиту, який потребує особливої уваги у контексті формування стратегії й тактики міжнародної інтеграції України в ЄС.

Незважаючи на окремі досягнення в регулюванні екологічної політики, загальна ситуація продовжує погіршуватись, що призводить до подальшого розвитку екологічної кризи. Провідною причиною такого становища є низька ефективність використовуваних інструментів екологічного контролю та управління, як зі сторони держави, так і на підприємствах, котрі переважно засновані на примусових адміністративних методах.

В умовах дії принципів сталого розвитку, проголошених на Всесвітніх самітах у Ріо-де-Жанейро та Йоганнесбурзі, і особливо впровадження принципу «забруднювач платить» екологічний аудит набуває особливого значення для корпорацій, підприємств як інструмент захисту корпоративних інтересів і в той же час як засіб гармонізації відносин із суспільством та державою.

За визначенням Ради Європейського Союзу, екологічний аудит – це засіб управління, який надає систематизовану, періодичну, об'єктивну й задокументовану оцінку стосовно системи управління та процесів, спрямованих на охорону навколишнього середовища, щоб:

- підвищити ефективність і полегшити контроль за діяльністю компанії, що впливає на навколишнє природне середовище;
- оцінювати узгодженість діяльності компанії на засадах екологічної політики.

Слід зазначити, що питання розвитку понятійного апарату, критеріїв та показників екологічного аудиту залишаються гостро дискусійними. Найближчими українськими термінологічними еквівалентами «екологічного аудиту» можна вважати такі терміни як «екологічне обстеження», або «екологічний огляд». Тобто екологічний аудит визначає «діагноз екологічного здоров'я» підприємства, особливості екологічних аспектів функціонування його господарського механізму: спроможність не забруднювати навколишнє природне середовище, виробляти екологічно чисту продукцію тощо [3].

Екологічний аудит – це документально оформлений системний незалежний процес оцінювання об'єкта екологічного аудиту, що включає збирання і об'єктивне оцінювання доказів для встановлення відповідності визначених видів діяльності, заходів, умов, системи екологічного управління та інформації з цих питань вимогам законодавства України про охорону навколишнього природного середовища та іншим критеріям екологічного аудиту [1].

Аналіз фахової літератури свідчить, що існує декілька підходів до визначення змісту і сутності екологічного аудиту, який розглядають як:

- систематичний процес оцінювання впливу на навколишнє середовище;
- форму екологічного контролю;
- методичне вивчення екологічної інформації;
- незалежну оцінку екологічної безпеки;
- підприємницьку діяльність;
- один з елементів екологічно спрямованого фінансового аудиту;
- оцінку відповідності обраним екологічним критеріям, законодавству, стандартам та виявлення ризиків тощо.

Екологічний аудит в Україні проводиться з метою забезпечення додержання законодавства про охорону навколишнього природного середовища в процесі господарської та іншої діяльності.

Конкретні завдання екологічного аудиту в кожному окремому випадку, визначаються замовником, керуючись його потребами, відповідно до Закону України «Про екологічний аудит» та інших актів законодавства України, характеру діяльності об'єкта екологічного аудиту.

По-перше, екологічний аудит визнано в Україні одним із пріоритетних напрямів державної політики в галузі охорони довкілля, використання ресурсів та забезпечення екологічної безпеки. У відповідній Постанові Верховної Ради України впровадження екологічного аудиту віднесено до національного рівня управління. По-друге, Держстандартом України затверджено і введено в дію як офіційне видання збірник стандартів ДСТУ ISO 14001-97, 14004-97 (Системи управління навколишнім середовищем) і ДСТУ ISO 14010-97, 14011-97, 14012-97 (Настанови щодо здійснення екологічного аудиту) відповідно до міжнародних стандартів ISO серії 14000 [2].

Актуальність екологічного аудиту полягає також і у тому, що в Україні розпочалося усвідомлення того, що екоаудит є необхідною за міжнародними стандартами передінвестиційною стадією оцінки ризиків, обов'язковою процедурою визначення вартості підприємств, що приватизуються, маркетингових досліджень конкурентоспроможності продукції, ефективним інструментом погодження загальнодержавних і місцевих інтересів екологічної безпеки. Екологічний аудит став невід'ємною частиною, інструментарієм системи екологічного управління від макро- до мікрорівня [4]. Це один із провідних ринкових інструментів екологізації не тільки виробництва, а й суспільно-економічних відносин у цілому, поліпшення якості життя суспільства, забезпечення його права на екологічно безпечне існування (рис. 1).

Характерними особливостями екологічного аудиту є його незалежність, конфіденційність, об'єктивність, системність, компетентність, ліцензійність та відповідність цілям, які визначаються замовником під час укладання договору на проведення екоаудиту. Ці особливості регламентуються як в міжнародному (ISO-14000), так і державному (ДСТУ-ISO 14000) контексті [5].

Еколого-аудиторська діяльність може здійснюватися на рівні:

- державних установ;
- галузі – оцінювання відповідності загальній екологічній політиці галузі;
- корпорації (корпоративний аудит);
- території (регіону, місцевості);
- підприємства.

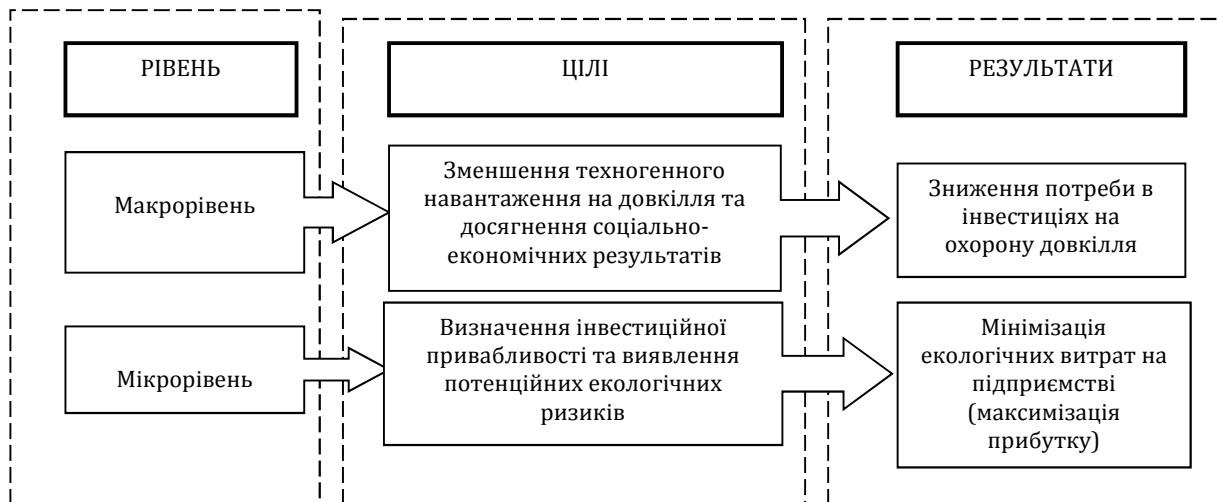


Рис. 1. Екологічний аудит у системі екологічного управління

Отже, на сучасному етапі розвитку економіки України, екологічний аудит – це один із найефективніших інструментів підвищення якості життя як окремої людини, так і суспільства в цілому, переходу від екологічно небезпечної до екологічно безпечної економіки, захисту конституційних прав людини на екологічно безпечне життя. Тому держава повинна бути зацікавлена в розвитку екологічного аудиту і створенні відповідних правових і нормативних засад для його функціонування.

Екологічний аудит може істотно вплинути на зміну екологічної ситуації в Україні, насамперед, на рівні окремих підприємств. При проведенні екоаудиту

отримані результати дають змогу не тільки оцінити еколого-економічний рівень виробництва в майбутньому, але й сформулювати певну думку про наявні екологічні проблеми і конкретизувати шляхи їх вирішення. Екологічний аудит дає можливість виявити диспропорції, які склались між господарською діяльністю підприємства і охороною навколишнього середовища, а також встановити основні тенденції еколого-економічного розвитку підприємства і розробити заходи досягнення оптимальної рівноваги економічних і екологічних інтересів.

Крім того, запроваджуючи екологічний аудит Україна не тільки декларує своє право на входження в європейську цивілізацію, а й підтверджує свої наміри конкретними діями.

Література

1. Закон України «Про екологічний аудит» [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – 2009. – Режим доступу до тексту закону: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>.
2. Басанцов І.В., Пантелейчук О.С. Екологічний аудит в Україні: актуальність, проблемні питання та напрями удосконалення // Механізм регулювання економіки. – 2010. – №1. – С.38–46.
3. Буркінський Б. В. «Зелена» економіка крізь призму трансформаційних зрушень в Україні: моногр. / Б. В. Буркінський, Т. П. Галушкіна, В. Є. Реутов. – Саки: ПП «Фенікс», 2011. – 348 с.
4. Шевчук В.Я. Екологічне управління: підручник / В.Я. Шевчук, Ю.М. Саталкін, Г.О. Білявський та ін. – К.: Либідь, 2004. – 432 с.
5. Шевчук В.Я. Екологічний аудит: підручник / В.Я. Шевчук, Ю.М. Саталкін, В.М. Навроцький – К.: Вища школа, 2000. – 344 с.

УДК 504.062

Шуптар Н.И.,

*ассистент кафедры информационных технологий,
Одесский государственный экологический университет*

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ АВТОМАТИЗИРОВАННОГО СБОРА ОТРАБОТАННЫХ ИСТОЧНИКОВ ПИТАНИЯ

Проблема утилизации и переработки электронных отходов, к которым относятся исчерпавшие свой ресурс автономные источники питания, с каждым годом приобретает все большую актуальность. Большинство исследований указывает на то, что захоронение и сжигание отработанных гальванических элементов вместе с твердыми бытовыми отходами (ТБО) весьма опасно для окружающей среды. Например, по оценкам специалистов, одна пальчиковая батарейка, попадая на свалку, может отравить 20 кв. м или 400 л воды [1]. В развитых странах мира данная проблема решается путем селективного сбора и рециклинга электронных отходов, в том числе, неработающих автономных источников питания. Основываясь на европейском опыте использования вендинга при обращении с некоторыми категориями ТБО, в частности, пластиковыми бутылками и алюминиевыми банками, внедрение в Украине автоматизированного сбора батареек представляется перспективным.

Целью данного исследования является оценка эффективности сбора отработанных бытовых источников питания с помощью автоматизированного приемного комплекса (АПК).

В отличие от распространенных в странах ЕС автоматов по приему «унифицированных» видов отходов, когда компенсация за их сдачу производится наличными деньгами либо чеками, которые можно использовать в магазинах для покупки товаров, особенностью предлагаемого АПК является возможность пополнения баланса счета мобильной связи средствами за сданные батарейки в сумме, эквивалентной величине предотвращенного эколого-экономического ущерба, наносимого окружающей среде в результате ее загрязнения отработанными элементами питания.

Согласно проведенному опросу, в течение года семья из 4 человек в среднем покупает 24 батарейки. Следовательно, на одного человека приходится по 6 батареек, которые требуют утилизации. Например, в г.Одесса (Украина) с населением примерно 1 млн. человек ежегодно подлежит утилизации 6 млн. батареек. Однако большая их часть, вследствие отсутствия в стране налаженной системы обращения с отработанными малогабаритными источниками питания, оказывается на свалке. По истечении времени элементы питания корродируют (их металлическое покрытие разрушается) и, так как большинство городских свалок не оборудованы современной противифльтрационной защитой, токсичные металлы, которые содержатся в батарейках, беспрепятственно попадают в окружающую среду. По оценкам, величина эколого-экономического ущерба от одной выброшенной на свалку батарейки в среднем составляет 0,07 долл. США [2]. В то же время, отработанные батарейки – это вторичное сырье, с высоким содержанием ценных элементов, в частности, цветных металлов. Опираясь на расчеты, приведенные в работе [3], доход от переработки 1 тонны таких гальванических элементов можно оценить в 16569 долл. США. Следовательно, в условиях все возрастающей деградации окружающей природной среды, альтернативы сбору и рециклингу отслуживших свой срок автономных источников питания не существует. Кроме того, существенным для получения необходимого эффекта от организации сбора батареек является удобство их сдачи и стимулирование тех, решил от них избавиться. Этим условиям полностью отвечает рассматриваемый АПК.

По оценкам, ощутимый результат может быть получен при размещении на территории города сети из 20 АПК, которая способна обеспечить сбор примерно 500 тыс. батареек или 12 т. Расходы на приобретение и установку 20 единиц оборудования, с учетом цены одного АПК (1280 долл. США) и затрат на его монтаж (25 долл. США),

составят 26,1 тыс. долл. США. Ежемесячные расходы на обслуживание сети АПК представлены в таблице 1.

Таблица 1

Текущие затраты на обслуживание сети АПК

№ пп	Статья расходов	Сумма, долл. США
1	Налоги	30
2	З/п менеджеру по обслуживанию сети	300
3	Транспорт	320
4	Пополнение баланса счета мобильной связи	35000
5	Ремонт и обслуживание оборудования	240
6	Аренда площадей, на которых установлены АПК	400
7	Стоимость GPRS	2,4
8	Другие расходы	120
	Всего	36412,4

Текущие ежемесячные расходы для сети 20 АПК включают в себя:

- налоги, величина которых составляет 30 долл. США и эквивалентна сумме единого налога, исходя из того, что бизнесом занимается частный предприниматель;

- зарплату менеджера, в обязанности которого будет входить изъятие отработанных элементов питания из АПК, отправка вторичных ресурсов на перерабатывающий завод, поддержание работоспособности АПК, ведение первичной налоговой документации; обязательным является наличие автомобиля;

- транспортные затраты, которые рассчитываются при условии максимальной наполняемости АПК. Так, полная загрузка одного АПК емкостью 50 литров составляет 5 тыс. батареек, а его максимальная ежемесячная наполняемость – 25 тыс. шт. соответственно. Для обслуживания одного АПК в месяц необходимо осуществить 5 выездов менеджера на место его установки АПК или 100 выездов по всей сети. Затраты на топливо учитывают среднее расстояние между точками размещения АПК - 4 км;

- для стимулирования людей сдавать отработанные источники питания планируется пополнять баланс счета мобильной связи за каждую сданную в АПК батарейку на сумму 0,07 долл. США (величину предотвращенного эколого-экономического ущерба). При полной наполняемости 20 АПК ежемесячные затраты по этой статье составят 35 тыс. долл. США;

- расходы на текущий ремонт и техническое обслуживание сети АПК, по оценкам, не должны превышать 240 долл. США;

- средняя стоимость 1 кв. м площади в супермаркетах города составляет 20 долл. США;

- стоимость GPRS трафика для каждого автомата при подключении к оператору BeeLine составляет 0,12 долл. США;

- расходы на рекламу, административные и прочие затраты заложены в бюджет на уровне 120 долл. США.

Таким образом, годовые затраты на обслуживание сети из 20 АПК составят 436948,8 долл. США, а доход от переработки пусть даже 20% собранных батареек – 477187,2 долл. США. При величине капитальных затрат в 26100 долл. США, экономическая эффективность сбора отработанных бытовых источников питания с помощью сети автоматизированных приемных комплексов составит 1,54.

Литература

1. Шестаковский А. Маленькая батарейка - большие проблемы / Шестаковский А. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://greenconsumption.org/articles/43/c6/i8.html>

2. Шуптар Н.И. Оценка эколого-экономического ущерба от загрязнения окружающей среды отработанными источниками питания / Шуптар Н.И. // Економічний простір. – 2013. - № 72. – С. 289-297.

3. Шуптар Н.Й. Оцінка упущеної вигоди в сфері поводження з відпрацьованими джерелами живлення / Шуптар Н.Й. // Вісник Одеського державного екологічного університету. – 2014. - № 18. – С. 73-78

АКТУАЛЬНЕ ПОВІДОМЛЕННЯ !

ПП «Інститут економіки, технологій і підприємництва»
запрошує до співпраці бажаючих прийняти участь в реалізації освітнього проекту
«ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУСПІЛЬСТВА».
Проектом безперервного навчання передбачено створити
«НАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КОМПЕТЕНТНОСТІ».
який функціонуватиме на засадах самоосвіти,
з використанням системи дистанційного навчання і фахових консультантів.

Інфраструктурне забезпечення функціонування Народного університету включає:

1. Громадську спілку «Науково-навчальний кластер «Конкурентоспроможність»;
2. Електронну бібліотеку навчальної літератури і відеофільмів практичного передового досвіду;
3. Банк інновацій та інноваційно-інвестиційних проектів;
4. Дайджест інноваційних пропозицій;
5. Науково-практичний журнал «Міське самоврядування: формування компетентності»;
6. Бізнес-кадровий інкубатор «Універсальний»;
7. Освітньо-кадровий проект «Від учня школи – до високо компетентного фахівця»;
8. Кадрово-рекрутингова агенція «Компетентність».

(Повна інформація про Проект на сайті www.stelmaschuk.info)

Витяг з Статуту громадської спілки

«Науково-навчальний кластер «Конкурентоспроможність»

2.2. Основними напрямками діяльності Спілки є:

2.2.1. Розробка і впровадження інноваційних науково-освітніх проектів, консультування з сприяння розвитку людського капіталу в напрямі виховання, освіти, здоров'я, підвищення рівня компетентності населення і його ролі в розвитку економіки, активізації його діяльності в суспільному житті.

2.2.3. Сприяння формуванню освіченої молоді з активною позицією в житті і потенціалом забезпечення роботою на основі використання форм науково-практичної та науково-дослідної роботи студентів із застосуванням технологій бізнес-інкубації, що сприяють професійній їх підготовці, оволодінню методами ведення підприємницької діяльності, формуванню у них практичних професійних навичок майбутніх фахівців, організаторів і керівників.

4.2. Членами (учасниками) Спілки можуть бути: юридичні особи приватного права, які є інноваційно-активними суб'єктами наукової чи господарської діяльності, що вносять (мають намір вносити) відповідний вклад в інноваційний розвиток суспільства; фізичні особи, які займають активну позицію в житті, вносять (мають намір вносити) інноваційні науково-практичні розробки і пропозиції для впровадження в розвиток національної економіки.

4.3. Прийом фізичної особи до членів Спілки здійснюється на підставі особистої заяви і представлення в письмовій формі інформації про результати (плани) своєї інноваційної діяльності.

Прийом юридичної особи приватного права до учасників Спілки здійснюється на підставі заяви юридичної особи та письмової інформації про впровадження (бажання впроваджувати) у виробництво інноваційних пропозицій та досягнень передового досвіду.

Запрошуємо до співпраці (за сумісництвом) на договірних засадах науковців, професорсько-викладацьких працівників, досвідчених спеціалістів - практиків.

Редакція щомісячного фахового журналу «ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА», який включений до наукометричних баз «КОПЕРНІКУС» та «РИНЦ», запрошує авторів подавати наукові статті для опублікування (за напрямом - економічні науки).

Редакція щомісячного фахового журналу «СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ», який включений до наукометричної бази «КОПЕРНІКУС» запрошує авторів подавати наукові статті для опублікування (за напрямом - економічні науки).

(Повна інформація про наукові журнали на сайті www.stelmaschuk.info)

ACTUAL ANNOUNCEMENT!

**Private enterprise “Institute of Economics, Technologies and Entrepreneurship”
Invites for cooperation all people willing to participate in the implementation of the educational project
“FORMATION OF COMPETENCE OF SOCIETY”.**

**The project of continuous training envisages creating
“PEOPLES' UNIVERSITY OF COMPETENCE”
that will functioning on the basis of self education,
with using the system of distance education and professional advisers**

Infrastructures ensure for the functioning the Peoples' University includes:

- 1. The Public Union “Scientifically and educational cluster “Competitiveness”;**
- 2. The electronic library of educational literature and videos for practical advanced experience;**
- 3. Bank of innovations and innovative investment projects;**
- 4. Digest of innovative proposals;**
- 5. Scientific and practical journal “Local government: formation of competence”;**
- 6. Business and personnel Incubator “Universal”;**
- 7. Educational and personnel project “From the pupil of school – to the highly competent professional”;**
- 8. Personnel and recruitment agency “Competence”.**

(Full information about the Project is on the site www.stelmaschuk.info)

*Extract from the Statute of the Public Union
“Scientifically and Educational Cluster “Competitiveness”*

2.2. The main directions of the Union activity are:

2.2.1. Development and implementation of innovative scientific and educational projects, advising on promoting human capital development in the direction of upbringing, education, health, enhancing the level of competence of the population and its role in economic development, revitalization of its activity in public life.

2.2.3. Facilitating in the formation of educated youth with active position in life and the potential to work on the basis of using the forms of scientific and practical, scientific and research work of students with the use of technologies for business incubation, contributing to their professional training, mastering the methods of conducting entrepreneurial activity, forming their practical professional skills of future specialists, organizers and leaders.

4.2. Members (participants) of the Union may be: the legal persons of private law who are innovative and active subjects of scientific or economic activity that contribute (intending to make) an appropriate contribution to the innovative development of society; individuals who take an active position in life, contribute (intend to introduce) innovative scientific and practical proposals for implementation in the development of the national economy.

4.3. Reception of a physical person to members of the Union is based on the personal application and submission of information about the results (plans) of their innovative activity in written form.

Reception of legal entity of private law to the members of the Union is based on the statements of a legal entity and written information on the implementation (the desire to implement) in the production of innovative proposals and achievements of advanced experience.

*Welcome to cooperation scholars, professorial and teaching workers,
experienced professionals – practitioners on the contractual basis.*

Editorship of the monthly professional journal “INNOVATIVE ECONOMY” that is included to the scientific and metric bases “Copernicus” and “RSCI” (Russian Science Citation Index) invites authors to submit scientific articles for publication (in the direction – economic sciences)

Editorship of the monthly professional journal “SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY that is included to the scientific and metric base “Copernicus” invites authors to submit scientific articles for publication (in the direction – economic sciences).

(Full information about scientific journals is on the site www.stelmaschuk.info)

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Розвиток національної економіки: теорія та практика

Матеріали
Міжнародної науково-практичної конференції
3-4 квітня 2015 року

Відповідальний за випуск
д.е.н., професор Баланюк І.Ф.

Комп'ютерний набір і верстка
Довгань С.В.

Підписано до друку 30.04.2015 р. Формат 60x90/16
Гарнітура Times New Roman. Папір офсетний 65 г/м².
Ум. - друк. арк.44,3
Тираж 300 примірників. Замовлення № 768

Адреса редакції

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»
м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57

Видавництво «Крок». Свідоцтво № 3538 від 30.07.2009р.
46006, м. Тернопіль, вул. Гайова, 56
Тел.0352248436