

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ
ВИЩА ШКОЛА ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ В М. ЛЮБЛІН

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
студентів аспірантів та молодих вчених
присвячена 25 річниці створення
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*

Луцьк 2018

Рекомендовано до друку вченою радою Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 14 від 29.11.2018 р.)

Рецензенти:

Ковальська Л.Л. – доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Луцького національного технічного університету

Черчик Л.М. - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки

Інноваційний розвиток та безпека підприємства в умовах неоіндустріального суспільства: [матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (25 жовтня 2018 р.)]/ відп. ред. О. М. Полінкевич, Л. В. Шостак. – Луцьк, 2018. – 178с.

У збірнику подано тези доповідей на Міжнародній науково-практичній конференції. У них відображено теоретичні основи, перспективи забезпечення ефективності суб'єктів господарювання, перспективи розвитку фінансово-кредитної системи, менеджменту, обліку, аналізу і аудиту в умовах розвитку економіки України.

Для науковців, економістів, фахівців і всіх, хто цікавиться питаннями розвитку економічної системи України.

УДК 330.341.1:334.7.049.5(082)

© Полінкевич О.М., Шостак Л.В. (упорядкування), 2018

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ I. Інноваційні засади становлення та розвитку економіки природокористування

Березіна Л., Баган Н. ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	7
Мельничук С. ВПЛИВ ПЕРЕХІМІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА НА СТАН ҐРУНТІВ	9
Нестеров О. ІННОВАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В ГАЛУЗІ АКВАТУРИЗМУ	11
Ніколайчук Т. СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОЇ СВІДОМОСТІ ЯК СУСПІЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ ТА ІНСТРУМЕНТУ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ	13
Рудик А. ДОСВІД КНР У РОЗВИТКУ ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ	16
Шабала О. ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ КОМПЛЕКСНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ	19

СЕКЦІЯ II. Проектне фінансування та управління інноваційним розвитком підприємства

Данилюк Я. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДІАГНОСТУВАННЯ КОНСАЛТИНГОВИХ ПРОЄКТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ	22
Діордієв В. ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КТ-ФОНДІВ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ СУДНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ	25
Дзядук Ю. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	28
Дзядук Ю. ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	30
Шостак Л., Близнюк А. ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ	32

СЕКЦІЯ III. Обліково-аналітичні процедури та фінансові аспекти розвитку в Україні

Гнусинська О. ПРОБЛЕМИ АНТИМОНОПОЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ ТА СПОСОБИ ЇХ ВИРІШЕННЯ	36
Кияниця Д. ПРІОРИТЕТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ	38
Лебедєв П. КАСКО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ	39
Павлова С., Ковальчук І. ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА УПРАВЛІНСЬКУ БУХГАЛТЕРСЬКУ ЗВІТНІСТЬ	41

Попова Ю. СТРАХОВІ КОМПАНІЇ ЯК ІНСТИТУЦІЙНІ ІНВЕТОРИ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ	42
Цимбалюк В. ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНКАСАТОРСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	44

СЕКЦІЯ IV. Сучасні реалії та тенденції розвитку підприємства в умовах неоіндустріального суспільства

Бірук С. СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УКРАЇНІ	46
Бистров М. СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК БАЗОВИЙ ЕТАП ПРОЦЕСУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ГНУЧКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	48
Близнюк О. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	50
Богацька Н. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	52
Богдан М., Шостак Л. РОЗВИТОК БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ЕКОНОМІЦІ	55
Боришкевич І. ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПОБУДОВУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	57
Hulchak Y., Kushniruk Y. FACTORS OF IMPROVING LABOR PRODUCTIVITY FOR ENTERPRISE	60
Кілецька І. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	61
Кіцела Є. ПРОБЛЕМА ВИБОРУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ФОРМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ СУБ'ЄКТІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	63
Козак Т. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ	65
Мазнюк С. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ	67
Михайлевський М. РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ	69
Міщук Д. ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ	73
Морозов Є. ФІНАНСОВІ РИЗИКИ АНТИКРИЗОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА	74
Мойсеєва Д., Шостак Л. ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	76
Нагірняк В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИ ОЦІНКИ, СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ	78
Полінкевич О., Герасимюк О. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ	81
Полінкевич О., Панюта О. ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО	82

ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	
Полінкевич О., Турчик К. ВПЛИВ КРИЗ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ	83
Полюк М. АНАЛІЗ РИНКУ ПРАЦІ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	84
Сова О. СУТНІСТЬ ЕКСПЕРТНОЇ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	86
Тарасюк А. ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ	87
Тарасюк А. ЕКОНОМІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ	89
Тягунов Д. ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ	92
Мацюк І. ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	95

СЕКЦІЯ V. Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур

Антонюк А. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ БАНКУ	97
Висоцька Х. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	99
Гончаревич Л. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	102
Губей А. ОСОБЛИВОСТІ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	104
Данилко А. АДАПТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	106
Кедик І. ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ПОНЯТТЯ КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	109
Корольчук І. СУТНІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ	111
Коцюба Я. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ДАНИХ У ЗВ'ЯЗКУ З НЕБЕЗПЕКОЮ ФІШИНГОВИХ АТАК	114
Козачук С. СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СКЛАДОВОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	116
Куц К. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	118
Левчик Ю. ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	121
Михайлевська Н. ДОСВІД РОЗВИНЕНИХ КРАЇН У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ	124
Мороз Н. УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	126
Надейко М. АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ	127

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	
Повзун І. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	129
Рижук А. ОСНОВНІ ПРОЦЕДУРИ ЕЛІМІНУВАННЯ РИЗИКІВ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	131
Снітко І. СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	133
СЕКЦІЯ VI. Менеджмент та маркетинг бізнес-структур	
Баган Н. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ	136
Бірук С. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА	137
Даценко В. ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ СПОЖИВАЧІВ В ЦИФРОВУ ЕРУ	139
Клименко В., Тетерюк Р. ЯПОНСЬКА МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ	142
Конюх І. ОЦІНКА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	144
Лопушинська О., Панченко І. ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ МАКДОНАЛЬДС	147
Ляшук Н. ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	149
Матвійчук А. СТАН ПОТЕНЦІАЛУ БІЗНЕС-СТРУКТУР	150
Музика М. УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В РИНКОВИХ УМОВАХ	153
Новосад О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ	154
Панасюк В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	157
Савченко К., Фурс А., Клименко Д., Сушко А. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ	160
Шевченко Є., Корсун О., Кравчук О., Кривой Я., Мала В. ДІАГНОСТИКА ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	163
Шевчук А. УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ	166
Шепелюк І. СПОЖИВАЧ ТА ЙОГО ПОВЕДІНКА В СИТЕМІ МАРКЕТИНГУ	168
Shcherbik O., Herasymiak N. THE IMPORTANCE OF MARKETING AND BRANDING FOR NEW STARTUPS	170
Яблончук Д. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	172
Бортнік С. ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ, ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	173
Ляшук І. ФОРМАЛІЗАЦІЯ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА	175

СЕКЦІЯ І

Інноваційні засади становлення та розвитку економіки природокористування

Березіна Л., д.е.н., професор,

Баган Н., аспірант

Полтавська державна аграрна академія

м. Полтава, Україна

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: РЕАЛІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Однією з актуальних проблем агропромислового комплексу України є інноваційний шлях розвитку сільськогосподарського виробництва. Широке впровадження інновацій в усіх напрямках діяльності аграрних підприємств сприяє: зростанню продуктивності праці, економії різних видів ресурсів, скороченню витрат і зниженню собівартості аграрно-продовольчої продукції, нарощуванню обсягів і підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва [1].

Останнім часом набуває поширення інноваційний тип розвитку аграрних підприємств. Його основною характеристикою є перенесення акценту на використання принципово нових прогресивних технологій, перехід до випуску високотехнологічної продукції тощо. Це не тільки додаткові витрати, а насамперед, якісні, структурні вдосконалення у межах нових підходів і рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності галузі.

В аграрних підприємствах існують певні особливості формування й розвитку інноваційного процесу (рис. 1).

Інноваційний потенціал формує здатність аграрних підприємств конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках і допомагає уникнути економічної кризи [1]. Основною метою інновацій в аграрній сфері є забезпечення і дотримання екологічної та економічної основи ведення виробництва. В аграрному виробництві розроблення та впровадження інновацій зазвичай пов'язують з використанням у процесі виробництва нових високопродуктивних сортів, виведенням нових порід тварин, покращенням техніко-технологічної бази (купівля нової техніки) та використанням ресурсозберігаючих технологій. Проте, має місце наявність низки чинників, які негативно впливають на інноваційну діяльність. Одним з основних серед них вважаємо відсутність достатніх інвестиційних ресурсів у підприємствах.

Незважаючи на існуючі складності, проблеми та особливості, привабливість аграрної сфери дедалі зростає. Перед аграрними підприємствами відкриваються широкі перспективи у зв'язку зі зростанням попиту на продовольство, відсутністю можливості розширювати посівні площі й нарощувати продуктивність сільського господарства основних аграрних країн.

Особливості формування й розвитку інноваційного процесу в аграрних підприємствах:	
→	значні відмінності регіонів країни за природно-кліматичними умовами і спеціалізацією виробництва;
→	різноманітність видів виробленої сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки, істотна різниця в технології обробки продукції, утримуванні й годівлі;
→	велика розбіжність у періодах виробництва окремих видів сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки;
→	наявність великої різноманітності типів виробництва за різними організаційно-правовими формами та формами власності, розмірами, спеціалізацією, підпорядкованістю, кооперацією тощо;
→	велика залежність технологій виробництва в сільському господарстві від природно-кліматичних умов, дорожньо-транспортних мереж, віддаленості від постачальницьких центрів і ринків збуту продукції тощо;
→	відособленість аграрних товаровиробників, віддаленість від інформаційно-консультаційних служб і організацій, які продукують науково-технічну продукцію;
→	різний соціально-освітній рівень працівників аграрних підприємств;
→	відсутність чіткого і науково-обґрунтованого організаційно-економічного механізму передачі досягнень науки аграрним товаровиробникам і, як наслідок, суттєве відставання галузі щодо впровадження інновацій у виробництво

Рис. 1. Особливості формування й розвитку інноваційного процесу в аграрних підприємствах

Джерело: узагальнено авторами за даними [1].

Для завоювання позицій у постійній конкурентній боротьбі в умовах глобалізації та інтернаціоналізації підприємства аграрної галузі мають повною мірою використовувати наявні об'єктивні переваги та зосередитись на досягненні конкретних цілей, таких як:

- розвиток високотехнологічного агропромислового виробництва;
- розроблення високотехнологічних інвестиційних проектів для виробництва економічно привабливих культур;
- технічне переоснащення сільськогосподарського виробництва;
- збільшення обсягів виробництва та ефективності переробки органічної продукції;
- налагодження тісних зв'язків з науковими та освітніми установами;
- формування інноваційної культури всередині підприємств та створення стимулів до участі в інноваційних процесах усіх працівників;
- створення системи постійного та якісного оновлення людського капіталу

через підвищення рівня його знань, навичок і кваліфікації [2].

Досягти поставлених цілей можна за допомогою залучення зовнішніх фінансових ресурсів, використання зарубіжного досвіду впровадження інновацій в аграрній сфері, навчання працівників, консультацій зі спеціалістами у сфері інноваційної діяльності тощо.

Інноваційна діяльність є важливою складовою прискорення розвитку як аграрних підприємств, так і галузі в цілому. Саме в аграрній сфері, на відміну від інших, розвиток інновацій відбувається більш повільно, що вимагає особливої уваги з боку як самих підприємств, так і державних інституцій.

Список використаних джерел

1. Опружак С. С. Інноваційна діяльність в сільському господарстві [Електронний ресурс] / С. С. Опружак // Матеріали VIII всеукраїнської практично-пізнавальної конференції "Інноваційна діяльність в сільському господарстві" – Режим доступу до ресурсу: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/38-vosma-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-konferentsiya-naukova-dumka-suchasnosti-i-majbutnogo/90-innovatsijna-diyalnist-v-silskomu-gospodarstvi>.

2. Романчук О. М. Проблеми інноваційного розвитку аграрних підприємств Житомирської області (за матеріалами соціологічного дослідження) / О. М. Романчук. // Вісник Житомирського національного агроєкологічного університету. – 2013. – С. 206–2015.

Мельничук С., студент

факультету економіки та управління

Науковий керівник: Геліч Н.В.

к.е.н., доцент кафедри

аналітичної економіки та природокористування

Східноєвропейський національний університет

імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ВПЛИВ ПЕРЕХІМІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА НА СТАН ҐРУНТІВ

Сільське господарство – одна з найголовніших галузей матеріального виробництва, що забезпечує людство продуктами харчування, агропромисловість – сировиною. Однією з основних проблем сільського господарства є його перехімізація. На зміну опробованій віками схемі землекористування: земля – зерногній – земля, прийшла непридатна, виснажуючі ґрунти схема: земля – зерно – мінеральні добрива – зерно – більше мінеральних добрив. Засвоєння хімічних поживних речовин, що містяться в мінеральних добривах, культурними рослинами всередньому не перевищує 40 %. Інші ж 60 % вимиваються з ґрунту, надходять до водоймищ і є джерелом їх небезпечного забруднення [1, с. 131].

Для захисту врожаю від шкідників, сучасне сільськогосподарське виробництво застосовує дедалі більше хімічних засобів боротьби – пестицидів та гербіцидів. В результаті цього на ґрунт виникає велике навантаження. Пестициди – це речовини

синтезовані і використовувані для контролю чисельності небажаних живих організмів в екосистемах. Гербіциди – це речовини, що використовуються для вибіркового або суцільного знищення рослин (наприклад, бур'янів).

Надмірне використання азотних мінеральних добрив викликає небезпечне збільшення в харчових продуктах нітратів і викликає цим небезпечні захворювання. Мінеральні добрива, пестициди, антибіотики, гормони, стимулятори і інгібітори розвитку, кормові дріжджі – потрапляють в організм людини і загрожують не лише нам, а й нашим нащадкам [2, с. 98].

В сільському господарстві використання пестицидів необхідно також для того, щоб поліпшити зовнішній вигляд зерна, овочів і фруктів, збільшення терміну зберігання різних рослин. Основною проблемою потрапляння пестицидів до людського організму з продуктами харчування є те, що вони змінюють хід біологічних процесів, унаслідок чого порушуються фізіологічні функції. Пестициди мають на організм токсичну дію, так як є для нього чужорідними речовинами. Вони вражають внутрішні органи і центральну нервову систему, і навіть мають мутагенний ефект. Нажаль, висока біологічна активність більшості пестицидів зумовлює і їх згубний вплив на навколишнє природне середовище, тому проблема захисту довкілля від пестицидів є актуальною. Використання хімічних добрив має лише тимчасовий ефект, оскільки з часом призводить до виникнення стійкості до постійно застосовуваних засобів. Це викликає необхідність використання нових, ще сильніших речовин, які паралельно посилюють негативний вплив на ґрунт, воду, повітря, якість продукції, на корисну флору і фауну, тим самим прискорюючи процес порушення біологічної рівноваги в природному середовищі. Усі без винятку пестициди при ретельному вивченні виявляли або мутагенну, або інші негативні дії на живу природу і людину. Навіть разові контакти людини з такими пестицидами, як діелдрін, паратіон, призводять до зміни біотоків головного мозку (енцефалограми). А вплив сучасних органофосфатних пестицидів, які швидко розкладаються, загрожує розвитком депресій, роздратування, розладом пам'яті, іншими нейропсихологічними порушеннями. Близько 90% усіх фунгіцидів, 60% гербіцидів і 30% інсектицидів є канцерогенними. Підраховано, що 98% інсектицидів (проти комах) і фунгіцидів (проти грибкових захворювань), 60-95% гербіцидів (проти бур'янів) не досягають об'єктів пригнічення, а потрапляють у воду і в повітря. Крім того, застосовують ще й зооциди (проти гризунів), які створюють у ґрунті мертве середовище. Застосування пестицидів призводить до пригнічення біологічної активності ґрунтів і перешкоджає природному відновленню родючості, викликає втрату харчової цінності та смакових якостей сільськогосподарської продукції, збільшує втрати і скорочує термін збереження продукції, знижує урожайність багатьох культур внаслідок загибелі комахопилювачів [3].

Для охорони навколишнього середовища та харчових продуктів від забруднення пестицидами необхідні такі заходи:

- удосконалення асортименту пестицидів, що застосовуються; одержання оптимальних з екологічної точки зору речовин, менш токсичних, більш ефективних і селективних;

• посилення екологічних вимог до пестицидів шляхом створення ефективних законодавчих заходів, що перешкоджають використанню препаратів з несприятливими санітарно-токсикологічними та екологічними властивостями;

• підбір безпечного асортименту препаратів відповідно до конкретних умов місця і часу та дотримання науково обґрунтованих технологій застосування пестицидів.

Отже, сучасні методи ведення сільського господарства призводять до виникнення низки гострих екологічних проблем, їх успішне вирішення можливе тільки на основі раціонального природокористування, застосування органічних методів виробництва, здійснення комплексної системи заходів з охорони природи і підвищення продуктивності землеробства і тваринництва.

Список використаних джерел:

1. Юрченко Л. І. Екологія : [навч. посібн.] / Л. І. Юрченко. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 304 с.

2. Білявський Г. О. Основи екологічних знань : [підручн.] / Г. О. Білявський, Р. С. Фурдуй – К. : Либідь, 1997. – 288 с.

3. Чебанко О.М. Екологія і сільське господарство : [навч. посібн. для студ.] / Н.В. Цикало, О.М. Чебанко. – Олександрівка, 2012. – 88с. – [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://nmc-ptd.dp.ua/doc/2015/pmd_25.pdf

Нестеров О., к.т.н., доцент
Азовський морський інститут Одеської
національної морської академії, м.Маріуполь, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В ГАЛУЗІ АКВАТУРИЗМУ

Роль утворення на новому етапі розвитку туризму, полягає в розробці нових завдань. У світлі ситуації, що склалася, відповіддю туристської індустрії і державних відомств, що відповідають за цю сферу, стало підвищення професіоналізму - ключового елементу в забезпеченні якості і конкурентоспроможності фахівців на світовому ринку праці [1,2].

Ставати дійсністю, коли хороша освіта, здатність до творчості і компетентність є найважливішим капіталом кожного. Ці якості сприяють перетворенню нашого суспільства.

Відомо, у світі позначилася тенденція, пов'язана з переходом на інший тип навчання, - «інноваційний». Йому властиві, на думку учених (Н. В. Бордовская, Р. М. Грановская, А. А. Реан та ін.), дві характерні особливості. Перша - це навчання передбаченню, тобто орієнтація людини не стільки в минулому досвіді і сьогодні, скільки на далеке майбутнє. Таке навчання підготує людину до використання методів прогнозування, моделювання і проектування в житті і професійній

діяльності. Звідси такий важливий розвиток уяви, акцентування уваги на проблеми і труднощі, очікуючі людину в майбутньому, на альтернативні способи їх вирішення. Другою особливістю інноваційного навчання є включеність того, що навчається в співпрацю і участь в процесі ухвалення важливих рішень на різному рівні.

Тому інновації в системі освіти пов'язані з внесенням змін : в цілі, зміст, методи і технології, форми і організації і систему управління; у стилі педагогічної діяльності і організацію учбово-пізнавального процесу; у систему контролю і оцінки рівня освіти; у систему фінансування; у навчально-методичне забезпечення; у систему виховної роботи; у учбовий план і учбові програми; у діяльність викладача і навчається.

Освіта у сфері туризму, враховуючи його різноплановість і мультидисциплінарний характер, повинна закласти механізми адаптації, рефлексії, збереження її індивідуальності, щоб засвоєння і відтворення індивідуумом соціального досвіду відбувалося без значних витрат для особи. Усі ці положення зможуть стати значущими лише за умови, якщо будуть наповнені відповідним змістом учбової діяльності. Вони мають бути спрямовані на задоволення потреб людини : свободи і вільного вибору цінностей, дій, позиції в певних умовах, самостійності і відповідальності, самовизначення і творчості. Служити цьому покликані принципи науковості навчання, систематичності і послідовності навчання.

У сучасних умовах державного розвитку України цей особово-орієнтований і гуманістичний підхід до особи повинен наповнюватися формуванням такої якості особи, як громадянськість, єдність світоглядних, професійних, моральних принципів і принципів особистої поведінки. [3].

Важливою передумовою навчання є професійне самовизначення - це процес ухвалення рішення особою відносно вибору майбутньої трудової діяльності. Професійне самовизначення проявляється в усвідомленні особою себе як суб'єкта конкретної професійної діяльності, в нашому розумінні, у сфері туризму і припускає самооцінку людиною індивідуально-психологічних якостей і відповідності своїх можливостей психологічним вимогам професії до фахівця.

Професія фахівця з туризму на воді завжди пов'язана з ризиком. Тому, для кожного конкретного випадку, перш ніж виконувати свої службові обов'язки, майбутні фахівці повинні пройти спеціальну підготовку і підтвердити наявність у них необхідних знань, умінь і кваліфікації. Адже інакше, ряд дій фахівців з туризму може привести до травматизму і загибелі, як людей, що оточують його, так і членів його команди [4].

Список використаних джерел:

1. Григор'єв, В. Н. Водний туризм / В. Н. Григор'єв. - М. : Профиздат, 1990. - 304 с.
2. Зінченко, В. А. Молодіжний туризм в Українській РСР у 70-80-х рр. ХХ ст. (на основі діяльності "Супутника") / В. А. Зінченко. - Донецьк, 2003. - 196 с.
3. Квартальнов, В. А. Теорія і практика туризму / В. А. Квартальнов. - М. : Флінта, 2010. - 449 с.

4. Соколов, В. А. Спортивний туризм на сучасному етапі / В. А. Соколов, Ю. В. Штангей, І. В. Петрова // Матеріали Міжнародної НПК "Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості" (10-11 жовтня 2001 р.; Київ). - До. : Освіта, екологія, культура. - 2002. - 304 с.

Ніколайчук Т.,
магістр правознавства, аспірант
Інститут проблем ринку та економіко-
екологічних досліджень НАНУ,
м.Одеса, Україна,

СТАНОВЛЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОЇ СВІДОМОСТІ ЯК СУСПІЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ ТА ІНСТРУМЕНТУ РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Природні ресурси і довкілля, як загальнолюдську спадщину, треба використовувати з дотриманням принципу рівних прав нинішнього і майбутніх поколінь, на доброякісне природне життєве довкілля і достатню кількість та якість природних ресурсів; свідомо та раціонально споживати природні блага.

Занепад природоохоронних установ, зменшення зайнятості в екологічному секторі, непопулярність «екологічних» спеціальностей серед молоді, низький рівень реалізації новітніх технологій, ідей, інформаційний вакуум, відсутність розгалуженої та сталої системи обміну досвідом, реалізації новітніх еколого-освітніх проектів, низький рівень співпраці з природоохоронними фондами, міжнародними природоохоронними організаціями, фінансування за залишковим принципом призвели до обмеження можливостей щодо здійснення повноцінної природоохоронної діяльності, особливо об'єктів та територій, що підлягають заповіданню [1, с.4-5].

Однак, останнім часом спостерігається масове розповсюдження та зростання значущості соціально-екологічної, еколого-економічної проблематики свідомості суб'єктів. З метою успішного розв'язання складних екологічних, економіко-екологічних та еколого-соціальних проблем, потрібен перехід до утвердження не тільки еколого-національної свідомості як на індивідуальному, так і на суспільному рівні, але й формування національної природно-заповідної свідомості, як запоруки збереження цінних об'єктів та територій та інструменту раціонального природокористування.

Отже, на сьогоднішній день формується такий суспільний феномен, як "національна природно-заповідна свідомість", що охоплює вужчу сферу відносин ніж екологічна самосвідомість, для якої характерний інтегральний спосіб відображення довкілля та комплексний характер регулювання відносин у системі «людина-ресурси – раціональне природокористування- збереження та відтворення».

В сьогоденних умовах трансформації законів ринку успіх і благополуччя підприємств, установ, організацій всіх форм власності вирішальною мірою залежать

від компетентності, кваліфікації і підприємливості та інших ділових та особистих якостей персоналу, особливо це стосується таких стратегічно важливих галузей народного господарства, як природоохоронний і природо - заповідний сектор. Важливим елементом формування дисциплінованих, відповідальних та принципових кадрів є національна самосвідомість та національна гідність, як засіб консолідації та інтеграції зусиль працівників природоохоронної царини, спрямованих на досягнення позитивних результатів.

Саме усвідомлення державно-політичної, громадянсько – територіальної спільності, духовно-культурної єдності, історичної спорідненості виступає одним з головних чинників політичних, економічних соціальних перетворень у суспільстві та державі. Чимало осіб йдуть працювати у природно-заповідний сектор через власне бажання зберегти територію, на якій вони мешкають, захищати від псування та нераціонального використання наявні природні ресурси, турботу про наступні покоління.

Аналізуючи ознаки поняття "національна свідомість" та "екологічна свідомість" ми можемо простежити прямий зв'язок з природоохоронною та природно - заповідною сферою та побачити в зменшеному масштабі, що дійсно рушійною силою природоохоронної діяльності є не стільки засоби економічного стимулювання, а також внутрішньо-духовні чинники. Раціональне природокористування, рекреаційна та природоохоронна діяльність, етика природокористування неможливі без формування у громадян " національної природно-заповідної свідомості". Проте усвідомлення особливостей функціонування систем «людина-ресурси», «людина-раціональне природокористування», «людина-об'єкти та території природно-заповідного фонду», «сучасна людина-несприятливі наслідки екологічного характеру», «людина-відтворення цінних природних комплексів та об'єктів», «людина-заповідання унікальних територій», «людина- ЕКО-оздоровлення», «людина- ЕКО-туризм», «людина-ЕКО-рекреація», як структурних, активних елементів навколишнього середовища, усвідомлення особистістю свого місця у цій системі є невід'ємним елементом "національної природно-заповідної свідомості" суб'єкта.

Розкриття категорії "національна природно - заповідна свідомість" під кутом соціально-трудова відносин відіграє важливу роль у формуванні кожним працюючим своєї особистої та професійної значимості для колективу та керівництва (наприклад, власні методи охорони навколишнього природного середовища, система заходів захисту та збереження природних ресурсів, авторські наукові доробки, видання авторської літератури відповідного напрямку), професійної гордості за досягнутий загальний результат (наприклад, показники збереження та відтворення цінних комплексів та об'єктів природно-заповідного фонду, результати наукової, еколого-освітньої діяльності, результати заходів попереджувального та профілактичного характеру щодо охорони природно-заповідного фонду), а також почуття гордості за спільну справу (показники зменшення кількості порушень законодавства у сфері охорони природно-заповідного фонду, залучення дітей та молоді до програм збереження цінних комплексів та об'єктів, тощо). Крім того, такий рушійний чинник "як національна природно - заповідна свідомість" сприятиме формуванню почуття впевненості (захищеності і довіри у відношеннях з

колегами). Саме тому "свідома праця, спрямована на внутрішньо - психологічний результат" повинна стати предметом уваги для керівництва установ природо-заповідного фонду. Свідомість на рівні з сумлінністю та дисциплінованістю — один із способів розуміння працівником своїх обов'язків і відповідальності перед колективом, керівником, місцевою громадою, суспільством, тому важливо щоб існував механізм психологічного стимулювання до праці, який би сприяв цьому процесу. Слід зазначити, що "свідома праця" не тільки формує людину-працівника/людину-колегу/людину-керівника/людину-підлеглого і її відношення до кола професійних обов'язків, вона сприяє розумінню людиною свого місця в складному процесі формування матеріальних благ, надання послуг суспільству, захисту та збереженню цінних об'єктів, територій тощо.

Інтеграція поняття "національна природно-заповідна свідомість" у суспільство має здійснюватись шляхом забезпечення населення необхідними системними знаннями про природні ресурси, заповідні об'єкти, екологічну відповідальність перед майбутніми поколіннями, формування принципів етичного, дисциплінованого користування природними ресурсами, культури та етики поведінки на заповідних територіях.

По-перше, молоді спеціалісти мають пишатись тим фактом, що саме вони оберігають та захищають природні ресурси, природно-заповідні території та об'єкти від нерационального або незаконного використання, по-друге, з боку держави має бути створена система заходів економічного, психологічного, соціально-побутового стимулювання та мотивації, щоб уникнути плинності кадрів.

Наразі необхідно створення загальнодержавної розгалуженої он-лайн платформи інформаційно-освітнього/координаційного напрямку, тристороннього або багатостороннього характеру: органи державної влади - адміністрації установ природно-заповідного фонду – місцеві громади (громадські організації тощо). У відповідній системі можна передбачити відкриту базу даних, де кожен бажаючий буде мати доступ до інформації щодо порушення природоохоронного та екологічного законодавства, статистичних даних, тенденції до зменшення або збільшення рівня еко-злочинів, основні напрями щодо профілактики, методи запобігання та припинення порушень екологічного законодавства, анонс заходів виховного та інформаційно-пропагандистського, еко-освітнього характеру. Завдяки такій он-лайн платформі буде можливість постійного співробітництва та координації з органами державної влади та місцевими громадами, що дасть змогу оперативно та гнучко вирішувати проблеми галузі, уникнути бюрократичної тяганини. Але головним фактором такої он-лайн платформи є інформаційна, виховна, координаційна, освітньо-культурна функції, що стануть запорукою формування "національної природно-заповідної свідомості" серед широких верств населення, особливо молоді, залучення її до природо-заповідного світу, просування системних знань про вичерпність природних ресурсів і необхідність їх ощадливого користування. Тому, на сьогоднішній день необхідно розкрити місце та роль "національної природно-заповідної свідомості" як мотиваційного елементу працівників галузі на державному рівні, детально проаналізувати сутність відповідного феномену, його ознаки, елементи, через призму еколого-економічних та соціально-трудових відносин в сфері природно-заповідного фонду.

Список використаних джерел:

1.В.Волян Державно-приватне партнерство як базова інституціональна передумова капіталізації природних ресурсів в умовах децентралізації.//Економіст.-2015.-№9.-С.3-6.

Рудик А.,
студентка географічного факультету
Східноєвропейський національний
університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ДОСВІД КНР У РОЗВИТКУ ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ

В сучасній світовій економіці КНР відіграє величезну роль, і, навіть, формує напрями руху розвитку багатьох секторів економіки.

За прогнозами МЕА споживання низько-вуглецевого палива з 1990 р. до 2040 р. буде зростати. Якщо Китай спожив 112 млн. [тонн нафтового еквіваленту](#) з 1990 р. до 2016 року, то до 2040 року цей показник складе 582 млн. [тонн нафтового еквіваленту](#). Якщо споживання низько-вуглецевого палива для іншого світу з 1990 р. до 2016 р. склало 840 млн. [тонн нафтового еквіваленту](#), то до 2040 р. він складе 1277 млн. [тонн нафтового еквіваленту](#) [1].

Відновлювані джерела енергії охоплюють дві третини глобальних інвестицій в електростанції до 2040 року, оскільки вони стають для багатьох країн найменш витратними.

Швидке розгортання сонячної фотоелектрики, очолюваної Китаєм та Індією, допомагає сонячній енергії стати найбільшим джерелом низьковуглецевих потужностей до 2040 року. До 2040 р. частка всіх поновлюваних джерел енергії у загальному обсязі виробництва електроенергії досягає 40%.

Вибір Китаю відіграватиме величезну роль у визначенні глобальних тенденцій та може спричинити швидший перехід до екологічно чистої енергії. Масштаб розгортання чистої енергетики Китаю, експорту технології та зовнішніх інвестицій робить його ключовим фактором, який визначає імпульс переходу з низьким рівнем вуглецю: одна третина світової енергії вітру та сонячної енергії встановлюється в Китаї за сценарієм нової політики, і Китай також нараховує більше 40% загальних інвестицій у електричні транспортні засоби (EVs) [2].

В КНР застосовуються різноманітні інструменти політики стимулювання, такі як державні субсидії, пільгове кредитування, державні тендери на довгострокові контракти з продажу ВДЕ за тарифами, які встановлюються державою або визначаються шляхом проведення аукціонів, податкові і митні преференції, фінансування наукових розробок у сфері використання ВДЕ.

Як результат – швидкі темпи зростання (майже в 2 рази (без урахування ГЕС) з 2010 по 2016 рр.) частки альтернативної енергетики в енергобалансі держави, яка на 2016 рік становила понад 14%². Поточні державні програми містять планові показники щодо альтернативної енергетики на рівні 15% і вище без урахування ГЕС.

За 2016 рік у КНР сумарна потужність генерації ВДЕ становила 558 ГВт, або більше чверті всього світового виробництва такої електроенергії. За 2015 рік у КНР частка інвестицій у сферу ВДЕ становила 36% від загальносвітових, а це більше, ніж інвестовано за той же період у ту ж сферу в ЄС та США разом. Основними джерелами для виробництва відновлюваної енергетики в КНР є гідроресурси, сонячна енергія, енергія вітру та біомаси.

Основним нормативно-правовим актом, що регулює політику у сфері відновлюваної енергетики в КНР, сьогодні є Закон КНР «Про відновлювану енергетику» від 28 лютого 2005 року, який набув чинності в січні 2006 року (із змінами, внесеними у 2009 році).

Програму зростання виробництва відновлюваної енергетики закладено в державні 5-річні економічні плани. Основний фокус державної політики спрямовується на розвиток двох видів ВДЕ – сонячної та вітрової, які займають понад 40% у балансі енергії ВДЕ.

Станом на жовтень 2017 року КНР – світовий лідер з виробництва сонячної енергії. У країні заохочується будівництво як великих парків сонячної енергетики, що включають новітні проекти, такі як плавучі сонячні електростанції, так і малих проектів, які передбачають встановлення панелей малої та середньої потужності (до 6 МВт) на дахах житлових та інших будівель для генерації енергії та обігріву води.

Проекти з вітрової енергетики різноманітні і встановлюються як у сухопутній частині держави, так і на узбережжі та у відкритому морі. Більше половини встановлених турбін вироблено в КНР.

У КНР активно впроваджується виробництво біогазу з відходів виробництв та сміття. Сумарне виробництво біопалива в середньому становить 14 млрд м³ на рік. Проте частка біопалива в загальному балансі ВДЕ в КНР незначна (менше 1%), і воно лише доповнює основні джерела ВДЕ, такі як сонце, вода та вітер. У 2016 році з біопалива вироблено близько 5,5 ГВт електроенергії. Планується до 2020 року збільшити цей показник до 30 ГВт.

Згідно із Законом КНР «Про відновлювану енергетику» оператори енергорозподільних мереж зобов'язані безкоштовно під'єднувати до розподільних мереж виробників відновлюваної електроенергії. Операторам енергорозподільних мереж надається державна субсидія при під'єднанні до енергетичних мереж джерел відновлюваної енергії (гідро, сонячної, вітрової та інших) залежно від довжини та кількості енергії, що передається мережею.

Зазначений закон також зобов'язує енергорозподільні компанії купувати всю енергію, вироблену з відновлюваних джерел в регіоні розташування, за визначеними державною тарифами.

Малі проекти з генерації сонячної та вітрової енергії потужністю до 6 МВт позбавлені необхідності отримання ліцензії учасника енергоринку, а відтак, їх власники підписують напряму договір з оператором місцевої енергомережі.

Завдяки такому інструменту стимулювання інвестор може бути впевненим, що в разі виконання всіх вимог його об'єкт буде безкоштовно під'єднано до енергомережі, а отже, не виникне необхідності в додаткових витратах та після підключення почнеться повернення доходу з інвестицій.

З 2003 року урядом КНР було запроваджено інвестиційні програми в об'єкти вітрової енергетики на основі тендерних договорів на гарантовану купівлю енергії на тривалий час (до 25 років) для зменшення рівня ризику недофінансування та збільшення впевненості інвесторів в поверненні інвестицій незалежно від зміни енергетичної політики в майбутньому.

Одним з основних методів стимулювання інвестицій у сектор ВДЕ є пільговий тариф. Закупівельні тарифи на ВДЕ вищі за закупівельні тарифи для джерел традиційної енергетики (телові, атомні електростанції). Тарифи на вітрову та сонячну енергію залежать від географічної зони розташування генеруючих потужностей.

У 2017 році уряд КНР анонсував рішення про зменшення встановлених тарифів на сонячну та вітрову енергію в середньому на 15–20%.

Кредити, що надаються на проекти з розвитку альтернативної енергетики, мають низьку відсоткову ставку від державних банків КНР від 2% річних.

Проекти відновлюваної енергетики в КНР мають пільговий режим оподаткування⁵⁰. У вересні 2001 року Міністерство фінансів КНР і Державна податкова адміністрація КНР змінили механізм стягнення ПДВ на використання твердих побутових відходів для виробництва енергії, згідно з яким ПДВ має спочатку стягуватися, а потім вже відшкодовуватися виробнику.

Упродовж останніх років через значні темпи зростання генеруючих потужностей для ВДЕ в КНР виникла низка пов'язаних з цим проблем. Так, значна частина вітрових генераторів у КНР не під'єднана до загальної електромережі частково через відсутність необхідної технічної документації та дозволів на будівництво електростанцій, частково через відсутність технічних можливостей для підключення в операторів енергорозподільних мереж. Окрім того, енергорозподільні мережі в КНР погано пристосовані до коливань притоків енергії з ВДЕ, які суттєво змінюються залежно від погоди, пори року та часу доби.

Через неоднорідні кліматичні умови більшість потужностей з виробництва відновлюваної енергетики розташовані в 9-ти з 26-ти провінцій КНР, переважно в північній частині країни⁶¹, тоді як в центральній та південній її частині, незважаючи на активні заходи стимулювання, потужність з виробництва такої енергетики залишається на низькому рівні.

У КНР близько 90% державної фінансової підтримки спрямовується на компенсацію пільгових тарифів для виробників відновлюваної енергії, і лише менш ніж десята частина йде на наукові розробки та дослідження й інші заходи з відновлюваної енергетики.

Список використаних джерел:

1. Renewables 2017 Market Report Series: Renewables 2017. <https://www.iea.org/topics/renewables/>

2. Renewable energy consumption (% of total final energy consumption) <https://data.worldbank.org/indicator/EG.FEC.RNEW.ZS>

3. Зарубіжний досвід стимулювання відновлювальної енергетики(досвід КНР та Індії) :www.feao.org.ua

Шабала О., студент
Науковий керівник: **Геліч Н.В.**
к.е.н., доцент кафедри
аналітичної економіки та природокористування
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ КОМПЛЕКСНОГО ВИКОРИСТАННЯ ВОДНИХ РЕСУРСІВ

У сучасних умовах соціального та економічного розвитку водні ресурси відіграють важливу роль. Розвиток промисловості й сільського господарства, прискорені темпи житлово-комунального будівництва у нашій країні зумовили підвищене споживання водних ресурсів та сприяли посиленню уваги до водного господарства.

Водогосподарська діяльність людини спрямована на дослідження, облік і раціональне використання водних ресурсів. Для підвищення продуктивності сільськогосподарських земель здійснюють водно-земельні меліорації: зрошення посушливих земель, осушення боліт і заболочених ділянок, а також захист земельних угідь від руйнівної дії вод.

На господарські потреби у всьому світі використовуються величезні обсяги води, причому ці витрати води неухильно зростають.

Найбільша кількість води у світі споживається в сільському господарстві – переважно на зрошення земель, вирощування врожаю, водопостачання тваринницьких ферм. У великих містах на одного жителя припадає 300-600 л води на добу. Місто з населенням 1 млн чоловік споживає в добу до 1 млн м куб. води, тобто цілу річку. Водні ресурси в усіх країнах світу намагаються використовувати раціонально, тобто з найбільшим ефектом і найменшими втратами. Одночасно вживаються і заходи з охорони вод від виснаження та забруднення [1].

Недотримання умов комплексного та раціонального використання водних ресурсів завдає галузям економіки як прямих, так і опосередкованих збитків. Збитки можуть бути економічними, фізичними або моральними. Фізичні збитки визначаються погіршенням санітарних і соціально-гігієнічних умов життя населення, яке користується недоброякісною водою. Економічні збитки визначаються обсягом втраченої промислової та сільськогосподарської продукції, зниженням терміну використання обладнання і конструкцій тощо. Моральні збитки спостерігаються внаслідок зниження оздоровчої, естетичної та спортивної цінності водного об'єкта та його берегової смуги.

Водні ресурси України через їх обмеженість, нерівномірність розподілу за територією і по сезонах року мають використовуватись лише раціонально й

комплексно з урахуванням потреб усіх галузей господарства. При цьому черговість у задоволенні потреб у воді може бути різною, проте пріоритетними завжди мають бути потреби людей, оскільки воду нічим замінити не можна.

Задля забезпечення найраціональнішого і комплексного використання водних ресурсів для більшості адміністративних областей складено схеми комплексного використання і охорони водних ресурсів не тільки великих, а й середніх і деяких малих річок України.

Основним документом, який регулює водні правовідносини в Україні, включаючи й моніторинг вод, є Водний Кодекс України, прийнятий Верховною Радою України у червні 1995 року (з доповненнями від 2000 р.). Відповідно до його положень, державне управління в галузі використання і охорони вод та відтворення водних ресурсів здійснюють Кабінет Міністрів України разом зі спеціально уповноваженими органами державної виконавчої влади.

За станом поверхневих вод суші та морських екосистем ведуть спостереження Мінекоресурсів, Міністерство охорони здоров'я. Національне космічне агентство України. Держводгосп веде радіологічні та гідрохімічні спостереження за водами, переформуванням берегів та гідрогеологічним станом у прибережних зонах водосховищ, а також облік ресурсів поверхневих вод. Держбудом забезпечується спостереження за якістю питної води у централізованих системах водопостачання та станом стічної води міської каналізаційної мережі [2].

Швидкі темпи зростання чисельності населення на Землі, урбанізація, розвиток промисловості та сільського господарства призводять до виснаження водних ресурсів і забруднення навколишнього природного середовища. Особливу тривогу викликає стан водних ресурсів у гідросфері багатьох країн з обмеженими водними ресурсами, оскільки кількісне та якісне виснаження прісних вод стало реальною загрозою. В Україні проблеми використання вод та їх охорона також набули великого значення. Для захисту рік і водойм від забруднення потрібно здійснювати будівництво ефективних очисних споруд, оскільки до раціонального використання водних ресурсів ставляться підвищені вимоги.

У зв'язку з тим, що вода все більше залучається у сферу виробництва, намічено цілий комплекс організаційних та інженерно-технічних заходів щодо захисту природних водойм від забруднення і виснаження, використання нових методів очищення стічних вод і застосування заощадливих маловідходних технологій виробництва товарів і продукції. Дефіцит прісної води намічається подолати за допомогою таких заходів:

- раціонального перерозподілу поверхневих і підземних вод у часі (регулювання стоку);
- перерозподілу водних ресурсів у просторі (перекидання стоку);
- економії води в результаті вдосконалення системи оборотного водопостачання;
- переходу окремих галузей промисловості на безводні технології виробництва;
- застосування нових, прогресивних способів зрошування і скорочення витрат води в зрошувальних системах сільського господарства;
- опріснення солоних і мінералізованих вод;

- використання в промисловості та сільському господарстві шахтних, рудникових і морських вод;
- використання вікових запасів водних ресурсів, що накопичилися в льодовиках і гірських озерах;
- активного впливу на процеси утворення атмосферних опадів.

Вплив на водні ресурси здійснюється переважно технічними способами – регулювання стоку, перекидання й використання додаткових місцевих ресурсів. Вплив на економію і раціональне використання водних ресурсів здійснюється реалізацією організаційно-правових заходів. До останніх належать контроль за виконанням законів з охорони і використання вод, а також виконання вимог регламентуючих документів, стандартів, постанов, норм, правил, обмежень, дозволів, ліцензій тощо. Для вирішення цієї проблеми використовують також економічні важелі – плата за воду і скидання стічних вод, виділення фондів для впровадження нових технологій виробництва тощо.

Одночасно зі структурною й технологічною перебудовою промисловості, насамперед у паливно-енергетичному комплексі, чорній металургії та хімічній промисловості, потрібно запровадити високоефективні системи очищення стічних вод, системи оборотного і повторного водокористування, ефективні системи очищення викидів в атмосферу та системи захисту поверхневого стоку від шкідливого впливу. Крім того, потрібно розробити і впровадити новітні технології очищення поверхневого стоку, промислових та господарсько-побутових стічних вод на основі застосування модульно-ланцюгової системи поступового відбору й утилізації важливих металів і хімічно-токсичних речовин з кінцевим доочищенням на загальноміських чи районних очисних спорудах [3].

Отже, раціональне прогнозування використання водних ресурсів можливе на базі схем комплексного використання та охорони водних джерел, що складаються для окремих басейнів і регіонів. Для досягнення поставленої мети потрібно сформулювати ефективну організаційно-правову систему функціонування водних об'єктів, здійснити зонування території за показником екологічного ризику, формування заповідних територій і вдосконалення методів контролю й оцінки стану водних об'єктів та антропогенного впливу на них, запровадити платне водоспоживання з урахуванням складу і властивостей стічних вод і розробити нормативи якості природних вод для різних водокористувачів.

Список використаних джерел:

1. Використання природних вод [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.geograf.com.ua/zagalna-gidrologiya/3242-vikoristannya-prirodnikh-vod>
2. Мартинюк І.Д. Теоретичні основи економічної оцінки водних ресурсів регіональних господарських систем / І. Д. Мартинюк // Економіка природокористування і охорони довкілля: [зб. наук. пр.] / Державна установа “Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України”. – К.: ДУ ІЕПСР НАН України, 2012. – 288 с. – С. 249-254
3. Комплексне використання та охорона водних ресурсів. Частина 1. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://manyava.org/publ/vikoristannja_vodnikh_resursiv/ekologija_vodnikh_resursiv/vodni_resursi/25-1-0-271

СЕКЦІЯ II

Проектне фінансування та управління інноваційним розвитком підприємства

Данилюк Я., студентка
Науковий керівник: Ліпич Л.Г., д.е.н., професор
кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності
підприємства Східноєвропейського національного
університету ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДІАГНОСТУВАННЯ КОНСАЛТИНГОВИХ ПРОЕКТІВ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах загострення конкуренції на ринку, обмеженості фінансових ресурсів, нестачі кваліфікованих кадрів, інтенсивного оновлення техніки та технологій перед суб'єктами господарської діяльності постають проблеми вибору інструментів підвищення їхньої фінансової результативності, платоспроможності, інвестиційної привабливості, зміцнення ринкових позицій тощо. З огляду на зазначене збільшується роль інтелектуальних активів у забезпеченні довгострокового успіху підприємств, зростає необхідність застосування сучасного управлінського інструментарію і технологій, а саме діагностування. Все це створює об'єктивні передумови посилення ролі консалтингових послуг, які найчастіше реалізуються у формі консалтингових проектів.

Проблеми дослідження концептуальних засад здійснення діагностування розглядаються у працях багатьох науковців, а саме таких, як: В.А. Верба, А.Е. Воронкова, О.О. Гетьман, Т. М. Ковальчук, Л. А. Костирко, О.А. Сметанюк, В.М. Шаповал, Г.О. Швиданенко. Однак у сучасній літературі практично відсутні дослідження концептуальних засад діагностування консалтингових проектів. Зважаючи на це, виникає необхідність у формуванні та обґрунтуванні концепції діагностування консалтингових проектів для підприємств.

Впродовж останніх років в світовій економіці набула динамічного розвитку сфера консалтингових послуг. Актуальними консалтинговими послугами є покращання фінансово-економічних показників підприємства, визначення реального економічного стану підприємства, оптимізування витрат, тощо.

Згідно з визначенням, поданим Європейською федерацією асоціацій консультантів з економіки і управління (FEACO), «менеджмент-консалтинг» полягає у наданні незалежних порад і допомоги з питань управління, враховуючи визначення та оцінювання загроз та можливостей, а також відповідних

рекомендацій у їх вирішенні [1]. Такого ж визначення дотримується Американська Асоціація консультантів з економіки і управління (АСМЕ) і Інститут менеджмент-консультантів (ІМС). На думку К. Макхема, консалтинг – це процес надання спеціалістом своїх особливих знань, навичок і досвіду в системі його клієнта. За Т.В. Стасюк [2], консалтинг – це інтелектуальні послуги спеціалізованих компаній, надання порад та рекомендацій покупцям, продавцям та виробникам з найрізноманітніших питань виробничої діяльності, фінансів, зовнішньоекономічної діяльності, створення та реєстрації фірм, дослідження і прогнозування ринків товарів і послуг, розроблення бізнес-проектів, маркетингових програм, інноваційної діяльності, пошуку шляхів виходу з кризових ситуацій, підготовки статутних документів у разі створення нових підприємств і організацій тощо. Отже, на підставі аналізування підходів різних авторів до трактування поняття «консалтинг» можна дійти до висновку, що немає однозначності у розумінні сутності і змістового наповнення цього поняття.

Як правило, послуги консалтингової компанії охоплюють досить широкий спектр галузей: загальне керівництво, управління фінансами, управління виробництвом, маркетинг, управління працею та кадровим потенціалом, корпоративну стратегію та інше. При цьому успіх діяльності консалтингових організацій в Україні багато в чому залежить від їх готовності до нововведень, адаптованості послуг до потреб клієнтів, пошуку нових ринків, застосування нових методів втручання та внесення змін під час реалізації консультаційних проектів.

До переліку консалтингових послуг належать:

- дослідження та аналізування ринку, що передбачає визначення місткості, структури ринку, аналізування рівня конкурентного оточення з діагностикою споживачів та конкурентів, виявлення тенденцій та прогнозування динаміки розвитку ринку;

- стратегічний менеджмент, що передбачає проведення стратегічного аналізу підприємства (виявлення сильних та слабких сторін організації, можливостей та загроз), визначення мети розвитку та методів досягнення стратегічного вибору;

- фінансовий менеджмент, що охоплює аналізування поточного фінансового стану підприємства, тенденцій змін, що відбуваються, оцінювання систем та методів фінансового планування, визначення ефективності структури капіталу;

- інвестиційний менеджмент, що забезпечує обґрунтування інституційної та технічної можливостей реалізації інвестиційного проекту, його аналізування з погляду комерційної, екологічної, соціальної доцільності, фінансової привабливості та реалізації в умовах невизначеності;

- управління маркетингом, що передбачає дослідження ринкового середовища підприємства, розроблення маркетингової стратегії, оцінювання ефективності окремих елементів маркетингу (ціноутворення, організацію збуту, рекламу, тощо);

- управління виробництвом, що включає в себе аналізування виробництва з точки зору трьох найважливіших складових виробничого процесу — продукції, що виробляє підприємство (дизайн, сировина, що використовується, матеріали, якість),

методів та принципів організації виробничого процесу та планування, організації існуючих трудових ресурсів;

– управління персоналом, яке охоплює оцінку та вирішення проблем кадрової політики підприємства, включаючи планування трудових ресурсів, вибір та наймання робітників, навчання персоналу, мотивацію до праці та винагороди, психологічний клімат, планування кар'єри та розвиток організації;

– управління проектами, яке спрямоване на ефективне досягнення цілей підприємства шляхом застосування сучасних методів, техніки та технології управління.

– управління інноваційною діяльністю, що передбачає прогнозування інноваційних процесів в організації, вибір перспективних ідей та механізмів реалізації потенціалу підприємства.

Як свідчить вивчення теорії і практики, найперспективніший вид консалтингових послуг в Україні є управління проектами. Сьогодні в Україні немає достатньої кількості фахівців у сфері управління проектами, ще менше фахівців, які можуть не тільки аналізувати теоретичні питання, але й впроваджувати позитивний досвід, накопичений в процесі практичної взаємодії з вітчизняними корпоративними структурами. Вміння ефективно управляти проектом стає ключовою конкурентною перевагою будь-якого підприємства. Консалтинговий проект відповідає характеристикам так званих активних проектів, яким притаманна реалізація в умовах нестійкого та невизначеного середовища, тому він є адаптивною системою зі зворотнім зв'язком, яка реагує на внутрішні та зовнішні зміни. За визначенням В.А. Верби [3] консалтинговий проект є комплексною діяльністю, що має специфічні цілі, певні терміни початку і закінчення робіт, тимчасові обмеження в часі, витратах, а також визначені трудові, матеріальні і фінансові ресурси, що спрямовані на досягнення результатів.

Впровадження системи управління консалтинговими проектами на підприємствах дозволяє: підвищити керованість проектною діяльністю підприємства за рахунок введення комплексу організаційних, методичних та інформаційних засобів, що формалізують і підтримують процеси управління проектами; підвищити ефективність використання ресурсів підприємства; підсилити контроль якості, термінів і бюджету проектів. Сукупність усіх структурних елементів формує концептуальні засади діагностування консалтингових проектів для підприємств.

Таким чином, консалтинговий проект є інструментом для здійснення змін в організації; має чітко визначений початок і завершення; має конкретно поставлені цілі, мету і завдання; призводить до отримання реальних результатів; вимагає затрат коштів, ресурсів та часу; призводить до виявлення потенційних ризиків та визначення шляхів їх подолання; передбачає використання різноманітних ресурсів та трансфер знань між компанією-клієнтом та консалтинговою компанією.

Список використаних джерел:

1. Бейч, Э. Консалтинговий бізнес. Основи професіоналізму. Пер. с англ. А. Смольський. СПб.: Питер. – 2007.

2. Стасюк, Т.В. Термінологія консалтингу – однієї з інноваційних технологій початку 21 століття. Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ: Серія Філологія, педагогіка, психологія, 23. 2011 – с. 73–77.

3. Верба, В.А. Ефективність управлінського консультування: концептуальні засади // Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів: зб. матеріалів Міжнар.наук.-практ. конф. – К.: КНЕУ, 2014. – С. 207-209.

Діордієв В., магістр, аспірант
Інститут проблем ринку та
економіко-екологічних досліджень
Національної академії наук України
м. Одеса, Україна

ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КТ-ФОНДІВ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ФІНАНСУВАННЯ СУДНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Kommanditgesellschaft (скорочено «KG», або «КТ» українською) є німецькою назвою для суб'єкта з обмеженою відповідальністю і використовується в німецьких, бельгійських, голландських, австрійських та деяких інших європейських правових системах. Для української правової системи відповідним значенню КТ є поняття «Командитне товариство» – товариство, в якому разом з одним чи кількома учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один чи більше учасників (вкладників), відповідальність яких обмежується їх внеском у майно товариства.

КТ-фонди, відповідно до німецької практики, надають довгострокове фінансування для будівництва суден з тривалістю контракту 15-25 років. Їх основні характеристики найкраще описуються корпоративними цілями даного інвестиційного інструменту: придбання, фрахтування та, в кінцевому підсумку, продаж судна [2]. Ресурси німецьких КТ-фондів організуються в правовій формі так званої «GmbH & Co. KG», яка є еквівалентом LLP (товариства з обмеженою відповідальністю), де суб'єкт господарювання з необмеженою відповідальністю є керуючою компанією. Ці інвестори лише генерують грошові потоки від роботи судна [3].

У випадку КТ-фондів інвестори отримують високі гарантовані прибутки з обмеженими ризиками. Саме це є базовою перевагою, на основі якої доцільно поширювати практику КТ-фондів в українських реаліях. Для вітчизняних інвесторів, а особливо – для закордонних інвесторів в українське суднобудування принципово важливою є мінімізація ризиків, які в Україні є дуже високими. І якщо для ринку суднобудування Німеччини наразі важливим є отримання додаткових доходів за відносно низької норми прибутку по країні, то для України навіть високий потенціал

прибутковості може нівелюватись ризиком рейдерства, нормативно-правової непрозорості та нестабільності, ризиком зміни валютних курсів тощо.

Отже, в умовах України доцільно розглядати КТ-фонди значною мірою як інструмент управління ризиками. У проекті Закону про розвиток суднобудівної галузі в Україні [1] активізація інвестиційної діяльності, в тому числі іноземної визначається в якості однієї з цілей даного Закону, а в Статті 3 надається «...право суб'єктам суднобудування ... бути засновниками та/або учасниками суб'єктів господарювання, у тому числі за участю іноземних суб'єктів господарської діяльності». З огляду на це, дані суб'єкти можуть бути безпосередніми учасниками подібних до КТ-фондів утворень, діючи при цьому як в формі суб'єкта з повною, так і обмеженою відповідальністю.

Стаття 9 даного закону передбачає впровадження на період з 1 січня 2019 року до 1 січня 2038 року державної фінансової підтримки будівництва корабельних, морських, річкових суден та інших плавучих засобів і реконструкції основних виробничих фондів підприємств суднобудівної промисловості через механізм здешевлення кредитів шляхом визначення часткової компенсації ставки за кредитами комерційних банків, залученими суб'єктами господарювання у національній валюті. Компенсація надається експлуатантам суднобудівного обладнання, які знаходяться на території України, виключно для суднобудівного обладнання вітчизняного виробництва, за відсотки, фактично сплачені у поточному бюджетному періоді, у розмірі облікової ставки Національного банку України, що діє на дату сплати зазначених відсотків. Кошти на здійснення такої фінансової підтримки суднобудівної галузі щорічно, з урахуванням вимог Бюджетного кодексу України, передбачаються у законі про державний бюджет. Порядок використання зазначених коштів державного бюджету визначається Кабінетом Міністрів України [1].

Отже, передбачається впровадження часткової компенсації ставок за кредитами у якості інструменту фінансової підтримки розвитку галузі, що є позитивною пропозицією, проте досить обмеженою. По суті це є може бути вторинним механізмом, що підвищує привабливість організації різних форм взаємодії з метою інвестування будівництва суден. Учасники процесів такого інвестування можуть розраховувати на зменшення кредитного тягаря при залученні кредитних ресурсів, проте первинною проблемою тут є саме організація процесу інвестування, створення умов для залучення партнерів, зокрема, для участі у такій формі фінансування суднобудування як КТ-фонди.

Доцільною, на думку автора, мала б бути ініціатива держави в напрямку надання певних державних гарантій при створенні структур, подібних до КТ-фондів, а також стосовно розвитку державно-приватних партнерств у суднобудівній галузі та конкретних інструментів співфінансування розвитку будівництва суден в межах даних партнерств та конкретних податкових пільг для інвесторів (подібних до низьких податків на експлуатовані судна в Німеччині, що розраховуються, виходячи з тоннажу суден, отже, стимулює до оновлення матеріально-технічної бази флоту).

Зважаючи на німецький досвід, автор пропонує розглядати створення та поширення КТ-фондів у суднобудуванні України як механізм організації

підприємницьких капіталовкладень, що належить до категорії непрямих (власних капіталовкладень) інвестицій у судноплавну галузь.

Фонд формується з сукупного капіталу окремих його учасників, зацікавлених у отриманні високих прибутків від експлуатації побудованих в Україні суден при низьких ризиках та, можливо (що було б додатковим стимулом) з додатковими гарантіями державної підтримки при побудові конкретних суден чи суднобудування в Україні взагалі.

Консолідовані ресурси фонду пропонуються потенційним інвесторам за допомогою фінансових консультантів (інвестиційних брокерів або банків). Ресурси конкретного КТ-фонду для реалізації конкретного проекту будівництва судна (суден) в Україні організовуються в юридичній формі Командитного Товариства (для чого можливе створення додаткової нормативної бази) під певною юридичною назвою. Для цього має бути залучено мінімум два партнери, принаймні один партнер у формі обмеженої участі, і принаймні один – необмеженої.

Інвестор (інвестори), як вітчизняні, так і іноземні, приєднуються до КТ-фонду прямо як обмежений партнер на основі договору про акціонерів або опосередковано через трастову компанію, засновану на довірчому акті (що може бути зручним для іноземних інвесторів, які часто використовують подібні трастові фонди, в тому числі, використовуючи офшорні схеми мінімізації податкового навантаження).

Фонд утворює судноплавну компанію та служить інструментом фінансування її функціонування та забезпечення відповідальності за використання судна перед іншими контрагентами. Ресурси КТ-фонду створюються з сукупності капіталу учасників фонду (з повною та обмеженою відповідальністю) та боргового капіталу. Необхідний борговий капітал забезпечується банком, що фінансує судно. Так, на одну судноплавну компанію у формі іпотечного кредиту у Німеччині зазвичай кредитні ресурси складають від 60 до 70 відсотків вартості судна.

В цьому сенсі доцільно звернутись до перспектив, закладених у згаданому вище проекті Закону про розвиток суднобудівної галузі в Україні [5], де, у статті 9, закладено можливість часткової компенсації з коштів державного бюджету України відсоткової ставки за виданими на будівництво суден в Україні кредитами. Даний механізм здатен суттєво підвищити привабливість та ефективність впровадження КТ-фондів з метою відродження та забезпечення сталого розвитку вітчизняного суднобудування. У певних межах інвестори КТ-фонду можуть делегувати права контролю та прийняття рішень наглядачеві (або консультативній раді).

Список використаних джерел:

1. Проект Закону про розвиток суднобудівної галузі в Україні та Пояснювальної Записки до нього. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=64440
2. Drobotz W., Tegtmeier L. (2013) The development of a performance index for KG funds and a comparison with other shipping-related indices. *Maritime Economics & Logistics* March 2013, Volume 15, Issue 1, pp 32–71
3. Friedrichs, R., Wegner, C. and Richter, T. (2007) Eigenkapitalfinanzierung u'ber geschlossene Schiffsfonds. In: H. Winter, C. Henning and M. Gerhard (eds.) *Grundlagen*

Дзядук Ю., студентка
Науковий керівник: Данилюк Т.І.,
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки
та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Умовою економічного зростання та підвищення якості життя будь-якої країни є інноваційна активність. Важливість інновацій в економічному розвитку зумовила активне впровадження інноваційних технологій і, відповідно, виникнення та розвиток різних організаційних форм інноваційної діяльності. Зрозуміло, що цьому питанню активно приділяється постійна увага вітчизняних та зарубіжних вчених. Дослідження сучасних організаційних форм інноваційної діяльності, покликаних реалізовувати складні інноваційні проекти та переймання міжнародного досвіду в цій сфері має стати важливою складовою сучасної стратегії інноваційного розвитку української економіки.

Розширення наукомістких виробництв, посилення конкуренції на міжнародних ринках, стабільність темпів розвитку науково-технічного потенціалу, створення робочих місць, формування виробничої і соціальної інфраструктури, підтримка бізнес-активності і постійне стимулювання розвитку науки можуть бути забезпечені співпрацею науково-дослідних закладів із бізнесовими структурами, що здійснюється за підтримки влади.

До ефективних організаційних форм наукового-дослідного співробітництва належать науково-технологічні центри, технопарки і технополіси. Створення таких структур означає якісно новий рівень реалізації та забезпечення інноваційних процесів і формування сприятливих умов, в якому наукові ідеї перетворюються на унікальну конкурентоспроможну наукоємну продукцію, здійснюють науковий прогрес у галузі новітніх технологій.

Регіональні науково-технологічні центри вибудовують свою діяльність з огляду на особливості регіону. Так, найпоширенішою формою інтеграції науки і виробництва у США є університетсько-промислові центри та інженерні центри при університетах. Університетсько-промислові центри створюють на кошти Національного наукового фонду США при університетах з метою об'єднання ресурсів промислових фірм і наукового потенціалу університетів [1, с.457].

У Німеччині існують переважно засновницькі центри, центри інновацій і центри промислової технології. Засновницькі центри об'єднують новостворені

підприємства (переважно обробної промисловості й виробничих послуг), їх засновниками є комуни, промислово-торговельні палати, банки, економічні союзи, університети. Вони координують діяльність комерційних фірм, підтримуючи їх на етапі становлення і сприяючи розвитку тих, які забезпечують краще використання ресурсного потенціалу регіону. Центри промислової технології сприяють впровадженню новацій у серійне виробництво [2, с.235].

Технопарки (науково-технічні парки) об'єднують науково-дослідні підрозділи промислових компаній і створені ними підприємства, які залучають для роботи над замовленнями компаній персонал університетів. Завдяки цьому наукові співробітники мають можливість застосувати на практиці результати своїх досліджень [3, с.198].

Особливістю технопарків є те, що вони об'єднують фірми, які працюють у найпередовіших сферах науки і техніки. Завдяки їх компактному розташуванню більшість організаційних, управлінських і секретарських функцій централізовано виконує кваліфікований персонал [4, с.140].

Найсучаснішою формою інтеграції науки і виробництва є технополіси. Особливі компактно розташовані сучасні науково-виробничі утворення з розвиненою інфраструктурою, що забезпечує необхідні умови для праці та відпочинку, для функціонування науково-дослідних і навчальних інститутів, що входять до складу цих утворень, а також підприємств, компаній та фірм, що виробляють нові види продукції на базі передових наукомістких технологій.

Функціонування технополісів, технопарків тощо створює сприятливе середовище для творчої праці та оперативного впровадження наукових результатів у виробництво, скорочує цикл «наука – техніка – виробництво», прискорюючи тим самим економічний розвиток регіонів і суспільства загалом [5, с.203].

Науково-технологічні парки стають стартовим майданчиком для прискореного освоєння наукових розробок виробництвом, для створення інноваційної наукомісткої продукції та її успішної реалізації на вітчизняному і закордонному ринках, полігоном для освоєння навичок менеджменту в сфері науки і наукового обслуговування, підвищення кваліфікації наукових працівників і спеціалістів.

Отже, діяльність центрів трансферу технологій забезпечує інформаційну, організаційно-економічну та правову підтримку створення і реалізації виробничих технологій і активізує бізнес-клімат в регіоні, визначає стратегію розвитку як окремих підприємств, так і регіону загалом. Однак, ефективність їх функціонування значною мірою залежить від участі органів місцевої влади у налагодженні взаємодії між співробітниками центрів і підприємцями.

Список використаних джерел:

1. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: Монографія / М.П. Денисенк та ін.; За ред.: М.П.Денисенка, Л.І.Михайлової. – Суми: Університетська книга, 2008. – 1049 с.
2. Інноваційний менеджмент: Навч. посібн. / Валентина Стадник, Микола Йохна. – К.: Академвидав 2006. – 463 с.

-
3. Інноваційний менеджмент: Навч. посібн. / Петро Микитюк; Міністерство освіти і науки України. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 349 с.
 4. Інноваційний менеджмент: Навч. посібн. / Л.І.Михайлова, С.Г.Турчіна. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 247 с.
 5. Інноваційний менеджмент: Навч. посібн. / Н.В.Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. – 503 с.

Дзядук Ю., студентка
Науковий керівник: Мохнюк А. М.
К.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки
та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Стратегічне управління як процес можна представити у вигляді послідовності декількох етапів. Один з класичних підходів до стратегічного управління передбачає наступні етапи цього процесу:

- 1) визначення місії організації в системі більш високого рівня;
- 2) стратегічний аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища організації;
- 3) прогнозування параметрів розвитку;
- 4) розробка цілей;
- 5) формування та вибір стратегії;
- 6) реалізація стратегій;
- 7) контроль, коригування і регулювання.

Стратегічне управління дозволяє розробити засоби і методи, які сприяють досягненню поставлених цілей з урахуванням умов, що склалися в зовнішньому і внутрішньому середовищі. До найбільш перспективних методів стратегічного управління підприємства, що відповідають сучасним вимогам, слід віднести: системний підхід з використанням критерію системної раціональності; ситуаційний підхід, який використовує теорію факторів виробництва і критерій економічної раціональності або ефективності; підхід, який би розглядав підприємство як суспільний інститут, який повинен задовольняти різні групи інтересів, а його структура і управління будуються на основі концепції соціально-економічної раціональності[1].

Основою розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання є інноваційна стратегія.

Одним з видів інноваційної стратегії є стратегія НДДКР, що розробляється на функціональному рівні. Цей вид стратегії відображає більш конкретизовані способи

досягнення інноваційних цілей, тобто розроблення та виведення на ринок нового продукту. Зважаючи на те, що цілі інноваційної діяльності підприємства впливають на вибір стратегії розвитку підприємства, стратегія НДДКР, як функціональна, має відповідати обраним стратегіям вищого рівня, тому процес її розробки це складний ланцюг процесів з узгодження цілей стратегій різного рівня, їх взаємопроникнення та взаємозв'язку.

При виборі інноваційної стратегії визначають цілі, що пов'язані з досягненням стратегічних цілей підприємства [2].

Під інвестиційною стратегією розуміють формування системи довгострокових цілей

Вибір підприємством певної інноваційної стратегії залежить від багатьох чинників, серед яких: умови і фактори зовнішнього середовища, сфера діяльності підприємства, номенклатура та асортимент її продукції, тривалість життєвого циклу товарів, можливість здійснювати моніторинг науково-технічної інформації щодо ринку новацій, рівень науково-технічного та технологічного потенціалу тощо. Для розроблення стратегії інноваційного розвитку можна застосовувати різні методи та моделі, але зважаючи на поведінку організації та зовнішнього середовища, формування корпоративної стратегії інноваційного розвитку підприємства повинно закінчуватися розробкою стратегічних висновків за кожним видом бізнесу щодо можливих альтернативних напрямків, які може обирати підприємство на стадії реалізації стратегії інноваційного розвитку [3].

Серед основних проблем, які стримують розробку та впровадження інноваційних стратегій на вітчизняних підприємствах, можна виділити декілька.

По перше, мінімальна підтримка держави, яка проявляється і в зменшенні державних витрат на інноваційний сектор та науку, в збереженні складного нормативного середовища, у відсутності змістовної інноваційної політики.

По друге, обмежені фінансові можливості українських підприємств, які не дозволяють купувати сучасне обладнання для виробництва, фінансувати продуктові інновації та власні наукові дослідження.

По третє, брак успішного досвіду та знань щодо практичної реалізації інноваційної стратегії на вітчизняних підприємствах [4].

Для вирішення визначених проблем необхідно, перш за все, створити привабливий інвестиційно-інноваційний клімат та запровадити дієві механізми і стимули для підвищення зацікавленості у впровадженні нововведень саме на рівні підприємства, а саме:

1) забезпечити удосконалення податкового законодавства в контексті сприяння інноваційній діяльності господарюючих суб'єктів;

2) збільшувати обсяги державного фінансового забезпечення інноваційної діяльності, наукових розробок за визначеними пріоритетними напрямками;

3) надавати приміщення для розробки досліджень і подальшої реалізації інновацій у вищих навчальних закладах та на підприємствах за принципами бізнес-інкубаторів;

4) активізувати мотиваційні важелі інноваційної діяльності для національного та іноземного інвестора;

5) створити умови для розвитку інфраструктури, що здійснювала б фінансовий, інформаційний, консалтинговий, маркетинговий та інші види підтримки інноваційних процесів.

Зазначені заходи дадуть змогу задіяти всі необхідні механізми та стимули для покращення стану інноваційної політики підприємств і вирішити проблеми реалізації інноваційної стратегії на підприємствах України.

Список використаних джерел:

1. Рахманова Г.С. Проблеми стратегічного планування та розвитку підприємств./ Г.С. Рахманова // Наукові праці - Випуск 25/1, 2016. – С 110 – 117.

2. Соколенко В. А. Сутність та види стратегії розвитку / В. А. Соколенко, О. М. Бондаренко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Актуальні проблеми управління та фінансовогосподарської діяльності підприємства. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 53 (1162). – С. 70-74

3. Ковтун Е.О. Сорока Д.В., Інвестиційна стратегія підприємства/ Е.О Ковтун, Д.В. Сорока// Економічні науки/2. Зовнішньоекономічна діяльність – Вінницький торговельно – економічний інститут КНТЕУ, Україн: 2015.- №3. - С.57-61

4. Шафієва Л.Г. Особливості формування стратегії інноваційного розвитку підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища / Л.Г. Шафієва // Вінницький національний аграрний університет : науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015.- №4 (166). - С.470-483.

5. Касич А. О. Інноваційна активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення /А.О. Касич / Економічні науки - Київський національний університет технологій та дизайну: № 7(49). - 2015. - 115 с. с. 22- 26/

Шостак Л.В., к,е,н, кафедри економіки,
безпеки та інноваційної діяльності
Близнюк А., студентка
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ПОТЕНЦІАЛ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні вітчизняні підприємства діють в умовах жорстокої конкуренції. Тому для успішної діяльності підприємствам необхідно здійснювати інтенсивну інноваційну діяльність, ефективну організацію досліджень та розробок, нововведень, зниження ризиків інноваційної діяльності, які дозволяють бути конкурентоздатними не тільки в рамках національної економіки, але і на зарубіжних ринках. Згідно практичних даних інноваційні перебудови суб'єктів господарювання можуть не лише підвищити конкурентоспроможність сучасних організацій, але й підвищити експортний потенціал, вирішити економічні, екологічні, соціальні проблеми.

Питаннями про інноваційний розвиток підприємств займалися такі українські та зарубіжні вчені: Н.С. Ардашкіна, М.В. Шамін, С.М. Клімов, О.Г. Михайлова, Р.Ф. Гайдай, Ж.А. Говоруха, М.П. Денисенко, А.С. Федонін, А.І. Олексюк, Ю.В. Яковець, Й.А. Шумпетер., В.І. Ландик, П.Ф. Друкер.

Для України, економіка якої на сьогодні набула форм деіндустріалізації, активізація інноваційної діяльності є необхідною, вкрай важливою умовою її подальшого розвитку [1]. Серед визначальних тенденцій її нинішнього стану наводять:

- зосередженість інноваційної діяльності на великих промислових підприємствах;
- диспропорції у інноваційній активності підприємств та фактично виробленій інноваційній продукції;
- зниження технологічної активності промислових підприємств;
- прогресуючу тенденцію втрати вітчизняною промисловістю техніко-технологічного ресурсу модернізації серійного виробництва, тощо [1].

Однією з особливостей інвестиційного потенціалу суб'єктів господарювання в Україні є те, що основним джерелом інвестицій є власні кошти, які в структурі освоєних капітальних інвестицій становлять 67,5% (дані 2016 р.) [2].

Кошти державного бюджету упродовж 2010–2016 рр. не перевищували 5% загального обсягу витрат на інновації, а в окремі роки були значно нижче цього рівня. У 2016 р. державне фінансування інноваційної діяльності становило 0,03% загальних витрат державного бюджету [3].

Світова практика свідчить про те, що значний вплив на розвиток національних підприємств мають іноземні інвестиції. Залучення коштів іноземних інвесторів дає поштовх до активізації інвестиційного процесу, впровадження ефективних та екологічних технологій, використання провідного зарубіжного досвіду та зростання інвестиційного потенціалу підприємств країни. Однак питома вага іноземних інвестицій у структурі джерел фінансування освоєних капітальних вкладень вітчизняними підприємствами на рівні 2–3% є вкрай малою і не може бути вагомим чинником прогресу інвестиційного потенціалу [4].

Агентство InvestUkraine провело опитування щодо проблем, з якими стикаються іноземні інвестори в Україні. У ньому взяли участь 130 компаній із 16 регіонів України. У ході опитування компаніям було запропоновано визначити основні проблемні питання своєї діяльності в Україні. Грунтуючись на результатах, InvestUkraine склала рейтинг найбільш поширених проблем іноземних інвесторів в Україні. Згідно з рейтингом основна проблема іноземних інвесторів в Україні — відносини з податковими органами (22,8%). Друге і третє місця розділяють питання, пов'язані з аудитом та нормативними обмеженнями — 14,45% учасників дослідження стикаються з такими проблемами. Труднощі при вирішенні земельних питань турбують 11,8% респондентів, митних відносин — 11,03%. Ліцензування та дозвільні процедури ускладнюють діяльність 10,27% опитаних інвесторів, у той час як процедура реєстрації — 9,5%. Крім того, 5,7% респондентів вказали, що вони також мають справу з іншими проблемами, такими як рейдерство, висока вартість сировини і т. д. [5].

Стан інвестиційного клімату в Україні викликає все більше невдоволення бізнесменів. Європейська бізнес асоціація оцінила індекс інвестиційної привабливості України у 2,55 балів з п'яти можливих. Під кінець 2015 року цей показник знизився ще на 0,1 балів, порівняно з II та III кварталами цього ж року. Згідно з отриманими даними, 89 % бізнесменів не задоволені станом інвестиційного клімату в Україні. Топ-менеджери констатують, що рівень боротьби з корупцією не відповідає її розмірам, а реформи, на жаль, втілюються занадто повільно і мляво. Більше половини опитаних бізнесменів не очікують позитивних змін на найближчу перспективу [6].

Оцінюючи загальну ситуацію в інноваційній діяльності, умовно можна сформулювати три основні категорії проблем, які пригнічують її розвиток:

- 1) дефіцит фінансових ресурсів та відсутність дієвих стимулів з боку держави;
- 2) недосконалість законодавчого поля;
- 3) низький інноваційний потенціал промислових підприємств [7].

До заходів, які спрямовані на вирішення цих проблем, можна віднести: створення єдиної функціонуючої національної інноваційної системи; формування загальнодержавної системи пошуку, збору, накопичення, обробки, зберігання, розповсюдження та надання інформації в сфері інноваційного розвитку; забезпечення використання існуючого науково – технічного доробку щодо його інноваційного впровадження. Потрібно забезпечити фінансування фундаментальних досліджень. Знайти додаткові джерела на фінансування. Не менш важливим напрямом є створення нових та розвиток існуючих технологічних парків, вільних економічних зон для притягнення інвестицій в модернізацію виробництва [8].

Є потрібними також законодавчі зміни у галузі інноваційної діяльності щодо пільг і стимулів; розширення джерел фінансування; тісна співпраця з іноземними підприємствами, обмін досвідом. Щоб підвищити процес розробки та впровадження інновацій на підприємстві потрібно залучати персонал, а для цього необхідно створювати преміальні фонди за розробку, давати працівникам додаткові бонуси [9].

Створення інноваційної продукції потребує залучення до цього процесу кваліфікованих спеціалістів, з творчими здібностями, здатних застосовувати свої знання та вміння для продукування нових, практично зорієнтованих знань, втілювати їх в інновації конкретної спрямованості [10].

Отже, постійне впровадження інновацій у вітчизняних підприємствах призведе до високих темпів зростання та отримання необхідного рівня прибутковості. Дослідивши інноваційний потенціал вітчизняних підприємств, ми визначили, що українські суб'єкти господарювання не мають доступу до дешевих інвестиційних ресурсів, що значно гальмує процес модернізації, виходу на конкурентний рівень виробництва та розвиток інноваційної діяльності.

Дослідження проблеми інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств є актуальним і потенційним в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Імплементация высоких технологий в экономику Украины: научная доповідь / НАН України, ДУ "Інститут екон. та прогноз. НАН України". Київ, 2016. С. 13.

2. Статистичний збірник "Регіони України 2015". У 2-х ч.: стат. збірник. — К.: Державна служба статисти% ки, 2016. — 991 с.
3. Впровадження інновацій на промислових підприємствах / Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Л. Г. Сіпайло, А. М. Ляшук Інвестиційний потенціал підприємств України в кризових умовах. Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/8_2017/7.pdf
5. Що думає бізнес: результати Індексу інвестиційної привабливості України у 4 кварталі 2015 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eba.com.ua/uk/informationssupport/ebanews/important/item/10192%2015%12%19%1420>
6. The Global Competitiveness Report 2013 — 2014 — Geneva: World Economic Forum, 2013. — Р. 377 [Електрон% ний ресурс]. — Режим доступу: www.weforum.org/gcr
7. Єршова Г.В. Перспективи інноваційно-інвестиційного розвитку в Україні – режим доступу: http://eip.org.ua/docs/EP_17_4_137_uk.pdf
8. Буркинський Б.В. Інноваційна стратегія у соціально –економічному розвитку регіону / Б.В. Буркинський, Є.В. Лазарева– Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2007. – 140с.
9. Говоруха Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України / Ж.А. Говоруха // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №8(74). – С.107-115
10. Бондарчук М.К., Біленська Я.Р. Характеристика складових інноваційного потенціалу господарських структур в системі "інновації – фінанси – виробництво" Львів: Львівська політехніка, 2011. С. 197–198.

СЕКЦІЯ ІІІ

Обліково-аналітичні процедури та фінансові аспекти розвитку в Україні

Гнусинська О., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Богацька Н.М., к.е.н., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Вінниця, Україна

ПРОБЛЕМИ АНТИМОНОПОЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ ТА СПОСОБИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

В умовах розбудови ринкової економіки України заборона зловживання владою в процесі, пов'язаному з роботою ринку, є особливо актуальною. В такому разі саме антимонопольна політика відіграє важливу роль в стабілізації економічних процесів. Побудова конкурентного простору, захист інтересів споживачів і підприємців сприяють правильному формуванню цивілізованих ринкових відносин, зростанню ефективності функціонування національної економіки і є однією з багатьох складових антимонопольної політики держави. В даний час постає проблематичне питання, саме як правильно і раціонально впроваджувати і проводити антимонопольну політику.

Проблеми монопольної політики, тенденції розвитку ринкової економіки досліджували такі вчені, як Д. Барнес, Р. Вернон, В. К. Вескозі, Дж. Е. Гарінгтон, І. Кірцнер, М. Портер, А. Чемберлін, Д. Шиллінг. Проблеми конкурентних відносин в умовах ринкової зміни, механізмів державного регулювання у сфері монопольних відносин розглядалися в працях О. Андрійко, Ю. Бажала, Е. Бакалінської, З. Борисенко, ін.

Антимонопольне законодавство в Україні представлено законом "Про антимонопольний комітет України", який несе у собі всі подробиці про впровадження, здійснення та контроль за діями на монопольному ринку.[1].

Згідно чинного законодавства, монопольним вважається будь-яке підприємство, частка якого на ринку перевищує 35% [2].

Передусім, антимонопольна політика являється певним комплексом економічних, законодавчих і адміністративних заходів, які спрямовані на обмеження умов виникнення і функціонування монополій і захист конкурентного ринку. В процесі діяльності, антимонопольна політика застосовує ряд методів, що

допомагають швидко, якісно і законодавчо врегульовувати відносини на ринку. До методів здійснення антимонопольної політики відносять:

1. адміністративно-імперативні: передбачають накладання штрафів, застосування санкцій;
2. правові: прийняття відповідних законодавчих та нормативно-правових актів;
3. організаційно-контролюючі: проведення моніторингу перевірок, організація виконання певних заходів, пов'язаних з монопольною діяльністю в Україні;
4. профілактично-роз'яснювальні: інформування, внесення пропозицій, роз'яснення щодо кваліфікації порушень [3].

Весь перелік методів допомагає в боротьбі з основними проблемами, що найчастіше виникають в антимонопольній політиці. На даному етапі ринкових відносин, виділяють шість найголовніших чинників, що обмежують проведення антимонопольної політики:

1. Малорозвинене законодавство щодо монополій в міжнародній торгівлі, тобто брак законної бази щодо ведення монополістичних дій на міжнародному рівні.
2. Відсутність реальних важелів впливу на захист прав інтелектуальної власності.
3. Відсутність конкретизації термінів, що мають визначати монополістичне становище.
4. Неспроможність створення ефективного конкурентного середовища, яке б забезпечило стає економічне зростання і стабільне підвищення рівня життя народу.
5. Застарілі методи урегулювання монополістичних відносин.
6. Брак новітніх методів подолання утисків малих і середніх підприємств монополістичними об'єднаннями.

Для того, щоб позбутися цих проблем та пришвидшити результативність антимонопольної політики, потрібно провести ряд змін в законодавчій базі, ринковому устрою та налагодити міжнародну співпрацю. Для їх впровадження, доречно буде скористатися такими способами:

1. Розробка правових норм із ціноутворення.
2. Складання законів і нормативних актів, які будуть скеровувати монополістичні об'єднання в русло розвитку і підвищення економіки держави.
3. Збільшення впливу держави за допомогою економічних методів, спрямованих на раціональне встановлення цін.
4. Надання монополістам державного забезпечення та підтримки в правильності ведення економічних операцій.
5. Використання досвіду і прикладів правової бази інших країн.
6. Врахування всіх цілей суспільства.
7. Забезпечення контролю над виконанням всіх правил монополістичного світу.

Весь перелік способів подолання антимонопольних криз призведе до швидкого та стабільного вирішення усіх нагальних потреб та в перспективі до економічної стабільності на ринку.

Отже, наразі Україна має певні проблеми в проведенні антимонопольної політики, що спричинені застарілими методами боротьби з монополістичними

системами. Поліпшуючи нормативно-правову базу, можна досягти максимального урегулювання відносин в монополістичному світі і виконати найголовніше завдання антимонопольної політики – поставити діяльність монополій на державний контроль.

Список використаних джерел:

1. <http://rada.gov.ua/news/zak>
2. www.amc.gov.ua.
3. Богацька Н. Ресурсне забезпечення діяльності підприємства в сучасних умовах господарювання / Н. Богацька, О. Швець [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/ken-dotsbogatska-nm-shvetsoi-resursne-zabezpechennya-diyalnosti-pidpriemstva-v-suchasni-umovah-gospodaryuvannya>

Кияниця Д., студент
Науковий керівник: Сова О.Ю., к.е.н.,
доцент кафедри
національної економіки та фінансів,
Університет економіки та права «КРОК»,
Україна, м. Київ

ПРІОРИТЕТИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

Для соціального розвитку України останніх років характерний гострий дефіцит бюджетного фінансування за низької вартості робочої сили та відповідного рівня оплати праці, що є однією з причин скорочення тривалості життя, погіршення якості середньої та вищої освіти, старіння науки, втрати в культурній спадщині інтелектуального потенціалу країни тощо.

Згідно з Бюджетним кодексом України фінансування ключових складових соціальної сфери — освіти, охорони здоров'я, соціальних послуг, які споживаються населенням безпосередньо на місцях та є визначальними для підтримки людського розвитку, здійснюється здебільшого за рахунок коштів бюджетів місцевого рівня. Таким чином, місцеві бюджети виступають основними “інвесторами” соціального розвитку, адже саме на цей управлінський рівень покладено ключові повноваження щодо задоволення базових соціальних потреб [1].

В Україні склалася практика, коли соціальна політика лише реагує в реальному часі на поточні соціальні виклики. Ці виклики зазвичай є досить серйозними та вимагають швидкого й ефективного розв'язання нагальних проблем. Разом із тим у країні досить швидкими темпами актуалізуються соціальні ризики, наприклад потреба в значному збільшенні витрат на соціальне страхування у зв'язку зі старінням населення [3, с. 75].

Фінансування соціальної сфери в Україні здійснюється за такими основними напрямками: соціальний захист у випадку непрацездатності; соціальний захист пенсіонерів; соціальний захист ветеранів війни та праці; соціальний захист сім'ї, дітей та молоді; соціальний захист безробітних; допомога у вирішенні житлового

питання; соціальний захист інших категорій населення; фундаментальні та прикладні дослідження й розробки у сфері соціального захисту; інша діяльність у сфері соціального захисту [2, с. 128].

В Україні в структурі видатків соціального захисту та соціального забезпечення найбільшу частку займають соціальні допомоги, що обумовлено охопленням значної чисельності отримувачів (малозабезпечені сім'ї та одинокі громадяни, сім'ї з дітьми, інваліди та ін.).

Основними напрямками вдосконалювання механізму фінансового забезпечення соціальної сфери повинні стати: посилення відповідальності за нецільове використання коштів; оптимальне розмежування повноважень щодо здійснення видатків між органами влади всіх рівнів; залучення неурядових організацій до надання соціальних послуг із метою підвищення їх якості тощо.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/>
2. Гордієнко Л. А. Оцінка фінансового забезпечення соціальної сфери в Україні / Л. А. Гордієнко // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. - 2016. - Вип. 1(2). - С. 362–366.
3. Надрага В.І. Теоретичні аспекти фінансування соціальних інвестицій / В. І. Надрага // Фінанси України. - 2014. - № 2. - С. 70-78.

Лебедєв П., студент
Науковий керівник: Сова О.Ю., к.е.н. доцент
кафедри національної економіки та фінансів,
Університет економіки та права «КРОК»,
Україна, м. Київ

КАСКО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ

Автотранспортне страхування є одним із найпопулярніших видів страхування як на європейському страховому ринку та і в Україні. Страховий портфель більшості страхових компаній сформований за рахунок автотранспортного страхування, однак, вітчизняний ринок автотранспортного страхування значно відстає у своєму якісному розвитку від ринків багатьох зарубіжних країн [1, с. 604].

КАСКО страхування в Україні здійснюється у відповідності до Закону України «Про страхування». КАСКО – страхування транспортних засобів (автомобілів, вагонів, літаків, суден) на випадок пошкодження або знищення внаслідок незаконного заволодіння, самозаймання або пожежі, дорожньо-транспортної пригоди, чи протиправних дій відносно застрахованого транспорту третіх осіб [2].

Зазвичай страхові компанії пропонують на вибір три опції відшкодування збитків:

- виплата в грошовому вираженні;
- відновлення транспортного засобу на СТО страховика;
- компенсація витрат ремонту авто, здійсненого самостійно.

Ще одною безумовної перевагою КАСКО є отримання максимальної страхової виплати при угоні машини, її загибелі або при недоцільності проведення ремонту у разі сильного пошкодження. При цьому сума відшкодування розраховується незалежним експертом або оцінювачем страховика з врахуванням або без зносу авто [3].

Поліс КАСКО може включати захист автомобіля від усіх страхових ризиків або поєднувати в собі тільки декілька з них. В залежності від обраних страхових випадків, які гарантують отримання компенсації, і розрізняють КАСКО повне або часткове. Відповідно і вартість страхового полісу буде суттєво відрізнятись: часткове КАСКО обійдеться дешевше ніж повне.

При оформленні полісу страхування важливе значення має стаж водія, адже у недосвідченого автовласника значно вищий ризик потрапити у непередбачувану ситуацію на дорозі ніж у водія зі стажем. Тому початківцям фахівці радять обирати тільки повне КАСКО, в той час як вправні водії з багаторічним досвідом, які впевнено почуваються на дорозі, але хочуть при цьому не переживати за збереження власного авто, можуть підібрати часткове КАСКО з оптимальним для них поєднанням ризиків.

При виборі страхової компанії слід звернути увагу на її платоспроможність. Оцінити її можна за деякими фінансовими показниками, які є в кожній страховій компанії:

- страхові премії (обсяг платежів, які збрала страхова компанія за вирахуванням перестраховування);
- страхові виплати (сума платежів, які страхова компанія виплатила за страховими випадками за певний період часу);
- збитковість страхової компанії, яка показує те, наскільки в майбутньому страхова компанія зможе виплатити страхове відшкодування по страховому випадку.

В ідеалі співвідношення страхових премій до страхових виплат повинно прирівнюватися до 40-50%, тому що занадто низький показник може говорити про велику кількість відмов за страховими випадками, мотивуючи це умовами страхування КАСКО і що при укладанні договору ви погодилися з положеннями, викладеними в довгому тексті самого договору. При надто високому відсотку збитковості закономірно виникає питання про наступні виплати відшкодування за страховими випадками і чи буде існувати дана компанія надалі в недалекому майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Временко Л. В. Сучасний стан ринку автотранспортного страхування в Україні / Л. В. Временко, О. В. Шаталов. // "Молодий вчений". – 2017. – №3. – С. 604–606.

2. Закон України "Про страхування" / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws>

3. Переваги КАСКО / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://glavnoe.ua/news/n175517>

Павлова С.В., к.е.н.,
Ковальчук І., студентка
Вища школа суспільно-господарчу в
Пшеворську м.Пшеворськ, Польща

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ НА УПРАВЛІНСЬКУ БУХГАЛТЕРСЬКУ ЗВІТНІСТЬ

Визначення методологічних складових створення управлінської бухгалтерської звітності, а саме: виокремлення типових напрямів завдань, за якими приймаються рішення системного управління, щодо яких існує потреба в обліковій інформації.

Уточнення вимог бухгалтерської звітності з огляду на виконання визначених завдань та інформаційних потреб внутрішніх користувачів; формування типових недоліків надання облікової інформації в бухгалтерській звітності, які мають поширений та ґрунтовний характер для суб'єктів господарювання.

Розробка практичного механізму надання облікової інформації управлінського персоналу на прикладі створення системи управлінської бухгалтерської звітності. Дана звітність дає більш ширше розуміння фінансового стану підприємства. [2 с.54-85].

Корпоративне управління – це система відносин між власниками, органами управління акціонерного товариства, його менеджерами, а також іншими зацікавленими особами (працівниками, постачальниками, споживачами, кредиторами, державними та місцевими органами влади, громадськістю тощо) задля забезпечення ефективної діяльності товариства, інтересів власників та інших зацікавлених осіб.

Румянцев С.А. дає дещо ширше трактування корпоративного управління, а саме: “Корпоративне управління - це система виборних та призначених органів, які здійснюють управління діяльністю відкритих акціонерних товариств, що відображає баланс інтересів власників і спрямована на збереження максимально можливого прибутку від усіх видів діяльності товариства згідно з нормами чинного законодавства” [1 с.35-38].

Поява різних елементів і становлення корпоративного управління відбувалася через еволюцію підходів до організації управління підприємством.

Управлінська бухгалтерська звітність ставить перед собою великий спектр завдань, я потребують негайного вирішення

До основних завдань можна віднести:

- систематизація облікових даних для прийняття управлінських рішень;
- визначення очікуваного прибутку від того або іншого економічного заходу;
- оцінка впливу різних чинників на підсумкові результати роботи підприємства;
- складання прогнозу рентабельності випуску нових видів продукції;
- складання прогнозу фінансового стану фірми та перспективу;
- здійснення контролю за господарськими процесами на підприємстві.

Для виконання поставлених завдань доцільно відштовхуватися від спроможності задовольнити конкретні потреби системи управління. Бухгалтерська

управлінська звітність повинна надавати інформацію в такому систематизованому вигляді та формі, яка б могла б влаштувати керівника підприємства.

Як напрям вирішення окресленого питання пропонуємо власну розроблену систему управлінської бухгалтерської звітності при застосуванні корпоративного управління, вона повинна щонайменше включати наступні форми звітності, а саме : Звіт про виконання бюджету доходів і витрат; Звіт про виконання платіжного бюджету; Звіт надходження грошових коштів за продукцію та послуги; Звіт з виробництва продукції, та інші форми звітів за напрямками діяльності підприємства. Ці звіти як правило сформовані в довільній формі.

Отже, управлінську бухгалтерську звітність при застосуванні корпоративного управління необхідно розробляти, для ефективності прийняття управлінських рішень. Вчасне вирішення управлінського рішення може покращити стан підприємства, з прогнозувати прибутки в майбутньому, або запропонувати шляхи подальшого розвитку підприємства. Обов'язково при створенні пакету управлінської звітності її слід вписати при формуванні Наказу про облікову політику підприємства.

Список використаних джерел:

1. Румянцев С.А. Українська модель корпоративного управління: становлення та розвиток.-К.:Знання,2017.- 278 с.
2. Уманцев Г.І Облік в системі микро- і макроуправління. К.:Знання 2016. -546 с.

Попова Ю.,студентка

Науковий керівник: Сова О.Ю., к.е.н.,
доцент кафедри національної економіки та
фінансів, Університет економіки та права «КРОК»,
м. Київ, Україна

СТРАХОВІ КОМПАНІЇ ЯК ІНСТИТУЦІЙНІ ІНВЕСТОРИ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ

Характерною рисою розвитку світового фінансового ринку є зростання капіталу, нагромадженого страховими компаніями, що, у свою чергу, сприяє перетворенню їх у потужних інституційних інвесторів, які успішно конкурують з банківськими установами. Страхові премії, що сплачуються страхувальниками й в подальшому трансформуються у страхові резерви, є основним інвестиційним джерелом компаній, які надають страхові послуги [3, с. 27].

Відповідно до схеми формування страхових резервів, кожен вид зобов'язань, які має страховик, покривається відповідним видом страхового резерву. Поділ страхових резервів у страхуванні життя і ризикових видах страхування зумовлений різним вмістом страхового захисту, характером ризику, функціями, завданнями, а також методологією розрахунку тарифів [1, с. 20].

Згідно вітчизняного законодавства, резерви компаній із страхування життя повинні розміщуватися з урахуванням безпечності, прибутковості, диверсифікованості й мають бути представлені активами таких категорій:

- грошові кошти на поточному рахунку;
- банківські вклади (депозити);
- валютні вкладення згідно з валютою страхування;
- нерухоме майно;
- цінні папери, що емітуються державою;
- права вимоги до перестраховиків;
- інвестиції в економіку України за напрямами інвестування визначеними

Кабінетом Міністрів України;

- банківські метали;
- кредити страхувальникам-фізичним особам, що уклали договори страхування життя, в межах викупної суми на момент видачі кредиту та під заставу викупної суми;

– готівка в касі в обсягах лімітів залишків каси, встановлених центральним банком [2].

На характер реалізації інвестиційної діяльності страхових компаній впливають такі фактори: розмір страхової компанії, розмір власного капіталу страховика, фактори сформованого страхового портфеля (переважаючі види ризиків, середні розміри збитків, частота настання страхових подій), політика щодо виплат страхових відшкодувань, ступінь жорсткості державного регулювання інвестиційної діяльності, макроекономічна ситуація в державі.

Отже, з розвитком страхового ринку, збільшенням обсягів страхових операцій, насамперед зі страхування життя, збільшенням розміру страхових резервів та власних коштів страховика зростає роль страхової системи в інвестиційному процесі України.

Список використаних джерел:

1. Балицька М. В. Інвестування страхових резервів як фактор підвищення фінансової стійкості страховика / М. В. Балицька // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2017. - Вип. 12 (1). - С. 19-24.

2. Закон України "Про страхування" / [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/>

1. Клапків Ю. М. Інвестування у вино як альтернативна стратегія довгострокового розміщення резервів компаніями із страхування життя / Ю. М. Клапків, О. Ю. Мелих // Інвестиції: практика та досвід. - 2018. - № 10. - С. 26-34.

Цимбалюк В., студент
Науковий керівник: Сова О.Ю., к.е.н. доцент
кафедри національної економіки та фінансів,
Університет економіки та права «КРОК»,
Україна, м. Київ

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНКАСАТОРСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Збільшення за останні 4 роки втричі частки безготівкових розрахунків платіжними картками уповільнили темпи зростання кількості готівкових грошей. Національний банк України віддав найбільшим операторам ринку інкасації свої функції зберігання готівки і підкріплення ними кас банків [2].

Інкасаторські підрозділи є у 40 банків. Багато банків, які мають ліцензію, не працюють на відкритому ринку, закриваючи лише потреби власної мережі відділень і банкоматів. Сьогодні на ринку інкасації є близько 10 банків, які визначають його розвиток, це, наприклад, – Ощадбанк, ПриватБанк, Райффайзен Банк Аваль, ПУМБ, Укргазбанк, ТАСкомбанк.

Одним з лідерів за часткою ринку є Ощадбанк, який має в своєму розпорядженні більш 1000 автомобілів і працює по всій Україні. Це єдиний банк, який може не використовувати зовнішню збройну охорону для машин інкасації, що дозволяє держбанку економити до 30% собівартості послуги [2].

Невеликі банки змушені закуповувати послуги інкасації у великих банків, або у СІТ-компаній (Cash-in-Transit), яким НБУ в грудні 2015 року дозволив здійснювати перевезення грошей. СІТ-компанії повинні мати навчений персонал, броньований автопарк, зброю, сейфи і страхове покриття.

Поява СІТ-компаній поки не призвела до істотних змін на ринку цих послуг, оскільки законодавство обмежує їх послугою перевезення грошей. У той час як банки надають повний спектр послуг, пов'язаних з інкасацією, перевезенням, перерахунком і зарахуванням інкасованих коштів на рахунки клієнтів, у тому числі до перерахунку і навіть в режимі онлайн. Це виключає залучення СІТ-компаніями великих клієнтів, в тому числі міжрегіонального та національного рівня.

СІТ-компанії безпосередньо працюють з банками та їх клієнтами, повністю забезпечуючи їх потребу в готівці. Разом з тим, завдяки концентрації готівкових потоків та оптимізації операційних процесів очікується зменшення витрат, пов'язаних з обігом готівки. Великі банки і торгові мережі, які мають справу із значними оборотами готівки, зацікавлені у використанні послуг професійних компаній у сфері інкасації, перевезень, а також логістики готівкових грошових коштів.

На СІТ-компанії також перекладаються ризики в роботі персоналу з готівкою та ціла група ризиків, пов'язаних з транспортуванням готівки. Запровадження аутсорсингу в сфері грошового обігу сприятиме розширенню конкурентоспроможного середовища та упорядкування тарифів на надання послуг у цій сфері, зменшенню фінансового навантаження на банки, посиленню захисту цінностей, що інкасуються та перевозяться [1].

Список використаних джерел:

1. Матюшкін Ю. НБУ запроваджує аутсорсинг / Матюшкін Ю. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://balance.ua/news/archive/nbu-vvudit-autsorsing-v-sfere-denegnogo-obrascheniya>

2. Пальчевський І. СІТ-компанії відберуть у банків грошові потоки / Пальчевський І. // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://finclub.net/ua/analytics/sitkompanii-vidberut-u-bankiv-hroshovi-potoky.html>

СЕКЦІЯ IV

Сучасні реалії та тенденції розвитку підприємства в умовах неоіндустріального суспільства

Бірук С., студентка
Науковий керівник: Мохнюк А.М.,
К.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах ринкової економіки серед різноманітності проблем, пов'язаних із забезпеченням нормального та ефективного розвитку підприємств та організацій, однією із головних є проблема управління персоналом. Управління персоналом – це специфічний вид управлінської діяльності, об'єктом якої є колектив працівників – персонал. Управління персоналом передбачає цілеспрямований вплив на людину як носія здатності до праці з одержанням якнайбільшого результату від діяльності [2].

Проблема управління персоналом завжди була предметом дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених, що належать до різних наукових шкіл. Порушену наукову проблематику досліджували такі відомі вчені, як Ф. Тейлор, А. Маслоу, Д. Макгрегор, В. Оучі, В. І. Крамаренко, Г. В. Щокін та інші. Деякі аспекти проблеми сучасного управління персоналом знайшли своє відображення у працях С.Беляєвої, М. Виноградського, М.Журавльова, Дж. Іванцевича, А. Кибанова, В. Колпакова, А.Лобанова, С.Михайлова, М.Мурашко, С. Шекшня, О. Шканової, Г. Щокіна, О.Щура та ін.

Серед традиційних методів управління персоналом можна виділити такі основні групи: адміністративні, економічні, соціально-психологічні [1]. Вони продовжують використовуватись на практиці та формують основу відносин між роботодавцями та найманими працівниками. Але в сучасному інноваційному світі ці методи вже не є такими дієвими, як раніше. Крім того, результативність їх застосування залежить від багатьох чинників, саме тому підприємства, зорієнтовані на стійкий розвиток, шукають нових шляхів для підвищення ефективності діяльності персоналу, що в майбутньому забезпечить формування системних конкурентних переваг.

До сучасних методів пошуку інноваційних ідей серед персоналу можна віднести наступні [2]:

1. «Альтер-его» (вирішення будь-якого питання з точки зору відомої людини).

2. «Сесія питань» (мозковий штурм, мінімум критики, максимум свободи думки).

3. «Символ» (представлення проблеми чи питання певним символом, який максимально відповідає цій проблемі; кожний елемент символу може бути відповіддю на питання).

4. «Виклик» (керівник формує уявну проблему, а персонал повинен вирішити її без будь-якої допомоги).

5. «Метод SCAMPER» (вирішення проблеми шляхом заміни, комбінації, адаптації, модифікації, застосування, ліквідації, створення протилежності).

Сьогодні вирішуються наступні проблеми, пов'язані з управлінням персоналом:

1) планування трудових ресурсів – визначення потреби в кадрах залежно від стратегії розвитку виробництва;

2) формування резерву персоналу, добір кандидатів, визначення груп резерву;

3) відбір персоналу із груп резерву;

4) оформлення трудових контрактів;

5) оцінка рівня трудової діяльності кожного працівника;

6) переведення, підвищення, пониження, звільнення залежно від результативності праці;

7) профорієнтація та адаптація – залучення нових працівників до колективу, до процесу виробництва;

8) визначення заробітної плати та пільг з метою залучення, збереження та закріплення кадрів;

9) навчання кадрів [3];

На сучасному етапі розвитку суспільства вирішення цих завдань потребує відмінно інших інноваційних навичок і визначає нові вимоги до рівня підготовки персоналу, коли спостерігається швидке застарівання знань, умінь і навиків персоналу, яке виражається у відставанні індивідуальних знань від сучасних вимог до посади і професії.

Досвід компаній лідерів українського ринку дає змогу виділити нові типові ознаки підходів до управління персоналом:

– підвищення ефективності системи підбору персоналу;

– система мотивації і оплати праці справедлива відносно страхових працівників, конкурентоспроможна і добре керована;

– заробітна плата працівників ґрунтується на результатах індивідуальної праці та ефективності роботи відповідного структурного підрозділу компанії.

Отже, система управління персоналом українських підприємств потребує покращення методів роботи з персоналом і застосування досягнень закордонної науки та кращого практичного досвіду. А це вимагає зміни філософії відносин між роботодавцями та найманими працівниками. Відповідно, стратегічного значення набуває балансування між застосуванням традиційних організаційно-економічних, соціальнопсихологічних і правових методів управління та пошуком набору нових механізмів та інноваційних методів впливу на персонал.

Список використаних джерел:

1. Антоненко А. Использование методики LAB-profile в практике управления персоналом / А. Антоненко // Менеджер по персоналу. – 2016. – № 10. – С. 70-77.
2. Єлісеєва О.К. Стимулювання в системі управління персоналом підприємств / О.К. Єлісеєва, Н.Г. Кутова // Бізнес-Інформ. – 2017. – № 4. – С. 388–392.
3. Касич А.О. Управління конкурентними перевагами підприємства / А.О. Касич, Ж.В. Харькова // Економічний аналіз. – 2016. – № 2. – Т. 25. – С. 79–85.

Бистров М., аспірант
Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника
м. Івано-Франківськ, Україна

**СЦЕНАРНЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК БАЗОВИЙ ЕТАП ПРОЦЕСУ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ГНУЧКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах статичний стратегічний план не здатний адекватно відповідати реаліям швидко змінюваного світу, не дозволяє підприємству ефективно функціонувати та розвиватися. Сьогодні компаніям необхідна стратегічна гнучкість, яка дозволяє адекватно, а головне найбільш ефективно протистояти викликам зовнішнього середовища. Без стратегічної гнучкості, виклики, на які вимушене відповідати підприємство тягнуть за собою початок нового циклу стратегічного планування. У випадку ж урахування фактора стратегічної гнучкості підприємство здійснює бізнес-процеси за заздалегідь сформованим алгоритмом розвитку з урахуванням прогнозованих викликів. Така діяльність є безумовно менш затратною та більш ефективнішою, ніж у першому випадку.

Сценарне планування можна означити як метод вивчення майбутнього, у якому бізнес-стратегія підприємства формується шляхом складання невеликої кількості сценаріїв, що визначають розгортання майбутнього і його вплив на конкурентні переваги підприємства. При цьому є можливими чотири рівні невизначеності:

- перший рівень – достатньо точно прогнозоване майбутнє;
- другий рівень – альтернативні варіанти майбутнього;
- третій рівень – діапазон можливих варіантів майбутнього;
- четвертий рівень – повна непередбачуваність.

При цьому слід зазначити, що ситуації четвертого рівня невизначеності виникають доволі рідко і з часом переходять на перший, другий та третій рівні. Сценарний підхід дає релевантні результати на другому і третьому рівнях невизначеності. Уся сукупність сценаріїв може бути поділена на сценарії рішень –

використовуються для підвищення якості прийнятих рішень і нормативні сценарії – використовуються на означення заданого напрямку.

У процесі побудови сценаріїв на підприємстві стає можливим здійснення корпоративного діалогу, забезпечується організаційне вирівнювання, надається підтримка вивченню зовнішнього середовища, впроваджується сценарне мислення серед рядових працівників та керівників. Зазвичай процес сценарного планування триває 6-9 місяців і складається з таких етапів: інтерв'ювання, проведення співбесід із формування бізнес-стратегії, зворотній зв'язок, сортування та структурування отриманих даних, аналіз і формування компетенцій для проведення стратегічного діалогу, впровадження сценарного мислення серед керівництва, підтримка стратегічного діалогу, документування значущих результатів. Якість сценарного планування оцінюється після закінчення кожного етапу за критеріями актуальності, новизни та правдоподібності.

Сценарне планування дозволяє встановити рівень невизначеності за якого функціонує компанія та розробити бізнес-стратегії, які максимально точно відповідають цьому рівню. Для забезпечення стратегічної гнучкості підприємства найкраще підходять сценарії, що описують діапазон можливих варіантів майбутнього. Тому треба сформувати набір сценаріїв, який даватиме найбільш ймовірний спектр результатів. Кількість сценаріїв слід обмежити чотирма-п'ятьма через складність маніпулювання більшою кількістю. У результаті буде описаний простір економічних рішень.

Далі кожна стратегія розкладається на фактори реалізації. При цьому вся сукупність факторів поділяється на ключові та умовні. Ключові фактори є практично безризиковими і підлягають безумовній реалізації. Умовні ж підлягають реалізації на умовах реальних опціонів.

На останньому етапі – виконання та моніторингу, здійснюється спостереження за розвитком ситуації та діагностика середовища функціонування підприємства. Далі слід йти за ланцюгом: сценарій, що найбільш точно відображає майбутнє – найбільш прийнятна оптимальна стратегія – формування набору виконуваних реальних опціонів. Розглянуті дії реалізуються циклічно та практично безперервно (набір сценаріїв необхідно весь час переглядати) з метою забезпечення гнучкості стратегії.

Отже, стратегічна гнучкість може виступати дієвим засобом адекватної та ефективної протидії підприємства викликам зовнішнього середовища Використання цієї методики дозволить ідентифікувати невизначеності та розробити план дій з мінімізації ризиків та максимізації можливостей розвитку компанії.

Список використаних джерел:

1. Черкасова В.А. Формирование корпоративной стратегии на основе сценарного планирования. *Экономический анализ: теория практика*. 2009. № 6(135). С. 19–27.
2. Рейнор Майкл Е. Стратегический парадокс. Москва: ЮРАЙТ. 2016. 400 с.
3. Севастьянов А.В. Формирование гибкой стратегии в системе управления промышленными предприятиями: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Самарский государственный экономический университет. Самара, 2009. 23 с.

4. Hugh C. Decision-driven scenarios for assessing four levels of uncertainty. *Strategy & Leadership*. 2003. Vol. 31, No. 1. P. 14–22.

5. Van der Merwe L. Scenario-Based Strategy in Practice: A Framework. *Advances in Developing Human Resources*. 2008. Vol. 10, No. 2. P. 216–239

Близнюк О., студент
Науковий керівник: **Колосок А. М.**,
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки
та інноваційної діяльності
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах жорсткої конкуренції, політико-правової та фінансової нестабільності в державі надзвичайно важливим для успішного функціонування підприємства є формування та реалізація стратегії диверсифікації його розвитку. Дана стратегія передбачає поглиблений аналіз внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на ведення бізнесу, створення конкретного плану дій направлено на мінімізацію негативних впливів та максимізацію прибутків.

Проте, зарубіжна практика діяльності бізнес-структур в ринкових умовах засвідчує, що кінцевою ціллю стратегічного планування має бути сталий розвиток підприємства, що включає не лише отримання прибутків, а й розширення виробництва, покращення соціального захисту працюючих, розбудову місцевої інфраструктури, тощо. Тому, надзвичайно актуальним є використання стратегічного планування з метою адаптації підприємства до мінливих ринкових умов, забезпечення його успішного функціонування та комплексного розвитку в рамках певної громади.

Питання формування та реалізації стратегії диверсифікації підприємства досліджувалися багатьма зарубіжними та вітчизняними вченими, серед них: Т. Адаєва, Р. Акофф, І. Ансофф, Д. Бодді, П. Друкер, М. Х. Мескон, Р. Пейтон, М. Портер, І. Пічурін, А. А. Томпсон, А. Дж. Стрікленд, Р. Фатхутдінов, Д. Хассі, А. Чандлер та ін.

Нині дана проблема детально висвітлюється в наукових працях таких вчених, як А. В. Войчак, Л. Е. Довгня, Н. В. Куденко, А. П. Наливайко, В. Д. Немцов, О. О. Орлова, З. Є. Шершньова, та вчених з країн ближнього зарубіжжя: О. С. Віханський, В. С. Єфремов, А. Б. Ідрісова, Т. П. Любанова, Р. А. Фатхутдінов тощо.

Проте у сучасних умовах гіперконкуренції та надзвичайної динамічності змін зовнішніх факторів середовища діяльності підприємства, підходи щодо формування і реалізації раціональної стратегії диверсифікації для конкретного бізнесу мають

бути адаптивними та швидко змінюватись в залежності від чинників впливу. Тому питання формування та реалізації стратегії диверсифікації бізнесу є надзвичайно актуальним та потребує подальшого дослідження в контексті конкретного підприємства.

Об'єктом дослідження є виробничо-господарська діяльність ТОВ «Ентепрайз».

Предметом дослідження є теоретичні та методичні аспекти процесу стратегічного планування в умовах економічної невизначеності.

Метою дослідження є обґрунтування методологічних і практичних рекомендацій щодо формування та реалізації стратегії диверсифікації досліджуваного підприємства.

Відповідно до мети поставлені наступні завдання:

- визначити сутність категорій «стратегія диверсифікації», «стратегічне планування»;

- систематизувати й узагальнити методи та інструменти стратегічного планування;

- дослідити зарубіжний досвід формування та реалізації стратегії диверсифікації підприємства;

- здійснити загальну характеристику виробничо-господарської діяльності ТОВ «Ентепрайз»;

- дослідити та обґрунтувати стратегію розвитку ТОВ «Ентепрайз» відповідно до сучасних умов його функціонування у ринковому просторі;

- розробити стратегію диверсифікації досліджуваного підприємства;

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти України; дані Державної служби статистики України; фінансова звітність підприємства; Internet-ресурси; монографічні та періодичні видання; власні аналітичні розрахунки. Аналізування отриманих даних проводилось із застосуванням сучасних інформаційних комп'ютерних технологій.

До пріоритетних напрямів вдосконалення стратегічного планування на ТОВ «Ентепрайз» відносяться: приділення уваги соціальній складовій стратегічного планування (створення умов праці, що сприяють високій продуктивності праці та ефективності); індивідуалізація стратегічного планування, недопущення шаблонів, розроблення планів під конкретні проекти; використання передового програмного забезпечення по стратегічному плануванню; деталізація стратегічного плану, за чітко за визначеною структурою; розроблення стратегічних планів, із врахуванням інтересів та побажань керівництва, працівників підприємства та місцевої громади; приділення значної уваги інноваційній складовій (впровадження нових технологій виробництва, модернізація та реконструкція потужностей підприємства, застосування нових видів високоефективного обладнання); професійне навчання майбутніх спеціалістів.

Список використаних джерел:

1. Бортнік С. М. Забезпечення конкурентної стратегії підприємства та підходи щодо її вивчення / С. М. Бортнік, Д. С. Маленицький // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – № 7 – С. 40-44.

-
2. Жихарєва В. В. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах невизначеності / В. В. Жихарєва, Т. М. Савельєва // Економіка і суспільство. – 2017. – №9. – С. 423-427.
 3. Крочак М. С. Формування стратегії розвитку промислових підприємств в умовах невизначеності / М. С. Крочак // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2017. – №1(7). – С. 85-90.
 4. Ліпич Л. Г. Підходи до визначення поняття стратегія / Л. Г. Ліпич, Н. О. Грицюк // Інвестиції: практика та досвід. – К. : «ДСК цектр», 2013. – С. 131–134.
 5. Chandler A. D. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise / A. Chandler. – Cambridge, MA: MIT Press, 1962. – 243 с.

Богацька Н.,
К.е.н., доцент
Вінницький торговельно-економічний
інститут КНТЕУ, м. Вінниця, Україна

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансовий стан підприємства треба систематично й усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу. Стійкий фінансовий стан підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку фінансового стану можна об'єктивно здійснити не через один, навіть найважливіший, показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства. Також, нестабільність економіки обумовлює необхідність для кожного суб'єкта господарювання постійно шукати шляхи підвищення ефективності своєї діяльності.

Проблемам пошуку шляхів покращення фінансового стану підприємств присвячено багато праць таких вітчизняних та закордонних учених, як Багрова В.П., Баканова М.І., Василик О.Д., Гадзевич О. І., Даниленко А. І., Зятковський І. В., Карпенко Г.В., Мороз Е.Г., Обущак Т.А., Рудницька О.М., Смачило В.В., Фридинський В.О. та ін.

Фінансовий стан підприємства - це одна з найважливіших характеристик результатів діяльності кожного підприємства, що визначається взаємодією всіх складових фінансових відносин підприємства, сукупністю усіх виробничо-господарських факторів. Неefективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства, і як наслідок, до можливих перебоїв у постачанні, виробництві та реалізації продукції, до невиконання плану прибутку, зниження рентабельності підприємства.

Оцінка фінансового стану підприємства уможливить критичну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства як у статистиці за певний період,

так і в динаміці - за ряд періодів, дасть змогу визначити негативні тенденції у фінансовій діяльності та способи ефективнішого використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення. Метою аналізу фінансового стану підприємства є оцінка напрямів його розвитку та вивчення його реального фінансового стану і з'ясування можливостей підвищення ефективності функціонування за допомогою проведення раціональної фінансової політики. Неефективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства і, як наслідок, до можливих перебоїв у постачанні, виробництві та реалізації продукції, до невиконання плану прибутку, зниження рентабельності підприємства.

При оцінці фінансового стану підприємства та виявленні потенційних можливостей підвищення ефективності формування й використання фінансових ресурсів можуть застосовуватися різні методи аналізу.

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства.

Саме цим зумовлюється необхідність і практична значущість систематичної оцінки фінансового стану підприємства, якій належить суттєва роль у забезпеченні його стабільного фінансового стану [1].

При оцінці фінансового стану доцільно використання не тільки традиційних методів та способів його діагностування, але й проведення комплексної оцінки фінансового стану господарюючих суб'єктів. Такий підхід на основі комплексної оцінки діяльності підприємства дає змогу одержати не лише підсумкові відомості рівня його роботи, а й формувати напрями підвищення ефективної діяльності підприємства, покращення його фінансового стану [2, с. 76].

У фінансовому стані знаходять відображення у вартісній формі загальні результати роботи підприємства, в тому числі роботи з управління фінансовими ресурсами, тобто фінансові роботи. Фінансовий стан підприємства визначається такими елементами його економічної діяльності, як, зокрема, прибутковість, раціональне розміщення основних і оборотних засобів, наявність власних фінансових ресурсів, платоспроможність, ліквідність. Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності. Таким чином, пошук резервів, які можуть бути використані для покращення фінансового стану підприємства, може проводитися шляхом ґрунтовної оцінки всіх складових його діяльності.

Оцінка фінансового стану підприємства має здійснюватися шляхом обчислення системи економічних показників, які характеризують господарсько-фінансове становище суб'єктів господарювання. До основних показників, що характеризують фінансовий стан підприємства належать такі:

1) показники оцінки майнового стану підприємства; показники ліквідності та платоспроможності;

2) показники оцінки фінансової незалежності (показники оцінки структури джерел засобів підприємства);

3) показники ділової активності (обертання дебіторської та кредиторської заборгованостей, обертання оборотних коштів, ресурсовіддача);

4) показники аналізу рентабельності (прибутковості) (загальна рентабельність, аналізу оборотності капіталу та трансформації активів, аналізу рентабельності капіталу);

5) показники позицій підприємства на ринку цінних паперів [3].

Здатність підприємства своєчасно здійснювати платежі, фінансувати свою діяльність на розширеній основі свідчить про стійкий фінансовий стан.

Сучасні управлінці повинні знати зміст таких понять ринкової економіки, як платоспроможність, ліквідність, кредитоспроможність підприємства, поріг рентабельності, запас фінансової стійкості, ефект цінового важеля, леверидж, ступінь фінансового ризику, небезпека банкрутства та і н., а також методика розрахунку показників, що їх характеризують, та їх аналіз.

Щоб фінансовий стан підприємства був на належному рівні, фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів тощо.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством. У кожного з партнерів підприємства - акціонерів, банків, податкових адміністрацій - свій критерій економічної доцільності. Тож, показники оцінки фінансового стану мають бути такими, щоб кожний партнер зміг зробити вибір, виходячи з власних інтересів.

Важливе значення у реалізації завдань оцінки фінансового стану підприємства має його інформаційне забезпечення. Однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства є фінансова стійкість. Вона формується під час всієї господарської діяльності.

Фінансова стійкість – це такий стан фінансових ресурсів, при якому підприємство, вільно маневруючи грошовими коштами, здатне шляхом ефективного їх використання забезпечити безперервний процес виробничої діяльності, а також його розширення і оновлення. Найвищу фінансову стійкість мають підприємства, які використовують тільки власний капітал (їх коефіцієнт автономії дорівнює одиниці). Однак, це обмежує темпи їх розвитку (оскільки не може забезпечити формування необхідного додаткового обсягу активів в періоди сприятливої кон'юнктури ринку), і вони не використовують фінансової можливості приросту прибутку на вкладений капітал.

Фінансовий стан підприємства не може бути стійким, якщо воно не отримує прибутку у розмірах, що забезпечують необхідний приріст фінансових ресурсів, спрямованих на зміцнення матеріально-технічної бази підприємства та їх соціальної сфери.

Отже, удосконалення фінансового стану підприємства можливе шляхом підвищення результативності розміщення та використання ресурсів підприємства.

При цьому забезпечується розвиток виробництва чи інших сфер діяльності на основі зростання прибутку й активів, при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності.

Перспективою подальших досліджень може стати пошук більш ґрунтовних напрямів покращення фінансового стану вітчизняних підприємств, вирішення проблем здійснення комплексного аналізу фінансового стану.

Список використаних джерел:

1. Безбородова Т.В. Сутність та необхідність аналізу фінансового стану // Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 1 (11) - 2014. - С. 1–7.

2. Бурковська А.В., Соловійов О.Ю. Комплексний підхід до оцінки фінансового стану підприємства [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/073.pdf>.

3. Богацька Н. М., Галюк О. В. Фінансовий стан підприємства та шляхи його покращення в бізнес-процесах підприємства // Молодий вчений. – 2013. – №. 2 (02). - С. 12-16.

Богдан М., студентка

Шостак Л. В., к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки, та інноваційної діяльності підприємства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

РОЗВИТОК БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Світовий досвід показує, що динамічний розвиток ринку товарів та послуг, постійні зміни в зовнішньому середовищі виробничих відносин та зростання конкуренції зумовлюють необхідність пошуку нових інструментів і методів управління виробничими процесами. Для більшості підприємств одним із доступних способів утримати і покращити свою конкурентоспроможність на ринку є оптимізація та подальша автоматизація бізнес-процесів. Одже управління бізнес-процесами підприємства на сьогодні є актуальною темою. Саме тому ми і спостерігаємо зростання ролі використання та впровадження сучасних методів удосконалення підприємств.

Питанням визначення сутності бізнес-процесів та методів їх удосконалення присвячена значна кількість наукових праць та економічних досліджень вітчизняних та зарубіжних авторів: Хаммера М., Чампі Д., Ойхмана Е.Г., Шеєра А., Брімсона Д., Андерсена Б., Робсона М., Уллаха Ф., Сліферова В.Г., Рєпіна В.В., Криворучко О.Н., Кондратьєва В.В., Тельнов Ю.Ф., Чаадаєва В.К., Ільїн В. та інших. Але деякі питання сутності та удосконалення бізнес-процесів підприємства залишаються недослідженими, тому що економічний розвиток вимагає більш нових підходів та рішень

Поняття «управління бізнес-процесами» розуміє цілеспрямовану діяльність суб'єктів управління з використанням сукупності методів і засобів впливу на об'єкти управління для досягнення поставлених стратегічних цілей, а саме: створення конкурентоспроможності продукції (послуг, робіт) здатної задовольняти зовнішніх і внутрішніх споживачів й забезпечити стабільний розвиток підприємству в умовах динамічного ринкового середовища. В той же час управління бізнес-процесами є складним процесом реалізації і вироблення суб'єктом управління управлінських рішень щодо забезпечення високого рівня ефективності бізнес-процесів, що відображається в результатах діяльності підприємства та задоволеності споживачів.[1]

Складність управління економічними процесами в Україні обумовлена їх нестабільністю і глибиною соціально-економічних наслідків для суб'єктів реального сектору, які змушені функціонувати в кризових умовах. За цих умов першочергову увагу приділяють питанню організації управління підприємствами, які забезпечили б адаптивні реакції на зміни, що відбуваються в нестабільному економічному середовищі і розробку гнучких економічних рішень, здатних до трансформацій на етапі їхньої реалізації.[2]

Багато сучасних компаній, орієнтованих на довгостроковий успіх у бізнесі, переходять на методи процесного управління, які дозволяють досягти виробництва конкурентоспроможної продукції та послуг, а також стати компаніями світового рівня. Найбільш актуальними питаннями для українських підприємств, з якими вони звертаються за допомогою до консультантів, є наступні:

- перехід на процесне управління;
 - розробка комплексної моделі підприємства;
 - впровадження системи управлінського обліку на основі методів ABC (Activity Based Costing) / ABB (Activity Based Budgeting) / ABM (Activity Based Management) як найважливішої частини процесної системи управління підприємством;
 - постановка стратегічного управління на основі ключових показників діяльності та збалансованої системи показників;
 - діагностика системи управління на відповідність вимогам міжнародних стандартів;
 - застосування інструментальних програмних засобів для розробки, аналізу та оцінки, а також підтримки в актуальному стані системи управління підприємством.
- [3]

Оптимізація бізнес-процесів підприємств є дієвим інструментом забезпечення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах та реалізації його потенціалу, сприяє збільшенню прибутку і зростанню продуктивності, зниженню витрат, поліпшенню якості продуктів або послуги, з метою їх відповідності потребам клієнтів і споживачів. Отже, українським підприємствам з метою підвищення ефективності діяльності та досягнення стратегічних цілей необхідно реорганізувати систему управління та приділяти особливу увагу вирішенню питань оптимізації.

Список використаних джерел:

1. «Особливості оптимізації управління бізнес-процесами підприємства та методи їх удосконалення» Довба І.В., Сойма С.Ю. [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/22.pdf
2. Міхеєнко К.С. «Управління бізнес-процесами підприємства на основі збалансованої системи показників» [Електронний ресурс] / Режим доступу: [file:///C:/Users/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%8F%D0%BD%D0%B0/Downloads/inek_2013_6_20%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%8F%D0%BD%D0%B0/Downloads/inek_2013_6_20%20(2).pdf)
2. Ивлев В. Процессное управление. Российский опыт. – [Електронний ресурс] / В. Ивлев. – Режим доступу: http://www.bkworld.ru/archive/y2006/n08-2006/n08-2006_6.html

Боришкевич І., аспірант
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
ім. В. Стефаника», м. Івано-Франківськ, Україна

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПОБУДОВУ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Економічний розвиток аграрної галузі України в сучасному бізнес-середовищі характеризується нестабільністю внутрішніх та зовнішніх умов господарювання, посиленням конкуренції, наростанням економічних диспропорцій, нераціональним використанням земельних ресурсів, зменшенням кількості державних програм підтримки сільськогосподарських підприємств, а також відсутністю стратегічної спрямованості бізнесу. Одним із перспективних рішень для здійснення господарської діяльності в умовах, що склалися є розробка та впровадження стратегії розвитку, що дає змогу своєчасно оцінити внутрішнє та зовнішнє середовище, раціоналізувати землекористування та використання інших ресурсів, збільшити конкурентні переваги, забезпечити фінансову стабільність та результативну діяльність в довгостроковій перспективі.

Генеральний директор Асоціації «Український клуб аграрного бізнесу» у статті «Навіщо фермеру стратегія та як її сформулювати?» зазначає, що «маючи розроблену стратегію та дотримуючись її, врешті-решт можна позбутись цілої низки зайвих клопотів, яких в аграрному виробництві вистачає» [1]. Розробка стратегії залежить від потреб або проблем, які потрібно вирішити. Наприклад, «якщо є потреба мінімізувати валютні та інфляційні ризики, то саме такою і повинна бути стратегія. Фермер робитиме все можливе, щоб заздалегідь купувати мінеральні добрива, дизельне паливо, насіння та інші засоби виробництва, які необхідні для вирощування врожаю. Використовуючи таку стратегію, проблеми цінових коливань будуть нівелюватися, оскільки сільськогосподарський виробник просто рахує еквівалентне співвідношення обсягів зібраного врожаю та потрібних засобів виробництва» [1].

Під стратегією розуміють «довгостроковий комплексний план розвитку підприємства, який включає в себе сукупність послідовних дій та рішень з метою

досягнення поставлених цілей та зміцнення конкурентних переваг на ринку» [2, с. 90].

В. М. Якубів з метою розробки конкурентоспроможної стратегії, спрямованої на забезпечення збалансованого розвитку села, селянства та сільського господарства, розглядає побудову інноваційної стратегії, що являє собою «інтегрований, системний план дій, спрямований на досягнення довгострокової мети і завдань розвитку об'єкта, що ґрунтується на новому, відмінному від попередніх підходів до побудови, організації й реалізації, для забезпечення вищої в порівнянні з аналогами результативності» [3, с. 106].

Сільське господарство є первинною ланкою агропромислового комплексу і разом з харчовою та деякими галузями легкої промисловості (текстильної, шкіряної, хутрової) складає його основу. Навіть в умовах кризи агропромисловий комплекс продовжує приносити прибуток та сприяє припливу іноземних інвестицій [4, с. 115].

З метою визначення тенденцій стратегічного розвитку сільськогосподарських підприємств необхідно здійснити комплексний аналіз системи факторів, що впливають на діяльність суб'єкта господарювання та створюють позитивні або негативні передумови для побудови стратегії розвитку (рис. 1).

Результати сільськогосподарської діяльності тісно залежать від природно-кліматичних умов та ґрунтового покриву. Для того, щоб спрогнозувати розвиток сільськогосподарського підприємства та побудувати відповідну стратегію, необхідно враховувати вплив даних факторів. Виробництво сільськогосподарської продукції певного регіону обумовлюється природними умовами, в яких воно ведеться. Зокрема, розміщення сільськогосподарського підприємства та вид його діяльності залежить від родючості та складу ґрунтів, суми активних температур, вологості, кількості атмосферних опадів тощо.

На розробку стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства вагомий вплив мають економічні фактори, зокрема, внутрішні та зовнішні. Внутрішні економічні фактори безпосередньо впливають із середовища підприємства і цілком піддаються його впливу. Від того настільки ефективно керівництво підприємства використовує внутрішні ресурси залежить і стратегічна орієнтованість та критична далекоглядність підприємства. Зовнішні економічні фактори формуються певною ситуацією на ринку, рівнем привабливості галузі, інвестиційним кліматом та державною підтримкою аграрного сектору. Окреме сільськогосподарське підприємство має опосередкований вплив на зовнішні економічні фактори.

У сучасному середовищі важливе значення для розвитку сільськогосподарського підприємства має розвиток наукових досліджень та розробок, зокрема використання новітніх технологій. Розвиток науково-технічного прогресу може істотно знизити вплив природних факторів, підвищити ефективність використання внутрішніх ресурсів, розширити простір для зовнішніх економічних можливостей. Окрім того, впровадження «кліматично-оптимізованих» методів ведення сільського господарства та сучасних природозберігаючих технологій підготують сільськогосподарські підприємства до частіших змін клімату та інтенсивніших посух в Україні.

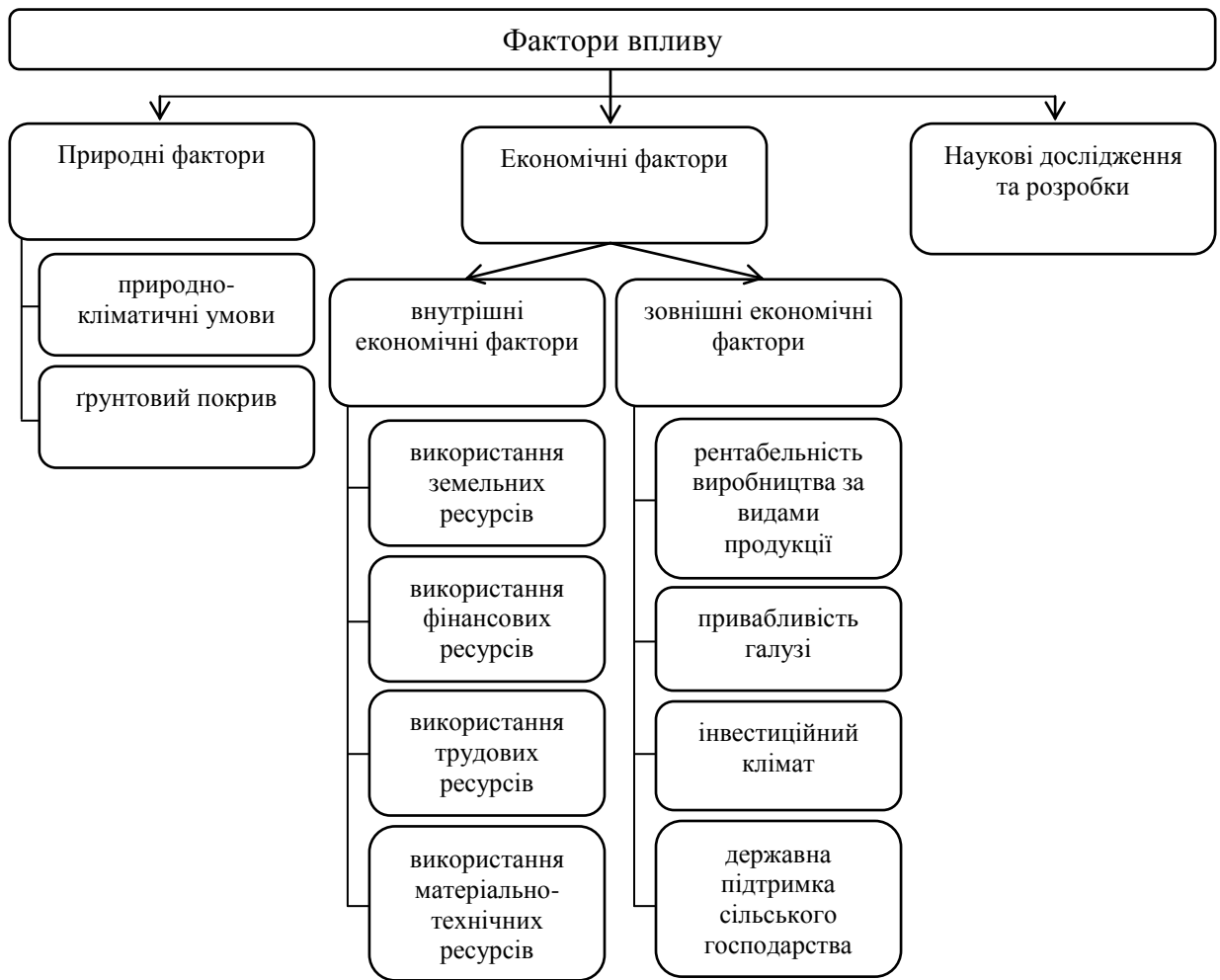


Рис. 1. Система факторів впливу на побудову стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства*

*Джерело: власна розробка автора.

Таким чином, для будь-якого сільськогосподарського підприємства важливим є забезпечення стійкого економічного зростання в довгостроковій перспективі. Саме тому, все більш необхідним є стратегічна орієнтованість підприємства, а управління господарською діяльністю не може обмежуватись лише ухваленням тактичних управлінських рішень. На побудову стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств впливають наступні фактори: природні, економічні, зокрема внутрішні та зовнішні, а також наукові дослідження та розробки.

Список використаних джерел:

1. Висоцький Т. Навіщо фермеру стратегія та як її сформувати? Український клуб аграрного бізнесу. URL: http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/blog/visotskiy_taras_mikolayovich/navischo_fermeru_strategiya_ta_yak_ii_sformuvati/ (дата звернення: 22.10.2018).
2. Боришкевич І. І. Теоретичні підходи до розуміння сутності стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств // *Інноваційна економіка*. 2016. № 9-10. С. 88-92.
3. Якубів В. М. Концептуальні засади стратегії збалансованого розвитку аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2011. № 4. С. 104-107.

4. Стародубцева Т. В., Самотоєнкова О. В. Аналіз динаміки та структури продукції сільського господарства // *Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень: збірник наукових студентських праць Одеського національного економічного університету*. 2017. Вип. 3. Ч. I. С. 114-119.

Hulchak Y., Kushniruk Y., masters
Supervisor: **Yushchyshyna L.O.,** Ph.D. in
Economics Lesia Ukrainka Eastern European
National University, Lutsk, Ukraine

FACTORS OF IMPROVING LABOR PRODUCTIVITY FOR ENTERPRISE

To date, the problem of low productivity is very relevant, it has a negative impact on both small and large businesses, and on the economy as a whole. Labor productivity – it's a very important indicator in the economic activity of the enterprise in the modern market economy. Constant growth of labor productivity at the enterprise is a basic condition for increasing the competitiveness of the enterprise.

In order to increase competitiveness, it is necessary to employ effective ways and methods to improve the labor productivity of the staff.

Ensuring a high level of productivity, effective use of professional and intellectual potential of employees is impossible without the formation of a new mechanism for stimulating labor [3].

Each company develops workforce development program, which must ensure effective management and productivity improvement. Development depends on the factors of production activity of the enterprise.

Labor productivity as an indicator is the ratio of gross output produced over the period to the average annual number of employees involved in production [1].

As a rule, measures for increasing labor productivity are associated with significant financial costs for the enterprise, for example: wage increases, new equipment purchases, research and development, and skills upgrading.

There are a number of interconnected factors that influence the productivity of staff at the enterprise [2]: motivation of employees; bonus system; compensation to employees; leadership and managerial competence of managers at all levels; a clear division of roles and responsibilities; clear key performance indicators, goals and expectations at all levels of the organization; correct communication, feedback, information exchange; simple and transparent organizational structure; motivation and desire to solve problems at all levels of the organization; safe, clean, well-organized workplace; effective team work; correct interpersonal relationships [2].

Consequently, the above factors represent the basis of the existence of any company. Their development allows companies to function properly and adapt to changing. The implementation of these activities depends on the coordinated and competent work of senior management and managers at all stages.

Each company chooses their strategy of increasing labor productivity, based on available opportunities, but the greatest effect will be achieved through the implementation of measures at once in all areas.

Список використаних джерел:

1. Бланк І.А. Торговий менеджмент [Текст] = Trade Management / І.А. Бланк/ – К.: Вид-во Укр.-Фін. ін-ту менеджменту і бізнесу, 1997. – 408 с.
2. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносини / О.А. Грішнова. – К.: Знання, 2006. – 559 с.
3. Маркіна І. А. Методичні питання ефективності управління / І. А. Маркіна // Фінанси України. – 2000. – № 6. – С. 24-32.

Кілецька І., магістрантка
Науковий керівник: Ющишина Л.О., к.е.н., доцент
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема будь-якої підприємницької діяльності полягає в чітко сформованій моделі комерційного розвитку суб'єкта господарювання. Зрозуміло, що в умовах частотої зміни принципів регулювання національної економіки, деформації економічних процесів, важко говорити про ефективність моделі розвитку окремого підприємства. Проте значною мірою розвиток комерційної діяльності підприємства залежить від практичного налагодження та підтримування економіко-організаційного механізму, що ґрунтується на знаннях економічних законів розвитку будь-яких систем, явищ та процесів.

Залежно від механізмів активізації комерційної діяльності підприємства виділяють дві форми її розвитку: прогрес (розвиток від «нижчого» до «вищого») та регрес (розвиток від «вищого» до «нижчого»). Аналіз статистичних даних та узагальнення ведення підприємницької практики свідчить, що в економічних відносинах розвитку підприємств присутні елементи обох перерахованих форм.

Розвиток розглядається також як філософська категорія, що виражає вищий тип руху, зміни матерії і свідомості, зміну цілісних систем і «становить собою не всяку зміну в структурі об'єкта, а тільки якісну зміну, пов'язану з перетвореннями у внутрішній будівлі об'єкта, у його структурі, що становить собою сукупність функціонально пов'язаних між собою елементів, зв'язків і залежностей» [5].

Найхарактернішими рисами розвитку є: єдність кількісних та якісних змін, закономірність, взаємозв'язок, спрямованість, незворотність, суперечливість та розгортання в часі.

У своїй монографії Раєвнева О.В. виділяє три основні підходи до розуміння розвитку. Перший визначає розвиток як незворотній, спрямований, закономірний і унікальний процес змін відкритої системи у просторі та часі. За другим підходом розвиток є процесом формування нової відкритої системи, що виражається у якісній зміні складу, структури та способів функціонування системи. Третій підхід об'єднує вчених, розуміючих розвиток як процес трансформації відкритої системи,

характерною особливістю якої є постійна зміна цілей та перехід на нову траєкторію розвитку [4, с.108].

Розвиток як загальнонаукову категорію розглядають з трьох сторін: як закон, як принцип та як явище. Розвиток як закон характеризує перехід від одного буття до іншого, причому наступний стан буття буде іншим за попередній за кількісними або якісними характеристиками. Традиційно вважають, що наступний стан буття буде кращим за попередній. Розвиток як явище є протилежним до буття, яке знаходиться в незмінному стані. Розвиток як принцип є іманентною рисою буття, його невід'ємною характеристикою, що також зумовлює можливість подальших змін буття [3, с. 31].

Пащенко О.П. [2] пропонує розглядати розвиток підприємства в розрізі складових потенціалу підприємства, тобто враховувати майновий, виробничий, маркетинговий, фінансовий потенціал підприємства тощо.

Ми погоджуємося з думкою Дунської А.Р., яка розглядає розвиток підприємства в трьох основних аспектах: 1) технічний (науково-технічний) розвиток – спрямований на вдосконалення якості продукції, технології, послуг за рахунок впровадження техніко-технологічних нововведень; 2) ринковий розвиток – полягає в розширенні сфери споживачів, збільшенні частки ринку тощо; 3) організаційний розвиток – зорієнтований на розвиток окремого працівника, групи, вдосконалення системи та процесів управління [1].

Як показують дослідження наукових праць, не існує однозначної думки щодо поділу розвитку підприємства на види. Проте, на нашу думку, економічний розвиток виступає інтегруючим, оскільки для будь-якого комерційного підприємства досягнення економічного ефекту є необхідною метою господарювання, а інші цілі (соціальні, технічні) виступають обслуговуючими.

Прийнято вважати, що справа бізнесу – отримання прибутку. У розвинутому суспільстві – це забезпечення соціального добробуту й безбідного існування, що дозволяє захистити своїх працівників.

Отже, цілями комерційного розвитку підприємства мають стати:

- досягнення балансу інтересів постачальників, споживачів, акціонерів і працівників підприємства;
- дотримання кодексу корпоративної етики;
- скорочення розриву між принципами і практикою ведення бізнесу;
- справедливий розподіл економічних результатів комерційної діяльності.

Тому, будь-якого роду реформування і зміни мають спрямовуватися на досягнення цілей розвитку напрямів комерційної діяльності підприємства. Зазвичай, на підприємстві основні програми перетворень концентруються на факторах внутрішнього середовища – цілях, завданнях, структурі, технологіях і персоналу. Водночас, вони мають спрямовуватися на зміцнення зв'язків між організацією та зовнішнім середовищем. Елементи організації, на які мають спрямовуватися зусилля щодо змін, й утворюватимуть зміст перетворень – зміну стратегічних орієнтирів, техніко-технологічні зміни, організацію виробництва нового товару, зміцнення відносин з постачальниками чи споживачами тощо.

Список використаних джерел:

1. Дунська А.Р. Інноваційна стратегія як сучасний інструмент управління розвитком підприємства / А.Р. Дунська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/20101008/5_dunska.htm

2. Пащенко О.П. Стратегічне управління розвитком підприємства / О.П. Пащенко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. – Хмельницький, 2011. – №2. – Т.2. – С. 99-103.

3. Погорелов Ю.С. Категорія розвитку та її експлейнарний базис / Ю.С. Погорелов // Теоретичні та прикладні питання економіки. – К., 2012. – Вип. 27, т. 1. – С. 30-34.

4. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : монографія / О.В. Раєвнева. – Харків, 2006. – 496 с.

5. Философская энциклопедия. – Т.4: Наука логики – Сигети / гл. ред. Ф. В. Константинов. – М.: Советская энциклопедия, 1967. – 591 с.

Кіцела Є., студ.,

Науковий керівник: Савчук Т.В.,

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, м. Івано-Франківськ, Україна

ПРОБЛЕМА ВИБОРУ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ФОРМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ СУБ'ЄКТІВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ресторанний бізнес в Україні динамічно розвивається. За даними сайту Державної служби статистики України кількість закладів ресторанного господарства щороку зростає, але слід зазначити, що частка суб'єктів господарювання у ресторанному бізнесі, зареєстрованих як юридичні особи є незначною: у 2013 р. вона становила 17,58 %, а вже в 2016 р. – менше 10%.

Сьогодні склалась така ситуація на ринку, що більшість ресторанів не реєструються як юридична особа (далі ТОВ), а зареєстровані як фізичні особи – підприємці, або навіть як спілка двох підприємців: один з яких фізична особа – підприємець на спрощеній системі оподаткування, інший - підприємець на загальній системі оподаткування (якщо в закладі реалізують алкогольні напої для одержання відповідної ліцензії для цього).

Зважаючи на це, проведемо порівняльний аналіз різних форм організації діяльності, які використовуються у ресторанному бізнесі і причин такої ситуації у галузі. Це має вагоме практичне значення для всіх, хто вже провадить свою діяльність в ресторанному бізнесі та для тих, хто планує відкривати заклади ресторанного господарства.

З точки зору власників, які здійснюють свою діяльність у ресторанному бізнесі, умови функціонування в обох випадках суттєво не відрізняються. Для обраного виду діяльності є дозволеною і одна, і друга організаційна форми, але існує ряд

відмінностей у підходах до організації бухгалтерського обліку, оподаткування, звітності таких суб'єктів господарювання.

У своєму дослідженні ми порівняли дві форми господарювання суб'єктів в ресторанному бізнесі за такими критеріями: особливості реєстрації в податкових органах, склад податкової звітності, вимоги до мінімального розміру статутного капіталу, оподаткування діяльності (сплата податку на прибуток чи єдиного податку), порядок сплати ЄСВ, відповідальність власників, документообіг та бухгалтерський облік, звітний період, база оподаткування та інші фактори, що можуть впливати на рішення підприємців та власників підприємств щодо вибору організаційної форми господарювання для майбутнього закладу ресторанного господарства.

На основі проведеного дослідження особливостей функціонування суб'єктів ресторанного господарства, нами були виділені переваги та недоліки різних організаційних форм для суб'єктів ресторанного бізнесу (Рисунок 1).

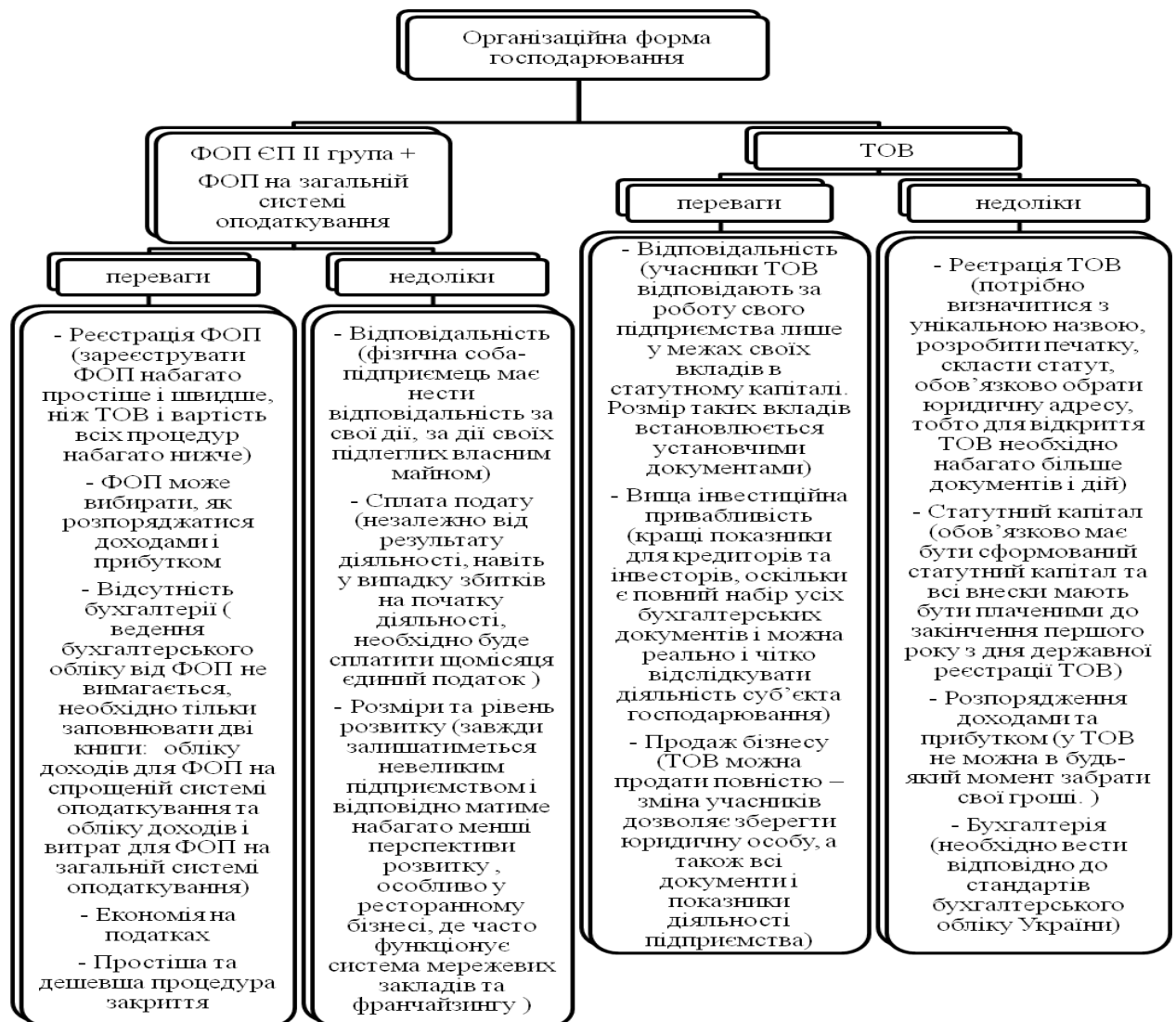


Рисунок 1 Переваги і недоліки найпоширеніших форм власності суб'єктів ресторанного господарства в Україні

Виділені переваги та недоліки різних форм власності для суб'єктів ресторанного бізнесу дозволяють зробити висновок, що для невеликих ресторанів, кафе та інших закладів ресторанного господарства, які переважають на сьогодні у структурі ресторанного господарства України, дійсно простіше функціонувати у формі спілки двох фізичних осіб - підприємців та саме простота ведення обліку та організації господарської діяльності може бути основною причиною різниці в кількості зареєстрованих фізичних осіб – підприємців та юридичних осіб у ресторанному бізнесі в Україні .

Список використаних джерел:

1. Воловельська І.В., Лоєнко О. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. № 55. С. 115–118
2. Правила роботи закладів (підприємств) громадського харчування [Електронний ресурс] : Наказ Мінекономіки України від 24.07.2002 р. № 219. Режим доступу : <<http://www.zakon.rada.gov.ua>>.
3. Статистичні дані України [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Козак Т., студент
Науковий керівник: Колосок А. М. к.е.н., доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності
підприємства Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА ОБГРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ ЕФЕКТИВНОСТІ

Соціально-трудова відносина є важливим елементом економічної системи, адже безпосередньо від їх ефективності залежить якість трудової діяльності, соціальна злагожденість у суспільстві, висока продуктивність праці та соціально-економічний прогрес. У системі економічних відносин головне місце посідає людина. Людина визначає стратегічні цілі та напрями розвитку підприємства, організовує його роботу, здійснює виробництво товарів й надає послуги для свого життя та розвитку. Отже, ефективність економіки, насамперед визначається якістю наявних трудових ресурсів та способами їх використання на підприємстві. Разом з тим, обґрунтованих та цілісних досліджень щодо соціально-трудова відносин, як системи, які б пояснювали механізм їх регулювання, поки що недостатньо. Це дає підтвердження того, що дане питання є досить актуальним на сучасному етапі розвитку та становлення України.

Аналіз останніх досліджень свідчить про те, що питання соціально-трудових відносин у контексті загальних проблем розглядаються у працях західних дослідників різних напрямів науки : Дж. Кейнса, Л. Роббінса, М. Фрідмена, та інших дослідників. До наукової розробки проблем розвитку національного ринку праці, вагомий внесок зробили вітчизняні вчені та фахівці із близького та далекого зарубіжжя : О. Амосов, С. Бандур, М. Долішній, Ю. Краснов, Н. Павловська, Н. Волгін, Б. Генкін, роботи цих вчених присвячені безпосередньо аналізу середовища соціально-трудових відносин.

Обґрунтуванню проблем, котрі стосуються регулювання та розвитку соціально-трудових відносин в Україні, присвячено багато досліджень вітчизняних вчених, зокрема П. Буряка, Д. Богині, О. Грішної, Л. Дмитриченко, О. Карпіщенко, та ін. В даних роботах досліджуються процеси, які відбуваються у соціально-трудових відносинах, надаються важливі рекомендації щодо вирішення суттєвих проблем взаємовідносин між найманими працівниками та роботодавцями.

Однак, незважаючи на наявність значної кількості наукових праць у даній сфері, та не применшуючи значення наукового доробку вищевказаних дослідників, зауважимо, що деякі аспекти соціально-трудових відносин потребують подальшого дослідження. Зокрема, залишаються недостатньо розробленими теоретико-методологічні питання та практичні рекомендації по розробці та впровадженню ефективного колективного договору в умовах різкої нестачі кваліфікованих кадрів.

Об'єктом дослідження є виробничо-господарська діяльність товариства з обмеженою відповідальністю «Єврофест».

Предметом дослідження є соціально-трудові відносини на підприємстві.

Метою роботи є дослідження соціально-трудових відносин на ТОВ «Єврофест» та визначення можливостей підвищення їх ефективності.

Основними завданнями написання роботи є:

- розкрити сутність поняття «соціально-трудові відносини»;
- охарактеризувати принципи, функції та інституційне забезпечення соціально-трудових відносин;
- дослідити зарубіжний досвід соціально-трудових відносин та перспективи його застосування у вітчизняних реаліях;
- визначити тенденції розвитку соціально-трудових відносин в Україні;
- здійснити діагностику середовища функціонування ТОВ «Єврофест»;
- провести аналіз соціально – трудових відносин на досліджуваному підприємстві;
- визначити пріоритетні напрями розвитку соціально-трудових відносин на ТОВ «Єврофест».

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти, фінансова звітність ТОВ «Єврофест», річні облікові та звітно-статистичні дані, результати авторських досліджень, фундаментальні дослідження провідних вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері соціально-трудових відносин, спеціалізовані літературні джерела та інше.

Головним завданням дієвого та ефективного регулювання соціально-трудових відносин є впровадження раціонального організаційно-економічного механізму з обґрунтованим використанням відповідних важелів та інструментів, за сприянням

яких можна безпосередньо впливати на їхній розвиток в Україні. Теоретично аргументовано та розроблено нагальні дії, першочергові завдання та напрями вдосконалення соціально-трудових відносин, котрі включають в себе нормативно-правове, організаційне, економічне, колективно-договірне забезпечення та соціальне партнерство. Стратегічними цілями повинні стати пристосування сторін соціально-трудових відносин до ринкових умов на базі компромісної та безконфліктної зацікавленості керівництва та найманого персоналу, процвітання соціальної злагоди та гармонії, високої продуктивності виробництва, стабільності та добробуту.

Список використаних джерел:

1. Бевз З. В. Гармонізація соціально-трудових відносин: методологія оцінки впливових чинників / З.В. Бевз, М.В. Семикіна // Наукові праці КНТУ. – Кіровоград : КНТУ, 2010. – Вип. 18. – С. 106 – 115.
2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник. – 5-те вид., оновлене. Затверджено МОН / О. А. Грішнова. – Київ : Знання, 2011. – 390 с.
3. Коваль Л. А. Особливості розвитку соціально-трудових відносин в сучасних умовах / Л. А. Коваль // Ефективна економіка. – 2015 – № 2.
4. Олексенко Р. І. Теоретичні аспекти формування моделі соціально-трудових відносин / Р. І. Олексенко // Інвестиції : практика та досвід. – 2010. – № 1 – С. 47-49.
5. Фоміна О. О. Механізм регулювання соціально-трудових відносин на засадах відповідальності / О.О. Фоміна // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – 2013. – № 3 (59). – С. 46-56.

Мазнюк С., студент

Науковий керівник: Колосок А. М.

К.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки, м. Луцьк

ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

Становлення соціальної відповідальності в українському суспільстві неминуче призводить до її розповсюдження в усі сфери народного господарства, від дрібного підприємця до великих компаній. Проте, не можливо бездумно переносити загальноприйняті принципи світової практики соціальної відповідальності на українську економіку. Оскільки, Україна є велика держава, із значним економічним потенціалом, що має свої особисті інтереси на міжнародному ринку продукції, установлену роками ментальність та перебуває в стані перманентної війни.

Тому, впровадження соціально відповідального підходу в реалії української економіки, слід проводити враховуючи інтереси місцевих громад, рівень доходів працівників, особливості вітчизняного законодавства та фінансові можливості виробників, що хочуть позиціонувати себе соціально орієнтованими

підприємствами. Саме специфічні умови, в яких нині перебуває український бізнес, прагнення розвивати його найбільш ефективним шляхом формують актуальність теми дослідження.

Практичні аспекти та світовий досвід соціальної відповідальності досліджували такі зарубіжні вчені : Боуен Г. Р., Друкер П. Ф., Фрідмен М. та ін.

Серед вітчизняних науковців вагомий вклад у дослідження даної проблематики зробили : Березіна О. Ю., Водницька Н. В., Волинець У. А., Ворончак І. О., Грицина Л. А., Зеленко О. О., Колосок А. М., Коноваленко А. С., Куліш А., Смовженко Т. С., Царик І. М., Шаповал В. М. та ін.

Однак, незважаючи на наявність значної кількості наукових праць у даній сфері, та не применшуючи значення наукового доробку вищевказаних дослідників, зауважимо, що деякі аспекти соціальної відповідальності бізнесу потребують подальшого дослідження. Зокрема, залишаються недостатньо розробленими теоретико-методологічні питання та практичні рекомендації по розробці та впровадженню соціально відповідального підходу на державних підприємствах.

Об'єктом дослідження є виробничо-господарська діяльність державного підприємства Луцький ремонтний завод «Мотор» (ДП «ЛРЗ «Мотор»).

Предметом дослідження є соціально відповідальна діяльність підприємства.

Метою роботи є дослідження соціальної відповідальності на ДП «ЛРЗ «Мотор» та визначення можливостей підвищення її ефективності.

Основними завданнями написання роботи є:

- розкрити сутність поняття «соціальна відповідальність бізнесу»;
- охарактеризувати принципи, функції та інституційне забезпечення соціальної відповідальності бізнесу;
- дослідити зарубіжний досвід соціальної відповідальності та перспективи його застосування у вітчизняних реаліях;
- визначити тенденції розвитку соціальної відповідальності в Україні;
- здійснити діагностику середовища функціонування ДП «ЛРЗ «Мотор»;
- провести аналіз соціально відповідальної діяльності підприємства;
- визначити пріоритетні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти, фінансова звітність ДП «ЛРЗ «Мотор», річні облікові та звітно-статистичні дані, результати авторських досліджень, фундаментальні дослідження провідних вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері соціальної відповідальності, спеціалізовані літературні джерела та інше.

У вітчизняних реаліях неможливо запровадити одну із досліджених зарубіжних моделей соціальної відповідальності бізнесу в такій мірі як вона функціонує за кордоном. Оскільки, Україна це держава із притаманною лише їй специфікою економіки, менталітетом суспільства, різні можливості і по наявними матеріальним ресурсам. Тому необхідно формувати власну модель соціальної відповідальності бізнесу, враховувати помилки та здобутки зарубіжних колег, переймати їх передовий досвід.

До першочергових напрямів розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, на наш погляд, належать: забезпечення нормативно-правової бази та створення стратегії (концепції) розвитку соціальної відповідальності бізнесу;

ідеологічна політика та інформаційно-просвітницька робота щодо значення соціальної відповідальності, її користі та необхідності для суспільства; формування держаного фонду та залучення коштів місцевих бюджетів для паритетного фінансування соціальних проектів запроваджених приватними бізнес-структурами; надання різноманітних податкових пільг та формування заходів морального стимулювання для підприємців, що вклали кошти у соціально значимі проекти; запровадження на національному рівні обов'язкової соціальної звітності, необхідної підприємствам для котирування акцій на фондових біржах, участі у державних тендерах, отримання певних ліцензій тощо.

Список використаних джерел:

1. Волинець У. А. Дослідження моделей соціальної відповідальності / У. А. Волинець // Вісник Львівського національного аграрного університету : економіка АПК. – 2013. – № 20(1). – С. 117–123.
2. Волошин Р.В. Особливості впровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Р.В. Волошин, І.В. Черевко // Інноваційна економіка. – 2012. – №7. – С. 62-64.
3. Колосок А. М. Критерії оцінки соціальної відповідальності бізнесу / А. М. Колосок // Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки. – 2013. - №5(254)– с.78-82.
4. Смовженко Т. С. Корпоративна соціальна відповідальність / Т. С. Смовженко, Кузнецова А. Я. – К. : УБС НБУ, 2010. – 314 с.
5. Drucker P. F. The new meaning of corporate social responsibility / Drucker P. F. // California Management Review. – 1984. – №26(2). – P. 53–63.

Михайлевський М., студент
Науковий керівник: Шостак Л.В., к.е.н., доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності
підприємства Східноєвропейського національного
університету ім. Лесі Українки, м.Луцьк, Україна

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ

В даний час про розвиток малого бізнесу в Україні говорять дуже багато, але реальних зрушень, щоб допомогти цій галузі економіки розвиватися – не передбачається. Адже саме малі підприємства забезпечують засобами для існування значну частину населення, і сприяють стабілізації обстановки в суспільстві. На сьогодні, малий бізнес в Україні можна сміливо назвати органічною частиною структури економіки. Він дає змогу збільшити кількість робочих місць, встановлює власний асортимент товару і цінову політику. Важливим є фактор дослідження особливостей розвитку бізнесу в Україні та напрямків використання закордонного досвіду для покращення діяльності малого бізнесу.

Бізнес є складовою частиною розвинутої економіки. Він повинен виконувати ряд функцій, які дозволяють економіці гармонійно розвиватися.

Підприємці, організовуючи свій бізнес, йдуть на ризик заради отримання прибутку і самореалізації. Результатом таких зусиль є нові малі компанії, які впроваджують та освоюють самі передові технології, перетворюють ідеї в продукти реального сектора економіки.

В ринковій економіці малий бізнес виступає в ролі основного сектора, який визначає темпи економічного зростання валового національного продукту [2, с. 15]. Всі розвинені держави активно підтримують малий бізнес, так як від нього залежить структура і якість ВВП. Малий бізнес вдвічі більше освоює нововведення. Для багатьох жителів країн СНД цікавить такий факт: у багатьох країнах малі підприємства беруть участь в експорті продукції. До того ж досить високі показники активності експорту:

- Німеччина – 40%;
- Нідерланди – 40 %;
- Італія – 25 %;
- США – 15 %;
- Японія – 15 %.

На жаль, як на території СНД так і в Україні малий бізнес досить молодий. Поки його перспективи вельми песимістичні. У нашому пострадянському просторі великий і середній бізнеси тісно пов'язані з владою. Причому настільки тісно, що вже не зрозуміти де бізнесмен, а де чиновник [2, с. 16]. Але завдяки сучасним методам поширення інформації про підприємницькі ідеї, кожен день поповнюються ряди підприємців. А в найближчому майбутньому разом із зростанням малих підприємств розвинеться соціальна економіка в країнах СНД. Адже в Україні багато ресурсів і працьовитих людей, яким просто потрібна інформація про бізнес для планування дій.

Ринкова економіка найбільш ефективна з розвиненим малим бізнесом. З малим бізнесом ринок більш ефективний. Малі підприємства більш динамічні, вони швидше і ефективніше реагують на зміни внутрішнього ринку, як в період зростання, так і в кризові часи. Малий бізнес часто грає роль інструменту для зменшення диспропорцій на окремих товарних ринках [5, с. 52].

Створення нових робочих місць, розвиток добросовісної конкуренції, швидке насичення ринку товарами та послугами, впровадження інновацій, все це відбувається на внутрішньому ринку держави завдяки малому бізнесу. Саме ринковий тип економіки є найбільш ефективним для всіх держав. Досліджуючи ринкову економіку можна виділити такі переваги як:

- раціональне використання виробничих ресурсів.
- узгодженість інтересів ринкових суб'єктів.
- реалізація підприємницького потенціалу.
- реалізація гнучкого структурного не елементарного засновника ринкового середовища.
- свобода ринкового вибору і демократизація.
- динамізм і добросовісна конкуренція.

Тому малому бізнесу належить місце головного сектора економіки для забезпечення надійності, ефективності та гнучкості внутрішнього ринку країни. Важливо відзначити, що від внутрішнього ринку, в першу чергу залежить соціально-економічний розвиток кожної держави. Таким чином, без малого бізнесу суспільство та економіка не мають можливості не тільки розвиватися, а й існувати [6, с. 211].

Розглядаючи функціонування малого бізнесу у стабільній ринковій економіці, слід підкреслити його переваги:

1. Малий бізнес приносить вагомий внесок у формуванні природного конкурентного середовища. Конкуренція відображає змагання між господарськими елементами, стимулюючи виробництво і якість товарів для задоволення потреб споживачів. Самостійна діяльність не має суттєвого впливу на загальні правила і умови обігу товарів на ринку.

2. Швидка реакція на зміни кон'юнктури ринку надає ринковій економіці гнучкість і стійкість. Дана перевага особливо необхідна в сучасних ринкових умовах при індивідуалізації та диференціації споживчого попиту, активного зростання номенклатури товарів і послуг.

3. Малий бізнес сприяє прискореному впровадженню технічних і комерційних інноваційних ідей. Всі учасники даного сектора працюють в умовах добросовісної конкуренції на свій ризик, з метою отримання прибутку. Крім створення великої кількості робочих місць малим бізнесом активно вирішується проблема зайнятості громадян при циклічних спадах і структурних зрушеннях економічного стану держави. Отже, підсумуємо переваги малого бізнесу:

- вплив на ослаблення монополії;
- швидке насичення ринку товарами і послугами;
- оперативна результативність і окупність витрат;
- мобілізація самостійної ініціативи господарського суб'єкта;
- основа дрібнотоварного виробництва;
- високі адаптаційні властивості науково-технічного прогресу;
- активне впровадження інновацій;
- створення значної кількості додаткових робочих місць;
- основа для формування середнього класу.

Соціальна роль малого бізнесу посилюється позитивним впливом підприємницького класу на суспільство.

Потрібно сказати, що без малого бізнесу неможливо уявити велике виробництво. І цьому існує цілий ряд причин:

- забезпечення трудовими місцями;
- оптимізація кількості різних витрат і інвестицій в мінімальні терміни;
- гарантія отримання додаткового доходу як позабюджетним, так і бюджетним державним фондам;
- нормалізує використання різних ресурсів, або відходів, що надходять від великих підприємств;
- своєрідна гарантія стабільності у зв'язку з формуванням середнього класу за допомогою малого бізнесу.

Одним з головних недоліків малого бізнесу в Україні є його нерівний розподіл по країні. В основному мале підприємництво поширене в Києві, Харкові, Одесі. Можна говорити про те, що надання підтримки і проведення відповідних програм сприяння розвитку малого бізнесу, могло б істотно вплинути на оптимізацію функціонування промисловості та суспільної політики.

На жаль, на сьогоднішній день в Україні поступово розвивається удушення малого бізнесу. Однією з головних проблем розвитку бізнесу в Україні є те, чому держава вирішує, що тільки великі фабрики і заводи здатні випускати сучасну та якісну продукцію паралельно блокуючи і дискримінуючи можливості розвитку невеликих підприємницьких структур. Спільно розвиваючи малу підприємницьку діяльність, підприємець має можливість посилити всі переваги даного економічного сектора. Вони допоможуть підірвати монополію і розвинути соціально-економічне середовище сприятливе для розвитку суспільства. Тому, найважливішу ціль яку потрібно вирішити у встановленні бізнесу в Україні – це реагування на зміни в економіці держави та відповідне впровадження заходів для подолання наявних проблем у цій сфері.

Список використаних джерел:

1. Азьмук Н. А. Управління розвитком малого підприємництва на регіональному рівні: дис. канд. екон. наук. - К. : КНЕУ, 2003. - 212 с.
2. Архипова О. В. Анализ провалов государства и провалов рынка в сравнительной форме. / О. В. Архипова // Вестник Челябинского государственного университета. - 2010. - № 27(208): сер.: Экономика. - Вып. 29. - С. 14–17.
3. Біломістний О. М. Особливості кредитування діяльності малих підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України / О. М. Біломістний // Вісник Університету банківської справи НБУ. - 2010. - № 1(7). - С. 90–93.
4. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / С. Варналій. - К. : Т-во «Знання», 2001. - 277 с.
5. Гринюк А. Перспективи розвитку малого бізнесу крізь призму доступності кредитних ресурсів. / А. Гринюк // Вісник НБУ. - 2010. - № 1. - С. 52–53.
6. Єпіфанова І. М. Основні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні / І. М. Єпіфанова // Труды Одесского политехнического университета. - 2009. - № 1(31). - С. 211–215.
7. Кондратюк Т. Державна політика підтримки малого бізнесу: зміст і механізм реалізації / Т. Кондратюк // Вісник Української Академії державного управління при Президенті України. - 2001. - № 4. - С. 111-118.
7. Національна економіка: підручник / П. В. Круш, С. О. Тульчинська, М. В. Шашина та ін.; за ред. П. В. Круша. - 2-ге вид. - К. : Каравела, 2008. - 428 с.

Міщук Д., студент
Науковий керівник: Шостак Л.В.,
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейського національного університету
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

Визначення ринкової вартості відчизняного бізнесу стає необхідністю для підприємств, що функціонують у ринковій економіці. Це зумовлено тим, що вартість фірми, організації чи підприємства характеризує їх сучасний стан та перспективи розвитку. За таких обставин вартісна оцінка суб'єктів господарювання має стати невід'ємним інструментом управління власністю. З переходом України на ринкову економіку перед підприємствами постала необхідність впроваджувати ринкові механізми діяльності. З'явилося таке поняття, як оцінка вартості бізнесу. Але на сьогодні існує багато перешкод, проблем і труднощів, пов'язаних із цією діяльністю.

Державні та міжнародні стандарти оцінки встановлюють обов'язкове використання оцінювачами всіх можливих підходів (дохідний, витратний, порівняльний) до оцінки бізнесу. Одночасне застосування різних підходів дозволяє проаналізувати інформацію про компанію з різних точок зору і отримати зважений, найбільш обґрунтований і максимально достовірний результат, але збільшує трудові витрати. У разі оцінки бізнесу суб'єктів малого підприємництва виникають певні складності при виборі та використанні методів в рамках кожного з підходів, викликані специфікою діяльності підприємств, а також обумовлені впливом особливостей їх організаційно-правової форми. Сфера оцінки бізнесу багатогранна, вона включає не тільки оцінку матеріальних цінностей які знаходяться у власності підприємства, але і середовище його функціонування (зовнішнє та внутрішнє), його фінансовий стан, порівняльний аналіз із підприємствами-аналогами, прогнозування та оцінку майбутньої діяльності та ін. В Україні використання кожного із зазначених підходів оцінки супроводжується певними труднощами.

Однією з головних проблем є складність пошуку необхідної інформації та проведення розрахунків. Деякі дані про діяльність підприємства підпадають під об'єкти комерційної таємниці, що не дає змогу вільно використовувати їх у розрахунках оцінки вартості підприємства. Особливо це стосується застосування методу порівняння підприємства із аналогічними.

Ще однією проблемою є те, що найчастіше бухгалтерська оцінка активів не співпадає з їх реальною вартістю, у більшості випадків вона є меншою. У таких умовах необхідна переоцінка всіх активів підприємства. Причому треба зазначити, що до оцінки окремих видів активів (нематеріальні активи, дебіторська заборгованість) необхідний певний окремий підхід. Все це ще раз підтверджує громіздкість розрахунків та необхідність великої кількості наявної інформації, коштів та кваліфікованих спеціалістів.

Бухгалтерська звітність підприємств не завжди є прозорою та не відповідає реаліям діяльності підприємства. Все це призводить до того, що іноді неможливо дати реальну об'єктивну оцінку вартості підприємства. У зв'язку з політичною та економічною ситуацією в країні підприємствам дуже важко спрогнозувати та спланувати свою діяльність. Це спричиняє проблеми при оцінці вартості підприємства дохідними методами. Складність розрахунків є фактором високої вартості роботи осіб, що професійно займаються діяльністю оцінки бізнесу. Тобто це є для підприємства додатковими витратами, які у сучасних умовах можуть дозволити собі не всі суб'єкти господарювання.

В основному оцінка проводиться з певною метою. Це призводить до того, що підприємства не поспішають створювати умови для регулярної, поточної вартісної оцінки бізнесу. На сьогодні немає єдиного підходу та методики до оцінки вартості бізнесу. Щоб надати реальну, повну та об'єктивну оцінку потрібен комплексний підхід, що передбачає використання сукупності методів та підходів. Зараз Україні головним завданням є створення необхідного підґрунтя для використання існуючих методик: нейтралізація та зменшення впливу негативних факторів, що становлять перешкоди для оцінки вартості бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Методика оцінки вартості майна під час приватизації / Кабінет Міністрів України; Постанова від 22 липня 1998 р. N 1114 [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1114-98-%D0%BF>
2. Методика оцінки об'єктів оренди / Кабінет Міністрів України; Постанова від 10 серпня 1995 р. № 629 [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/629-95-%D0%BF>
3. Міжнародний стандарт фінансової звітності 13 (МСФЗ 13). Оцінка справедливої вартості. IASB; Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2013 [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_068
4. Бутиріна В.М. Проблеми оцінки вартості бізнесу в Україні / В.М. Бутиріна, М.С. Васильєва
5. Тертична Н.В. Комплексна оцінка вартості підприємства: Автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата екон. наук / Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. – Луганськ, 2006. – 19с.;

Морозов Є., аспірант,
Київський університет ринкових відносин,
м. Київ, Україна

ФІНАНСОВІ РИЗИКИ АНТИКРИЗОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Для успішного функціонування підприємства його керівництву необхідно не лише вчасно адаптуватися до нових умов ринкового середовища, а й уміти вірно спрогнозувати можливі зміни через виявлення першочергових факторів формування

ризикової ситуації та розробити обґрунтовані функціональні стратегії мінімізації ризиків.

Під ризиком прийнято розуміти імовірність (загрозу) втрати частини своїх ресурсів, недоотримання доходів, надходжень або поява додаткових витрат у результаті здійснення організацією конкретної стратегії та внаслідок впливу випадкових неконтрольованих факторів [2, с. 193].

При антикризовому управлінні незалежно від того, чи на підприємстві реалізують попереджувальні або реактивні антикризові заходи, воно продовжує свою основну діяльність, з метою якої створене, тому всі негативні чинники, що впливають на нього, можна поділити на дві групи:

- ризики і загрози поточної діяльності підприємства;
- ризики і загрози процесу антикризового управління.

Поточну діяльність підприємства можна розглядати як сукупність виробничо-господарської та фінансової діяльності, що не має капітального та довгострокового характеру і в умовах кризи повинна насамперед забезпечити максимальне збереження його потенціалу. Поточна діяльність підприємства в умовах кризи пов'язана з окремими видами ризиків і загроз, що характерні для підприємницької діяльності [1, с. 34].

Ризик вибору помилкової антикризової стратегії може бути зумовлений наявністю неповної та/чи недостовірної інформації про внутрішнє середовище підприємства, бізнес-середовище, кон'юнктуру товарного та фінансового ринків, тенденції змін на макрорівні (особливо в умовах вітчизняної економіки, де рішення можуть мати чисто адміністративний характер, не відповідаючи ринковим законам) тощо [3, с. 425].

Кризова ситуація на підприємстві характеризується тим, що воно не може фінансово забезпечити свою поточну операційну діяльність. Разом з тим йому необхідно здійснити певні витрати на формування інформаційної бази, оплату праці залучених антикризових менеджерів, експертів, послуг консалтингових компаній тощо. Обсяг цих витрат має відповідати рівню кваліфікації фахівців, якості інформаційної бази та управлінських рішень. Розроблення стратегії – це поєднання інтуїції та професіоналізму вищого керівництва й зацікавленості всіх працівників у досягненні цілей.

Фінансовий ризик – ризик фінансової стратегії підприємства, який може бути виражений у величині втрат очікуваної доходності певних операцій. Причому, фінансові ризики найбільш різноманітні та охоплюють і відсотковий, і кредитний, валютний, ризик неплатоспроможності, ліквідності, ринковий, інфляційний, ризик фінансових зловживань тощо. Виходячи з певної ймовірності виникнення небажаних ситуацій, необхідно побудувати діяльність таким чином, щоб зменшити ризик і пов'язані з ним втрати в майбутньому.

Прибуток є основним узагальнюючим показником фінансових результатів і господарської діяльності будь-якого підприємства, також основним фінансовим джерелом його розвитку. Враховуючи, що прибуток – це не лише фінансовий результат діяльності господарюючого суб'єкта, а й критерій доходності господарської діяльності підприємства, його розмір у грошовому виразі є важливим абсолютним вимірником доходності діяльності підприємства [4, с. 13].

Необхідною умовою досягнення успіхів підприємницької діяльності є створення системи управління ризиками, що дозволяє виявити, оцінити, локалізувати та проконтролювати ризик. За допомогою ризик-менеджменту можна не лише ідентифікувати ризик, але й оцінити рівень прибутковості майбутнього заходу.

Список використаних джерел:

1. Гришова І. Ю. Управління ризиками у контексті стратегії антикризового управління / І. Ю. Гришова, Т. М. Гнат'єва // Український журнал прикладної економіки. - 2016. - Том 1. - № 3. - С. 32-40.
2. Дудник О. В. Стратегії мінімізації ризиків в системі антикризового управління / О. В. Дудник, О. В. Смігунова, К. С. Богомолва // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. - 2017. - Вип. 185. - С. 191-200.
3. Селюченко Н. Є. Ризики та загрози формування антикризової стратегії підприємства / Н. Є. Селюченко, В. М. Климаш // Сучасні проблеми економіки і менеджменту: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. - С. 424-425.
4. Сова О. Ю. Механізм формування прибутку підприємств у ринкових умовах / О. Ю. Сова // Матеріали Всеукраїнської наукової конференції «Сучасні тенденції розвитку української науки». - Переяслав-Хмельницький, 2018. - Вип. 3 (13). - С. 13-17.

Мойсєва Д., студентка
Шостак Л.В., к.е.н., доцент кафедри економіки,
безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейського національного університету ім.
Лесі Українки, м.Луцьк, Україна

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Основним показником становлення та розвитку людини в трудовій діяльності є трудовий потенціал. Потенціал поєднує в собі три зв'язків часу і простору, що функціонують у єдності. По-перше, він характеризує минуле, втілює в собі накопичені системою характеристики, які дозволяють їй функціонувати. По-друге, характеризує і відображає сьогодення, це реально використовувані або невживані здібності. По-третє, направлений на майбутнє, він постійно змінюється, нагромаджує нові здібності, характеристики, розвивається, включає елементи майбутнього розвитку.

Оцінка трудового потенціалу – завдання надзвичайно складне пов'язане з необхідністю враховувати багатьох факторів, які мають різноманітний характер прояву. Тому об'єктивно виміряти трудовий потенціал підприємства можна, лише

використовуючи систему показників, до якої увійшли б не тільки кількісні та якісні показники, але й умови їхньої реалізації. Система показників, що характеризують трудовий потенціал підприємства, це відкрита система, що являє собою сукупність взаємозалежних елементів, які дають всебічну характеристику трудового потенціалу суб'єкта господарювання. Метою розроблення системи показників, що характеризують трудовий потенціал, є необхідністю оцінювання його рівня для прийняття рішень. Ця мета повинна узгоджуватись з цілями управління трудовим потенціалом, а результату оцінки повинні сприяти формуванню ефективної кадрової політики на всіх фазах відтворення трудового потенціалу.

Облік різних чинників, що впливають на трудовий потенціал необхідні, оскільки вони дають можливість визначити загальні риси і тенденції формування національного і регіонального ринку праці, масштаби безробіття, визначити структуру і рівень зайнятості. Оцінка стану трудового потенціалу України на сучасному етапі має неоднозначний характер. З одного боку відбувається покращення його певних якісних характеристик: покращується уміння працювати в ринковому середовищі; підвищується підприємницька активність [2].

Також в Україні відбуваються процеси, які призводять до погіршення трудового потенціалу, а саме: не підвищується темп відтворення населення; за останні роки стан здоров'я людей значно погіршився; посилення трудової міграції серед найпродуктивніших в економічних відносинах вікових груп збільшується як прямі, так і непрямі втрати, які можливо компенсувати лише при стійкому підвищенні рівня і якості життя населення; система освіти, яка є елементом формування якісного нового національного трудового потенціалу, вимагає негайної модернізації [3].

Важливим чинником формування трудового потенціалу є досягнення високого рівня життя населення. Знаходячись в умовах кризисної ситуації, підприємства приділяють мало уваги підвищенню ефективності формування і використання трудового потенціалу своїх працівників. Але, як відомо, що функціонування економіки носить циклічний характер. Тому після погіршення фінансового стану слідує етап відродження, наступна гілка розвитку. Про цю зміну потрібно пам'ятати і не приймати необдуманих рішень відносно звільнення персоналу, використання режиму вимушеної неповної зайнятості. Трудовий потенціал значно легше зберегти, ніж надалі його відновлювати.

Список використаних джерел:

1. Осовська Г.В., Крушельницька О.В. Управління трудовими ресурсами. - К.: Кондор, 2003-224с.
2. Ільїн Л. М. Ефективність відтворення трудового потенціалу України.- К.: Енергія плюс, 2007.-212с.
3. Бажан І.І. Трудовий потенціал України: формування і використання.- Донецьк: ТОВ південний «Схід ЛТД», 2006.-144с.

Нагірняк В., студент
Науковий керівник: Кушнір О.К.
к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства
Кам'янець-Подільський національний університет
ім. Івана Огієнка, м. Кам'янець-Подільський,
Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИ ОЦІНКИ, СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ

Сьогодні господарська діяльність ґрунтується на ринкових відносинах, при цьому, центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є конкуренція. В конкурентних умовах будь-який господарюючий суб'єкт для ефективного функціонування та оцінки своїх перспектив на майбутнє повинен оцінювати рівень власної конкурентоспроможності. Володіючи інформацією про власні конкурентні позиції, підприємства отримують можливість визначити свої переваги, обрати правильну стратегію і тактику поведінки, адекватну реаліям сучасних ринкових процесів. Посилення конкурентної боротьби зумовлене появою нових конкуруючих підприємств. Відповідно постає питання підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств та їх продукції, а це можливо лише за наявності науково обґрунтованих методів оцінки та конкурентної стратегії. Основою для розробки такої стратегії є оцінка фактичного рівня конкурентоспроможності підприємства за відповідними показниками.

Актуальність досліджуваного питання зумовлена тим, що сучасна економіка визначає конкретні вимоги до підвищення рівня конкурентоспроможності організацій: необхідне оперативне реагування на зміну господарської ситуації з метою підтримки стійкого фінансового стану і постійного вдосконалення організації діяльності відповідно до зміни кон'юнктури ринку. Дослідженнями проблем конкуренції та конкурентоспроможності економічних суб'єктів займалися такі вчені, як Беляєва С.В., Булах І.В., Воробієнко С.П., Воронкова А.Е., Голод І.Ю., Дудар А.П., Жигулін А.А. [1-7] та інші.

Метою дослідження є систематизація методів оцінки показників та виявлення стратегій ефективного розвитку, методичних підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств та їх продукції.

Конкурентоспроможність підприємства – це перевага підприємства стосовно інших підприємств тієї ж галузі як всередині країни, так і за її межами (рис. 1).

Існують певні методи оцінки: Матричні методи. Цей підхід ґрунтується на маркетинговій оцінці господарської діяльності виробника і його продукту. Суть методу – аналіз конкурентоспроможності підприємства з урахуванням життєвого циклу продукції. Методи, що базуються на оцінці конкурентоспроможності продукції. Дана група методів ґрунтується на тому, що конкурентоспроможність продукту і підприємства мають прямо пропорційну залежність. Для визначення конкурентоспроможності продукту застосовуються кваліметричні і маркетингові методи, більшість з яких полягає в знаходженні співвідношення ціна-якість.

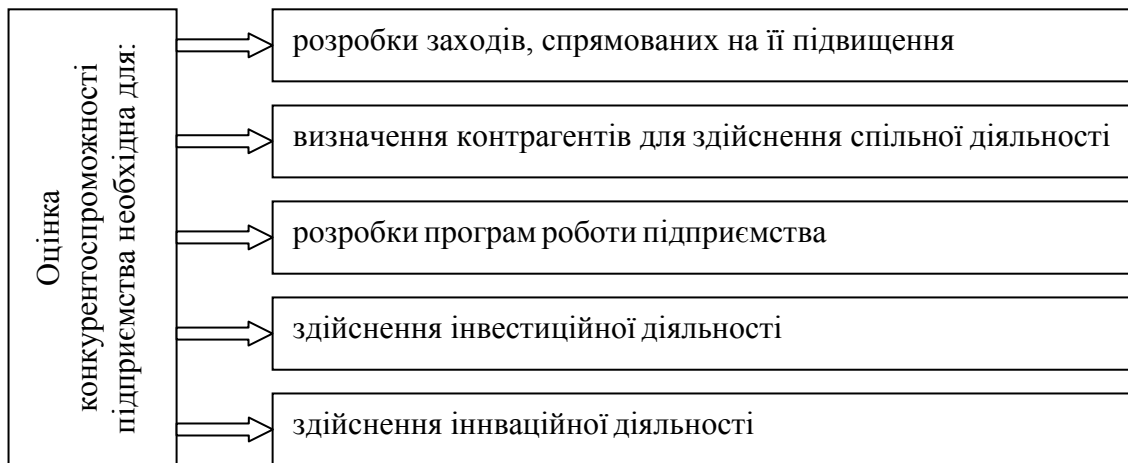


Рис. 1. Необхідність оцінки конкурентоспроможності підприємства

Методи, що базуються на теорії ефективної конкуренції. Зміст даного підходу полягає в бальній оцінці можливостей підприємства по забезпеченню конкурентоспроможності. Усі сформульовані в ході аналізу його можливості, спрямовані на досягнення конкурентних переваг, оцінюються експертами з позиції наявних ресурсів і факторів. Комплексні методи. В рамках подібних методів оцінка ведеться на підставі визначення потенційної та поточної конкурентоспроможності. Як правило, поточна конкурентоспроможність визначається на основі оцінки конкурентоспроможності його продуктів, а потенційна за принципом методів, які засновані на теорії ефективної конкуренції.

Також, існує велика кількість методів аналізу конкурентних переваг, а саме: модель Бостонської консультативної групи (БКГ); модель М. Портера; метод «Мак-Кінзі»; модель Shell/DPM; метод LOTS; метод PIMS; ситуаційний аналіз (SWOT-аналіз); метод експертного оцінювання; модель Хофера/Шенделя; фінансово-економічний метод; метод картування стратегічних груп. Наведені методи оцінки конкурентних переваг підприємства на цільовому ринку доречно умовно розділити на три групи залежно від показників і змінних, використовуваних при аналізі:

1) методи, що характеризують ринкові позиції підприємства: модель БКГ, модель М. Портера, метод «Мак-Кінзі», модель Shell/DPM, метод PIMS, модель Хофера/Шенделя;

2) методи, що характеризують рівень менеджменту підприємства: метод LOTS, метод GAP, ситуаційний аналіз, метод експертного оцінювання, метод картування стратегічних груп;

3) методи, що характеризують фінансово-економічну діяльність підприємства: фінансово-економічний метод, метод маргінального аналізу.

Запропоновані оцінки можуть бути проранжовані для визначення конкурентних позицій підприємства. Існує декілька шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємства: зростання обсягів реалізації продукту; поліпшення якості продукту, що випускається; зменшення витрат; бенчмаркінг.

Один з напрямків підвищення конкурентоспроможності – є зростання обсягів реалізації продукту (послуг чи робіт). Слід враховувати, що підвищення обсягів реалізації саме по собі не принесе бажаних результатів, оскільки при цьому не враховуються такі важливі показники, як величина витрат підприємства, його

прибуток і т.д. Ще один напрямок – це поліпшення якості продукту, що випускається, що зробить вплив на: прискорення НТП, освоєння нових ринків, збільшення експорту, процвітання. Рішення проблеми якості продукту підніме імідж підприємства у покупців, стане запорукою виходу на зовнішній ринок, а також буде основою для отримання максимального прибутку.

Зменшення витрат – це традиційний, старий і найбільш досліджений метод підвищення конкурентних переваг. В даному випадку у вирашному положенні знаходиться те підприємство, яке провівши певний комплекс заходів сягнув менших затрат, ніж конкуренти. Однак в сучасних умовах утримати таку перевагу досить важко, тобто реалізація цього методу вимагає чіткої, скоординованої роботи співробітників по вдосконаленню технологій виробництва, логістики та НДДКР, менеджменту персоналу та організаційної культури. Підприємства, що вибирають шлях посилення конкурентних витрат, постійно аналізують витрати на всіх стадіях проектування, випуску і реалізації продукту.

Ще один ефективний інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства – бенчмаркінг. Бенчмаркінг – це систематичний, безперервний пошук і вивчення передового досвіду конкурентів і гравців суміжних галузей.

Таким чином, оцінку конкурентоспроможності слід здійснювати шляхом зіставлення параметрів аналізованої продукції з параметрами конкурентного аналога. Найчастіше використовується комбінація стратегій, що призводять до поєднання стратегічних прийомів. Разом з тим наведені стратегії можуть бути орієнтиром майбутньої діяльності підприємства залежно від рівня його конкурентоспроможності в цілому та окремих її складових. Необхідний вибір пріоритетів і вироблення стратегій, що найбільшою мірою відповідають тенденціям розвитку ринкової ситуації і найкращим способом використовують сильні сторони підприємства. Однак не існує однієї загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Беляєва С.В. Методика визначення конкурентоспроможності підприємства (теоретичний аспект) [Текст] / С.В. Беляєва, Т.Л. Зубко // Інноваційна економіка, 2013. – Т. 6. – С. 77-81.
2. Булах І.В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства сфери телекомунікацій [Текст]: монографія / І.В. Булах, Т.Д. Надтока; ДВНЗ «Донец. нац. техн. ун-т». – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2010. – 583 с.
3. Воробієнко С.П. Оцінка конкурентоспроможності телекомунікаційних послуг / С.П. Воробієнко // Зб. наук. пр. ОНАЗ ім. О.С. Попова. – Одеса, 2008. – С. 119-122.
4. Воронкова А.Е. Конкурентоспроможність підприємства: механізм управління та діагностика / А.Е. Воронкова // Економіка промисловості. – 2009. – № 3. – С. 133-137.
5. Голод І.Ю. Особливості формування конкурентної стратегії підприємств на світовому ринку туристичних послуг // Проблеми підвищення інфраструктури. – 2010. – № 26.

6. Дударь А.П. Особенности формирования конкурентной стратегии торгово-производственной фирмы / А.П. Дударь, А.Я. Федишин. – Симферополь: Таврида, 2005. – 182 с.

7. Жигулин А.А. Основное конкурентное преимущество предприятия: идентификация, значение, обеспечение / А.А. Жигулин // Управління розвитком: зб. наук. статей Харківського нац. економічного ун-ту. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2006. – № 7. – С. 71-73.

Полінкевич О.М.

Д.е.н., професор кафедри економі, безпеки та інноваційної діяльності підприємства,

Герасимюк О., студентка

Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВ

Успіхи багатьох західних компаній у розвитку передових технологій, освоєнні нових видів продукції та вдосконаленні діючого виробництва забезпечуються саме завдяки високій інноваційній активності персоналу, що є продуктом стимулювання праці у сфері інноваційної діяльності.

Під організаційно-економічним механізмом стимулювання працівників є комплекс взаємопов'язаних складових: мети, відповідних орієнтирів й очікуваних результатів стимулювання, організаційних, економічних і соціально-психологічних методів і відповідних їм інструментів стимулювання та ресурсів, що спрямовуються суб'єктом стимулювання на активізацію інноваційної діяльності персоналу, покращення кількісних й якісних характеристик результатів праці у сфері інноваційної діяльності з метою підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Основними складовими механізму стимулювання працівників є:

- 1) інноваційний вектор розвитку вітчизняних підприємств (вхід);
- 2) праця як об'єкт стимулювання;
- 3) ресурси;
- 4) керівник як суб'єкт стимулювання;
- 5) методи та інструменти стимулювання;
- 6) фактори удосконалення стимулювання, до яких належать індивідуальні характеристики працівників, ефективність праці, результати інноваційної діяльності підприємства, державна політика розвитку;
- 7) цільові орієнтири або завдання, серед яких підвищення науково-технічного рівня праці, забезпечення зростання капіталізації підприємства, відмова від пасивного ставлення до праці, вдосконалення механізмів фінансування, підвищення гарантів;

-
-
- 8) проектування програми підвищення ефективності стимулювання працівників (розширення сфери охоплення працею, розвиток персоналу, гармонія складових персоналу, використання новітніх інформаційних технологій);
 - 9) процедура діагностики стимулювання працівників;
 - 10) інновації та випереджальний розвиток підприємств (вихід).

Список використаних джерел:

1. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 416 с.

Полінкевич О.М., д.е.н., професор кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства

Панюта О., студентка
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У теорії і практиці бізнесу ще зовсім недавно не було такого поняття як «економічний потенціал підприємства». Під час технічного буму на заході пріоритет був за основним капіталом: машинами, механізмами, устаткуванням та іншими видами матеріальних ресурсів. В процесі вичерпання можливостей отримання більшого ефекту від технічних чинників, основна увага стала приділятися людському капіталу, повному розкриттю особових здібностей співробітників, що приносять фірмі додатковий прибуток і імідж. Ця стратегія дає чималі доходи фірмам навіть тоді, коли усі інші технічні можливості майже вичерпані.

Основними елементами економічного потенціалу підприємства є: основний та оборотний капітали, фінансові та трудові ресурси [1].

Структура економічного потенціалу підприємства формується фінансовим, науково-технічним, кадровим та виробничим потенціалами. Крім того на нього впливає потенціал країни та регіону. Фінансовий потенціал визначає кредитоспроможність та інвестиційну привабливість, виробничий потенціал формують ресурси та виробничі потужності, а науково-технічний – інновації та інформація, кадровий – людські ресурси та заклади перепідготовки і навчання.

Елементами економічного потенціалу підприємства є:

1. Обсяг і якість виробничих ресурсів, чисельність промислово- виробничого персоналу, склад основних виробничих фондів, величина оборотних фондів і матеріальних запасів, наявність фінансових ресурсів і нематеріальних активів, використання патентів, ліцензій, технологій, інформації.

2. Здатність персоналу підприємства до професійної діяльності в усіх сферах виробництва і на усіх рівнях управління.

3. Фінансовий стан підприємства, рівень поточної платоспроможності і ліквідності, зовнішня і внутрішня заборгованість, міра кредитоспроможності.

4. Стан наукової, творчої, раціоналізаторської та інноваційної діяльності, здатність до оновлення виробництва і зміни діючої технології.

5. Інформаційне забезпечення маркетингової, проектної, виробничої і фінансової діяльності, якість використовуваної інформації, міра її обґрунтованості і достовірності.

Список використаних джерел:

1. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 416 с.

Полінкевич О.М., д.е.н., проф. кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Турчик К., студентка
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ВПЛИВ КРИЗ НА СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ

Циклічний розвиток економіки стимулює стратегічні зміни на підприємствах, які відповідають політиці стратегічного розвитку та забезпечують реалізацію стратегії. Проте, якщо період криз є затяжним, то вони негативно позначаються на діяльності підприємницьких систем. Короткострокові кризи є стимулюючим фактором, який сприяє постійному пошуку підприємств, необхідності впровадження змін у всіх сферах діяльності на інноваційній основі.

Мушникова С.А. зазначає такі види криз, в яких перебували суб'єкти господарювання у 1991–2014 роках: системна криза (1991–1993, набуття Незалежності), структурна (1998, дефолт Росії), системна (2004, «Помаранчева революція»), глобальна (2007–2008, світова фінансова криза), системна (2013–2014 революція «Гідності») [3, с. 64]. Цей перелік не є вичерпним. На сьогодні продовжує існувати системна криза у зв'язку із АТО, а з 2018 року ООС. Наявність затяжної системної кризи, яка триває із 2013 року до 2018 року, негативно позначилося на стану підприємств та їхньому стратегічному розвитку. Більшість підприємств змушені були шукати нові ринки збуту продукції, виходити на європейські ринки, змінювати постачальників та підрядників.

Про роботу усієї сукупності підприємств засвідчує на рівні України показник ВВП на душу населення. Його величину подамо у табл. 1.

Таблиця 1

ВВП на душу населення в Україні та Білорусії, дол. [2; 0]

Країни	1990	1993	1998	2007	2008	2013	2017
Україна	1569,74	1257,35	835,26	3068,61	3891,04	4029,72	2639,82
Білорусія	2124,84	-	1515,98	4735,66	6377,37	7978,87	5726,03

Таким чином, ВВП на душу населення у 2017 році зріс на % проти 1990 року, проте зменшився в рази у 2017 році проти 2013 року. Тобто, затяжні кризи негативно позначаються на стратегічному розвитку підприємств.

2. ВВП на душу населення [Електронний ресурс]. – режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>.

3. Мушнікова С.А. Фінансовий механізм розвитку підприємств в кризових умовах функціонування /С. А. Мушнікова // Вісник економіки, транспорту і промисловості. – 2015. – № 52. – С. 61–67.

Список використаних джерел:

1 Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій : монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Полінкевич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2018. – 416 с.

Полюк М., здобувач
Львівський торговельно-
економічний університет, м. Львів,
Україна

АНАЛІЗ РИНКУ ПРАЦІ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Ринок праці в Україні, як і в Івано-Франківській області характеризується нестабільністю та невизначеністю. Сьогодні складно спланувати тенденції розвитку ринку праці на кілька років вперед. Проте для забезпечення стабільного розвитку сільськогосподарської галузі та підприємств у ній, важливим є вивчення та прогнозування ринку праці.

Для деталізації аналізу ринку праці на Івано-Франківщині на рис. 1. показано співвідношення попиту і пропозиції робочої сили.

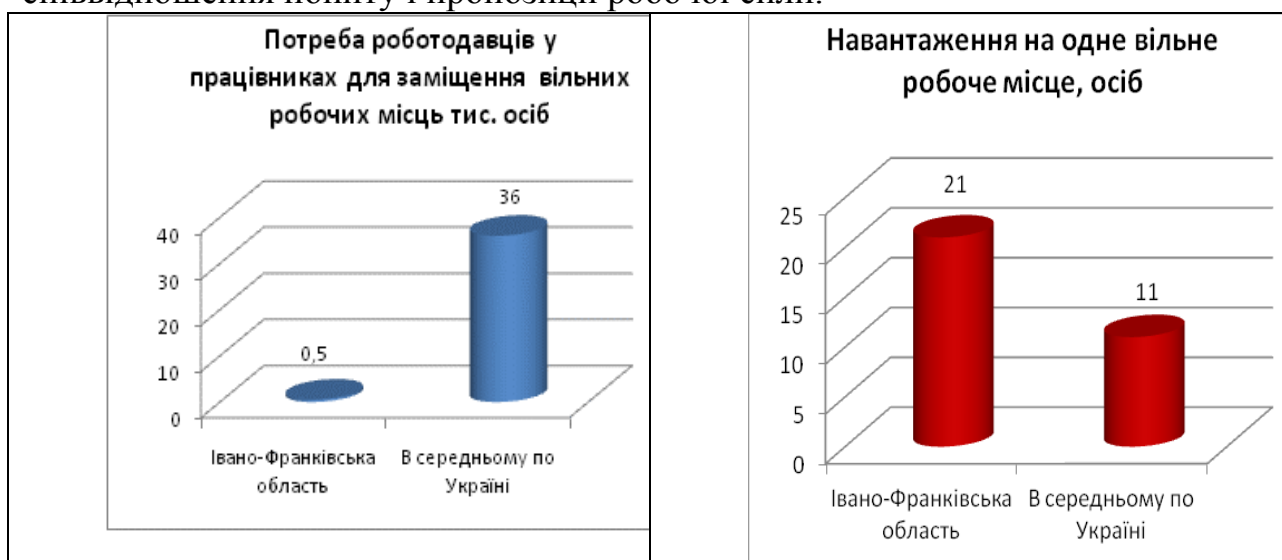


Рис. 1. Попит і пропозиція на ринку робочої сили в Івано-Франківській області та в Україні у 2016 р.

*Джерело: розраховано на основі [1, 2]

На рис. 1 зображено тенденції змін на ринку праці в Івано-Франківській області у порівнянні з середнім рівнем в Україні. Очевидною є наявність проблем з можливістю працевлаштування в досліджуваному регіоні. Так, у 2016 р. навантаження на 1 вакантне робоче місце в Івано-Франківській області становило 21 особа, що майже вдвічі більше ніж в середньому по Україні. Це свідчить про високий рівень конкуренції між потенційними працівниками, тобто високий рівень пропозиції робочої сили.

Потреба роботодавців у працівниках для заміщення вакантних робочих місць в Івано-Франківській області становила 527 осіб у 2016 р. Для порівняння в середньому по Україні цей показник становив 36000 осіб, що в 7 разів перевищує рівень у досліджуваному регіоні. Це підтверджує складність існуючої ситуації на ринку праці Івано-Франківщини, оскільки свідчить про низький рівень попиту на робочу силу, тобто незначні можливості потенційного працевлаштування.

Із загальної кількості затребуваних працівників у Івано-Франківській у 2016 р. – 527 осіб лише 10 осіб або 2 % припадало на сільське господарство (рис. 2).

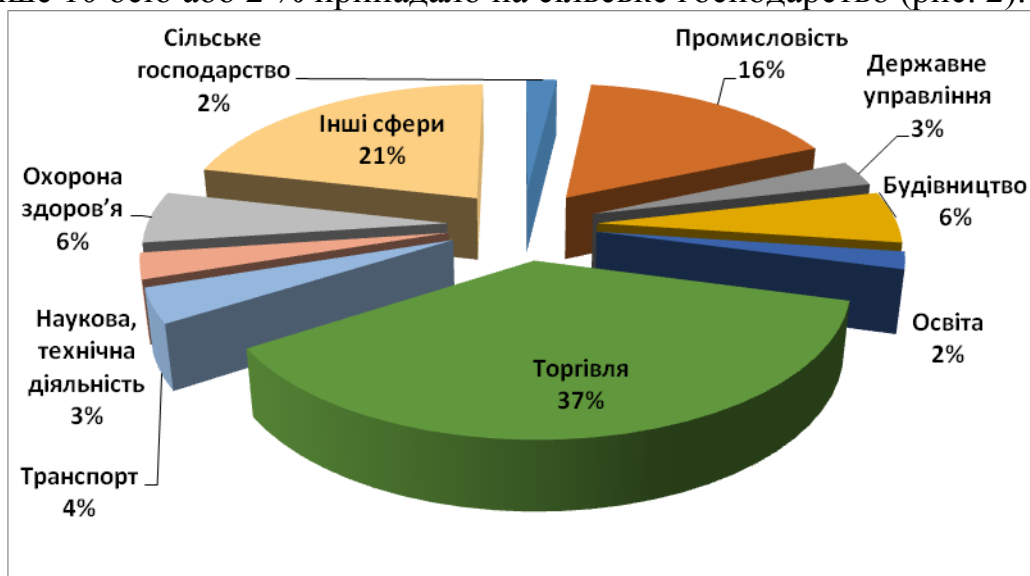


Рис. 2. Потреба у робочій силі в Івано-Франківській області у розрізі сфер діяльності у 2016 р.

*Джерело: розраховано на основі [1, 2]

З рис. 2 видно, що у 2016 р. в Івано-Франківській області найбільша кількість вільних робочих місць була у торгівлі та промисловості (майже 50 % від усієї потреби). На сільське господарство припадає лише 2 % загальної потреби працівників. Цілком очевидно, що основні вакансії для потенційних працівників виникають у містах, а в сільських населених пунктах через недорозвиненість бізнесу відсутній попит на робочу силу. Це свідчить про актуальність розвитку сільського господарства у середніх та великих агроформуваннях, оскільки це сприятиме вирішенню не лише продовольчих проблем, але й соціально-економічних.

Таким чином можна зробити висновок, що високий рівень пропозиції робочої сили й незначний попит на ринку праці полегшують для менеджерів з персоналу роботу, оскільки перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї, дає

можливість управлінцям вибирати кращих працівників. Проте на практиці у таких умовах менеджери з персоналу часто роблять типову помилку, яка полягає у недооцінці важливості процесів оцінки та мотивації персоналу на підприємствах. Оскільки на перший погляд менеджери вважають, що маючи великий вибір працівників, можна застосовувати найпростіші методи оцінки та мотивації працівників або навіть зовсім відмовитись від них. Але насправді ефективна робота менеджера має на меті забезпечення низького рівня плинності кадрів та високого рівня продуктивності праці, що вимагає застосування раціональних методик оцінки та мотивації персоналу навіть в умовах високої пропозиції робочої сили.

Список використаних джерел:

2. Регіони України 2016 в 2-х томах: Статистичний зб. – К.: Державний комітет статистики України, 2017. – Т. 2. – 822 с.
3. Регіони України 2016 в 2-х томах: Статистичний зб. – К.: Державний комітет статистики України, 2017. – Т. 1. – 346 с.

Сова О., к.е.н., доцент кафедри національної економіки та фінансів, Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна

**СУТНІСТЬ ЕКСПЕРТНОЇ ДІАГНОСТИКИ
ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

Експертна діагностика – це процедура отримання інформації про стан об’єкту дослідження та його оцінювання фахівцями-експертами з метою подальшого прийняття рішень. Експертна діагностика фінансово-господарського стану підприємства викликана необхідністю постійного контролю менеджменту підприємства за співвідношенням доходів і витрат, а також внутрішніх і зовнішніх факторів впливу на зазначені показники. Головною метою аналізу фінансово-господарського стану підприємства є підготовка інформації для прийняття ефективних рішень на всіх рівнях управління підприємством [2, с. 97].

Фінансовий стан – найважливіша характеристика економічної діяльності підприємства, оскільки визначає конкурентоспроможність підприємства, його потенціал у діловому співробітництві, оцінює ступінь гарантованості економічних інтересів самого підприємства та його партнерів. Діагностика фінансового стану підприємства є необхідною умовою для нормального функціонування або для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємств.

Експертні методи застосовують для діагностики стану підприємства у випадках, коли явища або процеси, які розглядаються, не можуть бути оцінені кількісно. Загальною рисою цих методів є те, що основою діагностики є аналіз думок експертів, що залучаються підприємством з урахуванням їх досвіду та

компетенції. До найбільш розповсюджене них експертних методів належать SWOT-аналіз, метод Дельфі і «метод мозкового штурму» [3, с. 86].

Проблема відбору експертів є однією із найскладніших і водночас найвідповідальніших завдань робочої групи з експертних оцінок. Якість, достовірність і надійність результатів експертного опитування перебувають у прямій залежності від кваліфікації спеціалістів-експертів.

Для виявлення узагальненої думки експертів проводять аналіз матеріалів експертних оцінок. Перед цим варто визначити ступінь узгодженості індивідуальних оцінок експертів. При низькій узгодженості думок варто переглянути експертів, можливо не всі є фахівцями в даному аспекті чи переглянути питання анкети, які можуть бути написані непрозоро чи допускати неоднозначне трактування. Обробка даних оцінок експертів служить вихідним матеріалом для синтезу прогнозних гіпотез і варіантів розвитку підприємства [1, с. 409].

Отже, діагностичні експертні системи призначені для виявлення причин, що викликали незадовільний стан підприємства. Такі системи дозволяють моделювати механізм мислення людини щодо вирішення завдань у відповідній предметній області. Крім обчислень, експертні системи формують висновки, ґрунтуючись на наявній у них інформації, базуючись на евристичних підходах до одержання результатів.

Список використаних джерел:

1. Башинська І.О. Використання методу експертних оцінок в економічних розрахунках / І.О. Башинська // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №7 (169). – С. 408-412.
2. Брітченко І.Г. Контролінг: навч. посіб. / І.Г. Брітченко, А.О. Князевич. – Рівне: Волинські обереги, 2015. – 280 с..
3. Коваленко В.В. Методичні підходи щодо діагностики рівня економічної безпеки підприємства / В.В. Коваленко // Молодий вчений. – 2016. – № 4. – С. 85-88.

Тарасюк А., студентка
Науковий керівник: Шостак Л.В.,
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки
та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейського національного
університету ім. Лесі Українки,
м.Луцьк, Україна

ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ВАРТОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО БІЗНЕСУ

Визначення ринкової вартості бізнесу стає необхідністю для підприємств, що функціонують у ринковій економіці. Це зумовлено тим, що вартість фірми, організації чи підприємства – є комплексним показником, що характеризує їх

сучасний стан та перспективи розвитку. За таких обставин вартісна оцінка суб'єктів господарювання має стати невід'ємним інструментом управління власністю.

Питанням, що пов'язані з оцінкою вартості бізнесу, приділяли увагу не тільки зарубіжні, а й вітчизняні вчені та практики галузі, серед яких можна виокремити: Тертичну Н.В., Світлого Д.О., Курочкіну І.Г., Шульгу А.В., Нагула Я.В. та ін. Найбільша увага приділяється проблемам застосування методів оцінки бізнесу в Україні, особливостям оцінки підприємств, що належать до різних галузей народного господарства та особливостям оцінки бізнесу для певних цілей.

Проблеми оцінки вартості бізнесу пов'язані з високим ступенем невизначеності ситуації і роз'єднаності інтересів учасників оціночного процесу. Загалом оцінка бізнесу проводиться в наступних випадках:

1) визначення вартості цінних паперів у разі купівлі-продажу акцій підприємств на фондовому ринку. Для прийняття обґрунтованого інвестиційного рішення необхідно оцінити власність підприємства і частку цієї власності, що припадає на пакет акцій, який призначений до продажу, а також можливі майбутні доходи від бізнесу

2) визначення вартості підприємства у разі його купівлі-продажу цілком або частинами, виходу одного або кількох власників зі складу засновників підприємства для обчислення компенсаційних платежів, збільшення статутного капіталу бізнесу за рахунок власних вкладів його засновників для подальшого розвитку бізнесу, викупу акцій у акціонерів, опротестування рішення суду про вилучення власності підприємства;

3) реструктуризації підприємства;

4) визначення кредитоспроможності підприємства і вартості застави при кредитуванні;

5) страхування;

6) оподаткування;

7) реалізація інвестиційного проекту розвитку бізнесу;

8) формування плану пріоритетного і довгострокового розвитку;

9) підвищення ефективності управління.

У науковій літературі виявлено переваги і недоліки різних підходів і методів оцінки, визначено випадки, коли застосування тих чи інших методів і підходів найбільш ефективно чи доцільно, але питанням застосовності і проблем використання методів оцінки бізнесу в розрізі українського малого підприємництва не приділено достатньо уваги.

В умовах активізації ринкових відносин та кризи концепції управління вартістю підприємства є ключовою. Це означає, що ринкова відособленість підприємства націлює фінансове управління на зберігання та забезпечення відтворення його вартості. Перехід на вартісні принципи управління обумовлює необхідність вдосконалення оцінки результатів діяльності підприємства. Тому сучасна теоретична основа формування вартості повинна базуватися на синергії концептуальних та методологічних розробок наукових шкіл по дослідженню вартості, не зіставляючи, а доповнюючи одна одну, тим самим розробляючи єдиний показник ринкової вартості підприємства, максимально ефективно вживаний в

умовах ще такої слабої, сповненої надій багатьох українських підприємців вітчизняної економіки, що з кожним роком буде рости і розвиватися.

Список використаних джерел:

1. Бутиріна В.М., Васильєва М.С. Проблеми оцінки вартості бізнесу в Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=27545>
2. Аналіз методичних підходів до оцінки вартості бізнесу в Україні. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2009/Economics/44844.doc.htm
3. Оцінка вартості малого бізнес: проблеми та перспективи застосування різних методичних підходів. Режим доступу: <http://www.rtp.com.ua/news/2014/02/24/1/3094.html>

Тарасюк А. магістр з державного управління,
м. Київ, Україна

ЕКОНОМІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОЇ СФЕРИ

В роботі малих форм господарювання в сільському господарстві, як і в цілому в сільськогосподарському виробництві, знаходить своє яскраве відображення різноманіття економічних закономірностей, що визначають логіку прийняття того чи іншого управлінського рішення. Об'єктивні економічні закономірності, їх відчутна присутність в аграрній практиці зумовлюють певну сукупність економічних законів.

Оскільки аграрне виробництво характеризується впливом на виробничий процес великої сукупності факторів, в тому числі техніко-технологічного характеру, можна стверджувати що, знання цих взаємозв'язків є основою для прийняття управлінського рішення. Конкретизація виробничих завдань дозволяє виявити ресурсну базу, необхідну для їх вирішення. Виробнича функція дозволяє визначити, яка кількість того чи іншого ресурсу (матеріального, тимчасового, фінансового тощо) при інших рівних умовах дозволить отримати максимально високий кінцевий результат. В даному випадку вона показує підприємствам, особистим підсобним господарствам і фермерським господарствам, яким чином зміна кількісних і якісних параметрів того чи іншого ресурсу вплине на відповідні обсяги виробництва.

Актуальним є аналіз процесу, пов'язаного зі скороченням доходів. Дана виробнича функція складається внаслідок зниження темпів приросту доходу. Зниження веде в подальшому до його скорочення. Таким чином, тут ми маємо ситуацію, коли на певному часовому інтервалі обсяги виробництва починають зростати спадаючими темпами. Дана тенденція показує, в який момент виробничі показники починають знижуватися. Уникнути цього негативного сценарію можна

тільки шляхом прийняття ряду рішень організаційно-економічного, технологічного плану.

В управлінській практиці малих форм господарювання в сільськогосподарській сфері виникає об'єктивна необхідність аналізу ефективності використання того чи іншого ресурсу або якоїсь сукупності ресурсів. Цей процес впливає з необхідності фіксації точки беззбитковості. У цій точці складається ситуація, що характеризується певним рівнем виробництва при найменших витратах в питомому розрахунку. Взаємозамінність факторів виробництва дозволяє варіювати послідовність використання того чи іншого виду ресурсу. За інших рівних умов, такий підхід дає можливість мінімізувати витрати виробництва кінцевого продукту і за рахунок цього максимізувати прибуток підприємства. У цих умовах необхідно використовувати показник граничного коефіцієнта заміщення, що дозволяє виявити момент, коли заміна одного ресурсу іншим стає доцільна з економічної точки зору.

Крім вищевикладеного, в якості іншого ключового питання, від правильного і науково-методичного рішення якого залежить ефективність господарської діяльності, виступає визначення співвідношення найменших питомих витрат і прогнозованого прибутку. В якості ключового моменту тут виступає вивчення взаємозв'язку між витратами та обсягами виробництва. З методичної точки зору доцільно розділити витрати підприємства на фінансові та нефінансові. Окреслені два показника входять в сумарні витрати. Якщо з грошовими витратами (витрати на паливо, насіння, запасні частини тощо) все зрозуміло, то до не грошових витрат, до їх виявлення та калькуляції виникають деякі складнощі, обумовлені самою специфікою аграрного виробництва. Тут не грошові витрати відображаються в якості неоплаченої праці членів фермерського (селянського) господарства, у вартісній оцінці сільськогосподарських угідь, що перебувають у їх власності та ін. В обліковій діяльності даний вид витрат відносять до статті «змінні витрати». До даної категорії витрат за своєю природою слід віднести і витрати на амортизацію.

Прибуток від господарсько-фінансової діяльності малих форм підприємництва в аграрній сфері досягає свого максимального значення при дотриманні наступної умови:

$$ГВ = ГД$$

Де, ГВ – граничні витрати, ГД – граничний можливий дохід

Таким чином, не завжди економія витрат на одиницю продукції веде до адекватного збільшення обсягу прибутку. Тому в повсякденній господарській практиці в аграрній сфері слід прагнути до рівноважного стану, який описується вищеозначеною рівністю ($ГВ = ГД$).

Специфіка ведення господарської діяльності в аграрній сфері обумовлена прямо пропорційною залежністю між збільшенням обсягів виробництва одного виду продукції і зниженням рівня виробництва іншого продукту. Тут орієнтиром повинна виступати максимізація прибутку. Однак на даний процес сильний вплив мають різного роду угоди, правила, що обмежують свободу підприємця у виборі напрямку своєї виробничої діяльності. Зміна рівня конкурентоспроможності теж виступає в якості обмежуючого чинника. Додаткові та взаємодоповнюючі види продукції слід додати до різних варіантів виробництва певного набору сільськогосподарської

продукції. Все вищевисказане дозволяє вибрати найбільш оптимальний план виробничої діяльності стосовно до малих форм господарювання в аграрній сфері.

Однією з проблем, яка пов'язана з ефективним функціонуванням малих форм господарювання, є проблема доступності необхідної інформації. Двадцятирічний період функціонування малих форм господарювання в аграрній сфері (1996 - 2016 рр.) підтверджує правоту цієї тези. Відсутність необхідної інформації перешкоджає використанню в економічній практиці відповідних економічних законів. Останнє не дозволяє малим формам господарювання нарощувати як виробництво сільськогосподарської продукції, так і забезпечувати позитивну динаміку показників ефективності своєї діяльності.

Невизначеність ринкової кон'юнктури в ще більшій мірі погіршує становище фермерських господарств, особистих підсобних господарств та інших форм господарювання, створюючи додаткові труднощі при плануванні своєї виробничої діяльності. У цих умовах конкурентні переваги отримують великі за своїми виробничими розмірами суб'єкти господарського ринку в аграрній сфері. Дані аграрні підприємства, маючи можливість організовувати інформаційно-аналітичні відділи та центри, оперативно реагують на зміну економічної кон'юнктури, вони більш сприйнятливі до впровадження у виробництво досягнень науково-технічного прогресу. Останнє має особливе значення в умовах модернізації виробничих систем та посилення інноваційної складової. Таким чином, об'єктивно виниклі особливості ведення фінансово-господарської діяльності в системі малих форм господарювання зумовлюють їх функціонування в умовах виробничого ризику і невизначеності. Тому малі форми ведення підприємницької діяльності необхідно систематично забезпечувати всією необхідною інформацією.

Таким чином, діяльність фермерського господарства, як відносно замкнутої виробничої системи, підкоряється об'єктивному економічному закону. Залучення до цієї складної роботи передбачає наявність чітких уявлень та відповідних знань про сільськогосподарську діяльність. Організаційно-управлінська діяльність передбачає вирішення завдань, що сприяють збільшенню прибутковості, зниженню загальних витрат та збільшенню рівня рентабельності. Перераховані фактори багато в чому визначають кінцеві результати діяльності малих форм господарювання в аграрній сфері та перспективи їх подальшого розвитку. Дослідження прийнятих управлінських рішень диференціюється за економічною практикою за значимості, можливостями зворотних дій, за наявності альтернативних варіантів, що в цілому дозволяє на етапі підготовки встановити відповідні пріоритети.

Список використаних джерел:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії та практики. – 2-ге вид. – К.: Знання, КОО, 2003. – 302 с.
2. Верба В. А. Еволюція управлінських технологій як віддзеркалення проблематики та завдань розвитку підприємств//Ефективність функціонування та економічного розвитку підприємства. Стратегія економічного розвитку України. 2014. № 34. С. 149–156.
3. Демяненко С.І. Формування виробничих витрат селянських (фермерських) господарств в умовах ринкової економіки / С.І. Демяненко. – К.:

Урожай, 1994. – 152 с.

4. Національна платформа малого та середнього бізнесу України. URL: <http://platforma-msb.org/v-ukrayini-aktyvno-kredytuyut-msb-til/>

5. Новицька О., Губарев В. Формування механізмів підтримки малого та середнього бізнесу в ринковому середовищі регіону//Удосконалення економічних механізмів управління сучасними системами підприємств, корпорацій, галузей, регіонів, країн: монографія/за заг. ред. Ю. З. Драчука, В. Я. Швеця; М-во освіти і науки України. Луганськ: Луган. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Нац. гірн. ун-т, 2014. С. 254–263.

Тягунов Д., студент
Науковий керівник: Ліпич Л.Г., д.е.н.,
професор кафедри економіки,
безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейського національного
університету ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОНОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Постійна конкурентна боротьба за ринки збуту, а також посилення рівня інформатизації економічних відносин є чинниками, які вимагають від суб'єктів господарювання вивчення попиту споживачів і реалізації організаційних та технологічних змін, під впливом яких процеси виробництва будуть оптимізовані, а продукція більш конкурентоспроможною. Продуктивність обладнання, його енергоємність, надійність, безпечність використання, екологічність є якісно-продуктивними характеристиками, які визначають конкурентоспроможність підприємства.

У науковій літературі приділено значну увагу проблемам технічного переозброєння, технічного оновлення і модернізації виробництва. Цим питанням присвячені праці О. Амоші, В. Борисова, Ю. Іванова, О. Кушніренка, В. Онищенко. Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії та практиці інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємств, є частина питань, які залишаються актуальними й сьогодні. Недостатньо дослідженими залишились методи оцінювання інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємств, фактори, які впливають на їх інвестиційне забезпечення, способи вибору найкращого проекту інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємств.

Технологічне оновлення є сукупністю процесів покращення якісних та кількісних характеристик продукції зумовлених зміною сировини, матеріалів, обладнання або послідовності здійснення технологічних операцій.

Традиційною формою технологічного оновлення підприємства науковці і підприємці вважають модернізацію виробництва, але практикою доведено, що

технологічне оновлення у формах технічного переозброєння і технічного оновлення також може привести до зростання конкурентоспроможності продукції підприємства за умови, що воно стосується основних технологічних процесів. Так, продуктивність (потужність) технологічного обладнання – це здатність обладнання виробляти певний обсяг продукції за одиницю часу [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. Цей показник технологічного обладнання тісно пов'язаний із основними операційними і допоміжними витратами часу та енергії на використання і обслуговування обладнання. Із зростанням продуктивності обладнання зменшуються витрати часу і енергії, які припадають на одиницю виготовленої продукції. Енергоміскість вказує на обсяг витрат енергії, витраченої на одиницю виготовленої продукції [2]. Однак більшість вітчизняних машинобудівних підприємств характеризуються дуже високим рівнем енергоміскості виробництва, що суттєво знижує конкурентоспроможність їхньої продукції.

На прикладі багатьох відомих іноземних компаній доведено, що заміна старого технологічного обладнання на нове, яке є більш продуктивним і менш енергомістким забезпечує суттєву економію на витратах виробництва і суттєво сприяє зміцненню конкурентних позицій підприємств. Важливими якісно-продуктивними характеристиками технологічного обладнання є також його надійність і безпечність використання.

Повне технічне переозброєння полягає у заміні старого обладнання повністю новим, більш якісним і довговічним [3, с.55]. Звичано, для підприємств найбільш привабливим є повне технічне переозброєння, оскільки при його проведенні покращуються технічні та економічні показники. Проте, не всі підприємства можуть використовувати відповідний вид переозброєння через недостатній рівень забезпеченості інвестиційними ресурсами. Через недостатність інвестиційних ресурсів підприємства вдаються до вибіркової заміни обладнання або до його капітального ремонту. У такій ситуації виробничі потужності підприємств не зростають, що унеможлиблює підвищення ефективності виробництва.

Можливість підприємств проводити технологічне оновлення безпосередньо залежить від їх інвестиційного забезпечення, а також інвестиційної привабливості, в тому числі кредитоспроможності. Починаючи з дев'яностих років неспроможність підприємств інвестувати у нові технології призвела до швидкого морального і фізичного старіння технологічного обладнання. Це стало причиною суттєвого зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняної машинобудівної продукції, втрати ринків збуту, а також значного послаблення конкурентних позицій української продукції у порівнянні з імпортною.

Отже, можна стверджувати, що за рахунок проведення технічного переозброєння, модернізації технологічного обладнання та реконструкції (при необхідності) зростає техніко-технологічний рівень виробництва. Тому, інвестування у технологічне оновлення виробництва є необхідним процесом, який дає змогу підприємствам вийти на новий рівень розвитку. У сучасних ринкових умовах інвестиції найбільш необхідні для проведення технологічного оновлення на інноваційній основі. Тобто нові технології повинні забезпечувати покращення техніко-економічних показників підприємства.

Так порівняно з 2011 р. у 2016 р. обсяг капітальних інвестицій у машинобудівну промисловість, що забезпечувався коштами державного бюджету скоротився на 85,6 %. На 81 % зменшилась також частка капітальних інвестицій, які реалізовувались за рахунок іноземних інвесторів. Це негативно позначається на процесах технологічного оновлення підприємств. Упродовж останніх п'яти років коефіцієнт оновлення технологічного обладнання машинобудівних підприємств коливався в межах від 2 до 3,8%, що є вкрай низьким показником, а ступінь зношеності технологічного обладнання становив в середньому 38-70 %.

За даними Державної служби статистики України у вітчизняній промисловості лише 22 % підприємств впроваджують інновації, найбільше з них машинобудівних. У машинобудуванні 23% підприємств мають досвід у впровадженні продуктових інновацій і 18% у впровадженні технологічних інновацій. Для порівняння у ЄС інновації впроваджують 55% підприємств **[Ошибка! Источник ссылки не найден.]**. Тобто у порівнянні з іншими галузями економіки вітчизняне машинобудування є досить інноваційно-активним, проте у порівнянні з ЄС суттєво відстає як за впровадженням продуктових, так і технологічних інновацій. Як наслідок на сьогодні вітчизняні машинобудівні підприємства неспроможні запропонувати ринку сучасну технологічно-складну продукцію, з високою часткою доданої вартості.

Враховуючи те, що в умовах ринку ресурси завжди обмежені, а вимоги до якості готової продукції та її асортименту постійно зростають, то очевидно, що оновлюваність технологій є тією умовою об'єктивної дійсності, невиконання якої неминує призводить до неконкурентоспроможності, а, як наслідок, і до банкрутства підприємств [2].

Технологічне оновлення підприємства вимагає певних капітальних і поточних витрат, які за економічною сутністю є інвестиційними, що необхідні для придбання і монтування нового обладнання, реконструкції виробничих приміщень, встановлення і запуск в роботу технологічних ліній і агрегатів. Враховуючи це, під час формування рішення про технологічне оновлення підприємства слід виконати два важливих аналітичних завдання – оцінити потребу підприємства у інвестиційних ресурсах та оцінити фактичний рівень інвестиційного забезпечення підприємства. Отже, виробничому процесу повинно передувати інвестування, яке відбувається тоді, коли виробництво, як об'єкт інвестування характеризується глибоким аналізом перспектив забезпечення його економічної ефективності. Найбільш поширеними методами оцінювання інвестиційних потреб підприємств є балансовий, метод аналогій і питомої капіталомісткості.

Отже, технологічне оновлення підприємств супроводжується комплексом інженерно-технологічних та організаційних змін, реалізація яких неминує пов'язана із певними капітальними і поточними витратами. У зв'язку з цим, рішення щодо технологічного оновлення підприємств мають інвестиційний характер, тобто раціональність їх реалізації вимірюється рівнем ефективності вкладення коштів в об'єкти інвестиційної діяльності. При цьому обсяг витрат, пов'язаних із технологічним оновленням машинобудівних підприємств, а також періодичність їх виникнення позначається на показниках економічної ефективності підприємств, зокрема прибутковості, фінансовій стійкості, продуктивності праці тощо. Тому

процеси інвестиційного забезпечення технологічного оновлення підприємств повинні бути керованими, виваженими і економічно виправданими ефективними з точки зору витрат ресурсів, часу й кінцевих результатів.

Список використаних джерел:

1. Петрук О. М. Управління ризиками сек'юритизації інвестиційних фондів / О. М. Петрук, О. С. Новак // Облік і фінанси. - 2012. - № 2. - С. 86-90.
2. Ліпич Л. Г. Розвиток системи управління якістю продукції машинобудівних підприємств : монографія / Л. Г. Ліпич, Н. В. Геліч ; Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк : РВВ Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2010. - 199 с.
3. Балан О. С. Прийняття інвестиційних рішень в інвестиційному менеджменті: монографія / О. С. Балан, С. В. Філіппова – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2013. – 371 с.

Шостак Л., к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Мацюк І., студентка
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний трудовий потенціал України не відповідає потребам сучасного економічного розвитку країни. Великі втрати трудового потенціалу через ранню смертність, поганий стан здоров'я населення, військові дії на Сході країни, трудова міграція працездатного населення за кордон, високий рівень прихованого безробіття, неефективна зайнятість населення, рівень заробітної плати який не відповідає ринковим цінам тощо— це далеко не повний перелік проблем, що стосуються формування та рівня трудового потенціалу України.

Основними проблемами формування трудового потенціалу варто виділити наступні:

1. Трудова міграція працездатного населення за кордон.
2. Низький рівень заробітної плати. Навіть підняття рівня мінімальної заробітної плати не дозволяє населенню країни повноцінно відтворювати затрачену робочу силу.
3. Низька демографічна база населення. На даний час спостерігаються низькі показники народжуваності та високі показники смертності населення країни, відбувається скорочення тривалості життя та відповідно загальне старіння нації.
4. Незбалансованість попиту й пропозиції робочої сили на ринку праці. Спостерігається значний дефіцит працівників робітничих професій, водночас навчальні заклади продовжують готувати фахівців престижних, але на даний час

професій, спеціалісти яких знаходять в надлишку. Відповідно така ситуація сама по собі спричиняє ріст безробіття в країні. Водночас відсутнє держзамовлення на спеціалістів, які потрібні на вітчизняному ринку праці.

5. Інші проблеми. До них відносяться: недостатнє забезпечення правових, економічних та соціальних гарантій для підвищення трудової активності, самостійної зайнятості, розвитку підприємницької ініціативи населення; недосконала система підготовки та перепідготовки кадрів відповідно до потреб економіки; слабкий моніторинг розвитку трудового потенціалу на коротку, середню і довгострокову перспективу; відсутність спеціальних програм з формування нової трудової свідомості населення, орієнтованої на високопродуктивну, кваліфіковану, відповідальну працю в умовах конкурентного ринкового середовища [2].

Характерною ознакою сучасних процесів можна вважати те, що підприємства втрачають здатність контролювати стан власного трудового потенціалу та механізми його формування й використання. Зниження обсягів виробництва, низький рівень заробітної плати та заборгованості у її виплаті призводять до зниження професійно-кваліфікаційного рівня персоналу, його морального й інтелектуального потенціалів, що гальмує здійснення реструктуризації виробництва, освоєння передових технологій та виробництва конкурентоспроможної продукції [1, с. 107].

Варто виділити наступні можливі заходи підвищення ефективності формування та використання трудового потенціалу вітчизняними підприємствами:

- введення та постійне використання матеріального та соціального стимулювання роботи працівників, а відповідно й підвищення рівня якості та продуктивності праці;

- немає необхідності приймати нових працівників, а звільняти наявних. Ефективніше залучити існуючий персонал до навчання та підвищення кваліфікації;

- виходячи з позиції, що кожний працівник має право на отримання заробітної плати не нижчої, ніж мінімальна в державі встановити рівень оплати праці на такому рівні, який би відповідав ринковим стандартам й давав можливість на достойне життя;

- інші заходи організаційного та мотиваційного характерів.

Список використаних джерел:

1. Вітюк Є. А. Особливості використання трудового потенціалу на підприємстві / Є. А. Вітюк, Т. І. Грінка // Наукові записки. – 2012. – Вип. 12. – Ч. 2. – С. 105–109.

2. Измайлов И. Управление трудовым потенциалом предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. — М., 2005.

СЕКЦІЯ V

Фінансово-економічна безпека підприємницьких структур

Антонюк А., ст.

Науковий керівник: Данилюк Т.І., к.е.н., доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної
діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ КОМПЛЕКСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ БАНКУ

Зростаюча відкритість національної економіки та посилення інтеграційних і глобалізаційних процесів потенційно підвищують імовірність виникнення кризових ситуацій, пов'язаних зі збільшенням ризиків як на рівні економіки в цілому, так і в окремих її секторах, зокрема в банківському. Банки, як і інші суб'єкти національної економіки, вимушені здійснювати свою діяльність в умовах непередбачуваності, невизначеності, загроз і небезпек. Крім того, на розвиток банківської діяльності здійснюють вплив і такі фактори, як: нестабільна політична і соціально-економічна ситуація в країні, недосконалість законодавства, низький рівень довіри населення до банків, зростаючі показники злочинності в банківській сфері, недобросовісна конкуренція, певна непрофесійність діяльності працівників банків та ін. Усе це загострює проблему забезпечення безпеки банків, оскільки вона є складовою національної безпеки України.

Останнє десятиліття в житті нашої країни характеризується появою значного числа наукових робіт, методичних розробок, нормативних та законодавчих актів, присвячених проблемам безпеки банківської діяльності. Результати сучасних досліджень свідчать про те, що чітких уявлень про зміст і структуру поняття «комплексна безпека банківської діяльності» до теперішнього часу не сформовані. Для комерційних банків особливо важливими є такі умови ефективної та безпечної діяльності, як забезпечення зворотності кредитів, підвищення прибутковості, підтримання ліквідності, зниження банківських ризиків, гарантування депозитів. Проте дослідження й публікації щодо проблем безпеки банківської діяльності присвячені здебільшого організаційним, технічним і правовим аспектам.

Запровадження основних підходів безпеки банківської справи в Україні та інших країнах СНД зумовлене, насамперед, розбудовою ринкової економіки та розширенням самостійності суб'єктів господарювання фінансово-кредитної сфери.

Тлумачення сутності поняття «безпека банківської діяльності» («безпека банківської справи», «банківська безпека», «безпека банку») не є однозначним у теорії та практиці.

“Банківська безпека – стан стійкої життєдіяльності при якому забезпечується реалізація основних інтересів і пріоритетних цілей банку, захист його від внутрішніх і зовнішніх дестабілізуючих факторів незалежно від умов функціонування” [5].

За оцінкою А.Вінникова [3], безпека – стан захищеності банку від внутрішніх і зовнішніх загроз.

Як вважає М.Ілляш [4, с. 91] *безпека банку* – це система заходів, які забезпечують захищеність інтересів власників, клієнтів, працівників і керівництва банку від зовнішніх і внутрішніх загроз. Рівень захищеності характеризується здатністю банку протистояти спробам як прямого несанкціонованого проникнення до приміщень банку зі злочинною метою, так і спробам завдати шкоди банку з боку конкурентів і кримінальних структур шляхом втручання в банківську діяльність, набуття впливу на банк із метою здійснення фінансових афер і махінацій, відмивання "брудних грошей", незаконних переказів їх за кордон тощо.

Д. Артеменко [1] зазначає, що сутність *економічної безпеки в банківській системі* полягає в забезпеченні стану найкращого використання її ресурсів щодо запобігання загрозам комерційних банків і створення умов стабільного, ефективного функціонування й максимізації прибутку. При цьому він вважає, що рівень економічної безпеки банківської діяльності визначається тим, наскільки ефективно підрозділам і службам банків удається запобігати загрозам та усувати збитки від негативного впливу на банківську систему.

За Р.Гриценко [2, с. 27], *економічна безпека банківської системи* – це стан банківської системи, за яким її фінансова стабільність чи репутація не може бути підірвана цілеспрямованими діями певної групи осіб і організацій або фінансовою ситуацією, що складається всередині і зовні банківської системи.

На думку М. Зубка [5, с. 166-167], *економічна безпека банківської діяльності* – це стан, за яким забезпечується економічний розвиток і стабільність діяльності банку, гарантований захист його фінансових і матеріальних ресурсів, здатність адекватного і без суттєвих втрат реагувати на зміни внутрішньої і зовнішньої ситуації.

Узагальнюючи вказані підходи, під безпекою банківської діяльності будемо розуміти такий стан, що характеризується найбільш повним та раціональним використанням його економічного потенціалу, здатністю до самовідтворення, захищеністю від дії дестабілізуючих чинників, міцністю взаємозв'язків між елементами банківської системи, що сприятиме задоволенню інтересів клієнтів та працівників банків. Основним критерієм ефективності банківської безпеки є стабільність фінансового і економічного стану банку.

Список використаних джерел:

1. Артеменко Д. А. Механизм обеспечения финансовой безопасности банковской деятельности: автореф. дис. на соискание научн. степени канд. экон. наук: / Д. А. Артеменко. – Ростов-на-Дону, 1999. – 20 с.
2. Грищенко Р. Економічна безпека банківської системи України / Р. Грищенко // Вісник Національного банку України. – 2003. – № 4. – С. 27-28.
3. Дмитрик Янгель. Модель EVA: орієнтація на стоимість / Дмитрик Янгель // Журнал «Консультант». – 2005. – №23. – С. 24-29.
4. Енциклопедія банківської справи України. – К.: Молодь, 2001. – 680 с.
5. Зубок М. І. Безпека банківської діяльності: навч. посібник / М. І. Зубок. – К.: КНЕУ, 2002 – 190 с.

Висоцька Х., студентка

Науковий керівник: Бортнік С.М.

к.е.н., доцент кафедри економіки,
безпеки та інноваційної діяльності
підприємства Східноєвропейського національного
університету ім. Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Головною конкурентною перевагою будь-якого підприємства залишається згуртований та орієнтований на розвиток персонал, який характеризується наявністю накопиченого досвіду та професіоналізмом. Детальний аналіз сучасного стану функціонування вітчизняних підприємств свідчить про наявність достатньої кількості проблемних питань в управлінні персоналом та кадровою безпекою. Так, характерними, окрім недостатнього фінансового забезпечення та значного ступеня залежності від законодавчих та економічних обмежень, є низька продуктивність праці, достатньо високий рівень плинності персоналу через вимушене вивільнення, професійно-кваліфікаційний дефіцит робітників, слабка вмотивованість та ініціативність працівників. Оскільки кадрова безпека залишається головним елементом системи безпеки, адже персонал задіяний у всіх бізнес-процесах на підприємстві, актуальності набувають питання її формування та забезпечення в мінливих умовах господарювання. Саме завдяки формуванню та забезпеченню кадрової безпеки на підприємстві стає можливим виявити та ліквідувати загрози, що стосуються персоналу.

Питання формування та забезпечення кадрової безпеки на вітчизняних підприємствах викликають значну зацікавленість з боку вчених-науковців. Вагомий внесок у вирішення проблеми формування та забезпечення кадрової безпеки зроблено вітчизняними і зарубіжними науковцями, серед яких А. Н. Гавкалова, А.

Єременко, О. Кавтиш, А. Кібанов, А. Колот, В. Кравченко, Н. Кузнєцова, О. Мітрофанова, Г. Назарова, Ю. Поскрипко, І. Чумарін, А. Череп, О. Яременко та ін. Незважаючи на широкий спектр питань, охоплених дослідженнями зарубіжних і вітчизняних вчених, недостатньо вивченими та розкритими на даний час залишаються розроблення теоретико-практичного інструментарію формування та забезпечення кадрової безпеки і методичних підходів до оцінки її рівня за допомогою комплексного підходу, моделювання управлінських рішень та використання дієвих стратегій забезпечення кадрової безпеки. З іншого боку кадрова безпека є достатньо молодим науковим напрямом, який досліджується більшістю вчених з метою розробки конкретних практичних рекомендацій щодо управління кадровою безпекою на підприємстві.

Сучасне трактування поняття «кадрова безпека» досить неоднозначне. Це свідчить про відсутність єдиного підходу до її визначення, так як сутність даної категорії залежить від безлічі обставин, якими характеризується підприємство як соціально-економічна система. З позиції процесного підходу визначають кадрову безпеку В. Алькема, В. Геєць, О. Герасименко, Г. Козаченко, В. Красномоєць, М. Кизим, А. Череп, О. Черняк, І. Чумарін та розуміють під нею процес запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства за рахунок ризиків і загроз, пов'язаних із персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому. Як вважають Г. Назарова та А. Мірющенко, кадрова безпека – це діяльність із створення умов для стабільного функціонування й розвитку підприємства, за яких забезпечують гарантовану законодавством захищеність інтересів підприємства, власників та персоналу від внутрішніх і зовнішніх загроз [1]. Відомий російський вчений А. Кібанов дає наступне трактування кадрової безпеки – генеральний напрямок кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з опрацювання цілей, завдань, спрямованих на збереження, зміцнення й розвиток кадрового потенціалу, на створення відповідального та високопродуктивного згуртованого колективу, здатного вчасно реагувати на постійно мінливі вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації [2, с. 32].

Важливим етапом наукового дослідження сутності кадрової безпеки і виявлення її місця в системі економічної безпеки підприємства є аналіз та обґрунтування її складових. Кадрова безпека має складну структуру через динамізм її ключових елементів. Так, С. Кондратьєва виділяє у складі кадрової безпеки такі складові: фізична безпека, технічна безпека, інформаційна безпека, правова безпека. На думку О. Литовченко, О. Герасименко, О. Сліпої, В. Кравченко та А. Череп, у структурі кадрової безпеки, окрім зазначених, необхідно виділити ще й соціально-мотиваційну безпеку та професійну безпеку. метою досягнення найвищого рівня кадрової безпеки підприємство повинно забезпечувати максимальний захист в розрізі кожної складової з урахуванням відповідного рівня управління на підприємстві.

Досвід функціонування більшості вітчизняних підприємств підтверджує той факт, що персонал є найважливішим ресурсом, від результативності використання якого залежить конкурентоспроможність підприємства, однак саме персонал залишається основним джерелом його втрат. Тому більш детального розгляду

потребує аналіз саме кадрових ризиків та загроз, диференційованих за напрямками управління персоналом. Зниження впливу саме цих ризиків на діяльність підприємства і визначає успішність реалізації поставлених завдань. Необхідно акцентувати увагу, що кадрові ризики і загрози кадровій безпеці підприємства відрізняються своєю різноманітністю. Їх класифікація за ступенем та характером небезпеки, яку вони становлять, є традиційним підходом до їх аналізу.

Кадрові ризики при плануванні, відборі та найму персоналу представляють собою міру небезпеки створення передумов для формування кадрового складу, кількісні та якісні характеристики якого не відповідають цілям організації і її потенціалу. Кадрові ризики, що пов'язані з оцінкою, мотивацією, контролем персоналу, виникають в результаті відсутності діючих технологій і інструментів не тільки з управління персоналом, але і в сфері охорони праці та управління безпекою. Кадрові ризики при розвитку персоналу представляють собою міру небезпеки зниження трудового потенціалу підприємства, що пов'язана з обмеженими можливостями або з недооцінкою важливості, або непродуманими рішеннями керівництва з управління розвитком персоналу. Важливу роль при інвестуванні в людський капітал має отримання ефекту і перш за все економічна сторона цього ефекту.

Тому приймаючи рішення про інвестування будь-якого об'єкта роботодавцю слід пам'ятати, що він піддає себе ризику. При цьому ризик буде різний при звичайних інвестиціях і інвестиціях в людський капітал. Удосконалена класифікація кадрових ризиків та загроз кадровій безпеці підприємства дозволяє визначити місце кожного ризику та загрози у виявленій сукупності, а також спрямувати зусилля на їх попередження і розробку заходів щодо захисту від їх негативного впливу. В якості найбільш значимої нами виділена класифікаційна ознака в залежності від напряму управління персоналом. Зниження впливу саме цих ризиків на діяльність підприємства і визначає успішність реалізації поставлених завдань.

Отже, у сучасних умовах формування кадрової безпеки підприємства неможливе без врахування сучасних практичних дієвих методик управління персоналом, контролю і забезпечення лояльності персоналу. При її проектуванні важливими питаннями є: виявлення конкретних загроз від персоналу та використання превентивних заходів щодо запобігання протиправних дій з його боку; порядок взаємодії суб'єктів управління кадровою безпекою (служба управління персоналом, служба безпеки та юридичний відділ); створення стимулів і мотиваційних чинників, спрямованих на посилення лояльності; формування корпоративного кодексу поведінки персоналу задля створення системи персональної відповідальності; захист підприємства від розголошення персоналом конфіденційної інформації, засоби боротьби з крадіжками і розкраданням, комерційним підкупом; створення найбільш типових сценаріїв корпоративного шахрайства, виявлення його ознак та симптомів, розробка плану дій по боротьбі з ним; більш ретельний аналіз повноважень та результатів роботи працівників, що займають посади з корупційними (шахрайськими) ризиками на підприємстві тощо. Якщо уявити процес забезпечення кадрової безпеки на підприємстві у вигляді послідовних організаційних стадій його здійснення, то в узагальненому вигляді він буде складатися з наступних етапів: встановлення цілей, завдань та пріоритетів щодо

забезпечення кадрової безпеки; визначення об'єкта та суб'єкта кадрової безпеки; обґрунтування конкретних заходів щодо гарантування захищеності підприємства в контексті управління персоналом; безпосереднє забезпечення кадрової безпеки (реалізація зазначених заходів) та моніторинг стану кадрової безпеки та оцінка результативності її забезпечення. Ефективність здійснення кожного з зазначених етапів значним чином визначається ступенем дотримання відповідних кожному етапу принципів забезпечення кадрової безпеки. Ретельне виконання цієї умови дозволить підприємству отримати позитивний ефект у вигляді підвищення якості гарантування кадрової безпеки.

Список використаних джерел:

1. Бортнік С. М. Стратегічне управління розвитком персоналу в контексті забезпечення кадрової безпеки підприємства [Текст] / Економічний форум : науковий журнал – Луцьк : ЛНТУ – 2018.– № 2. – С. -331-339.

2. Кибанов А. Я. Кадровая безопасность в системе безопасности организации / А. Я. Кибанов // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2010. – № – С. 30–35.

Гончаревич Л., студентка
Науковий керівник: Сафарова А. Т., к.е.н.,
доцент кафедри обліку і аудиту
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки більшість підприємств функціонують в умовах нестабільного зовнішнього та внутрішнього середовища. Необхідності набуває формування інноваційного потенціалу ресурсів для забезпечення їх конкурентоспроможності як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. Перш за все це стосується модернізації основних фондів як фактора ефективної діяльності підприємства. Проте даний процес надто капіталомісткий та ризикований. Саме тому економічна безпека полягає у захисті виробництва від зовнішніх і внутрішніх загроз, що впливають на рівень потенціалу підприємства. Успіх фірми на конкурентному ринку залежить від вміння використовувати даний потенціал. Фірма, яка хоче бути інноваційною та мати шанси на успіх і процвітання, повинна створити відповідне внутрішнє середовище.

В умовах стабільності підприємство забезпечує необхідні обсяги виробництва та збуту продукції та зменшує фінансові та інші види ризиків. В кризовому стані найбільшою небезпекою для підприємства є послаблення виробничого, кадрового та науково-технічного потенціалу. Спостерігається недостатність фінансових ресурсів для розвитку фірми.

Ефективна діяльність промислових підприємств залежить від багатьох факторів: фінансових, інформативних, екологічних втрат, підвищення продуктивності праці, конкурентоспроможності, зниження ризиків, пов'язаних з інвестиційною та виробничою діяльністю. Саме ці фактори впливають на економічну безпеку підприємства, яка може забезпечити стійке функціонування та розвиток суб'єкта господарювання [4].

На думку Ю. М. Барташевської, під економічною безпекою підприємства розуміється комплекс заходів, реалізація яких дає змогу забезпечувати економічну стабільність підприємства та його розвиток за невизначеності внутрішнього і зовнішнього середовища та ризику інвестиційної діяльності [1].

Г. Л. Ляний пропонує використовувати системний підхід до організації економічної безпеки підприємства, що є організаційно-управлінськими, режимними, технічними, профілактичними і пропагандистськими заходами, спрямованими на якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз. Для запобігання впливу факторів на безпеку підприємства необхідна якісна організація процесів виявлення, обліку, аналізу, оцінки і запобігання або мінімізації ризику фінансово-економічної, інвестиційної та інших видів діяльності [2].

На нашу думку, економічну безпеку підприємства слід визначати як наявність конкурентних переваг, які зумовлені відповідністю матеріального, фінансового, кадрового, техніко-технологічного потенціалів підприємства його стратегічним цілям і завданням.

Сучасний стан розвитку національної економіки характеризується політичною нестабільністю, високим рівнем інфляції, низькою платоспроможністю населення, зміною кон'юнктури ринку тощо. За таких складних умов вітчизняним підприємствам доводиться здійснювати свою діяльність під впливом значної кількості зовнішніх та внутрішніх ризиків господарювання, зберігаючи свій рівень конкурентоспроможності, якості продукції та прибутковості діяльності.

Серед проблем, що постають перед підприємствами на шляху до досягнення прийняттого рівня економічної безпеки виділяють:

- переважність використання реактивного підходу (очікування негативного впливу загрози і вже подальші заходи щодо ліквідації наслідків замість передчасного аналізу можливих шляхів уникнення цього впливу);

- необхідність підвищення якості збору інформації не лише про конкурентів, але й про стан власної діяльності, що включає першочерговість визначення цілей і стратегії підприємства;

- недостатнє застосування аналізу витрат підприємства на економічну безпеку;

- нехтування наявними можливостями підприємства і спрямування всієї системи економічної безпеки на роботу із загрозами [3].

На даний час спостерігається посилення конкурентної боротьби між компаніями на вітчизняному та світовому ринках. Збільшуються обсяги та швидкість грошових, фінансових та інформаційних потоків, що, в свою чергу, пов'язане із зростанням обсягів звітності та документообігу. Це значно підвищує економічні ризики на підприємстві. Через слабку кадрову політику та відсутність достовірної інформації сучасні підприємства стикаються як із зовнішніми, так із внутрішніми факторами виникнення кризи, які проявляються у недостатності

фінансових ресурсів для збільшення обігових коштів, труднощах з отриманням кредитних ресурсів, зміною напрямків діяльності фірми, низьким рівнем заробітної плати працівників, плинністю кадрів, неефективною політикою керівництва, збільшення кредиторської заборгованості, зниження фінансування заходів, спрямованих на забезпечення економічної безпеки підприємства. Проте високий рівень економічної безпеки дає можливість підприємству здійснювати ефективно та надійно економічну діяльність та підвищувати конкурентні позиції на світовому ринку.

Таким чином, одним з ключових факторів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є забезпечення економічної безпеки. Завдяки цьому відбувається підвищення ефективності виробничих процесів, продуктивності праці, якості продукції, поліпшення безпеки та умов праці, збільшення обсягів експортної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Барташевська Ю. М. Економічна безпека підприємства: фактори впливу та шляхи забезпечення / Ю. М. Барташевська // Економіка і суспільство. Вип. 7. – 2016. – С. 189-194 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/32.pdf
2. Лянной Г. Л. Система экономической безопасности предприятия / Г. Л. Лянной // BOS – журнал о личной и коммерческой безопасности. – 2006. – № 7. – С. 16–19.
3. Мельник В. І. Перспективні напрямки підвищення рівня економічної безпеки підприємства в сучасних умовах / В. І. Мельник, Г. М. Шумська // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confcontact.com/2008dec/3_melnik.php.
4. Смоквіна Г. А. Сучасні підходи до оцінки економічної безпеки промислового підприємства: теоретичний досвід і практичне використання / Г. А. Смоквіна // Бізнес-Інформ. – 2015. – № 11. – С. 231–239.

Губей А., студентка
Науковий керівник : Сафарова А.Т., к.е.н., доцент
кафедри обліку і аудиту
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Захисту економічних інтересів підприємства досі приділялося мало уваги, хоча ця проблема дуже актуальна. В умовах розвитку ринкових механізмів в економіці, зростання приватного підприємництва дуже важливим завданням економічної науки і практики господарської діяльності підприємств стає забезпечення економічної безпеки. Розпізнання конкретних загроз, які можуть впливати на економічну безпеку, є важливим, оскільки дає змогу передбачити можливі небезпеки. Питанням загроз

економічної безпеки займалися такі вчені як : Гапоненко В.Ф., Беспалько АЛ., Власков А.С. та інші.

Економічна безпека підприємства - це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому. Для того аби передбачати можливі небезпеки було проведено дослідження загроз економічної безпеки. В економічній науці основними видами загроз економічної безпеки підприємства є наступні складові: кадрова, техніко-технологічна, фінансова, інформаційна.

Забезпечення кадрової безпеки підприємства включає в себе два тісно пов'язаних між собою напрямки діяльності. Перший напрямок орієнтований на роботу з персоналом фірми, на підвищення ефективності роботи співробітників. Він включає в себе роботу з планування та управління персоналом підприємства, запобігання загроз негативних впливів на економічну безпеку підприємства за рахунок недостатньої кваліфікації співробітників підприємства, слабку організацію системи управління персоналом і т.п. Другий напрямок націлений на збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства. Серед основних об'єктів інтелектуальної власності слід виділити винаходи, технічні новації, ноу-хау, дизайн, комп'ютерні програми і т.п. Негативними впливами на економічну безпеку фірми є недостатня кваліфікація персоналу, небажання або нездатність приносити максимальну користь своєму підприємству. Тому необхідне планування та організація системи підбору, найму, навчання, мотивації праці, включаючи грошову мотивацію, моральні мотиви, почуття соціальної захищеності працівників фірми та їх забезпеченість соціальними благами.

Процес забезпечення фінансової складової економічної підприємства може бути визначений як сукупність робіт із забезпеченням максимально високого рівня платоспроможності підприємства та ліквідності його оборотних коштів, найбільш ефективної структури капіталу підприємства, підвищенню якості планування і здійснення фінансово-господарської діяльності підприємства. у фінансовій складовій можна виділити два типи загроз. До першого типу відносяться групи зовнішніх і внутрішніх негативних впливів, рушійною силою яких є усвідомлені шкідливі дії людей або організацій або неякісна робота співробітників підприємства або його партнерів.

Другий тип негативних впливів включає в себе впливи, причиною яких стали обставини непереборної сили, не пов'язані безпосередньо з діяльністю підприємства. Значною загрозою фінансової безпеки підприємства може також служити недостатній контроль за структурою вкладень підприємства, співвідношенням частин фінансового портфеля за ризикованістю та прибутковістю його складових.[1]

Сутність техніко-технологічної складової економічної безпеки підприємства полягає в тому, наскільки рівень використовуваних на даному підприємстві технологій відповідає кращим світовим аналогам.

Серед негативних впливів на економічну безпеку підприємства з її інформаційної складової необхідно виділити 2 основні групи:

- 1) Група злочинних впливів.

До цієї групи відносяться дії будь-яких осіб чи організацій, що мають на меті нанесення шкоди добробуту з питань інформаційного забезпечення діяльності підприємства.

2) Група незлочинних впливів.

Сюди відносяться, перш за все, негативні внутрішні впливи, тобто упущення і помилки в діяльності інформаційно-аналітичної служби підприємства. Процес забезпечення інформаційної складової економічної безпеки підприємства включає в себе як виконання всієї сукупності функціональних обов'язків з інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності підприємства, так і специфічні операції, такі як оцінка можливих негативних впливів на економічну безпеку з інформаційної складової, аналіз ефективності прийнятих заходів щодо забезпечення інформаційної складової на підставі оцінки, запобігання та понесення збитків від негативних впливів на інформаційну безпеку.

Отже, питання загроз економічної безпеки є дуже важливим для діяльності підприємства, оскільки дає змогу попередити можливі небезпеки, тим самим забезпечити ефективне використання корпоративних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Гапоненко В.Ф., Беспалько АЛ., Власков А.С. Економічна безпека підприємств. Підходи і принципи. - М.: Видавництво «Ось-89», 2007р.
2. Грунін О., Грунін С. Економічна безпека організації-СПб.: Пітер, 2002р
3. Економічна безпека господарських систем: Підручник. / А.В. Колосов, В.І. Кушлін, А.Н. Фолом'єв: Вид-во РАГС.

Данилко А., студентка
Науковий керівник: Сафарова А. Т., к.е.н.,
доцент кафедри обліку і аудиту
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

**АДАПТАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Економічна безпека підприємства в великій мірі залежить від зовнішнього середовища, яке впливає на його структуру та внутрішню діяльність. Важливим елементом економічної безпеки підприємства є його економічна стабільність, тобто здатність до виживання. Для стабільної та ефективної діяльності суб'єкт господарювання повинен постійно вдосконалюватися та розвиватися. Під вдосконаленням і розвитком розуміється постійна адаптація до мінливих умов зовнішнього середовища, адже несвоєчасна і неадекватна реакція системи управління на впливи зовнішнього середовища призводить до зниження надійності та порогу економічної безпеки підприємства. Тому актуальним є дослідження особливостей та принципів формування стратегії адаптації підприємства в контексті

забезпечення економічної безпеки підприємства, а розробка нових і адаптація існуючих механізмів і інструментів підвищення ефективності безпеки стає необхідною умовою виживання будь-якого підприємства.

Під економічною безпекою розуміють комплексну систему заходів суб'єкта господарювання, яка направлена на забезпечення його конкурентоспроможності в умовах дестабілізації діяльності під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів. Вона характеризує стан захищеності діяльності підприємства, який досягається у результаті комплексу складових елементів суб'єкту господарювання та є одним з найбільш пріоритетних функціональних напрямів безпеки.

Адаптація у контексті забезпечення економічної безпеки як активної діяльності передбачає 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 всередині нього [1]. Процес адаптації підприємства за структурою поділяється на два елементи: адаптивну реакцію підприємства та безпосередньо адаптацію. Під першою складовою розуміють зміну стратегічних орієнтирів внаслідок змін умов економічного середовища, а друга передбачає проведення структурних змін внутрішніх підрозділів підприємства чи зміну їх параметрів, наприклад, освоєння технології або зміна ринків. Адаптивна реакція виникає у разі постійного моніторингу змін, що супроводжують його діяльність та факторів їх впливу [2].

Із ціллю підвищення надійності економічної безпеки підприємства доцільно проводити моніторинг стану і динаміки розвитку підприємства з метою протидії загрозам та прийняття заходів захисту. Моніторинг проводиться із метою:

- оцінки стану та динаміки розвитку виробництва підприємства;
- визначення деструктивних тенденцій і процесів розвитку підприємства;
- визначення причин та джерел ризиків, що погрожують сукупному потенціалу підприємства;
- прогнозування наслідків дії негативних факторів як на потенціал виробництва, так і на інші сфери діяльності [3].

Результати моніторингу є підґрунтям для формування політики економічної безпеки підприємства, метою якої є доведення підприємства до такого його стану, при якому досягається загальна ефективність його діяльності, своєчасне виявлення та запобігання загроз, а також узгодженість інтересів підприємства з інтересами зовнішнього середовища.

Адаптація підприємства як інструмент і спосіб забезпечення економічної безпеки представляє собою багатоступеневий процес, який включає такі етапи: моніторинг зовнішнього середовища, аналіз та оцінку інформації про стан навколишнього середовища, адаптивну реакцію підприємства, визначення форми реалізації адаптивної реакції, визначення змісту процесу адаптації, формування бюджету адаптації, оцінку та аналіз ефективності адаптації [1]. Процес адаптації можна розглядати також як певний механізм управління економічною безпекою підприємства, тобто його можна вважати управлінською технологією. Адаптація як управлінська технологія заснована на відповідних моделях реалізації цього механізму, серед яких:

1. Модель активного поводження: суб'єкт господарювання готовий до адаптації, тобто розроблені принципи, моделі, що враховують характер та масштаб змін; в даному випадку характер адаптації системний (охоплює всі сфери).

2. Модель консервативного поводження: суб'єкт господарювання пасивний, його поведінка багато в чому інерційна, відсутні активні кроки на ринку; проблеми, що виникають, вирішуються або традиційним способом, або очікується їх розв'язання на державному рівні; спостерігається низький темп адаптації, а моделі та принципи не розроблені; тут адаптація має, як правило, локальний характер.

3. Модель змішаного поводження: адаптація виборча, тобто залежить від виду та інтенсивності впливу факторів зовнішнього середовища, темп адаптації нижчий, ніж при активній моделі; наявні загальні принципи адаптації та способи поводження, але модель не розроблена [4].

Обрана модель буде визначати послідовний перебіг реалізації тих функцій управління економічною безпекою, які сформують процес адаптації.

Слід зазначити, що адаптація підприємства до зовнішніх умов вимагає своєчасності, гнучкості та економності, тобто повинна відповідати такому стану економіки, що має місце в певний проміжок часу. Згідно з цим кожному підприємству необхідно подбати про оперативне забезпечення об'єктивною та достовірною інформацією, відомостями з різних джерел, адже швидкість отримання даних прямо впливає на швидкість адаптивної реакції підприємства.

Отже, метою адаптивного процесу є не лише створення дієвого механізму, основним завданням якого має бути забезпечення швидкого реагування суб'єкта господарювання на дію зовнішніх загроз, а й приведення внутрішнього середовища у відповідність із зовнішніми факторами. Елементами такого механізму можуть стати такі чинники, як реструктуризація, модернізація, реінжиніринг, управління на основі внутрішніх та зовнішніх сигналів. Для забезпечення стійкості та економічної безпеки підприємства потрібно прогнозувати потенційні зміни та визначати майбутні вимоги до підприємства та його елементів.

Список використаних джерел:

1. Кудлаєнко С. В. Наукові засади формування економічного механізму адаптації до кризових умов / С. В. Кудлаєнко // Вісник ХНУ. – 2011. – №5, Т.2. – С. 32-36.

2. Степанова Ю. Л. Результативність адаптації підприємства в забезпеченні його економічної безпеки/ Ю. Л. Степанова// Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – 2013. – № 25(1). – С.159-168. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/есмері_2013_25\(1\)__20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/есмері_2013_25(1)__20).

3. Мельнік М. А. Адаптація підприємства як засіб забезпечення його економічної безпеки/ М. А. Мельнік // Вісник СХУ ім. В. Даля. – № 6 (230). – С.87-90. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/84593729.pdf>.

4. Донець Л. І. Економічна безпека підприємства [Текст]: навчальний посібник / Л. І. Донець, Н. В. Ващенко. - К.: Центр учбової літератури, 2008. -240 с.

Кедик І.,ст.
Науковий керівник: Данилюк Т.І., к.е.н., доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної
діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ПОНЯТТЯ КОРПОРАТИВНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Формування ринкової економіки в Україні супроводжується трансформацією форм та методів державного регулювання, децентралізацією та диверсифікацією виробництва, зміною умов господарювання та зростанням конкурентної боротьби між підприємствами, посиленням на діяльність суб'єктів господарювання впливу зовнішнього середовища, основною рисою якого є невизначеність. Ці процеси спричинюють втрату ринків збуту вітчизняними підприємствами, погіршення фінансового стану, відтік професійних кадрів та науково-технічних розробок, іноді – банкрутства підприємств.

За умов адміністративно-командної економіки стабільність функціонування підприємств забезпечувалась вертикально побудованими методами управління, які є неприйнятними в умовах ринкової економіки. Сучасний діловий світ наповнений складними протиріччями та конфліктними ситуаціями. Щоденно в Україні тисячі підприємств зіштовхуються з проблемами повернення коштів, особистої безпеки керівників та членів їх сімей, втрати вантажів, витоку конфіденційної інформації. Це обумовлює актуальність вивчення та забезпечення безпеки функціонування суб'єктів господарювання.

Зміна умов господарювання зумовила виникнення в діяльності підприємств зовсім нових проблем, які вимагають теоретичного обґрунтування та розробки практичних рекомендацій щодо їх вирішення. Це зумовлює необхідність якісно нового підходу до розв'язання проблем економічної безпеки господарської діяльності підприємств усіх форм власності та типів господарювання.

Теперішнє кризове становище значної частини вітчизняних підприємств, половина з яких декларують збитковість діяльності, в значній мірі зумовлене не лише соціально-економічним становищем у країні та нерозвиненістю ринкових відносин, але і недостатнім рівнем розробки науково-методологічних основ забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання, несформованістю понятійного апарату.

Перші наукові публікації у світі, що стосуються економічної безпеки, датуються серединою ХХ століття. Однак найбільший інтерес до цієї проблематики виник наприкінці 80х-90х років. Саме у цей період з'являються перші роботи, у яких здійснюються спроби систематизувати розрізнені знання в цій сфері і додати їм вид єдиної теорії [12, с.26]. В результаті сформувалася самостійна наука, яка вивчає проблеми забезпечення економічної безпеки підприємства – екосесент (від англ. economic security of enterprise). Тобто наука про забезпечення економічної безпеки

підприємства дуже молода, для порівняння математика чи механіка існують понад 3000 років, а екосесент – близько десяти. Цим в значній мірі і пояснюється суперечливість окремих положень, недостатньо сформований понятійний апарат, відсутність загальноприйнятої методології оцінки рівня економічної безпеки.

В Україні перші наукові розробки присвячені проблемам забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання почали з'являтися з середини 90-х років ХХ століття. Серед них можна відзначити роботи В. Є. Духова [3]; Є. П. Рябченко і Є. В. Ковальова [10]; Г. А. Андрощука і П. П. Крайнева [1]; А. С. Сосніна і П. Я. Пригунова [11]; Е. І. Нізенко [7]; О. М. Бандурки, В. Є. Духова, К. Я. Петрова, І. М. Червякова [2]; а також роботу Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьова, О. М. Ляшенко [5], де вперше з позиції системного підходу зроблена спроба визначення сутності, оцінки та побудови механізму забезпечення економічної безпеки підприємства, та ряд інших робіт.

Серед зарубіжних авторів, які досліджують проблеми економічної безпеки суб'єктів господарювання, слід виділити А. Іванова, В. Шликова [4]; А. Крисіна [6]; Є. А. Олейнікова [8]; Н. Н. Потрубача і Р. К. Максотова [9]; В. І. Ярочкіна [12] та ряд інших.

Проте незважаючи на значний доробок вітчизняних та зарубіжних фахівців, теоретична база для формування концептуальних основ економічної безпеки підприємства має на сьогодні все ще недостатній ступінь розробленості. Існують різні точки зору на визначення як самої “економічної безпеки підприємства”, так і суміжних з нею понять та категорій, що зумовлює необхідність подальшого вдосконалення понятійного апарату економічної безпеки суб'єктів господарювання. Окрім того, потребує подальшого вдосконалення методологія оцінки рівня економічної безпеки підприємства та механізм забезпечення безпечного функціонування суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Андрощук Г.А., Крайнев П.П. Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны. – Монография. – К.: Издательство Дом “Ин Юре”, 2000. – 400с.
2. Бандурка О.М., Духов В.Є., Петрова К.Я., Червяков І.М. Основи економічної безпеки: Підручник. – Харків: Вид-во Нац. ун-ту внутр. справ, 2006. – 236с.
3. Духов В.Е. Экономическая разведка и безопасность бизнеса. – Киев: ИМСО МО Украины, НВФ “Студцентр”, 1997. – 176с.
4. Иванов А., Шлыков В. Экономическая безопасность предприятия. – М., 1995. – 265с.
5. Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізми забезпечення: Монографія. – К.: Лібра, 2006. – 280с.
6. Крысин А. Безопасность предпринимательской деятельности. – М., 1996. – 256с.
7. Низенко Э.И. Обеспечение безопасности предпринимательской деятельности: Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2006. – 124с. - Библиогр.: С.118-121.

8. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / Под редакцией Е.А.Олейникова. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 1997. – 288 с.

9. Потрубач Н.Н., Максutow Р.К. Основы экономической безопасности. – М.: Современный гуманитарный университет, 2001. – 100с.

10. Рябченко Е.П., Ковальов Е.В. Маркетинговая концепция экономической безопасности предприятия: Учебное пособие. – Харьков, 1998. – 144с.

11. Соснин А.С., Прыгунов П.Я. Менеджмент безопасности предпринимательства: Учеб. пособие. – К.: Изд-во Европ. ун-та, 2002. – 357с.

12. Ярочкин В.И. Система безопасности фирмы.- 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2006. – 352с.

Корольчук І., студентка

Науковий керівник: Сафарова А. Т., к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

СУТНІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Екологічна безпека поряд з різними (політичною, економічною, інформаційною, воєнною та іншими) видами безпеки розглядається як один із найважливіших складових елементів національної безпеки країни. Діяльність держави у цьому напрямку має бути ефективною, чутливою до змін у навколишньому середовищі, для того, щоб забезпечити належний захист своїх громадян від надзвичайних ситуацій природного і техногенного характеру та надавати допомогу у разі виникнення надзвичайних ситуацій.

Теоретико-методичні засади забезпечення екологічної безпеки були досліджені у наукових працях Г. О. Білявський, А. Г. Гренберг, А. Б. Качинського, О. Я. Лазор, Н. С. Макарова, Ю. М. Саталкін, В. Ф. Семенова, О. М. Хіміч, А. Ш. Ходжаєв, В. Я. Шевчука, Ю. С. Шемшученко та ін. Проте, не зважаючи на велику кількість наукових праць з дослідження питань екологічної безпеки, наукове обґрунтування сутності цього поняття залишається недостатнім.

Термін «екологічна безпека» виявляє досить суттєві розбіжності в самій суті визначення, тобто в тому, що є безпекою. Найпростіше безпеку можна трактувати як відсутність небезпеки (це тлумачення є не зовсім коректним, проте воно застосовується в галузевих дослідженнях як визначення окремих видів небезпеки, що притаманна цьому напрямку).

Наукові напрацювання також не дійшли до єдиної думки щодо тлумачення поняття «екологічна безпека». Погляди різних науковців щодо визначення поняття «екологічна безпека» наведено в таблиці 1.

Сутність поняття «екологічна безпека» в наукових дослідженнях

Автор	Визначення
В. Ф. Семенова, А. Л. Бобровський [1, с. 12; 2 с. 15]	такий стан навколишнього середовища при якому стає неможливим погіршення екологічної обстановки і виникнення небезпеки для здоров'я людей
Д. С. Львов, А. Г. Гренберг, А. П. Егоршин [3, с. 8]	стан захищеності природного середовища та життєво важливих інтересів людини від можливого негативного впливу господарської та іншої діяльності, надзвичайних ситуацій природного і техногенного характеру та їхніх наслідків.
С. М. Бобелев [4, с. 20], А. Ш. Ходжаєв	ступінь адекватності екологічних умов завданням стійкого соціально-економічного розвитку країни.
О. М. Хіміч [5, с. 44]	складова національної безпеки, стан захищеності людини, суспільства і держави від загроз із боку небезпечних природних об'єктів, забруднених унаслідок аварій, катастроф, господарської діяльності, природних явищ, надзвичайних ситуацій природно-техногенного характеру
Т. П. Галушкіна [6, с. 14]	розглядають екологічну безпеку в двох аспектах: - як сукупність дій, станів і процесів, які не призводять до життєво важливих втрат і є компонентом національної безпеки; - як стан довкілля, що унеможливує або мінімізує безпосередні і подальші деградаційні зміни екосистем у довкілля та негативні впливи на стан здоров'я населення за умов сукупності природних причин і наслідків людської діяльності.
А. Б. Качинський, Н. С. Макарова, Л. Д. Гармідер, Л. В. Михальчук [7, с. 5; 8, с. 16]	сукупність певних властивостей навколишнього середовища і умов, що створені цілеспрямованою діяльністю людини, за яких із урахуванням економічних, соціальних чинників і науково обґрунтованих допустимих навантажень на об'єкти біосфери утримуються на мінімально можливому рівні ризику антропогенний вплив на навколишнє середовище і негативні зміни, що відбуваються в ньому, забезпечується збереження здоров'я життєдіяльності людей і вилучаються віддалені наслідки цього впливу для нинішнього і наступних поколінь.
О. Я. Лазор [9, с. 44]	стан захищеності як людини зокрема, так і суспільства та держави загалом від загроз із боку антропогенної діяльності людини, природних катаклізмів та явищ техногенного характеру
В. Я. Шевчук, Ю. М. Саталкін, Г. О. Білявський [10, с. 26]	регульований стан навколишнього середовища, за якого, згідно з чинним законодавством, нормами та нормативами забезпечується запобігання погіршенню екологічного стану та виникненню небезпеки для здоров'я людей
М. М. Бринчук [11, с. 27]	один з основних принципів природокористування та охорони навколишнього середовища, критерій оцінки будь-якої екологічно значущої діяльності
Ю. С. Шемшученко [12, с. 52]	стан захищеності довкілля від порушення його екологічної рівноваги
О. С. Заржицький [13, с. 55]	комплексний стан певних властивостей довкілля, які створені цілеспрямованою діяльністю людей, з урахуванням обґрунтованих допустимих навантажень антропогенних чинників на навколишнє середовище і негативних змін, що відбулися в ньому

Розбіжність підходів щодо визначення сутності терміну «екологічна безпека» зумовлена відсутністю чітко сформованої концепції її забезпечення, а також

недостатнім нормативно-правовим забезпеченням цього процесу. Трактуювання поняття екологічної безпеки постійно змінюється: переглядається, конкретизується та деталізується.

Підсумовуючи всі вище наведені науковцями визначення, можна зробити висновок, що екологічна безпека – це стан навколишнього природного середовища, при якому забезпечується запобігання погіршенню екологічної атмосфери та виникненню небезпеки для здоров'я населення. Додержання такого стану забезпечується державою шляхом запровадження широкого комплексу взаємопов'язаних економічних, технічних, організаційних, державно-правових та інших заходів, які направлені на реалізацію екологічних прав громадян України.

Список використаних джерел:

1. Семенова В. Ф. Екологічний менеджмент : [навч. посібник] / В. Ф. Семенова, О. Л. Михайлюк. – К.: Знання, 2006. – 366 с.
2. Бобровський А. Л. Екологічний менеджмент / А. Л. Бобровський – Суми: ВТД «Університетська книга», 2009. – 586 с.
3. Львов Д. С. Стратегическое управление: регион, город, предприятие. / Д. С. Львов, А. Г. Гренберг, А. П. Егоршин. – М.: Экономика. – 2004. – 134 с.
4. Бобылев С. Н. Экономика природопользования / С. Н. Бобилевич, А. Ш. Ходжаев. – М.: ИНФРА-М, 2007. – XXVI, 501с.
5. Хіміч О. М. Екологічна безпека як елемент національної безпеки / О. М. Хіміч // Право України. – 2002. – № 11. – С. 44 – 48.
6. Галушкіна Т. П. Економіка природокористування : [навч. посіб.]. / Т. П. Галушкіна. – Харків: Бурун Книга, 2009. – 480 с.
7. Качинський А. Б. Державна політика у сфері забезпечення екологічної безпеки (пропевтичний аспект) : [Наук.-метод. посібник] / А. Б. Качинський – К.: Вид-во НА СБ України, 2005. – 117 с.
8. Макарова Н. С. Економіка природокористування / Н. С. Макарова, Л. Д. Гармідер, Л. В. Михальчук. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 322 с.
9. Лазор О. Я. Державне управління у сфері реалізації екологічної політики в Україні: організаційно-правові засади: монографія / О. Я. Лазор; передмова і заг. наук. ред. проф. М. Д. Мичка. – Львів: Ліга-Прес, 2003. – С. 43 – 47.
10. Шевчук В. Я. Екологічне управління: Підручник / В. Я. Шевчук, Ю. М. Саталкін, Г. О. Білявський та ін. – К.: Либідь, 2004. – 432 с.
11. Бринчук М. М. О понятийном аппарате экологического права / М. М. Бринчук // Государство и право. – 1998. – № 9. – С. 26 – 29.
12. Екологічне право України. Академічний курс: підручник / За заг. ред. Ю. С. Шемшученка. – К.: ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2005. – 848 с.
13. Заржицький О. С. Правові аспекти регіональної екологічної безпеки / О. С. Заржицький // Право України. – 2000. – № 5. – С. 54 – 58.

Коцюба Я., магістрант
Науковий керівник: **Сафарова А. Т.**, к.е.н,
доцент кафедри обліку і аудиту
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ДАНИХ У ЗВ'ЯЗКУ З НЕБЕЗПЕКОЮ ФІШИНГОВИХ АТАК

Розвиток та доступність Інтернет-мережі спричиняє зростання злочинної діяльності в режимі онлайн. Спроби отримання стратегічної інформації та особистих даних стають дедалі частішими та є актуальними не тільки для індивідуальних користувачів, а також для керівництва і їх персоналу, що здійснюють економічну діяльність.

Специфічною формою кіберзлочинства є фішинг - атака. На відміну від шкідливого програмного забезпечення, створеного для певних операційних систем, фішингу можуть бути підвладні всі пристрої, у яких наявне підключення до мережі Інтернету.

Фішинг (анг. Phishing (password harvesting fishing) - "ловля в Інтернет - мережі") - це тип автоматизованого глобального шахрайства в Інтернеті, який використовує психологічні методи впливу на користувачів (використовує довіру, знання бренда або викрадення ідентичності) [4].

Фішингові атаки використовують, перш за все, для викрадення даних а саме: адреси електронних скриньок, логіни і паролі для авторизації на особистих аккаунтах, номери банківських карт, пін-коди, терміни дії карт, коди cvv2/cvc2, паспортні дані та ідентифікаційні коди [3].

Вище перелічена інформація в руках шахраїв може бути використана для отримання фінансових переваг, крадіжки інформації, інформаційних боїв або ІТ-паралічу а саме:

- на серверах електронної пошти (відправлення спаму, підслуховування, економічний шпіонаж, заподіяння шкоди індивідуальним користувачам через викрадення вмісту скриньки);

- за допомогою фіктивних платіжних систем, через отримання даних авторизації доступу або одноразових кодів для переказу: зняття грошей з особистого рахунку в майбутньому використання паспортних даних для отримання кредиту;

- в інтернет-магазинах, що є точною копією відомих світових брендів (використання номерів банківських карт, термінів дії та кодів cvv2/cvc2 для створення електронної копії карти та виплати готівки з неї для власних цілей).

Основними прикладами інтернет- фішингу в 2015-2018 роках являються: розсилка електронних листів з проханням підтвердити логін і пароль; сайти з продажу авіа-квитків, для поповнення мобільного телефону; інтернет-аукціони: товари виставляються на продаж через легальний інтернет-аукціон, однак кошти перераховуються через підроблений веб-вузол; фіктивні благодійні організації, які звертаються з проханням про пожертвування; підпільні інтернет-магазини: товари продаються за вигідними цінами або з великими знижками, що служить розширення

кола клієнтів, та отримання даних банківських карток; інтернет сторінки для переказу грошей через неправдиві платіжні сервіси [2].

На основі дослідження, проведеним Kaspersky Lab у 2018 році частка у секторі глобальних інтернет порталів серед фішингових атак є найбільшою і становить 25,01%, на другій позиції знаходяться банки і фінансові організації – 21,10%, наступними в рейтингу знаходяться ІТ-компанії – 8,17%, далі інтернет магазини – 8,17%, уряд і податки – 8,17%, Е-рау системи – 6,43%, Соціальні мережі та блоги – 3,98%, Інтелектуальні системи виробництва – 2,15%, телекомунікаційні компанії – 1,75% та інше – 8,03% [1].

У період 2015-2018 роках користувачі Бразилії, Китаю, Росії, Грузії, Киргизстану, Казахстану, Венесуели, Португалії, Макао, Республіки Білорусь, Південної Кореї стали предметом фішингових атак.

За даними Інтерактивної карти кібер-загроз створеної Kaspersky Lab у вересні 2018 року Україна займає наступні позиції [1]:

- у рейтингу зараження вірусами займає 23 позицію (30,2%), в топ 5 країн входять: Таджикистан - 45,6%, Киргизстан - 44,7%, Узбекистан – 38,3%, Росія – 37,1 Ємен - 35,8%;

- у рейтингу веб-загроз: Україна займає 9 позицію (22,2%), в топ 5 країн входять: Алжир - 27,9%, Венесуела - 25,5%, Азербайджан -23,3%, Вірменія - 23,1%, Албанія - 23,1%;

- у рейтингу мережевих атак: Україна має низький рівень - 0,8%, в топ 5 країн входять: Кайманські острови - 47,8%, Іран - 18,9%, Гернси – 15,9%, Пакистан - 11,7% Ізраїль - 10,5%;

- у рейтингу вразливості: Україна - 0,5%, в топ 5 країн входять: Гвінея-Бісау - 2%, Багамські острови - 1,8%, Німеччина - 1,2%, Гуам - 1,2%, Гернси - 1,1;

- у рейтингу спам: Україна – 0,6%, в топ 5 країн входять: Китай -21,2%, США – 14,8%, Бразилія - 8,3%, В'єтнам - 4,1%, Німеччина - 3,8%.

Отже, для захисту від можливих атак фішингу потрібно виконувати наступні поради від Української міжбанківської Асоціації членів платіжних систем “ЄМА” [2]:

- налаштування кількох електронних адрес (для особистого і офіційного кореспондування);

- ніколи не відповідати на спам та використовувати актуальне антивірусне забезпечення з можливим розширенням анти-спам фільтрів;

- ніхто не повинен володіти паролем або кодом від банківської карти окрім користувача, навіть працівники, які відповідають за їх видання. (Ukr.net). Жоден банк не буде запрошувати такий тип даних через електронний лист;

- не використовувати точку з'єднання громадського Wi-Fi для логування на банківські веб-акаунти, шахраї можуть перехопити ваші особисті дані. Краще скористатися мобільним інтернетом або захищеним з'єднанням;

- користуйтеся тільки відомими та перевіреними платіжними сайтами, які повинні бути зареєстровані на національному домені (наприклад „.UA”)

- перевіряти репутації, віку та терміну реєстрації сайту, особливо інтернет сторінки з поміткою «реклама»; (в адресному рядку браузера потрібно ввести:

whois.com/whois/назва сайту і звернути увагу на дати створення (created) і закінчення терміну (expires);

- звертати увагу на рядок адреси сайту, незначні зміни в процесі користування можуть переадресувати на абсолютно інший неправдивий сайт;

- стежити за встановленням захищеного з'єднання https (в адресному рядку повинен відображатися спеціальний символ – замок, при кліці на замок можна перевірити підтвердження сертифікату для HTTPS).

Якщо користувач підозрює, що опинився жертвою фішингу команда підтримки користувачів support@ukr.net пропонує діяти наступним чином [3]:

- змінити паролі від акаунтів та перевірити на наявність нетипового листування, в разі його наявності – проінформувати отримувачів про неправдиву інформацію;

- при завантаженні підозрілих файлів у розширенні (.exe) – запустити антивірусне сканування ПК;

- негайно заблокувати платіжну картку;

- попередити про небезпеку на інтернет сторінці www.ema.com.ua/report;

- звернутися із інформацією про небезпеку до Кіберполіції онлайн (www.cybercrime.gov.ua).

Список використаних джерел:

1. Карта Кібер-загроз в реальному часі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://cybermap.kaspersky.com/stats/>

2. Фішинг в 2017 році: обізнаність - кращий захист від пасток [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ema.com.ua/phishing-statistics-results-2017/>

3. Фішинг та мережеве шахрайство [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://wiki.ukr.net/Phishing/>

4. Що таке фішинг? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://encyclopedia.kaspersky.com/knowledge/what-is-phishing/>

Козачук С., студент

Науковий керівник: Сак Т.В., к.е.н., доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної
діяльності підприємства

Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СКЛАДОВОЮ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Однією із найважливіших умов забезпечення стійкого зростання підприємства та формування позитивних результатів його фінансової діяльності є існування ефективної системи фінансової безпеки, яка забезпечить захист підприємства від

загроз. На даний час більшість суб'єктів бізнесу, характеризуються наявністю постійного ризику та загроз, що пов'язані з динамікою зовнішнього та внутрішнього середовища їх функціонування. Підвищення рівня ризиків підприємницької діяльності потребує від суб'єктів господарювання формування середовища фінансової безпеки, визначення основних факторів впливу на їх безпеку.

Управління фінансовою складовою економічної безпеки входить до загальної системи управління безпекою підприємства, при цьому вона становить найважливішу його функціональну підсистему, яка забезпечує реалізацію управлінських рішень переважно в фінансовій сфері діяльності суб'єкта господарювання [1].

Загальну систему управління фінансовою складовою економічної безпеки підприємства формують такі функціональні підсистеми: планування, аналіз, контроль та інформаційне забезпечення.

Процес планування забезпечення фінансової безпеки включає: оцінку загроз економічній безпеці, що мають політико-правовий характер; оцінку поточного рівня забезпечення фінансової безпеки; оцінку ефективності запобігання можливій шкоді від негативних дій; планування комплексу заходів із забезпечення фінансової безпеки і розробку рекомендацій стосовно його реалізації; бюджетне планування практичної реалізації пропонованого комплексу заходів; планування корпоративних ресурсів; оперативну реалізацію запланованих дій у процесі здійснення суб'єктом господарювання фінансово-господарської діяльності [2, с. 166].

Стратегічний аналіз використовується в процесі здійснення управління фінансовою безпекою підприємства з урахуванням пропозиції щодо його поліпшення. Для здійснення стратегічного аналізу фінансової складової економічної безпеки підприємства можна використовують 3 групи методів залежно від приналежності й походження їх з інших наук:

1. Статистичні (статистичне спостереження, абсолютні та відносні величини, середні величини, ряди динаміки, балансовий, групування, графічний, порівняння, індексний, ланцюгових підстановок, абсолютних різниць, відносних різниць, інтегральний, диференційний, логарифмування та ін.);

2. Економіко–математичні (системний аналіз, імітація, моделювання, ділові ігри, математичне програмування, математичний аналіз, дослідження операцій, математична теорія оптимальних процесів, методи експертних оцінок та мозкового штурму та ін.);

3. Спеціальні методи, що використовуються лише в стратегічному аналізі (STEP-аналіз; SWOT-аналіз; SPACE-аналіз; метод аналізу LOTS; PIMS-аналіз; вивчення профілю об'єкта, матричні методи портфельного аналізу та ін.) [3].

Процес аналізу поточного рівня забезпечення фінансової складової економічної безпеки неможливий без інформаційного забезпечення, а саме: фінансова звітність, результати роботи підприємства, конкурентний стан підприємства на ринку, ринок цінних паперів підприємства.

Сутність контролінгу фінансової безпеки підприємства визначено як самоорганізовану систему, яка забезпечує інтеграцію, організацію і координацію всіх фаз управління фінансовою безпекою підприємства. Основними функціями

контролінгу фінансової безпеки підприємства є планування, інформаційне забезпечення, контроль, аналіз.

До основних методів забезпечення фінансової безпеки підприємства слід віднести збір та обробку аналітичної інформації про досвід та заходи забезпечення безпеки зарубіжних підприємств, аналіз, постійний моніторинг та прогнозування умов, загроз, небезпек та індикаторів фінансової безпеки, розробка та запровадження необхідних заходів щодо підтримки фінансової безпеки на належному рівні [2].

Отже, фінансова складова економічної безпеки підприємства визначає стан захищеності фінансових інтересів підприємства від різноманітних внутрішніх та зовнішніх негативних чинників, що гарантує найбільш ефективне використання корпоративних ресурсів підприємства для забезпечення стабільного функціонування та динамічного розвитку. Управління фінансовою складовою економічної безпеки входить до загальної системи управління безпекою підприємства та включає такі функціональні підсистеми, як планування, аналіз, контроль та інформаційне забезпечення.

Список використаних джерел:

1. Загорельська Т. Ю. До проблеми формування системи управління фінансовою безпекою на підприємстві / Т.Ю. Загорельська // Вісник ДНУ. – Сер. В: Економіка і право, Вип.2. – 2009. – С. 243-247.

2. Некрасенко Л. А. Складові управління фінансовою безпекою підприємств / Л. А. Некрасенко, Ю. М. Рибалка // Наукові праці ПДАА. Вип. 3. – Т.2. Економічні науки. – Полтава : ПДАА, 2011. – С. 162–167.

3. Сак Т. В. Теоретико-методичні основи стратегічного аналізу економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Сак, Н. П. Оліфірович // Ефективна економіка. – 2013. – №10. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

Куц К., студентка

Науковий керівник: Ліпич Л.Г., д.е.н.,
професор кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний
університет ім. Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Зростання ролі кадрової безпеки в сучасних умовах обумовлено, з однієї сторони, такими соціальними тенденціями, як демократизація суспільства, лібералізація економіки й ринку праці; зміна сутності контролю за персоналом; з іншої сторони, в цей час спостерігаються процеси ускладнення праці, підвищення ролі творчості та інновацій, надання працівникам волі й автономії в прийнятті рішень, що приводить до ослаблення можливості жорсткого контролю за

персоналом. Загалом, у світі у більшості випадків економічні злочини скоюють співробітники компаній. Так шахрайство співробітників стало основною причиною змушеного закриття за останніх 20 років близько 100 американських підприємств. 95 % збитків на підприємствах США утворюється за особистої участі персоналу підприємств і тільки 5 % – у наслідок дій клієнтів та інших осіб [2].

Заслуговує уваги твердження І. Швець, що «кадрова безпека – сукупність заходів, спрямованих на запобігання протиправних дій або сприяння їм з боку персоналу підприємства» [3]. Кадрова безпека, будучи елементом економічної безпеки підприємства, за умови, що присутні всі етапи організації та управління персоналом, направлена на встановлення таких трудових і соціокультурних відносин, які забезпечують беззбиткову діяльність підприємства. Відтак, кадрову безпеку підприємства можна досліджувати як комбінацію її складових: життєдіяльності (безпека здоров'я; фізична безпека); професійна (безпека праці; інформаційна безпека; інтелектуальна безпека; пенсійно-страхова безпека); соціально-мотиваційна (фінансова безпека; кар'єрна безпека; технологічна безпека; естетична безпека; адміністративна безпека); антиконфліктна (психологічна безпека; патріотична безпека; комунікаційна безпека).

Сучасні служби управління персоналом – це не відділи кадрів за часів адміністративної економіки, не функція обліку, набору і звільнення персоналу. Інтенсивні зміни у сфері людських ресурсів охоплюють не тільки бізнес в цілому, але й «стратегічне управління персоналом, а саме: широкі професійні і посадові профілі; інформований і гнучкий вибір траєкторії професійного розвитку; відповідальність самих працівників за власний розвиток; створення можливостей для професійного зростання кожного працівника; відкрите обговорення рівня компетентності працівників, наявних вакансій та шляхів їх заповнення» [3]. Одним із узгоджених повноважень служби стратегічного управління персоналом має бути безпосередній доступ її посадових осіб до відповідних корпоративних ресурсів: планів стратегічного розвитку підприємства; інформаційних масивів, зокрема конфіденційного характеру; аналітичні дослідження; кошториси витрат на відповідні програми щодо організації кадрової безпеки. тощо.

Якщо керівництво зацікавлене у тому, щоб кадрова політика проводилася усвідомлено, то необхідно здійснити ряд етапів по проектуванню кадрової політики. Бойко О. С. виділяє такі етапи проектування кадрової політики підприємства:

- нормування – узгодження принципів і цілей роботи з персоналом із принципами і цілями підприємства в цілому, стратегією та етапом його розвитку;
- програмування – розробка програм, шляхів досягнення цілей кадрової роботи, конкретизованих з урахуванням умов теперішніх і можливих змін ситуації;
- моніторинг персоналу – розробка процедур діагностики і прогнозування кадрової ситуації [1].

Необхідно виділити індикатори стану кадрового потенціалу, розробити програму постійної діагностики і механізм вироблення конкретних заходів для розвитку і використання знань, умінь і навичок персоналу. При цьому є доцільною оцінка ефективності кадрових програм і розробка методики їхньої оцінки. Для підприємств, що проводять постійний моніторинг персоналу, безліч окремих програм кадрової роботи включаються в єдину систему внутрішньо пов'язаних

задач, способів діагностики і впливу, способів прийняття і реалізації рішень. Оцінку елементів кадрової безпеки підприємства Яременко О. Ф. пропонує проводити методом встановлення нормативної величини витрат на відповідні заходи підприємств окремої галузі. Це дозволить «визначити відповідність витрат, загальній тенденції» [4].

У зв'язку з комплексністю, різноманітністю і складністю завдань забезпечення кадрової безпеки доцільно розглядати їх в розрізі таких рівнів: стратегічний, тактичний і оперативний. Стратегічний полягає в ліквідації протиріч або їх локалізацію і послаблення. Цей рівень характеризується виробленням системоформуючих рішень, що знаходять відображення в стратегіях, перспективних програмах забезпечення кадрової безпеки. Тактичний заключається у вирішенні завдань, що пов'язані з ліквідацією конкретних видів загроз або запобіганню їх впливу. На оперативному рівні має знаходити своє відображення ліквідація наслідків загроз і негативних впливів, відшкодування збитків, а також міститься комплекс оперативних заходів забезпечення безпеки.

Отже, у процесі формування кадрової політики підприємства повинно відбуватися узгодження наступних аспектів: розробка загальних принципів кадрової політики, визначення пріоритетів цілей; організаційно-штатна політика – планування потреби у персоналі, формування структури і штату, призначення, створення резерву, переміщення; інформаційна політика – створення і підтримка системи руху кадрової інформації; фінансова політика – забезпечення ефективної системи стимулювання праці; політика розвитку персоналу – забезпечення програми розвитку, профорієнтація і адаптація працівників, планування індивідуального просування, формування команд, професійна підготовка і підвищення кваліфікації; аналіз відповідності кадрової політики і стратегії підприємства, виявлення проблем у кадровій роботі, оцінка кадрового потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Бойко О. С. Наука управління персоналом /О. С. Бойко. Л. : Галичина, 2006.
2. Назарова Г. Передумови створення системи кадрової безпеки підприємства /Г. Назарова // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2010. – Вип.15. – С. 34 – 37.
3. Швець Н. Методи виявлення і збереження кадрової безпеки, або як перемогти зловживання персоналу [Текст] / Н. Швець // Персонал. – 2006. – № 5. – С. 12 – 14.
4. Яременко О. Ф. Кадрова безпека підприємства : концептуальні основи забезпечення [Електронний ресурс] / О. Ф. Яременко // Вісник Хмельницького національного університету 2016, № 2, Том 1. – Режим доступу: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4783/1pdf>.

Левчик Ю., студент
Науковий керівник: Ліпич Л.Г., д.е.н.,
професор кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку України, у складній економічній ситуації виникає чимало ризиків, небезпек та загроз, що породжують на промислових підприємствах низку фінансово-економічних проблем, вирішення яких потребує вдосконалення існуючих та розробки нових форм, методів та інструментів нейтралізації негативних впливів на фінансово-економічну сферу підприємства.

Для ефективного функціонування підприємств необхідним є підвищення рівня їх фінансово-економічної безпеки. Здатність суб'єкта господарювання швидко та вчасно реагувати на зовнішні загрози ринкового середовища, розробка заходів щодо зменшення їхнього впливу є запорукою успішного функціонування на ринку. Це неможливо без впровадження ефективної системи забезпечення фінансово-економічної безпеки, що створить умови для захисту господарюючого суб'єкта від небезпек, та яка є однією із найважливіших умов забезпечення стійкого зростання підприємства та формування позитивних результатів його виробничо-господарської діяльності.

У науковій літературі дослідженню змісту поняття «фінансово-економічна безпека підприємства», формуванню підходів до оцінювання рівня фінансово-економічної безпеки, принципів створення системи забезпечення безпеки підприємства приділяли свою увагу багато науковців.

На основі аналізу теоретичних засад фінансово-економічної безпеки підприємства, її характеристик, виокремимо основні підходи до визначення сутності економічної безпеки, що представлені на рис. 1.

Основними цілями та завданнями фінансово-економічної безпеки підприємства є: дотримання норм чинного законодавства використання ринкового потенціалу; забезпечення оперативності та ефективності формування і використання інформації та заходи щодо її захисту; забезпечення умов для розвитку підприємства на основі узгодженості його можливостей із зовнішнім ринковим середовищем; забезпечення умов для розвитку та збереження конкурентних переваг підприємства; створення умов для розвитку та захист економічних зв'язків підприємства [1].

Практично у всіх визначеннях науковці виділяють досягнення якої мети повинна забезпечити економічна безпека підприємства. Так, відповідно до цієї класифікаційної ознаки всі визначення можна розділити на стійкісний, розвиваючий, адаптивний та конкурентний підходи.

Деякі автори замість цілей економічної безпеки підприємства описують задачі, не вказуючи для чого вони повинні виконуватись. Відповідно до чинника впливу можна виділити захисний, гармонізаційний та ліберальний підходи.



Рис. 1. Підходи до визначення сутності економічної безпеки [2, 3, 4]

Чинниками впливу можуть бути умови, явища, процеси, з якими необхідно взаємодіяти для досягнення цілей економічної безпеки. З точки зору захисного підходу економічна безпека підприємства спрямована на захист від деструктивних

факторів впливу, тобто вона повинна їх виявляти, попереджати або нейтралізувати. У більшості визначень зустрічаються посилання на внутрішні та зовнішні загрози – прямі (активні) і непрямі (пасивні).

Гармонізаційний підхід вивчає збалансування інтересів підприємства з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища, стейкхолдерів. Наявність конфлікту інтересів підприємства є загрозою для нього і позначається на його результатах діяльності.

Представники ліберального підходу розглядають економічну безпеку підприємства як міру економічної свободи, що досягається внаслідок керованого процесу узгодження економічних інтересів стейкхолдерів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища підприємства, який має на меті протистояння загрозам економічної безпеки підприємства та потребує необхідних для такого протистояння ресурсів [5].

Таким чином, фінансово-економічна безпека підприємства – це такий стан, що характеризується якнайповнішим використанням ресурсів підприємства, здатністю до саморозвитку, захищеністю від дії факторів дестабілізації, міцністю взаємозв'язків структурних підсистем підприємства, що дозволяє йому ефективно функціонувати в межах національного інституційного середовища та досягати стратегічних цілей розвитку.

Список використаних джерел:

1. Піх М. З. Формування економічної безпеки підприємств харчової промисловості: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Марія Зіновіївна Піх. – Київ, 2016. – 318 с.

2. Бровкіна Ю. О. Підходи до вивчення поняття економічної безпеки підприємства / Ю. О. Бровкіна // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 1 (17). – С.122-128.

3. Коваленко О. В. Підходи до визначення поняття економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Коваленко, Л. В. Лисенко. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_7_028.pdf.

4. Ляшенко О. М. Аналітичний огляд сучасних підходів до визначення сутності економічної безпеки підприємства / О. М. Ляшенко // Вісник Запорізького національного університету. Економічні наук. – Запоріжжя, 2014, – № 1(21). – С. 254-263.

5. Корчевська Л. О. Синергетичне управління економічною безпекою підприємства : дис. докт. екон. наук. за спеціальністю 08.00.04 – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Л. О. Корчевська. – Херсон, 2017. – 501 с.

Михайлевська Н., студентка
Науковий керівник: Скорук О.В., к.е.н., доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності
підприємства Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ДОСВІД РОЗВИНЕНИХ КРАЇН У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасна ситуація на ринку характеризується ускладненням комерційних схем та посиленням конкуренції між компаніями. Через це підприємства все частіше стикаються з факторами виникнення кризи, що виявлені у зниженні заробітної плати, кількості обігових коштів, загостренні відносин між співвласниками підприємства, а також зменшенні фінансування заходів, необхідних для забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємства.

Для політики зарубіжних країн характерна розробка стратегічних планових документів щодо підвищення безпеки підприємств та країни загалом. При цьому суб'єкти, які мають підприємницьку діяльність, виконують важливу місію у діяльності країни, а рівень їх захищеності залежить від впливів чинників, що належать до зовнішнього середовища.

Враховуючи міжнародний досвід, доцільно проаналізувати особливості забезпечення економічної безпеки підприємства на мікро- та макrorівні в найбільш економічно розвинутих країнах. Отже, підприємства в силу своїх власних національних та культурних факторів мають свої специфічні засоби досягнення економічної безпеки підприємства. Але спільним у них є те, що вони діють на базі постулатів:

- наукові знання є ключем у майбутнє;
- технології – двигун розвитку економічної безпеки підприємств;
- відповідальність керівників компаній полягає в заохоченні розвитку технологій та науки [1].

Багато країн свою увагу концентрують на розробці теоретико-прикладних засад підвищення економічної безпеки підприємства та формуванні засад сприятливого середовища діяльності. Найбільших результатів у цій сфері вдалось досягти підприємствам з США, Японії, Німеччини.

У Німеччині на макrorівні урядом створені національні спецслужби для контролю за ситуацією на економічно важливих об'єктах країни. Чинне законодавство ставить в обов'язок кожній особі збереження та нерозголошення комерційної таємниці, якщо вона стала відомою через службове становище чи трудові відносини. Населення своїм громадянським обов'язком вважає поінформувати відповідні органи про правопорушення, за що отримує належну грошову винагороду. На мікрорівні в Німеччині створено контрольно-розвідувальні підрозділи, які у взаємодії з приватними охоронно-детективними агентствами виконують функції безпеки щодо фірми та її керівництва й окремих працівників і

клієнтів. Співробітники спецслужб і детективних агентств здійснюють постійний моніторинг ситуації на підприємствах [2].

В Японії на макрорівні у формуванні економічної безпеки бізнесу важливу роль відіграє об'єднання Торгово-промислової палати та асоціації корпоративних керівників. Держава враховує інтереси бізнесу й намагається передбачити ймовірні заходи урядів-конкурентів і реакцію на них. Головним у збереженні високого рівня економічної безпеки є підтримка державними органами узгоджених дій між усіма суб'єктами ринку. На мікрорівні на департаменти кадрів, наявних у кожній японській фірмі, покладено контроль за неухильним дотриманням режиму секретності, який ґрунтується на кодексі поведінки службовців. Заборонено укладати угоди, які можуть підірвати довіру до компанії з боку клієнтів, влаштовуватися без дозволу керівництва на роботу за сумісництвом, а також давати й отримувати хабарі.

У США на макрорівні діє широкомасштабна система державної підтримки безпеки бізнесу. За підтримки держави понад 500 корпорацій регулярно обмінюються інформацією з найбільш актуальних питань національної та економічної безпеки. На мікрорівні найбільшим попитом користуються програми профілактики і боротьби з економічними злочинами у взаємодії правоохоронних органів країни з державними та приватними установами охоронних і детективних бюро. Якщо фірма має місячний дохід понад 10 тис. доларів, а штат фірми перевищує три людини, то один із співробітників зобов'язаний водночас вирішувати питання безпеки. Конфіденційну інформацію розбивають на блоки, яким присвоюють код, а для кожного співробітника розробляють картку-припис з переліком тих кодів, з яких він отримує інформацію, необхідну для виконання його посадових обов'язків [3].

Отже, світовий досвід показує, що найефективнішими інструментами забезпечення економічної безпеки підприємств є вдосконалення законодавчої бази, проведення політики ефективного використання персоналу, застосування інновацій у всіх напрямках економічної діяльності підприємства. Створення сприятливих умов для економічної безпеки підприємств можливе завдяки ефективній системі забезпечення інформаційної безпеки, яка стає актуальною через все більшу активність населення в процесах комп'ютеризації, в системах та мережах Інтернет. У більшості економічно розвинених країн законодавство, що регулює правовий режим комерційної таємниці та встановлює відповідальність за її неправомірне використання, – досить розвинений нормативний масив, формування якого здійснюють як на основі національних правил, так і у відповідності з сучасними стандартами міжнародної торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Троц І. В. Забезпечення економічної безпеки на підприємстві з метою попередження банкрутства / І. В. Троц // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2012. – № 1(59). – Ч. 2. – С. 223–227.

2. Марченко В. М. Світовий досвід забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства / В. М. Марченко, А. В. Бігун // Молодий вчений. – 2015. – № 1(16). – С. 18–21.

3. Савенко М. М. Міжнародний досвід організації економічної безпеки підприємств / М. М. Савенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 4. – С. 60–63.

Мороз Н., студент
Науковий керівник: Шостак Л.В., к.е.н.,
доцент кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

УМОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективне функціонування і розвиток підприємства вимагає наявності певних умов, що забезпечують ці процеси. Однією з найважливіших умов виступає економічна безпека підприємництва.

Економічна безпека підприємства визначається як стан захищеності життєво важливих інтересів особи, суспільства і держави від внутрішніх і зовнішніх погроз. Економічна безпека підприємництва може оцінюватися за допомогою різних критеріїв, методів, формуватись відповідно до принципів, умов та вимог.

Організаційна сторона економічної безпеки підприємства передбачається збереження як самої фірми, так і її організаційної цілісності, нормальне функціонування основних структурних підрозділів. Основні підрозділи фірми виконують всі свої функції для досягнення основної мети фірми.

Правова сторона економічної безпеки підприємства - постійне забезпечення відповідності діяльності фірми чинному законодавству, що виражається у відсутності претензій з боку правоохоронних органів (або контрагентів) до фірми. Крім того, відсутні втрати від операцій із зовнішніми партнерами унаслідок порушення останніми законодавства (умисне або ненавмисно). Це забезпечується юридичною експертизою всіх здійснюваних операцій, а також договорів, що укладаються.

Інформаційна сторона економічної безпеки підприємства - безпека, яка може бути оцінена як збереження стану захищеності внутрішньої конфіденційної інформації від витоку або розголошення в різних формах.

Фінансова сторона економічної безпеки підприємства виявляється в розрахунку основних фінансово-економічних показників діяльності фірми (таких як власний капітал, об'єм річного обороту, прибуток, рентабельність). У них відбиваються загальні результати забезпечення безпеки з організаційною, правовою, інформаційною і власне економічною сторін. Сюди можуть входити такі показники, як відсутність штрафів, санкцій з боку державних органів за порушення законодавства, відсутність втрат від операцій з недобросовісними контрагентами.

Таким чином, варто виділити наступні умови забезпечення економічної безпеки підприємства:

- досягнення високої конкурентоспроможності технологічного потенціалу підприємства і як наслідок забезпечення технологічної його незалежності;

- досягнення високого рівня фінансової стійкості і незалежності;

- створення системи ефективного менеджменту на підприємстві та оптимізація його організаційної структури;

- підтримка високого рівня кваліфікації персоналу підприємства, його інтелектуального потенціалу, забезпечення ефективності науково – дослідних і дослідно – конструкторських робіт;

- захист інформаційного середовища підприємства, комерційної таємниці і досягнення високого рівня інформаційного забезпечення роботи всіх його служб.

Надейко М.,

Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки,

м. Луцьк, Україна

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Підвищення рівня ризиковості функціонування бізнесу та збільшення кількості загроз актуалізують проблеми антикризового управління в системі забезпечення економічної безпеки підприємства.

Економічну безпеку підприємства розглядають як «стан захищеності життєво важливих інтересів підприємства від різноманітних внутрішніх та зовнішніх негативних чинників, що гарантує найбільш ефективне використання корпоративних ресурсів підприємства для забезпечення стабільного функціонування та динамічного розвитку» [2].

Необхідність забезпечення економічної безпеки, що зумовлюється об'єктивною потребою кожного підприємства стабільно функціонувати і досягати цілей діяльності, вимагає ефективного антикризового управління.

Антикризове управління в умовах забезпечення економічної безпеки спрямоване на передбаченні кризових ситуацій та відведенні їх наслідків для підприємства. Методи антикризового управління тісно пов'язані з принципами стратегічного управління підприємством та залежать від виду кризової ситуації, можливих негативних наслідків.

Ефективність антикризового управління в умовах забезпечення економічної безпеки залежить від того, наскільки ефективно керівництво і спеціалісти підприємства здатні уникати можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки ризиків зовнішнього і внутрішнього середовища.

До зовнішніх небезпек та труднощів, з якими стикаються суб'єкти підприємництва в Україні, відносять:

- складність та непрозорість погоджувальних процедур та отримання дозволів;
- корупція в питаннях ліцензування, отримання дозволів, перевірок, митних процедур, тендерів тощо;
- високий податковий тиск та нестабільність податкового законодавства;
- девальвація гривні;
- ріст цін на основні енергоносії;
- низька інвестиційна привабливість окремих регіонів та країни загалом;
- обмеженість доступу до фінансування;
- нестабільність банківського сектору країни;
- недостатній рівень захисту права власності та корпоративних прав, рейдерство.

Внутрішніми загрозами розвитку підприємництва є:

- недостатній рівень інноваційної активності (високі ризики при комерціалізації нововведень, недостатня мотивація інновацій);
- висока енергоємність виробництва;
- низька продуктивність праці;
- неефективне корпоративне управління;
- обмеженість інформації та навичок використання сучасних методів фінансування бізнесу; низька фінансова грамотність [3].

У процесі антикризового управління вирішуються наступні проблеми: розпізнання передкризових ситуацій, від чого залежить можливе запобігання кризи; проблеми пов'язані з основними сферами життєдіяльності підприємства і включають комплекс проблем фінансово-економічного характеру; проблеми прогнозування криз і варіантів поведінки підприємства, розробки управлінських рішень; проблеми пов'язані з конфліктами і селекцією персоналу, проблеми банкрутства і санації підприємств.

Антикризове управління підприємством має бути спрямоване на недопущення прояву найменших ознак ризику і може бути забезпечене в належному обсязі тільки в разі, якщо будуть визначені найважливіші стратегічні напрямки забезпечення безпеки бізнесу і побудована чітка логічна схема своєчасного виявлення і ліквідації можливих небезпек і загроз, а також зменшення наслідків ризику. Тому, для створення надійної системи безпеки підприємства необхідно провести комплекс підготовчих заходів. Від проведених заходів багато в чому залежать рішення, які будуть прийняті в цьому напрямку. Для цього необхідно сформулювати матеріальні та трудові ресурси, що зрештою представляється як ефективність забезпечення безпеки бізнесу. Приймаючи це рішення необхідно розробити концепцію, яка бути складовою системи забезпечення безпеки підприємства. При цьому основна роль у забезпеченні економічної безпеки підприємства належить його персоналу, кадровому потенціалу як основного ресурсу підприємства. Тільки він може приносити прибуток, але водночас персонал є джерелом всіх внутрішніх загроз економічній безпеці, і, в кінцевому рахунку, запорука успіху будь-яких управлінських інновацій [1].

Отже, антикризове управління в умовах забезпечення економічної безпеки підприємства передбачає такий вплив, що забезпечує попередження та нейтралізацію загроз зовнішнього та внутрішнього середовища, пом'якшення негативного впливу ризиків.

Список використаних джерел:

1. Гончарова М.Л. Антикризове управління як складова забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємств [Електронний ресурс]/ М. Гончарова, Г. Хворост // Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/59547/7/Honcharova_Khvorost_Antykryzove_upravlinnia%20.pdf
2. Економіка підприємства: навч. посіб. / [Ліпич Л. Г., Буняк Н.М., Геліч Н. В. та ін.] ; за заг.ред. Л. Г. Ліпич. / [3-тє вид., переробл. і доп.]. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2016. – 610 с.
3. Сак Т. В. Оцінка безпечності функціонування бізнесу в Україні / Т. В. Сак // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2018. – №2 (14). – С. 34-41.

Повзун І., магістрант
Науковий керівник: **Шостак Л.В.**, к.е.н., доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної
діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний етап розвитку економіки України характеризується вільним вибором підприємствами правил відносин із суб'єктами ринку, питання забезпечення фінансово-економічної безпеки все частіше стають перед керівниками підприємств різних форм власності. Чи не найефективнішим методом забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства є вибір оптимальної стратегії його розвитку.

Ретельно продумана, зважена кожна деталь та враховані всі ризики при створенні стратегії фінансово-економічної безпеки підприємства є запорукою його ефективного та довготривалого функціонування на ринку. Яку ж стратегію варто вибрати керівнику підприємства щоб не помилитись? Для цього необхідно ознайомитись із найбільш поширеними та популярними стратегіями фінансово-економічної безпеки підприємства.

Череп О.Г., виділяє три типи стратегії безпеки, які відрізняються за своїм змістом. Перший тип - це стратегія, яка пов'язана з необхідністю раптово реагувати на реальні загрози, що виникли у виробничій діяльності. Створені для вирішення цього завдання підрозділи, виділені сили і кошти можуть послабити або запобігти

дії загроз, і в той же час може виникнути ситуація, коли підприємству буде нанесений збиток. Другий тип - це стратегія, орієнтована на прогнозування, своєчасне виявлення небезпек і загроз, цілеспрямоване дослідження ситуації, як всередині підприємства, так і в навколишньому його середовищі. Виділені для вирішення цього завдання фахівці, сформовані служби безпеки створюють можливість усвідомлено і цілеспрямовано проводити роботу з формування сприятливих умов діяльності підприємства. Третій тип - це стратегія безпеки, спрямована на відшкодування (відновлення, компенсацію) завданого збитку. Дана стратегія може вважатися прийнятною лише тоді, коли збиток нівелюється, або коли немає можливості здійснити стратегію першого і другого типів [1, с. 330].

На противагу попередньому вченому, його колега Доценко Д.В., у системі забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства виділяє:

1) генеральну стратегію економічної безпеки (виражається через загальну концепцію системи забезпечення економічної безпеки підприємства);

2) спеціальну стратегію (застосовується наприклад, залежно від стадії господарської діяльності);

3) функціональну стратегію (реалізовується через регулярну, безперервну роботу всіх його підрозділів по перевірці контрагентів, аналізу операцій, що передбачаються, експертизі документів, виконанню правил роботи з конфіденційною інформацією, тощо; при цьому служба безпеки грає роль контролера);

4) стратегію реактивних заходів (застосовується у разі виникнення або реального здійснення яких-небудь загроз економічній безпеці підприємства; заснована на застосуванні ситуативного підходу і обліку всіх зовнішніх і внутрішніх чинників, реалізується службою безпеки через систему заходів, специфічних для даної ситуації) [2, с.424-425].

В економічній науці виділяють ще дуже велику кількість стратегій фінансово-економічної безпеки підприємства, проте всі вони повинні відповідати певним загальноприйнятим нормам та принципам:

1) комплексність (системність) - необхідність створення такої системи безпеки, що забезпечила б захищеність всіх об'єктів захисту підприємства;

2) пріоритет заходів запобігання (своєчасність) - раннє виявлення загроз та запобігання їх шкідливому впливу;

3) безперервність - постійна дія системи;

4) законність - робота повинна здійснюватися на основі чинного законодавства;

5) плановість - діяльність із забезпечення безпеки організується на основі єдиного задуму, викладеного в комплексній програмі та конкретних планах з окремих напрямів безпеки;

6) оптимальність - досягнення максимальної функціональної ефективності (віддачі) системи економічної безпеки за більш-менш фіксованих витрат виділених для неї ресурсів;

7) взаємодія - погодженість у діяльності всіх учасників системи, включаючи тісні ділові контакти й узгодження дій із зовнішніми організаціями, які забезпечують безпеку підприємств;

8) поєднання гласності та конфіденційності - з одного боку система основних заходів безпеки повинна бути відома всім працівникам підприємства, а з другого - цілий ряд способів, сил, засобів, методів забезпечення безпеки повинні бути законспіровані та відомі дуже вузькому колу фахівців;

9) компетентність - професіоналізм всіх учасників системи [3].

Отже, при виваженому виборі стратегії фінансово-економічної безпеки, підприємство зможе не лише достатньо довго та впевнено утримувати лідируючі позиції на ринку, але й зменшити значну кількість витрат.

Список використаних джерел:

1. Череп О. Г. Управління фінансово-економічною безпекою підприємств в Україні // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. 2012. № 3(61). С. 328-330.

2. Доценко Д.В. Экономическая безопасность: методологические аспекты и составляющие // Аудит и финансовый анализ. 2009. №4. С. 415-427.

3. Іващенко О. В. Система фінансово-економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer28/51.pdf>.

Рижук А., магістрант
Науковий керівник: **Ющишина Л.О.**, к.е.н., доцент
кафедри економіки, безпеки та інноваційної
діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ОСНОВНІ ПРОЦЕДУРИ ЕЛІМІНУВАННЯ РИЗИКІВ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Елімінування ризиків у системі економічної безпеки підприємства – нове для вітчизняної економіки явище. На сьогодні, усвідомлення неминучості ризику і важливість його постійного врахування при проведенні виробничо-комерційної діяльності підвищує шанси підприємства в її успішності і суттєво знижує небезпеку економічних втрат.

Як зазначає У. Бек, «ризики постійно продукуються суспільством, причому це виробництво легітимне, здійснюване у всіх сферах життєдіяльності суспільства – економічній, політичній, соціальній і пов'язане з прийняттям рішень. Від доіндустріальних природних лих ризик відрізняється тим, що його витoki слід шукати в рішеннях, які приймаються індивідами, цілими організаціями і політичними групами» [1, с. 162].

У своїй економічній діяльності підприємства піддаються різного роду ризикам. При цьому вони прагнуть елімінувати ризикові фактори, які спричиняють негативний вплив на вартість їх підприємства.

Елімінувати – це значить усувати, відхиляти, виключати дію всіх ризикових факторів на величину досліджуваного показника, крім одного. Тобто даний прийом дозволяє виміряти вплив кожного окремо взятого ризикового фактора на зміну результативності виробничо-комерційної діяльності підприємства.

Під елімінуванням ризиків слід розуміти сукупність стратегій, методів та інструментів мінімізації негативних наслідків впливу ризиків на підприємство [4, с.222].

У процесі елімінування ризиків у системі економічної безпеки підприємству потрібно розробити програму дій з оптимізації схильності до ризиків: що необхідно застрахувати, де можливо самострахування; з'ясувати, яким чином (на основі порівняння вигоди та витрат) можна оптимізувати кожен тип ризику зокрема, та у їх взаємозв'язку й прийняти рішення про їх оптимальний рівень.

Розробляючи програму елімінування ризиків необхідно обов'язково врахувати вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. На це звертають увагу багато вчених-дослідників. Так, Машина Н.І. зазначає, що «однією з найбільш поширених класифікацій факторів є їх поділ на зовнішні та внутрішні в залежності від джерел їх виникнення» [2]. Сулим М.В. вважає, що «цінність зазначеної класифікації полягає в можливостях: по-перше, визначення загроз підприємству; по-друге, визначення причини виникнення небажаного розвитку події; по-третє, попереднього оцінювання масштабів проявів факторів ризиків; по-четверте, знайти методи управління ризиками; по-п'яте, формування інформаційної бази прийняття управлінського рішення та розроблення рекомендацій» [3].

Таким чином, можемо виокремити основні процедури елімінування ризиків у системі економічної безпеки підприємства, якими вважаємо:

1. Визначення толерантності підприємства до ризику, що проводиться з метою визначення схильності керівників, менеджерів, акціонерів до ризиків та їх наслідків.

2. Вибір стратегій елімінування ризиків. Такий вибір проводиться з урахуванням кон'юнктури ринку, фінансового стану, виробничо-технічних особливостей продукції, а також специфіки бізнес-діяльності. Як правило, використовуються такі типи стратегій елімінування ризиків: безризикова, стратегія прийняття ризику, стратегія превентивного впливу та стратегія подальшого впливу. Обрання конкретної стратегії з елімінування ризиків визначається загальною бізнес-стратегією підприємства.

3. Вибір (визначення) методів елімінування ризиків. Використовується широкий спектр методів (підходів) елімінування ризиків, вибір одного з яких (наприклад, страхування або самострахування) здійснюється на основі порівняльної оцінки їх ефективності та впливу на вартість підприємств.

4. Аналіз і використання інструментів (механізмів) елімінування ризиків передбачає конкретизацію обраного методу (доведення його до чіткого алгоритму), визначення виконавців та необхідних ресурсів для реалізації відповідного інструментарію.

5. Планування (бюджетування) основного процесу елімінування ризиків охоплює розробку набору антикризових заходів і необхідних джерел їх фінансування; здійснюється розробка індивідуальних і зведених бюджетів підприємства (самостійних бізнес-одиниць) з урахуванням затверджених лімітів.

7. Оцінка ефективності (результативності) елімінування ризиків проводиться з метою зіставлення досягнення поставлених цілей (стратегій) з елімінування ризиків з витратами необхідних ресурсів, що підтримують систему інтегрованого управління ризиками на заданому рівні.

Вироблення чітких процедур елімінування ризиків у системі економічної безпеки підприємства є важливими перспективами подальших досліджень за цією проблематикою, а дослідження взаємозв'язків чинників, що спричиняють ризики, та самих ризиків за різними класифікаційними ознаками їх групування, може стати підґрунтям для розвитку процесу елімінування ризиків у системі економічної безпеки діяльності компанії та дозволить розробити дієвий механізм їх зниження.

Список використаних джерел:

1. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У. Бек; пер. с нем. В. Седельника, Н. Федоровой; Послесл. А. Филиппова. – М.: Прогресс- Традиция, 2000. – 384 с.

2. Машина Н. І. Економічний ризик: методи його вимірювання : навч. посіб. / Машина Н.І. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 188 с.

3. Сулим М. В. Економічний ризик та методи його вимірювання : навч. посіб. / М. В. Сулим. – Львів : Вид-во Львів. комерц. академії, 2003. – 196 с.

4. Ющишина Л. Зниження ризиків у процесі планування в системі економічної безпеки підприємства / Л. Ющишина, В. Борисюк, Я. Старушкевич // Сучасні технології менеджменту : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених, (Луцьк, 10 листопада 2016 р.) / відп. ред. проф. Л. М. Черчик, Н. В. Коленда. – Луцьк, 2016. – 368 с. – С. 222-224.

Снітко І., студентка

Науковий керівник: Сафарова А. Т.,
к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту
Східноєвропейського національного
університету ім. Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

СУТНІСТЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних економічних глобальних умовах більшість підприємств працюють в умовах невизначеності, непередбачуваності. Необхідність постійного забезпечення економічної безпеки підприємства зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей діяльності.

Аналіз діяльності підприємств показує, що перед ними гостро стоять питання, які пов'язані з фінансовою, виробничою, технологічною, інвестиційною та інформаційною сферами діяльності. На їхню діяльність також впливає макроекономічна нестабільність, структурна незбалансованість, неадекватне державне втручання. Тому підприємство, як первинна ланка національного господарства, для стабілізації фінансового стану, макроекономічного стану країни, повинно значну увагу приділяти своїй економічній безпеці.

Зважаючи на широкий спектр поглядів щодо категорії «економічна безпека підприємства», єдиного підходу до її трактування сьогодні немає. З огляду на це найбільш вдалими є такі визначення сутності економічної безпеки підприємства.

Г. Козаченко та В. Пономарьов визначають економічну безпеку підприємства «як гармонізацію в часі та просторі економічних інтересів підприємства з інтересами, пов'язаних з ним, суб'єктів зовнішнього середовища, що діють за межами підприємства»[1, с. 4].

В свою чергу, Т. Соколенко розглядає економічну безпеку як стан, при якому стратегічний потенціал фірми знаходиться поблизу меж адаптивності, а загроза втрати економічної безпеки наростає тим дужче, чим ближчою є ступінь адаптивності стратегічного потенціалу до граничної зони [2].

Васильців Т. пропонує під економічною безпекою підприємства розглядати такий стан функціонування, при якому підприємство та його продукція є конкурентоспроможними на ринку, а також одночасно гарантується: найбільш ефективне використання ресурсів, інтелектуального та кадрового потенціалу; стабільність функціонування та прогресивність розвитку; можливість протистояти негативним впливам зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування [3, с. 18].

З позиції С. М. Ілляшенка, категорія «економічна безпека підприємства» трактується як стан ефективності, отриманий за результатами використання ресурсів та ринкових можливостей підприємством задля здійснення захисту від негативних факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища [4].

Яценко Н.М. та Михайлюк С.О. розглядають економічну безпеку підприємства як підсистему національної економічної безпеки та визначають її як економічний стан підприємства, сталий по відношенню до внутрішніх і зовнішніх змін фінансовогосподарської діяльності, не пов'язаної з форс-мажорними обставинами [5]. Таке визначення розглядає економічну безпеку в статичній і не враховує необхідність відповідної реакції на зміни, що відбуваються.

Рудницька О.В. розуміє це поняття, так: економічна безпека підприємства – комплекс заходів, які сприяють підвищенню фінансової стійкості господарчих суб'єктів за умов ринкової економіки, які захищають їх комерційні інтереси від впливу негативних ринкових процесів [6].

Шемаєва Л.Г. тлумачить економічну безпеку підприємства (господарчого суб'єкта), як захищеність його науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу від прямих (активних) або непрямих (пасивних) загроз [7, с. 7].

Таким чином, під економічною безпекою підприємства слід розуміти спеціально побудовану систему захисних заходів, головна мета котрої полягає у

цілеспрямованому та повсякденному забезпеченні безперервної та водночас економічно ефективною і результативною діяльністю підприємства за рахунок боротьби із різного роду чинниками та факторами, що чинять негативний вплив на цю діяльність.

Список використаних джерел:

1. Козаченко Г. В., Пономарьов В. П. Економічна безпека підприємств: сутність і передумови формування // Теорія та практика управління у трансформаційний період: Зб. наук. праць. — Донецьк: ІЕП НАН України, 2001. — Т. 3. — С. 3—7.

2. Соколенко Т. М. Економічна безпека підприємства в умовах транзитивної економіки // VII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція "Наука і життя: сучасні тенденції, інтеграція у світову наукову думку" [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://intkonf.org/kand"ped"n"sokolenko"tm"ekonomichna"bezpeka"pidpriemstva"v"umovah"tranzitivnoyi"ekonomiki](http://intkonf.org/kand)

3. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізм зміцнення: монографія. — Львів: Видво ТзОВ "Ліга Прес", 2008. — 385 с.

4. Скриньковський Р. М. Економічна безпека підприємства: сутність, класифікація та система діагностики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/87.pdf>

5. Яценко Н.М. Регіональна економічна безпека у контексті національної економічної безпеки / Н.М. Яценко, С.О. Михайлюк // Наукові праці Донецького державного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 37. — Донецьк : ДонНТУ, 2001. — С. 78-82.

6. Рудницька О.В. Антикризові заходи національних господарств та виклики для економіки України в посткризовий період / О.В. Рудницька. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_1/Rudnitskaia.pdf

7. Шемаєва Л.Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. д-ра. екон. наук / Л.Г. Шемаєва. — К., 2010. — 39 с.

СЕКЦІЯ VI

Менеджмент та маркетинг бізнес-структур в неіндустріальній економіці

Баган Н., аспірант
Співак І. здобувач вищої освіти ОКР «Бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія
М. Полтава, Україна

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ

Персонал є найбільш складним об'єктом управління, оскільки люди наділені інтелектом. Вони постійно розвивають взаємовідносини, засновані на довготривалій основі. У сучасних умовах цінність людських ресурсів постійно зростає, що призвело до формування системи управління людськими ресурсами [1].

Людські ресурси в будь-якій організації є одними з найбільших капіталовкладень. Управління людськими ресурсами – це комплекс взаємопов'язаних економічних, організаційних та соціально психологічних методів, що забезпечують ефективність трудової діяльності та конкурентоспроможності підприємств [2].

Для забезпечення механізму конкурентоспроможності управління персоналом на підприємстві необхідно поступово забезпечити: демократичний підхід щодо підбору персоналу; створення системи стимулювання безперервного навчання, перепідготовки, підвищення кваліфікації працівників [3].

В роботі з персоналом провідне місце повинен займати маркетинг, який має бути спрямований одночасно на задоволення потреб підприємства в персоналі відповідної кількості і якості, та на виявленні і задоволенні індивідуальних потреб його працівників.

Другою складовою підвищення конкурентоспроможності виступатиме розвиток необхідних психологічних якостей, як шляхом самовдосконалення і саморозвитку працівників, так і за допомогою відповідних тренінгів і мотиваційних засобів. Варто пам'ятати, що в середньому збільшення освітнього рівня робітників на 10% – призводить до росту загальної продуктивності фірми на 8,6%, у той час як збільшення на 10% капітальних вкладень призводить до росту продуктивності лише на 3,4% [3].

Для роботи з людьми на рівні сучасних вимог менеджерам потрібні високі морально-психологічні якості. Часто високі результати забезпечують товариська взаємодопомога, дружелюбність, переважання позитивних емоцій, простота у взаєминах тощо.

Керівники застосовують різні засоби зацікавленості людини до праці, одним з яких є мотивація. Для забезпечення високого рівня трудової мотивації необхідне:

- об'єднання завдань;
- завершеність і цілісність робочих завдань;
- встановлення відносин з споживачами;
- делегування повноважень;
- встановлення зворотного зв'язку [2].

Отже, ключовою складовою успішного ведення бізнесу на підприємстві є ефективне управління та стимулювання персоналу, що має включати маркетинг персоналу, продуктивну мотиваційну діяльність, забезпечення безперервності навчання та постійного підвищення кваліфікації працівників.

Як бачимо, в управлінні організацією далеко не останнє місце посідають людський фактор, психологічні особливості колективу, особисті потреби та інтереси певних його членів. Мистецтво керівництва й полягає в тому, щоб знайти саме такі підходи і методи, які забезпечили б бажаний перебіг подій на підприємстві і спонукали його працівників до кращої праці. У таких умовах управління людськими ресурсами є важливою складовою менеджменту, що сприяє підвищенню ефективності діяльності організації [1].

Список використаних джерел:

1. Лазоренко Л. Особливості сучасного управління людськими ресурсами / Л. Лазоренко. // Персонал. Журнал інтелектуальної освіти. – 2009. – №1. – С. 53–58.

2. Кравченко О. О. Психологічні аспекти управління персоналом [Електронний ресурс] / О. О. Кравченко, С. В. Кикоть // «Young Scientist».. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://revolution.allbest.ru/management/00818498_0.html.

3. Островерхов В. Підвищення конкурентоспроможності управління персоналом як напрям інноваційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] / В. Островерхов // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://rarrpsu.tneu.edu.ua/index.php/rarrpsu/article/view/137>.

Волинець І., к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності підприємства

Бірук С., студентка
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА

Для того щоб досягти цілей, вони мають бути чітко сформульовані та зрозумілі виконавцям. Для відповідного контролю за процесом досягнення цілей важливо щоб вони були ще й формалізовані за допомогою математичних залежностей. Це

дозволить оцінити різні варіанти досягнення цілей, порівняти рівень їх досягнення [1].

Окрім формалізації цілей важливо пам'ятати про обмеження, які супроводжують діяльність підприємства. Серед них наявність відповідних ресурсів, рівність обсягу виробництва продукції (N_i) обсягу попиту на неї (X_i), інакше кажучи підприємство виробляє лише стільки продукції скільки потребує ринок. Саме за таких умов найефективніше використовуються ресурси підприємства, що сприяє досягненню його цілей.

Найперше з чого потрібно виходити, це з можливості досягнень цілей підприємства. Залежно від багатьох факторів, підприємство може ставити самі різноманітні цілі. Ми спробували об'єднати їх в окремі групи:

- максимізація прибутків (відсутність конкуренції на ринку);
- зниження витрат (сильна конкуренція);
- збільшення (зменшення) частки ринку;
- збільшення доходів;

Вихідним моментом в побудові моделі діяльності підприємства є формалізація його цілей [2]. Варто зауважити, що залежно від факторів зовнішнього та внутрішнього середовища одне і теж підприємство буде встановлювати різні цілі. Будучи на ринку лідером (монополістом) фірма може диктувати свої умови і як правило, обирає стратегію максимізації прибутків. В найбільш спрощеному вигляді це може бути записано наступним чином:

$$F = \sum_{i=1}^n N_i \cdot (C_i - S_i) \Rightarrow \max ,$$

де, N_i – обсяг виробництва i -го продукту.

C_i – Ціна 1-ці продукції i -го виду.

S_i – собівартість 1-ці продукції i -го виду.

Проте, таке становище фірми, при якому вона диктує умови, трапляється досить рідко. Як правило в сучасних умовах переважна більшість фірм діє в умовах жорсткої конкуренції, що накладає обмеження на формування цілей. Як правило в таких умовах підприємства ставлять цілі зниження витрат, збільшення доходів, або частки ринку. Відповідно ці цілі можна формалізувати наступним чином:

$$F = \sum_{i=1}^n N_i \cdot S_i \Rightarrow \min$$

$$F = \sum_{i=1}^n N_i \cdot C_i \Rightarrow \max$$

$$F = \sum_{i=1}^n N_i \Rightarrow \max$$

Критерії поведінки фірми, що представлені залежностями 2-4 можуть використовуватись фірмами обмежений час, вони не враховують такого важливого фактора як прибутковість. Тому доцільно доповнити дані критерії обмеженнями по прибутку.

$$P \geq const$$

В такому випадку підприємство буде володіти необхідними ресурсами для нормального функціонування та досягнення цілей. Можливі і інші випадки, щодо пріоритетів діяльності фірм, проте ці є найбільш поширеними. Не дивлячись на той факт, що вони досить непогано описують мету діяльності підприємства вони не розкривають механізм діяльності підприємства, не враховують фактори в яких працює підприємство. В залежностях 1-4 найбільш динамічною величиною є N_i – обсяг виробництва.

Підприємство може виробляти продукції менше очікуваного обсягу споживання, рівного обсягу споживання, або більше обсягу споживання, в надії збільшити обсяги споживання за рахунок окремих заходів (стимулювання покупок...). З іншої сторони обсяги виробництва можуть лімітуватись виробничою потужністю підприємства, в такому разі постає питання про доцільність нарощення виробничих потужностей, чи ліквідації, в разі коли продукт перебуває на кінцевих стадіях ЖЦТ.

Тому наступним кроком має стати дослідження тенденцій попиту на ринку з формулюванням відповідних залежностей [3]. В перспективі отриманні результати повинні бути об'єднанні в єдину систему.

Список використаних джерел:

1. Касьяненко В.О. Моделирование та прогнозування економічних процесів: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / В.О. Касьяненко, Л.В. Старченко – Суми : Університетська книга, 2006. – 185с.
2. Павлова В.А., Рогоза М.Є. Прогнозування діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища // Вісник ДонДУЕТ: Економічні науки. – 2003. - №4(20). – С.140 – 145.
3. Пидкасистый А.П. Экономическое поведение потребителей: Какая теория поможет прогнозировать спрос? / Александр Павлович Пидкасистый. – М.: Рос. пед. агентство, 1997. – 219 с.

Даценко В., магістрант
Герасимяк Н.В., к.е.н., доцент
Луцький національний технічний
університет, м. Луцьк, Україна

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ СПОЖИВАЧІВ В ЦИФРОВУ ЕРУ

Основу сучасного суспільства складає стрімко зростаюча мережа електронних знань та інструментів, що охоплює виробників, постачальників, продавців, покупців і користувачів інформації в електронній формі. Це Інтернет-портали, електронні ринки і магазини, торговельні майданчики й біржі, корпоративні інформаційні системи, електронні фінансові послуги, онлайн-навчання, електронна пошта, електронні ЗМІ, електронний уряд та багато іншого. Реалізація цифрової маркетингової стратегії компаніям необхідна, оскільки активне переміщення споживача в цифрові технології – вже не просто вибір, а спосіб життя.

Питаннями маркетингових комунікацій в Інтернет та загалом Інтернет-маркетингом займалися вчені: І. В. Бойчук, Л. В. Балабанова, Є. П. Голубков, Т. В. Дейнекін, Т. В. Дубовик, Н. С. Ілляшенко, С. М. Ілляшенко, І. Л. Литовченко, М. С. Лебеденко, М. А. Окландер, В. П. Пилипчук, В. Л. Плескач, І. Л. Решетнікова, І. В. Успенський та багатьох інших. Аналіз наукових праць показав, що недостатньо глибоко вивчено методичні засади аналізу споживачів підприємств в умовах цифрового суспільства, зокрема висвітлення особливостей оцінки поведінки споживача (клієнта) 4.0.

Цифровий маркетинг нині займає близько 25 % від обсягу маркетингових бюджетів компаній. Підприємства, що використовують усі доступні цифрові канали та інструменти комунікацій, є в середньому на 25 % прибутковішими за інші підприємства. Тому в сучасних умовах маркетингологи повинні насамперед володіти компетенціями в галузі цифрового маркетингу [1].

Аналіз споживачів – напрям аналізу маркетингової діяльності, що включає в себе визначення сегментів споживачів продукції підприємства, а в кожному із сегментів - мотивів покупців і їх незадоволених потреб. Тим самим отримуємо можливість визначити альтернативні товарні ринки, а значить, задати структуру для прийняття стратегічних маркетингових рішень.

Аналіз мотивації покупців дає інформацію, на основі якої приймається рішення про те, яка пропозиція споживчої цінності буде використана. Стратегічне значення незадоволеної потреби (або потреби, що не задовольняється існуючими товарами) визначається тим, що, досягнувши її насичення, компанія може спробувати потіснити своїх конкурентів з займаних ними позицій [2].

Аналіз споживача, згідно підходу В.Є. Хруцького [3], базується на концепції «7 Os» та містить такі елементи: учасники ринку, предмет ринку, цілі учасників ринку, організації, що є на ринку, операційні процеси на ринку, можливості придбання, канали збуту.

Здійснивши пошук інформації по кожному з напрямів, підприємство може визначити профіль потенційного покупця та визначити особливості його поведінки на ринку.

Один з підходів до аналізу споживачів включає такі напрямки [4]:

- вивчення ставлення споживачів до підприємства;
- вивчення ставлення споживачів до певної товарної марки;
- вивчення рівня задоволеності споживачів;
- вивчення прихильності споживачів до торгової марки;
- вивчення намірів споживачів;
- вивчення процесу прийняття рішення про покупку;
- вивчення поведінки під час та після купівлі;
- вивчення мотивації покупців;
- сегментування ринку за групами споживачів.

Соціальні медіа гармонізують міжфункціональну координацію підрозділів підприємств та зв'язок із споживачами та партнерами. Зростання соціальних мереж останнім часом обумовлено двома чинниками: збільшенням кількості осіб, які підключаються до Інтернет через мобільні телефони та зростанням аудиторії соціальних мереж за рахунок осіб старших вікових категорій (табл. 1) [1].

Параметри основних соціальних мереж [1]

Назва соціальної мережі	Кількість відвідувачів в день, млн. осіб	Кількість унікальних відвідувачів в місяць, млн. осіб	Характеристика аудиторії
Facebook	665	900	Найшвидше зростаючим сегментом є особи в віці 45-54 роки
Twitter	35	500	Найшвидше зростаючим сегментом є особи в віці 55-64 роки
YouTube	-	1000	Найшвидше зростаючим сегментом є особи в віці 18-34 роки
Google+	120	359	Найшвидше зростаючим сегментом є особи в віці 45-54 роки
LinkedIn	9	200	Найбільша світова професійна мережа

Опитування Google показує, що 90 % нашої взаємодії із ЗМІ тепер відбувається завдяки екранним пристроям (смартфони, планшети, ноутбуки, телевізійні екрани). Глобальний інтернет-трафік виріс у 30 разів із 2000 р. по 2014 р., з'єднавши 4х із кожних 10-ти людей у світі.

Розуміння нового клієнта набрало іншого змісту. Так сьогодні клієнту 4.0 відповідають такі риси: тенденція мобільності; оперативність купівлі; вони мають багато зав'язків і більше довіряють колу друзів і родичів, аніж брендам; володіють більшими знаннями і допитливістю; не контролюють те, що хочуть купити; зручність зростає.

Згідно досліджень Національного центру біотехнологічної інформації середній період концентрації людини знизився від 12 секунд у 2000 р. до 8 секунд у 2013 році. Причини, згідно яких зростає пріоритет зручності: урбанізація, зменшення розмірів домогосподарств, перевантажений міський транспорт, перерозподіл ролей між жінкою і чоловіком, потреби поколінь проникнення технологій [5].

Для збільшення шансу на пропаганду бренду маркетологи повинні зробити ставку на пропаганду наступних цільових аудиторій: молодь, жінки, «громадяни Інтернету». Спільноти «інтернет-користувачів», що зростають експоненційно на основі емоційних і взаємно вигідних зав'язків, є ключем для збільшення кількості прихильників бренду [6, с. 54]. Канал – це будь-який онлайн чи оффлайн посередник, який використовує клієнт для взаємодії з брендом. Для маркетологів чим більше існує точок взаємодії та каналів взаємодії, тим краще. На думку Ф. Котлера, щоб розробити маркетингову стратегію, потрібно розглянути шлях покупця більш детально. Програма омніканального (багатоканального) маркетингу реалізується у такій послідовності: позначити всі можливі точки взаємодії й канали на шляху покупця, визначити найважливіші точки взаємодії й канали, поліпшити й інтегрувати найважливіші точки взаємодії та канали.

Умовна схема руху клієнта шляхом покупця передбачає проходження наступних кроків:

1. Знання.
2. Вплив.

3. Запитання.
4. Дія.
5. Пропаганда [6].

Отже, цифрова ера визначає особливості поведінки споживачів та їх вплив на прийняття рішень маркетологами. На сьогодні методологічний інструментарій аналізу споживачів потрібно використовувати враховуючи особливості та тенденції споживацької поведінки, більшість яких використовують цифрові канали комунікацій при прийнятті рішення про покупку.

Список використаних джерел:

1. Окландер М. А. Щоб бути ефективним, маркетинг повинен змінитися / М. А. Окландер // Економіст. – 2014. – № 4. – Режим доступу: <http://ua-ekonomist.com/6661schobbutiefektivnimmarketingpovinenzmnititsya.html>
2. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер. - [7-е изд.; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук]. — СПб.: Питер, 2007. — 496 с.
3. Хруцкий В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. – [изд. 3-е, перераб. и доп.]. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 559 с.
4. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. / С. С. Гаркавенко. – [5-те вид. доп.]. – Київ: Лібра, 2007. – 720 с.
5. NIELSEN визначив шість причин, чому споживачі шукають зручність у всьому [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nielsen.com/ua/uk/insights/news/2018/six-reasons-why-consumers-looking-convenience.html>
6. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер. – К, КМ-Букс. - 2018 с.

Клименко В., к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки ВНЗ УКООПСПЛКИ «Полтавський університет економіки та торгівлі»
Тетерюк Р., здобувач вищої освіти ОКР «бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія
м.Полтава, Україна

ЯПОНСЬКА МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНСЬКИХ РЕАЛІЯХ

Нові умови господарювання вимагають нових підходів до управління підприємством. В мінливих умовах зовнішнього середовища виникає необхідність ламати стереотипи мислення щодо процесу управління підприємством, які склалися протягом тривалого часу.

Б. Будзан, зазначає, що однією з вагомих причин недосконалості управління українськими підприємствами є те, що не вдалося сформувати в вітчизняному менеджменті традиції точності, пунктуальності, здатності до управління своїм часом

і часом підлеглих [1]. Для того, щоб усунути ці недоліки, вважаємо за доцільне використати деякі особливості японської моделі менеджменту.

На думку японського фахівця з менеджменту Х. Йосіхара існує шість характерних ознак японського управління:

- гарантія зайнятості і створення обстановки довіри;
- гласність і цінності корпорації;
- управління, засноване на інформації;
- управління, орієнтоване на якість;
- постійна присутність керівництва на виробництві;
- підтримання чистоти і порядку.

Основні риси японської системи управління визначає ряд концепцій, найважливішими з яких є система довічного найму і процес колективного прийняття рішень. Японське суспільство однорідне і пронизане духом колективізму. Японці завжди мислять від імені груп. Особистість усвідомлює себе насамперед як члена групи, а свою індивідуальність – як індивідуальність частини цілого. Іншою важливою особливістю японського менеджменту є концепція безперервного навчання. Японці впевнені, що безупинне навчання призводить до постійного вдосконаленню майстерності. Кожна людина шляхом безперервного навчання здатна поліпшити якість своєї роботи. Це призводить до саморозвитку, а досягнуті результати приносять моральне задоволення та можливість підвищення на службі [2].

Існує багато принципів, яких дотримуються японські корпорації в своїй діяльності і які доцільно впровадити в повсякденну діяльність українських компаній задля збільшення ефективності управління, а саме :

- приймати управлінські рішення з урахуванням довготермінової перспективи, навіть якщо це шкодить короткотерміновим фінансовим цілям;
- приймати рішення не поспішаючи, на основі консенсусу, зваживши всі можливі варіанти; впроваджувати прийняте рішення без зволікання;
- робити так, щоб споживач отримав те, що йому потрібно, у потрібний час і в потрібній кількості;
- зробити зупинку виробництва з метою вирішення проблем, якщо цього вимагає якість;
- вирішувати проблеми й удосконалювати процеси безпосередньо на робочих місцях. Навіть представники вищого керівництва компанії й керівники підрозділів повинні бачити проблему «власними очима» – лише тоді розуміння ситуації буде правильним, а не поверховим;
- поважати своїх партнерів і постачальників, ставитися до них як до рівноправних учасників спільної справи. Створювати для партнерів умови, стимулювати зростання та розвиток – тоді вони зрозуміють, що їх цінують [3].

Отже для докорінної зміни моделі менеджменту в Україні, необхідно не тільки збільшувати прибуток і рентабельність підприємства, але й піклуватися про робітників і споживачів і ставитися до всіх так, як ви хочете, щоб ставилися до вас.

Список використаних джерел:

1. Українська модель менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ar25.org-/article/ukrayinska-model-menedzhmentu.html>. – Назва з екрану.
2. Опис японської моделі менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studwood.ru/76-5079/menedzhment/opis_yaponskoyi_modeli_menedzhmenta – Назва з екрану.
- 3 Перспективність застосування японського менеджменту в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32464> – Назва з екрану.

Конюх І., студентка
Науковий керівник: Грицюк Н.О.,
к.е.н, старший викладач кафедри економіки,
безпеки та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ОЦІНКА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

З розвитком сучасних тенденцій конкурентної боротьби на ринку – підприємства використовують різноманітні заходи для підвищення власної конкурентоспроможності і, останнім часом, найактивніше використовують маркетингові заходи. Стратегічне планування маркетингової діяльності є одним із найважливіших елементів ефективної діяльності підприємства.

Серед вітчизняних та зарубіжних вчених, які досліджували ефективність використання стратегічного маркетингового планування: Сафонов Ю. [1], Радько О. [2], Панасюк О. [3], Кобелева Т. [4] та інші.

Після встановлення маркетингової стратегії необхідно проводити її оцінку. При аналізі маркетингової стратегії потрібно звернути увагу на наступні елементи [1]: місія та цілі підприємства; ступінь ризику; баланс портфеля; інвестиції.

Серед науковців виділяються два основні показники ефективної маркетингової стратегії: ринкова частка в абсолюті та відносна.

Ринкова частка підприємства – це питома вага товарів підприємства в загальній місткості даного ринку збуту. Вона визначається як співвідношення обсягу збуту товарів фірми на ринку до загального обсягу продаж на цьому ринку (до місткості ринку) і подається у відсотках [2].

Ринкова частка підприємства визначається за формулою:

$$PC = \frac{Q}{MP} \quad (1.1)$$

де, Q – обсяг реалізації товарів на ринку; MP – місткість даного ринку.

Відносна ринкова частка фірми визначається як відношення ринкової частки фірми до ринкової частки найсильнішого ринкового конкурента [39]. Цей показник показує становище підприємства більш точно, так як порівнює його з конкурентом.

Відносну частку можна розрахувати за формулою:

$$ВЧ = \frac{РЧ_п}{РЧ_к} \quad (1.2)$$

де, $РЧ_к$ – ринкова частка конкурента; $РЧ_п$ – ринкова частка підприємства.

Розраховуючи дані показники, ми зможемо оцінити збільшення або зменшення обсягів діяльності підприємства.

Щодо інших показників оцінки, можна виділити рентабельність маркетингових заходів [3]:

$$ROMI = \frac{NPV_{вал} - NPV_{марк}}{NPV_{марк}} \quad (1.3)$$

де NPV – чиста поточна вартість, тобто дисконтована різниця між доходом, отриманим унаслідок маркетингового заходу, і витратами на його реалізацію.

Доволі новим є показник економічної доданої вартості (EVA) – це результат еволюційного розвитку визначення інтегрованих оціночних показників ефективності бізнесу [3]. Цей показник є доцільним для використання власниками, щоб оцінити корисність від доходів та доходів альтернативних вкладень. Саме тому цей показник визначає величину доданої вартості у відношенні до ринкової вартості та ефективність функціонування підприємства. Розрахувати EVA можна за наступною формулою [3]:

$$EVA = EBIT * (1 - T) - WACC * K \quad (1.4)$$

де $EBIT$ – чистий прибуток підприємства до сплати податків; K – загальна величина капіталу; $WACC$ – середньозважена вартість капіталу, T – ставка оподаткування прибутку. Також, за допомогою EVA, можна визначити ринкову вартість підприємства:

$$РВП = ЧА + EVA \quad (1.5)$$

де $РВП$ – ринкова вартість підприємства; $ЧА$ – балансова вартість чистих активів підприємства; EVA – економічна додана вартість майбутніх періодів, величина якої приведена до теперішнього часу.

Важливим моментом є поділ маркетингу на короткостроковий та довгостроковий. Відповідно короткостроковий оцінюється в основному базуючись на доході. Довгостроковий визначається за наступними критеріями:

- відомість бренду;
- лояльність бренду;
- розуміння бренду;
- відданість бренду;
- асоціації, які викликає бренд.

Маркетинг можна оцінювати з точки зору бренду і за допомогою фінансових показників (Рис.1.1) [3].

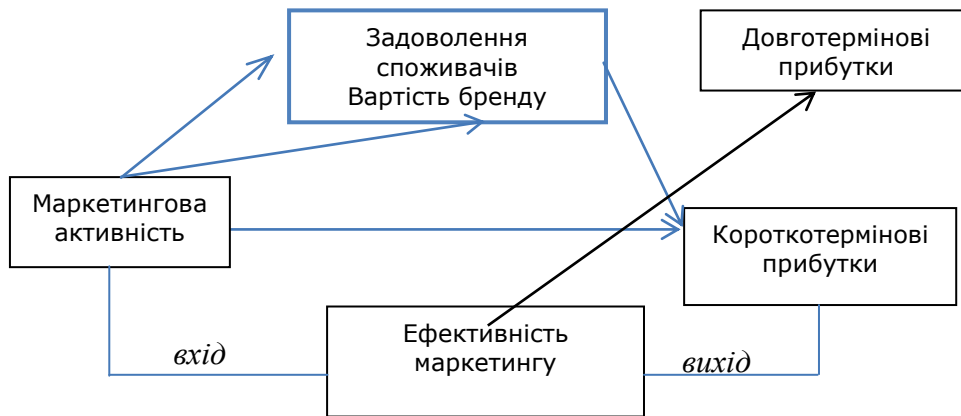


Рис. 1.1. Концептуальна модель ефективності маркетингу

Відповідно до наведеної концепції – маркетинг сприяє підвищенню ефективності функціонування підприємства та отримання короткострокових та довгострокових прибутків. Основними факторами, що впливають на це, можна визначити вартість бренду та задоволення споживачів.

Оцінку ефективності маркетингових заходів можна здійснити за наступними показниками, які враховують управлінські дії [3]:

- ефективність витрат на маркетингові програми:

$$E_{md} = \frac{\Delta Pr}{V_m} \quad (1.6)$$

$$\Delta Pr = V_e - V_b \quad (1.7)$$

$$V_m = I_c + I_v \quad (1.8)$$

- ефективність маркетингових процесів, а саме етап впровадження та пристосування:

$$E_{md} = \frac{\Delta Pr_i}{V_{mri}} \quad (1.9)$$

$$E_{md} = \frac{\Delta Pr_i}{V_{spi}} \quad (1.10)$$

$$E_{md} = \frac{\Delta Pr_i}{V_{mixi}} \quad (1.11)$$

- загальна ефективність маркетингу:

$$E_m = \frac{\sum Pr_i}{\sum (V_{mri} + V_{spi} + V_{mixi})} \quad (1.12)$$

де Pr – приріст обсягу реалізації товарів та послуг; V_m – сукупні витрати на маркетинг; V_e – обсяг реалізованих товарів і послуг на кінець періоду; V_b – обсяг реалізованих товарів та послуг на початок періоду; I_c – матеріальні витрати на маркетинг; I_v – фонд оплати праці менеджерів; Pr_i – приріст обсягу реалізації товарів і послуг на певному ринку; V_{mri} – витрати на дослідження на певному ринку; V_{spi} – витрати на реалізацію стратегічних планів на певному ринку; V_{mixi} – витрати на реалізацію комплексу маркетингу на певному ринку.

Отже, проаналізувавши можливі способи оцінки стратегічного планування маркетингової діяльності, можна сказати, що одного визнаного чи визначеного не існує. На нашу думку, підприємство самостійно повинне обирати ті показники, які вважає за потрібне саме у своїй діяльності. Маркетинг є невід’ємною частиною функціонування підприємства у сучасних умовах розвитку конкурентної боротьби, проте погана маркетингова діяльність може зашкодити більше, ніж її відсутність,

тому оцінка стратегічного планування маркетингової діяльності та її оцінка є важливим елементом ефективного функціонування.

Список використаних джерел:

1. Сафонов Ю. М. Процес формування та оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємств житлового будівництва / Ю. М. Сафонов, В. Г. Євтеєва // Экономика Крыма. – 2013. – № 2. – С. 188-192.
2. Радько О. О. Оцінка ефективності маркетингових стратегій підприємств [Електронний ресурс] / О. О. Радько. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/43165.doc.htm
3. Панасюк О. В. Основні підходи щодо оцінки ефективності маркетингових заходів на промисловому підприємстві / О. В. Панасюк, Л. К. Яцишина // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2013. – № 3. – С. 202-207.
4. Кобелева Т. О. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів / Т. О. Кобелева, Л. С. Марчук // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 25 (1134). – С. 79-84.

Лопушинська О., асистент кафедри менеджменту
Панченко І., здобувач вищої освіти ОКР
«бакалавр»
Полтавська державна аграрна академія
м. Полтава, Україна

ПРАКТИЧНЕ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ МАКДОНАЛЬДС

Сучасний міжнародний поділ праці та сучасні бізнес-технології дозволяють кожному підприємству знайти своє місце у світовому процесі відтворення доданої вартості, але для цього необхідні певні умови. Одна з головних – розуміння та вміння реалізовувати практику менеджменту, якої дотримуються провідні світові компанії [1].

Діяльність менеджерів повинна спиратись не скільки на стандартні прийоми, а на здатність вірно надати оцінку реальній ситуації і знайти реальний вихід. Володіючи мистецтвом менеджменту, можливо завжди знайти головні важелі підвищення ефективності господарської діяльності без додаткових інвестицій чи розширення виробничих можливостей [2].

Можна прослідкувати, що корпорація «McDonalds», запозичила багато ідей роботи у Ф. Тейлора. Він визначав управління як мистецтво знати точно, що слід зробити і як це зробити найкращим способом. Значне місце в системі наукового

управління надавалося персоналу. Суттєвим досягненням школи Ф.Тейлора було систематичне використання стимулювання з метою зацікавлення працівників у збільшенні продуктивності та обсягів виробництва. Передбачалася також можливість відпочинку та перерв у виробництві, а час на виконання певних завдань вважався реальним і справедливо визначеним.

Теорія постановки цілей активно використовується для управління персоналом корпорація «McDonalds». Вони фокусують мотивацію своїх працівників на виконання багатообіцяючих завдань. Основа для самоменеджменту працівників була повністю забезпечена компанією. Це дозволило отримати працівникам задоволення від результату своєї праці в межах теорії. Співробітники корпорації «McDonalds» працюють в команді. Кожна команда ставить перед собою мету і досягає її. Теорія постановки цілей свідчить, що люди будуть мотивовані в тій мірі, в якій вони досягли складні цілі і отримують зворотній зв'язок, що вказує на їх прогрес на шляху досягнення цілей.

Корпорація «McDonalds» користується теорією очікування, щоб мотивувати працівників для досягнення цілей, які є конкретними, досяжними і вимірюваними. Працівники намагаються збільшити продуктивність своєї праці, щоб отримати цінні нагороди [3].

Недоліками в управлінні персоналом компанії «McDonalds» є:

- 1) висока плинність кадрів із-за: монотонності, важкої фізичної праці, рівня її престижності у суспільстві;
- 2) використання низьких розцінок оплати праці для молодшого та середнього персоналу;
- 3) висока розбіжність в оплаті між операційним та вищим управлінським персоналом.

Ці проблеми залишаються не вирішеними. Водночас компанія послідовно удосконалює управління персоналом та працює над ліквідацією недоліків.

Отже, дослідження показують, що люди стають більш мотивованими до праці, якщо мають перед собою ясні цілі і завдання. Тому менеджер повинен правильно організувати роботу, щоб забезпечити ефективне її виконання за допомогою мотивації працівників. У сучасних умовах запроваджується новий погляд на персонал, якій відображає зростання ролі людського фактора в діяльності організації, залежність від якості, мотивації та характеру праці кожного працівника.

Список використаних джерел:

1. Назаренко М. Стратегічний менеджмент знань та інновацій в контексті розвитку стратегічного управління / М. Назаренко // Інновації: практика та досвід. – 2015. – № 1. – С. 9-13.
2. Бережна Г. В. Фактори професійного розвитку менеджерів у міжнародному бізнесі / Г. В. Бережна // Держава та регіони. – 2012. – № 2 (65). – С. 67-72.
3. McDonald's corporation [Електронний ресурс]: corporate.mcdonalds.com. – Режим доступу: <http://corporate.mcdonalds.com/mcd/investors/financial-information/annual-report.html>

Ляшук Н., студентка
Науковий керівник: Шостак Л.В.,
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна та політична нестабільність окремих регіонів України та економіки в цілому вимагає від підприємств приділення особливої уваги оцінці його фінансового стану. Для попередження помилок у формуванні та реалізації ефективної стратегії розвитку будь-якого підприємства, необхідно постійно мати доступ до інформації про поточний рівень фінансової стійкості платоспроможності підприємства, ліквідності його активів і відповідно визначати перспективи його подальшого розвитку.

Особливого значення набуває своєчасна та об'єктивна оцінки фінансового стану підприємств за виникнення різноманітних форм власності, оскільки жоден власник не повинен нехтувати потенційними можливостями збільшення прибутку (доходу) фірми, які можна виявити тільки на підставі своєчасного й об'єктивного аналізу фінансового стану підприємства.

Фінансова діяльність підприємства має бути спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, дотримання розрахункової і кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і залучених коштів, фінансової стійкості з метою ефективного функціонування підприємства.

Показники оцінювання фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний з підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність продовження або встановлення таких відносин з підприємством.

Одним із рушіїв економіки підприємства є конкуренція. Тобто підприємцю варто мати можливість для порівняння власних фінансових показників діяльності із аналогічними інших. Знову ж таки, щоб мати можливість порівняння та вчасно відреагувати на існуючі проблеми кожне підприємство повинне систематично проводити аналіз своєї фінансової діяльності.

Важливо відзначити, що проблемою при проведенні фінансового аналізу діяльності підприємства є оцінка впливу зовнішніх та внутрішніх чинників, оскільки саме це дозволяє не лише оцінити свої надбання, але й виявити резерву для свого подальшого розвитку.

Важливим аспектом проведення оцінки фінансового стану підприємства є аналіз його короткострокових та довгострокових перспектив, що при економічній нестабільності та політичній кризі є практично неможливо.

Таких проблем, які потребують нагального вирішення при оцінці фінансового стану підприємства є дуже багато і для їх вирішення варто змінити те, що під силу вченим, економістам, законотворцям. Особливо варто звернути увагу та намагатись адаптувати до особливостей вітчизняної економіки зарубіжний досвід провідних країн або компаній. Все це в комплексі в майбутньому дасть позитивний результат.

Матвійчук А., студентка
Науковий керівник: Шостак Л.В.,
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

СТАН ПОТЕНЦІАЛУ БІЗНЕС-СТРУКТУР

В Україні бізнес як самостійне соціально-економічне явище розвивається у складних умовах та зіштовхується з різноманітними проблемами [3].

Загострення політичної та посилення економічної нестабільності в 2014 році, початок військових дій на Донбасі, затяжні внутрішні негаразди в реформуванні економіки та правової системи, яка керує економічними та господарськими процесами негативно позначились на основних макроекономічних показниках країни [6]. За даними Державної служби статистики України в 2015 році відбулось зниження основних макроекономічних показників порівняно з попереднім роком: ВВП зменшився на 9,9%; експорт товарів і послуг – на 27,2%; імпорт товарів і послуг – на 29,9%; обсяг промислової продукції – на 13,4%; реальний наявний дохід населення – на 22,2%, капітальні інвестиції – на 1,7%, реальна заробітна плата – на 20,2% [1]. Позитивні зрушення в національній економічній системі можна спостерігати за підсумками 2016 року: ВВП у III кварталі 2016 р. порівняно з відповідним періодом попереднього року збільшився на 2%; обсяг промислової продукції за підсумками року зріс на 2,4%, капітальні інвестиції – на 18%; імпорт товарів і послуг – на 3,7%; реальна заробітна плата – на 21,4%; оборот роздрібної торгівлі – на 3,1%. Однак, негативні тенденції прослідковуються в показниках експорту товарів і послуг (зниження показника на 4,1% за підсумками 2016 року порівняно з попереднім роком); споживчі ціни зросли на 12,4%, а ціни виробників промислової продукції – на 35,7% за даними грудня 2016 р. порівняно з груднем 2015 р. [1].

Незважаючи на кризові перетворення в національній економіці, в 2015 році збереглась позитивна динаміка щодо загальної кількості господарюючих суб'єктів в країні. В 2015 році в Україні функціонувало 1974318 суб'єктів господарювання

(21% – підприємства, решта – фізичні особи-підприємці (ФОП)), що на 2,2% перевищує кількісні показники 2014 року. Питома вага малих і середніх підприємств в загальній кількості підприємств в Україні в 2015 році склала 99,98%; частка малих підприємств, включаючи фізичних осіб-підприємців, – 99,21%; середніх – 0,77%; великих – 0,02%. В цілому в сфері малого та середнього підприємництва з урахуванням фізичних осіб-підприємців в 2015 році було зайнято близько 6,5 млн осіб, або майже 39% зайнятого населення працездатного віку [1; 7]. Разом з тим, за видами економічної діяльності більше половини суб'єктів малого і середнього підприємництва працюють у сфері оптової та роздрібною торгівлі, а виробнича сфера залишається нерозвиненою [6].

Слід зауважити, що зростання загальної кількості господарюючих суб'єктів в країні відбулось, насамперед, за рахунок зростання кількості фізичних осіб-підприємців (у 2015 році зростання склало 2,5% порівняно з попереднім роком). Натомість, динаміка кількості великих і середніх підприємств з 2012 року є негативною. В 2015 році зниження показника досягнуло майже 15% та 4,4% порівняно з 2014 роком для великих і середніх підприємств відповідно [1].

Тенденція до зростання частки малого бізнесу в структурі підприємницького сектору України протягом останніх років має важливе значення для національного господарства, оскільки мале підприємництво є базовою ланкою ринкової економіки, що при вмілому використанні мала б стати дієвим інструментом перебудови та розвитку економіки в цілому. Але українська влада не розцінює діяльність малих та середніх підприємств та роботу ФОП як ефективний рушій економічних процесів.

Разом з тим, значне переважання в структурі вітчизняного малого бізнесу ФОПів не відповідає структурі малого бізнесу європейських країн (SME – small and medium enterprise), оскільки, як зазначають експерти, вітчизняні ФОПи – це переважно самозайнятість в умовах кризи, що не дозволяє генерувати значний дохід. За стандартами Єврокомісії до SME відносять компанії з кількістю працюючих до 250 осіб і оборотом до 50 млн євро. Європейський рівень SME за оборотом на одну особу в 100 і більше разів перевищує те, що ми називаємо середнім бізнесом в Україні [4]. Тобто наші самозайняті особи та малі підприємства за європейськими мірками можна вважати зародком підприємницької ініціативи, що в умовах українських реалій податкового права тримається на власному ентузіазмі. І, звичайно, такі малі підприємства і ФОП не можуть стати конкурентами на міжнародному ринку.

Україна продовжує втрачати позиції у глобальному рейтингу країн світу за показником економічної конкурентоспроможності. Так, за опублікованим Всесвітнім економічним форумом Індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017, Україна посіла 85-е місце серед 138 країн світу, втративши за рік шість позицій (у попередньому рейтингу займала 79-у позицію) [6]. Негативними факторами для ведення бізнесу згідно із дослідженнями глобальної конкурентоспроможності у нашій країні визначено (в порядку зменшення): корупцію (109 місце), політичну нестабільність, інфляцію, неефективну державну бюрократію, ускладнений доступ до фінансів (130 місце), часту зміну урядів (129 місце), високі податкові ставки (123 місце), складність податкового законодавства (110 місце), регулювання валютного ринку (128 місце), невідповідну якість

інфраструктури (75 місце), обмежувальне регулювання ринку праці (73 місце), недостатню здатність до інновацій (52 місце), злочинність та крадіжки (103 місце), погану етику робочої сили (99 місце), низьку якість охорони здоров'я та недостатню освіченість працівників (54 місце) [5].

Посилення кризових явищ у національній економіці може призвести до погіршення перспектив розвитку бізнесу в Україні. Непередбачуваність та недосконалість нормативно-правової бази, складність вітчизняної системи оподаткування, неврегульованість соціально-трудова відносин суттєво ускладнюють адаптацію бізнесу до сучасних соціально-економічних умов господарювання. Важливим завданням держави має стати створення сприятливих умов для функціонування та розвитку підприємництва в країні без бюрократичних бар'єрів з адекватною податково-правовою базою. Основним напрямком поступового відновлення та розвитку національної економіки має стати стимулювання та формування інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу, який складає основу економік більшості розвинутих країн світу.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Концепція державної економічної програми розвитку малого і середнього підприємництва на період до 2020 року URL: lis.gov.ua/.../article/.../Proekt_Koncepcii_do_2020_roku.doc.
3. Марченко О. О. Удосконалення організації бізнесу в Україні з урахуванням сучасного зарубіжного досвіду. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/conf_sep_14/s2/Marchenko.doc.
4. Панченко В. 50 відтінків малого бізнесу. URL : <http://dda.dp.ua/2017/02/15/50-vidtinkiv-malogo-biznesu/>.
5. Позиція України в рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 URL: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyikonkurentospromozhnosti-1>.
6. Причепя І. В. Перспективи розвитку підприємництва в Україні за умов глобалізації та євроінтеграції. Вісник Вінницького національного технічного університету. URL <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/17096/2270.pdf?sequence=3>
7. Причепя І. В., Мещерякова І. К. Проблеми конкурентоспроможного розвитку підприємництва в Україні за сучасних умов. Розвиток підприємництва в Україні : теорія, методологія та практика : колективна монографія / Під ред. д.е.н. професора Непочатенко. Умань : Видавець “Сочінський М. М.”, 2017. 244 с.

Музика М., ст.
Науковий керівник: Данилюк Т.І.,
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Дослідження проблем функціонування та формування механізму застосування маркетингу у системі управління ринковою діяльністю підприємства постало в центрі уваги науковців. Це зумовлено тим, що маркетинг впливає на економічний розвиток відповідного підприємства та визначає напрямки його економічного зростання у цілому [4, с.48].

Проведений аналіз вже існуючих наукових праць з питань маркетингу показав, що нині актуальними є поглиблені теоретичні дослідження, присвячені проблемі адаптації застосування інструментарію маркетингу. Взагалі у наукових працях не приділялось значної уваги питанню розробки комплексного механізму реалізації маркетингу на підприємствах [5, с.83]. У теорії і практиці частково не вирішені питання щодо формування та застосування інструментарію маркетингового управління ринковою діяльністю підприємства. Вимагає деталізації та наукового обґрунтування ефективність застосування маркетингу через аналіз його економічної доцільності. За таких умов побудова комплексного механізму застосування маркетингового управління можлива лише при повному методичному та практичному обґрунтуванні.

Наведені аргументи зумовлюють необхідність дослідження проблеми застосування маркетингового управління та визначення його ролі у діяльності підприємств.

Важливим в діяльності підприємств є систематизація існуючих теорій маркетингу та групування їх за чотирма напрямками трактування: як комплексного поняття, як функції управління, як виду управлінської діяльності, як системи та процесу планування [2, с. 325]. Дана систематизація дозволяє підприємствам розглядати маркетинг за усіма сферами її впливу та пояснює виникнення нових видів маркетингу [3, с.141].

Категоріальний аналіз маркетингового управління ринковою діяльністю підприємства визначає особливості формування інфраструктури маркетингу за сферами та за змістом діяльності, що передбачає застосування різних підходів до їх побудови.

Результатом визначення категоріального базису маркетингового управління стало формування інструментарію управління маркетингом, який передбачає визначення його головних складових, їх ролі і взаємодії, які найбільш повно дозволяють керувати маркетинговими процесами на рівні підприємства.

Визначаючи траєкторію реалізації маркетингу на підприємствах важливим є ефективність застосування маркетингових процедур з врахуванням формування динаміки попиту та пропозиції на товари, роботи, послуги, що виробляються даними підприємствами [1, с. 425]. Для підприємств суттєвим є підхід до формування стратегії розвитку маркетингового управління, який передбачає визначення напрямків і механізмів його застосування з врахуванням специфіки виробничо-господарської діяльності кожного суб'єкта господарювання. Основним принципом інтегрування маркетингу в ринкову діяльність є формування нової маркетингової стратегії на підприємстві, адаптованої до сучасних форм і методів реклами [2, с. 571]. Головним інструментом реалізації маркетингу є рекламна діяльність, яка, як напрямок маркетингу, має забезпечити просування продуктів, інформаційне забезпечення та формування відповідної інфраструктури.

Стратегія реалізації маркетингового управління на підприємстві з врахуванням досягнення її цілей включає необхідність розвитку ринку за усіма видами продукції, формування адекватної йому інформаційної бази через визначення необхідності формування комплексу маркетингових методів з урахуванням системи економіко-математичних моделей та оцінки ступеню ризику.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Маркетинг / Л.В.Балабанова : [підруч. – 2-ге вид.]. – К.: Знання-Прес, 2004. – 645с.
2. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль / Котлер Ф. – СПб.: Питер, 1999. – 896 с.
3. Крикавський Є.В. Промисловий маркетинг / Є. В. Крикавський, Н.П. Чухрай : [підручн. 2-ге вид.]. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2004. – 472 с.
4. Старостіна А.О. Маркетинг / А.О. Старостіна, Д.М. Черваньов, О.В. Зозульов. – К., 2002. – 294 с.
5. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: підручник / О.С. Телетов. – Київ: Центр навч. літератури, 2004. – 248 с.

Новосад О., студентка
Науковий керівник: Мохнюк А.М.
к.е.н., доцент Східноєвропейського
національного університету ім. Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ОСОБЛИВОТІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Глобалізація економіки призвела не тільки до популяризації Інтернету в усіх функціональних сферах діяльності підприємств та появи сучасних програмних систем комунікації, а й до того, що Інтернет став невід'ємною частиною успішного

ведення бізнесу. Сучасні підприємства все частіше поповнюються фахівцями, найнятими винятково для вирішення різних маркетингових завдань із застосуванням електронних технологій.

Інтернет стає основним каналом комунікації зі споживачем, а електронний маркетинг набуває все більшого розвитку для отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії. [1]

Електронний маркетинг вперше з'явився на початку 1990-х років, коли текстові сайти почали розміщувати інформацію про товари. Через деякий час Інтернет-маркетинг переріс у щось більше, ніж продаж інформаційних продуктів. Зараз іде торгівля інформаційним простором, програмними продуктами, бізнес-моделями й багатьма іншими товарами та послугами. Такі компанії, як Google, Yahoo, і MSN піднялися на новий рівень і сегментували ринок Інтернет-реклами, пропонуючи малому і середньому бізнесу послуги з локальної реклами. [3]

Теоретичні та практичні аспекти управління маркетинговими комунікаціями розглянуто у працях таких вітчизняних та зарубіжних учених: А. В. Войчака, Т. Г. Діброви, В. Г. Королька, Т. І. Лук'янець, Г. Г. Почепцова, Т. О. Примак, Є. В. Ромата, Т. М. Циганкової та ін. Питаннями маркетингових комунікацій в Інтернет та загалом Електронним маркетингом займалися вчені: І. В. Бойчук, Л. В. Балабанова, Є. П. Голубков, Т. В. Дейнекін, Т. В. Дубовик, Н. С. Ілляшенко, С. М. Ілляшенко, І. Л. Литовченко, М. С. Лебеденко, М. А. Окландер, В. П. Пилипчук, В. Л. Плескач, І. Л. Решетнікова, І. В. Успенський та багатьох інших. [2]

Електронний маркетинг використовує всі аспекти традиційного маркетингу в Інтернеті, зачіпає основні елементи маркетингміксу: ціна, продукт, місце продажів і просування. Основна мета – отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту. Електронний маркетинг розвивається швидкими темпами, поступово удосконалюючи якісну сутність та форми проявів онлайн діяльності, а також змінюючи управлінську направленість, пріоритети і підприємницьку поведінку суб'єктів ринку. Проте на сьогоднішній день електронний маркетинг сприймається переважно як об'єднання двох основних складових: сукупності маркетингових інструментів онлайн просування та сукупності технічних методів просування в мережі Інтернет. Той факт, що більшість фахівців в даній галузі зводять розуміння цього поняття лише до процесу просування будь-яких товарів або послуг в Інтернеті, або трактують його ще більш вузько: як рекламу у всесвітній мережі, або ще вужче – виключно як банерну рекламу, не дозволяє реально обґрунтувати і пояснити потенціал електронного маркетингу у сучасному підприємстві.

Найважливішими складовими інтернет-маркетингу, що відрізняють його від будь-яких інших видів маркетингової діяльності є можливість інтерактивних маркетингових досліджень, що включають вивчення ринків, споживачів та конкурентів, та комунікативна політика, що, завдяки глобальному поширенню та популярності Інтернету серед населення всього світу, дає будь-якому бізнесу унікальні нові можливості (формування систем інтернет-комунікацій, проведення рекламних кампаній, організацію збуту, онлайн формування брендів та ін.). Крім того, роль, виконувана Інтернетом, не обмежується тільки комунікативними функціями, а також включає в себе можливість укладання угод, здійснення покупок

і проведення платежів, надаючи йому риси глобального електронного ринку. І, враховуючи всі реальні можливості інтернет-маркетингу, можна впевнено сказати, що перехід реального бізнесу до віртуального простору, є лише питанням часу та рівня знань. [4]

Процес розвитку інтернет-маркетингу в Україні значно відрізняється від шляху європейських країн і США. Це пов'язано перш за все з особливістю користувачів, які проживають на території України.

До головних особливостей належать такі: 1) доступ до Інтернету в Україні має переважно міське населення; 2) Інтернет в Україні поки що є більш доступним людям з рівнем доходу вище середнього; 3) забезпеченість якісним зв'язком та рівень комп'ютерної грамотності населення України залишаються недостатніми; 4) переважне використання готівки серед домогосподарств. Враховуючи ситуацію, що склалася сьогодні у сфері інтернет-маркетингу, можна спрогнозувати такі напрями розвитку у майбутньому: 1) зростання питомої ваги інтернет-торгівлі в сфері товарно-грошових відносин, збільшення загального обсягу віртуального товарообігу; 2) посилення конкуренції між суб'єктами-учасниками ринку інтернет-торгівлі; 3) поява нових видів товарів та послуг в сегменті пропозиції інтернет-маркетингу; 4) посилення рівня вимогливості клієнтів та збільшення їх критичності до процесу вибору конкретної пропозиції товарів чи послуг в сегменті попиту; 5) посилення законодавчої регламентації та умов провадження інтернет-торгівлі; 6) посилення інтеграції вітчизняного інтернет-ринку до світового. Важливим інструментом інтернет-маркетингу є організація веб-сайтів компаній, які виступають основним носієм маркетингової інформації та сучасних проявів інтерактивної поведінки та взаємовідносин учасників ринку.

Для підвищення ефективності діяльності в підприємства сфері дуже важливо вкладати кошти в нові цифрові канали спілкування з наявними й потенційними клієнтами; створювати нові типи відносин для відкриття нових можливостей; застосовувати відчутні бонуси для залучення прихильників і створювати автономні й мережеві спільноти для зміцнення бренду. Активний розвиток цифрових технологій та Інтернету, а також підвищення рівня важливості якісної та оперативної інформації для успішного ведення бізнесу дають змогу істотно розширити спектр інформаційних сервісів і зробити їх ще більш оперативними.

Електронний маркетинг сьогодні є одним з найперспективніших напрямів розвитку маркетингу в Україні. Ця сфера активно розвивається, незважаючи на економічні кризи та різні зовнішні і внутрішні перешкоди. Варто також зазначити, що електронний маркетинг, як будь-який вид маркетингу має свої переваги і недоліки, які потрібно враховувати, використовуючи його інструменти під час здійснення діяльності підприємства. Інтернет-маркетинг дозволяє максимально здешевити витрати на збут, розширити ринок збуту товарів за рахунок охоплення нової аудиторії, застосування сучасних методів реклами, дозволяє також провести аналітику попиту на товар, що надає здатність корегувати і відповідати вимогам ринку, але при цьому варто також прийняти до уваги, що з розвитком Інтернет-технологій, потрібно також розвивати систему збуту, враховувати можливість виходу з ладу сайту, де зберігатиметься інформація про товари. Також, рівень довіри споживача має схильність знижуватися в зв'язку з випадками шахрайства.

Список використаних джерел:

1. Тертичний О.О. Особливості маркетингу в мережі Інтернет/Тертичний О.О.//Мукачівський державний університет,2017 – Режим доступу http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/64.pdf
2. Гуменна О.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій/ Гуменна О.В.// Наукові записки НаУКМА .Економічні науки-2016-Режим доступу journals.ukma.edu.ua/spne/article/download/95/87
3. Світлана Шпилик. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства/С.Шпилик// Галицький економічний вісник,№2(49)-2015-Режим доступу http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/13097/2/GEV_2015v49n2_Shylyk_S-Internet_as_an_effective_212-223.pdf
4. Ляшенко Г. П. Інтернет-маркетинг та його інструменти / Г. П. Ляшенко, Р. В. Моткалюк // Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право). - 2015. - № 3. - С. 59-65. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu_2015_3_9

Панасюк В., к.е.н., доцент
декан факультету обліку і аудиту
Тернопільський національний
економічний університет
м. Тернопіль, Україна

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ОБ'ЄКТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Нова економічна система визначила свої правила подальшого розвитку країни. Зміни торкнулися всіх сфер життєдіяльності людей, не стала винятком і соціальна інфраструктура. Але оскільки соціальна інфраструктура належить до сфери невиробничого призначення і фінансується за рахунок коштів державного бюджету, то перетворення, що відбулися, серйозним чином позначилися на стані соціальної інфраструктури. Так, наприклад, частина об'єктів соціальної інфраструктури були віддані в приватні руки; державний дефіцит перешкоджав в повній мірі здійснювати фінансування об'єктів соціальної інфраструктури, що призвело до зниження рівня фінансової забезпеченості даних об'єктів; міграційні процеси, пов'язані з переселенням людей з села в місто, привели до зміни структури споживачів соціальних послуг.

Необхідність розробки стратегії розвитку об'єктів соціальної інфраструктури пред'являє інші вимоги до змісту, організації, форм і методів управлінської діяльності на рівні регіону. Досягнення цієї мети можливе лише на основі врахування всіх факторів, що визначають розвиток об'єктів соціальної інфраструктури в регіоні.

Для сучасного етапу розвитку соціальної інфраструктури характерні:

загальне зменшення різноманітності і числа об'єктів соціальної інфраструктури та відповідне скорочення їх обсягу та асортименту, погіршення якості послуг;

нерівномірний, незбалансований, асиметричний в цілому розвиток галузей соціальної інфраструктури;

наявність в даній сфері дефіциту в соціальних об'єктах, нерозвиненість ринкових механізмів відтворення її послуг, обумовлене недостатнім обсягом коштів, суперечливі наслідки практики передачі об'єктів соціальної інфраструктури з державного, регіонального на місцевий рівень без відповідної фінансової, організаційної та інвестиційної підтримки з боку держави;

регіони значно диференційовані за рівнем забезпеченості населення об'єктами соціальної інфраструктури, інтенсивності їх використання і, відповідно, розмірами витрат на об'єкти соціальної інфраструктури в розрахунку на душу населення.

При цьому немає жорсткої функціональної залежності між темпами макроекономічного розвитку регіонів в цілому і темпами розвитку соціальної інфраструктури на їх території. Проте, при певних умовах і в економічно слабо розвинених регіонах може бути досягнутий високий рівень розвитку соціальної інфраструктури. Тому управлінські рішення, пов'язані з розвитком соціальної інфраструктури повинні здійснюватися не на основі загальних макроекономічних показників розвитку регіону, а за допомогою конкретних факторів, що характеризують стан і умови розвитку соціальної інфраструктури в регіоні. Досягнення цих цілей можливо за рахунок розробки інструментів і їх використання для цілей соціально-економічного розвитку, що відображають рівень забезпеченості об'єктами соціальної інфраструктури.

Вивчення принципів формування стратегії соціальної інфраструктури проводилося на основі аналізу сучасних наукових уявлень про оцінки ефективності інвестицій. Вивчення їх змісту, безумовно, представляє теоретичний і практичний інтерес, проте не може бути вичерпним з точки зору формування принципів вибору стратегії розвитку соціальної інфраструктури в сучасних умовах.

Аналіз існуючої літератури дозволив виділити основні принципи формування стратегії соціальних галузей. Розглянемо склад запропонованих принципів, а також їх зміст більш детально.

1. Рівність суб'єктів регіону у визначенні потреби населення в об'єктах соціальної сфери полягає в необхідності рівноправного розподілу об'єктів соціальної сфери між населенням різних територій.

2. Ефективність використання коштів бюджету, що передбачає досягнення нормативної забезпеченості об'єктами соціальної сфери при мінімальних обсягах вкладень бюджетних коштів – полягає в оптимальному розподілі виділених коштів регіонального бюджету для розв'язання задач вирівнювання та/або доведення до нормативного рівня забезпеченості об'єктів соціальної сфери.

3. Достовірність вихідних даних та прозорості процедури визначення потреби і обсягів капітальних вкладень в об'єкти соціальної сфери – прозорість процедури передбачає використання єдиних методів і критеріїв оцінки ефективності соціальних інвестицій при вирішенні задач розподілу капітальних вкладень, а також відкритість інформації про результати такого розподілу

4. Системність оцінки, що передбачає врахування всього комплексу показників, що чинять істотний вплив як на величину потреби, так і обсяг капітальних вкладень – полягає в комплексному врахуванні всієї сукупності факторів, які впливають на ефективність здійснюваних капітальних вкладень в об'єкти соціальної сфери.

5. Адаптація використовуваної вхідної інформації до можливостей існуючої статистичної звітності полягає в можливості використання наявної інформації для вирішення задачі оцінки ефективності інвестицій у соціальну інфраструктуру, на основі передбачуваних критеріїв і методів.

Розглянуті принципи не враховують особливостей соціальних інвестицій з точки зору джерел їх формування, закріплення за відповідним рівнем бюджету, територіального розміщення об'єктів соціальної інфраструктури. У зв'язку з цим виникла необхідність введення додаткових принципів.

Зміст запропонованих нами у дослідженні принципів конкретизовано з урахуванням виявлених особливостей розвитку соціальних галузей на сучасному етапі, а також форм їх прояву. Особливості, що визначили принципи формування стратегії соціальної інфраструктури, а також їх утримання, представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Принципи формування стратегії соціальної інфраструктури

Особливості розвитку соціальної інфраструктури	Принципи
Багатофункціональність галузей, різний характер інвестування та територіального розміщення об'єктів соціальної сфери	Принцип декомпозиції об'єктів соціальної інфраструктури
Високий рівень зносу і незбалансованість об'єктів соціальної інфраструктури, недостатність бюджетних ресурсів	Поетапне досягнення державних нормативів забезпеченості об'єктами соціальної інфраструктури
Невизначеність і непередбачуваність параметрів розвитку соціальної інфраструктури, бюджетний дефіцит і багатоваріантність інвестування соціальних інвестицій при зростанні обсягу ВВП, що спостерігається	Облік стратегічного характеру розвитку об'єктів соціальної інфраструктури Оптимальність розподілу соціальних інвестицій

Таким чином, результати дослідження характеру впливу чинників, а також закономірності і тенденції розвитку сучасного стану соціальної інфраструктури вимагають перегляду принципів формування стратегії розвитку об'єктів соціальної інфраструктури. Зміст запропонованих в статті принципів конкретизовано з урахуванням виявлених особливостей розвитку соціальних галузей на сучасному етапі, а також форм їх прояву. Сформульовані принципи підлягають врахуванню при вирішенні завдання розробки інструментів формування стратегії розвитку соціальної інфраструктури в регіоні. Разом з тим реалізація запропонованих принципів вимагає врахування відмінностей в об'єктах соціальної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Верховод І.О. Теоретичні основи ідентифікації та принципи реформування соціальної сфери економіки сучасної України / І.О. Верховод // Україна: аспекти праці. – 2014. – № 6. – С. 28-37.
2. Геєць В.М. Ліберально-демократичні засади: курс на модернізацію України / В.М. Геєць // Економіка України. – 2010. – №3. – С. 4-20.
3. Лазарев В.А. К вопросу о соотношении понятий «сфера услуг», «непроизводственная сфера», «социальная сфера», «сфера обслуживания» и «сфера сервиса» / В.А. Лазарев // Науковедение. – 2016. – Т. 8. – № 6. – С. 53-63.
4. Маргулян Я.А. Социальная сфера региона как пространство развития человеческого капитала / Я.А. Маргулян, А.Ю. Булатецкая // Экономика, право, организация и управление в социальной работе: сборник научных трудов. – СПб., 2017. – С. 19-28.
5. Пакуліна А.А. Дослідження особливостей соціальної сфери України в умовах глобалізації економіки та аналіз трансформації її інституційного середовища / А.А. Пакуліна, Г.С. Пакуліна // Економічний простір. – 2014. – № 84. – С. 80-88.
6. Підлипна Р.П. Соціальна сфера в контексті її функціонування / Р.П. Підлипна // Вісник Львівської комерційної академії. Серія: економічна. – 2015. – Вип. 48. – С. 62-65.
7. Чернюк Л.Г. Соціальна інфраструктура та її пріоритетність в системі суспільного розвитку (методолого-організаційні аспекти) / Л.Г.Чернюк, П.В.Пепа // Вісник Чернігівського держ. ун-ту. (Серія: економічні науки). – Вип. 1 (56). – 2012. – С. 10-20.

Савченко К., магістр, **Фурс А.,** магістр,
Клименко Д., магістр, **Сушко А.,** магістр
Таврійський національний університет ім. В.І.
Вернадського, м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

Конкурентоспроможність підприємства є надзвичайно складним об'єктом оцінки, прогнозування, управління.

Конкурентоспроможність можна оцінити шляхом порівняння підприємств, що належать до однієї сфери бізнесу, як у масштабах регіону, країни, так і в глобальних масштабах. Тому підприємство може бути визнане конкурентоспроможним на регіональному чи вітчизняному ринку і неконкурентоспроможним – на світовому. Нове конкурентне середовище потребує перегляду концептуальних підходів до трактування конкурентоспроможності підприємства та вироблення критеріїв і методів її оцінки, оскільки в умовах глобалізації створення потенціалу конкурентоспроможності можливе за умови орієнтації на рівень міжнародної конкуренції.

Управління конкурентоспроможністю підприємства – це цілеспрямований вплив на фактори і умови, які її формують. Результати аналізу і прогнозування впливу як позитивних, так і негативних факторів необхідно реалізувати в оригінально сформованих конкурентних перевагах, які передбачають використання нових можливостей ринкового середовища і мікросередовища підприємства, а також мінімізацію ризиків. Особливості побудови і функціонування системи управління підприємства залежать від взаємодії основних сил конкуренції в даній сфері бізнесу, стадії життєвого циклу підприємства, можливостей забезпечення гнучкості виробничої системи.

Головна передумова формування факторів, які забезпечують підприємству високі досягнення, полягає у здатності підприємства з'ясувати та утримати на протязі тривалого часу свої переваги як виробника товару у порівнянні з конкуруючими постачальниками.

Незважаючи на складний та багато причинний характер успіху, рішуче значення мають лише окремі параметри. Отже, високі досягнення на ринку у підприємства буде лише у тому випадку, якщо воно зможе досягти конкурентних переваг, опираючись на головні фактори успіху у своїй галузі.

Найбільш важливим завданням для підприємства сьогодні є не просто отримання кращих результатів та прийняття вірних рішень, а побудова та забезпечення функціонування систем організації управління та обліку, направлених на досягнення конкретної мети або вирішення конкретних завдань.

Перехід до ринкової економіки зумовлює необхідність системного дослідження та аналізу стану підприємств-конкурентів. За ринкових умов нормально функціонувати здатні тільки фінансово стабільні підприємства, управлінський персонал яких опанував сутність економічних аспектів управління конкуренцією.

Конкурентоспроможність підприємства потрібно розглядати як важливе стратегічне завдання, а формування потенціалу конкурентоспроможності – як основне завдання системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Зрозуміло, що конкурентоспроможність є результатом функціонування всієї системи управління, однак формування стратегічних, перспективних та конкурентних переваг забезпечується системою стратегічного менеджменту і, в першу чергу, обраними підходами до формування і реалізації стратегії. На користь такого твердження можна привести одне з оригінальних визначень, поширених у стратегічному менеджменті, відповідного до якого формування потенціалу конкурентоспроможності трактується як “управління конкурентними перевагами” [1, с.36].

Реформування української економіки викликало перехід підприємств від діяльності в стабільному, регламентованому зверху середовищі до функціонування в умовах підвищеної нестабільності факторів зовнішнього середовища та їх невизначеності в часі. Керівництво підприємств змушене самостійно приймати довгострокові стратегічні рішення. Тому оволодіння стратегією управління конкурентоспроможністю постає життєво важливою проблемою і необхідною складовою частиною загальної системи стратегічного управління розвитком підприємства.

В основу розробки стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства слід покласти насамперед принцип безперервної адаптації підприємства до мінливих умов господарської діяльності.

Вперше цей принцип було проаналізовано професором Кембріджського університету А. Чандлером і підтримано І. Ансоффом, Б. Карлоффом, П. Друкером. Чандлер на прикладі провідних американських корпорацій проведено дослідження трансформації стратегічного управління під впливом мінливого зовнішнього середовища. Внаслідок з'явилася еволюційна концепція стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств [2, с. 109].

Суть її полягає в тому, що зовнішнє середовище зазнає природної еволюції, за якої посилюється нестабільність економічного розвитку: оновлення продукції, зміни попиту, ділової активності, посилення чи послаблення позицій конкурентів тощо. Тому на кожному етапі в стратегії підприємства повинна мати місце відповідна політика (певні методи, способи та засоби реалізації), адекватна рівню зовнішньої нестабільності. Ця концепція характерна для підприємств, які функціонують у відносно стабільній економіці, де зміни відбуваються еволюційно, але в прогресуючому напрямку. На жаль, вона практично не пристосована для умов української економіки, яка переживає стрибкоподібні, революційні зміни, які спричиняють не сануючий, а руйнівний вплив на стан підприємства і економіки взагалі.

В основі організації системи стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства покладено такі етапи:

- стратегічний моніторинг або збір конкурентно-важливої інформації;
- розробка управлінських дій, зорієнтованих на зовнішнє середовище;
- третій етап пов'язаний з орієнтацією на внутрішні можливості підприємства.;
- з урахуванням результатів зовнішніх та внутрішніх досліджень розробити систему дій, зорієнтованих на конкретні ринкову ситуацію у певному конкурентному оточенні підприємства.

Таким чином, оцінка конкурентоспроможності підприємства та вибір конкурентної стратегії повинна базуватися на комплексному, багатовимірному підході до цього складного явища і враховувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище, як рівень фінансової стійкості підприємства, так і реальне становище підприємств конкурентів.

Список використаних джерел:

1. Коробов МЛ. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посібник - 3-тє вид., переробл. І доп. - К.: Т-во „Знання”, КОО, 2002. - 294с.
2. Мендрул О.Г. Управління вартістю підприємства: монографія . - К.: СНЕУ, 2002.
3. Павлова В. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства: [Електронний ресурс] / В. А. Павлова, Р. В. Губарєв // Європейський вектор розвитку. – 2014. – № 2(17). – Режим доступу : <http://duer.edu/uploads/vidavnitsto14-15/10112.pdf>.

Шевченко Є., студент, Корсун О., магістр
Кравчук О., магістр, Кривой Я., магістр,
Мала В., магістр
Таврійський національний університет ім. В.І.
Вернадського, м. Київ, Україна

ДІАГНОСТИКА ФАКТОРІВ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Розглядаючи зовнішнє і внутрішнє середовище підприємств регіону, можна сформуванати ряд факторів, під впливом яких змінюються основні аспекти їх соціально-економічної діяльності, а отже і рівень підприємницького потенціалу – споживчий рівень, політична та економічна ситуація в галузі, соціальний аспект, організаційні зміни, інноваційний рівень підприємств, виробнича база, фінансові ресурси, кадровий склад. Види впливу середовища на формування підприємницького потенціалу та стійкого функціонування підприємств в цілому різноманітні, у зв'язку з чим при їхньому розгляді необхідне використання чіткої системи, що дозволить певним чином їх упорядкувати. У сукупності факторів, які спричиняють вплив на соціально-економічну діяльність підприємств і які змушують вносити зміни до організаційно-економічного механізму розвитку підприємницького потенціалу, пропонується застосовувати таку категорію як економічна діагностика. У цілому, економічна діагностика спрямована визначення стану господарської діяльності на підприємствах й оцінку економічних наслідків, пов'язаних з реалізацією управлінських рішень, що нап'язу пов'язано з раціональним використанням підприємницького потенціалу.

Економічна діагностика факторів формування підприємницького потенціалу впливає на розвиток суб'єктів господарювання та дозволяє вирішити ряд питань, які відіграють значну роль для стійкого функціонування підприємств:

- оцінити стан підприємства (господарської системи, об'єднання) в умовах обмеженої інформації;

- проаналізувати режим функціонування механізму розвитку підприємницького потенціалу, його ефективність і на цій основі - стабільність роботи підприємств;

- розглянути можливі наслідки управлінських рішень, зв'язаних з динамікою і структурою потенціалу і виробництва з погляду ефективності використання підприємницького потенціалу, фінансового стану і платоспроможності підприємств.

Мета діагностики факторів формування підприємницького потенціалу організації - підвищення ефективності його роботи на основі системного вивчення всіх його елементів і узагальнення їхніх результатів. Правильний вибір і постановка завдань діагностики факторів мають практичне значення для галузей промисловості. На основі поставлених цілей і з урахуванням наявних можливостей визначається розмір підприємницького потенціалу організації, розробляються засоби досягнення оптимальних рішень, підбираються методи управління, прогноуються зміни в організаційному, технологічному, комерційному й інших видах діяльності підприємств. Система цілей і завдань аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств конкретизується щодо змісту, часу реалізації і рівня [1].

Предметом діагностики факторів формування підприємницького потенціалу є оцінювання виробничих і економічних результатів, фінансового стану, результатів соціального розвитку і використання трудових ресурсів, стан і використання основних фондів, витрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг), визначення ефективності.

Діагностика факторів формування підприємницького потенціалу організації заснована на комплексному вивченні процесів і результатів техніко-економічного розвитку підприємств і виявленні основних причинно-наслідкових зв'язків. Вона включає дослідження сукупності технологічних, соціально-економічних, правових, екологічних і інших процесів, закономірностей формування, побудови і функціонування систем управління; принципів побудови організаційних структур, оцінювання ефективності застосовуваних методів інформаційного, матеріально-технічного і кадрового забезпечення. У процесі діагностики факторів, який впливає на формування підприємницького потенціалу організації, розглядаються фінансова, маркетингова, кадрова і управлінська його діяльність.

Під час галузевого розподілу промисловості регіону характерні такі фактори зростання підприємницького потенціалу, які запропоновано звести у таблицю, що містить дві основні їх групи - фактори, що сприяють і перешкоджають розвитку підприємницького потенціалу підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори, що впливають на розвиток підприємницького потенціалу організацій [2]

Група факторів	Фактори, що перешкоджають розвитку підприємницького потенціалу	Фактори, що сприяють розвитку підприємницького потенціалу
Економічні, Технологічні	недолік засобів для належного фінансування галузі; слабкість матеріально- і науково-технічної бази і застаріла технологія, відсутність резервних галузей; домінування інтересів поточного виробництва	наявність резерву фінансів, матеріально-технічних засобів; наявність прогресивних технологій; наявність необхідної господарської і науково-технічної інфраструктури, матеріальне заохочення за трудову активність
Політичні, Правові	обмеження з боку антимонопольного, податкового, патентно-ліцензійного законодавства	законодавчі заходи (особливо пільги) що заохочують підприємницьку діяльність, державна підтримка інвестицій

<p>Організаційно-управлінські</p>	<p>устояні організаційні структури, зайва централізація, авторитарний стиль управління, перевага вертикальних потоків інформації; відомча замкнутість, труднощі міжгалузевих і міжорганізаційних взаємодій, твердість у плануванні; орієнтація на сформовані ринки; орієнтація на короткострокову окупність; складність узгодження інтересів учасників управлінського складу</p>	<p>гнучкість організаційних структур, демократичний стиль управління, переваги горизонтальних потоків інформації, самопланування, допущення коригувань; децентралізація, автономія, формування цільових проблемних груп</p>
<p>Соціально-психологічні, Культурні</p>	<p>опір змінам, що можуть викликати такі наслідки, зміна статусу, необхідність пошуку нової роботи, перебудова сталих способів діяльності, порушення стереотипів поведіння, що склалися, традицій; острах невизначеності, побоювання покарань за невдачу; опір усьому новому, що йде ззовні</p>	<p>моральне заохочення, суспільне визнання; забезпечення можливостей самореалізації збільшення творчої праці; нормальний психологічний клімат у трудовому колективі</p>

Треба зазначити, що процес формування, використання, реалізації підприємницького потенціалу може змінюватися в залежності від характеру конкурентного ринку. Зміни стану конкурентного ринку можуть призвести до різних наслідків використання підприємницького потенціалу підприємств. Управління підприємницьким потенціалом повинно орієнтуватися на розвиток не максимальних можливостей, а лише тих можливостей, що забезпечать конкурентну перевагу та результативність роботи підприємства, відповідаючи вимогам та умовам функціонування зовнішнього конкурентного середовища.

В цілому слід зазначити, що економічна діагностика стану підприємств дає змогу в повному обсязі використовувати підприємницький потенціал, забезпечує йому можливість як реалізовувати визначені цілі і завдання, так і формувати внутрішнє середовище, зберігаючи власні конкурентні позиції.

Список використаних джерел:

1. Воронкова А.Е. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: монографія / А.Е. Воронкова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 520 с.
2. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография. / Е.В. Лапин - Сумы. Итд «Университетская книга», 2002. — 310 с.
3. Матвеев В.В. Сутність стратегічного управління конкурентним потенціалом підприємства / В.В. Матвеев // Молодий вчений. – 2015. – № 2(2). – С. 179–184.

Шевчук А., студентка
Вища школа економіки та інновацій, м. Люблін,
Польща

Науковий керівник: Данилюк Т.І.
К.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк, Україна

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

На сучасному етапі розвитку економіки країни, який ґрунтується на ринковому механізмі, створюються сприятливі умови для поширення функціонування підприємств сфери послуг. Їхній стрімкий розвиток вплинув на посилення конкурентної боротьби, визначив необхідність широкого впровадження елементів маркетингу та застосування якісно нового підходу до управління маркетингом.

Управлінські рішення, пов'язані з маркетингом, стають сьогодні одними із самих складних завдань управлінської діяльності, які суттєво впливають на інші функціональні сфери підприємства. Все більшу актуальність мають питання глибокої орієнтації на споживача, збільшується необхідність взаємозв'язку розрізнених елементів управлінської діяльності, з впливом на обсяг та структуру попиту. У зв'язку з цим, загострюється проблема формування на підприємстві системи управління маркетингом, яка забезпечила б необхідний рівень маркетингового менеджменту.

Дослідження проблем функціонування та формування механізму застосування маркетингу у системі управління ринковою діяльністю підприємства постало в центрі уваги науковців. Це зумовлено тим, що маркетинг впливає на економічний розвиток відповідного підприємства та визначає напрямки його економічного зростання у цілому [4, с.48].

Під впливом наукових, економічних, технологічних та соціальних факторів постійно збільшуються потреби в послугах, підвищуються вимоги до показників їх якості. Посилюється роль управління маркетингом, як головної сфери діяльності підприємств, постають питання здійснення внутрішньоорганізаційних змін, методичного та інформаційного забезпечення. Зростання потреб у послугах та вирішення проблем їх задоволення вимагають обґрунтування науково-методичних підходів щодо розвитку ринку послуг та вироблення практичних заходів для взаємодії суб'єктів ринку послуг на основі взаємовигідних партнерських відносин.

Діапазон економічних явищ, які впливають на маркетингову діяльність, змінюється залежно від розвитку ринку, виробництва послуг та потреб і відповідно до цього з'являються нові елементи маркетингу, переглядаються напрями та зміст традиційних методів управління. У наш час завдання маркетингу зводиться не тільки до реалізації вже вироблених послуг, а доповнюється впливом на споживача, на формування його потреб з урахуванням можливостей розширюваного

виробництва зі створення нових послуг. Тому, основну увагу зосереджено на дослідженні інтересів суб'єктів ринку, насамперед споживачів та виробників послуг та визначені проблем які виникають у процесі управлінської діяльності підприємств сфери послуг.

Проведений аналіз вже існуючих наукових праць з питань маркетингу показав, що нині актуальними є поглиблені теоретичні дослідження, присвячені проблемі адаптації застосування інструментарію маркетингу. Взагалі у наукових працях не приділялось значної уваги питанню розробки комплексного механізму реалізації маркетингу на підприємствах [5, с.83].

Проблеми розвитку сфери послуг знайшли відображення у наукових працях багатьох учених. Це свідчить про підвищений їх інтерес до теоретичних аспектів розвитку й управління послугами. Але у формуванні суті послуги серед науковців немає однозначної думки. Певна кількість визначень та підходів до маркетингу послуг потребує уточнення. З огляду на концепцію проведення дослідження запропоновані наступні визначення.

Послуга – продукт споживання, що має споживчу властивість, якість, вартість і своєю функціональною дією несе споживачу допомогу, зручність, користь, задоволення, чим сприяє розвитку людини (споживача), його духовних потреб, гармонійності життєдіяльності, забезпечує високу якість життя та підвищує культуру суспільства.

Маркетинг послуг – це динамічний соціально-управлінський процес, який спрямований на формування і задоволення потреб споживача, залучення та утримання його завдяки взаємодії елементів механізму комплексу функціональної структури, інструментарію, за рахунок інноваційної діяльності, яка направлена на досягнення цілей підприємства.

Важливим також в діяльності підприємств сфери послуг є систематизація існуючих теорій маркетингу та групування їх за чотирма напрямками трактування: як комплексного поняття, як функції управління, як виду управлінської діяльності, як системи та процесу планування [2, с. 325]. Дана систематизація дозволяє підприємствам розглядати маркетинг за усіма сферами її впливу та пояснює виникнення нових видів маркетингу [3, с.141].

Отже, створення передумов оптимального сприйняття інформаційних комплексних процесів маркетингу на підприємствах, розробка методики з питань управління маркетингом та підготовка рекомендацій з формування інформаційного забезпечення стає важливим для прийняття вірних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Маркетинг / Л.В.Балабанова: [підруч. – 2-ге вид.]. – К.: Знання-Прес, 2004. – 645с.
2. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль / Котлер Ф. – СПб.: Питер, 1999. – 896 с.
3. Крикавський Є.В. Промисловий маркетинг / Є. В. Крикавський, Н.П. Чухрай : [підручн. 2-ге вид.]. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2004. – 472 с.

-
4. Старостіна А.О. Маркетинг / А.О. Старостіна, Д.М. Черваньов, О.В. Зозульов. – К., 2002. – 294 с.
 5. Телетов О.С. Маркетинг у промисловості: підручник / О.С. Телетов. – Київ: Центр навч. літератури, 2004. – 248 с.

Шепелюк І. ст.

Науковий керівник: Данилюк Т.І.,
к.е.н., доцент кафедри економіки, безпеки
та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний
університет ім. Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

СПОЖИВАЧ ТА ЙОГО ПОВЕДІНКА В СИТЕМІ МАРКЕТИНГУ

Становлення ринку в Україні потребує нового економічного мислення, нових підходів до управління економікою, яка повинна орієнтуватися на потреби споживачів, на відміну від планової, в котрій проблеми координування виробництва продукції, її збуту та споживання вирішувались за допомогою централізованого планування. Для цього необхідно вивчати ринок, закономірності його функціонування, фактори, що спричиняють той чи інший його стан, уміти прогнозувати потреби ринку і ресурсні можливості їх задоволення та інші явища, що відображають багатогранні відносини між його суб'єктами [1, с. 14].

Фундаментальною концепцією господарювання в ринковій економіці, яка покладена в основу сучасного підприємництва та менеджменту, є маркетинг, перші елементи якого з'явилися ще в середині XVII сторіччя.

Класичне визначення маркетингу як виду «людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб через обмін», дав Ф. Котлер. Однак автор наголошує, що не слід ототожнювати маркетинг зі збутом, оскільки збут – лише вершина маркетингового айсберга. Він підкреслює, що «маркетинг – це система різних видів діяльності підприємства, які пов'язані між собою й охоплюють планування, ціноутворення, продаж, доставку товарів та надання послуг, в яких є потреба у існуючих або потенційних споживачів» [2, с. 47].

Яке місце займає споживач у маркетинговій діяльності?

На ринку існує певна сукупність суб'єктів, з якими підприємство входить у безпосередні стосунки. До них відносяться, насамперед, учасники ринку, які є незалежними і формально рівними. Це, зокрема: покупці (споживачі); підприємства, які підтримують маркетингові зусилля фірм-виробників, а також торгові посередники та постачальники; конкуренти.

Серед зазначених учасників ринку домінуюче становище займають споживачі (покупці). Суть маркетингу якраз і зводиться до підпорядкування всіх дій підприємства в сфері виробництва і товарного обігу основній меті, якою є задоволення потреб покупців [1, с. 16].

Якщо кошти, призначені покупцями для закупівлі благ і послуг, визнаються як головне джерело доходів для підприємства-виробника, то споживачів можна визнати за основний елемент ринкового середовища. З викладеного однозначно випливає, що покупці (фінальні споживачі й інституційні покупці), а також їх потреби слід трактувати як вихідний пункт маркетингових дій підприємств, що виробляють і продають товари на ринку.

Від покупців і їх поведінки здебільшого залежить успіх фірм і досягнення ними позитивного результату. Задоволений покупець впливає на підприємство не тільки через закупівлю продуктів, а й також шляхом формування і розповсюдження позитивної оцінки про компанію і її продукти.

Всесвітньо відомий класик маркетингу Ф. Котлер вважає за краще підходити до поведінки споживачів як до однієї з областей маркетингу «... процес вибору товарів, послуг, ідей або досвіду їх придбання та розпорядження окремими споживачами, групами і організаціями для задоволення своїх потреб і бажань ...» [3, с. 230].

Розглядаючи «сутність поведінки споживача», на нашу думку, слід розглядати «споживача» в сучасних економічних умовах.

В новій економіці виробник і споживач усе частіше створюють щось нове спільне. В цьому зв'язку задоволення потреб споживача є головним орієнтиром сучасних концепцій розвитку виробництва. Для розуміння розвитку теорії дуже важливо усвідомити, що в центрі уваги сучасних організацій знаходиться споживач, процес прийняття ним рішення про купівлю та чинники, що на це впливають: зовнішні або внутрішні.

Поведінка споживача – це процес, розтягнений у часі. Він не обмежується моментом, коли споживач віддає гроші і отримує товар чи послугу. Отже, для потреб маркетингу важливо знати не тільки суть поведінки споживача, а й її складові елементи. До них можна віднести [4, с. 15]: відчуття потреб і оцінка їх стосовно індивідуальних шкал преференцій, тобто дотримування ієрархії потреб; придбання засобів споживання; вибір із доступних засобів споживання, тобто спосіб компонування благ і послуг; використання засобів споживання, тобто спосіб поводження з ними.

З викладеного випливає, що поведінка споживача охоплює придбання, володіння та використання засобів задоволення потреб покупця і основна увага приділяється всьому процесові споживання, що відповідає на низку питань як до, так і після купівлі.

Вивчення законів споживчої поведінки в реальних економічних процесах, його захист від можливих ризиків і впливів, стає окремим самостійним напрямком в складному комплексі економічних наук.

Дослідження поведінки споживачів є основою для прийняття ефективних маркетингових управлінських рішень. Без знань поведінки споживачів неможливо ефективно працювати на ринку в умовах існування фірм-конкурентів, що виробляють подібну продукцію з певними об'єктивними характеристиками. Аналіз та оцінка зовнішніх і внутрішніх чинників впливу на поведінку споживачів, дослідження механізму формування поведінкової реакції споживачів дозволяють

здійснювати її моделювання, використовувати для впливу раціональні маркетингові інструменти.

Список використаних джерел:

1. Штефанич Д. Поведінка споживачів: [навч. посіб.] / Штефанич Д., Німанський А., Мартова П.. – Івано-Франківськ: ІМЕ «Галицька академія», 2009. – 316 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. – М.: Прогресс. 1990. – 986 с.
3. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга, 9-е издание: Пер. с англ. – М.: Издательский дом Вильямс, 2003. – 1200 с.
4. Джеймс Ф. Поведение потребителей. / Джеймс Ф. Енджел, Роджер Д. Блзкуелл, Пол У. Миниард. – СПб.: ПитерКом, 2009. – 630с.

Shcherbik O., student
Herasymiak N., Candidate of
Economics, Assistant Professor
Lutsk National Technical University
Lutsk, Ukraine

THE IMPORTANCE OF MARKETING AND BRANDING FOR NEW STARTUPS

The topic of marketing and branding for new startups is quite significant nowadays. The research of new startups included many scholars and businessmen. The most famous are: Blanc S., Rainer L., Spender J.C., Rees E., Graham P. etc. There are many authors who are exploring the specifics of the startup projects. The marketing principles of startup projects are not open sufficiently, which confirms the relevance of the topic research.

One of the mistakes startup companies typically make in the early stages of development is overlooking the importance of marketing and branding their company image. While the logistics of a startup finances, shipping and delivery, staff hires are essential. Startup branding and advertising are also incredibly important to a company's internal solidarity, customer outreach, and overall success.

Startup companies represent a powerful engine of open innovation processes. The purpose of this paper is to represent a first step in building a map of the state-of-the-art knowledge of the «startups in an open innovation context» phenomenon [1].

Analysis of existing sources, allows us to determine the cause of the emergence, development and further scale up of startups. The main impetus for the emergence of such a business model as a startup is the predictability of actions. The inertia of large corporations that successfully operate on the market with existing products (services). While the development, creation and implementation of innovative products takes a lot of time due to the complexity of existing organizational structures. As a result, startups, due to mobility in terms of the implementation of new ideas, are more effective.

Startup marketing and branding are such integral components of company development. They help a new business establish an individual brand identity. A company's brand is more than its logo it is its entire personality. Thus, the process of choosing and advertising a brand allows a company to express their core values and business methods, which adds coherence and organization to the company mission. A clear vision can help to guarantee a startup's success, as it forces a company to clearly state its goals. Making it easier to follow through on its own plans.

Startup companies are intrinsically open organizations, necessarily engaged in innovation processes. Successful startup marketing requires that you have both a great product and great marketing. A startup's ability to go viral depends on two variables: time, and the «viral coefficient» the number of new users each user generates. For early stage startups, feedback is more important than customers. The faster you can resolve customer objections, and improve the product to match market demand [2]. The more likely you are to win over the long run.

Startup marketing and branding also helps a startup set itself apart from the competition. Formulating a brand identity requires that a new company conduct research into their customer base and the surrounding market. This in turn helps companies articulate what it is that makes them unique, and what particular gaps they are filling in their respective markets. The ability to then effectively sell their unique contribution can bring in a variety of new customers who are looking for the specific product or service offered by the startup.

Startup projects play a very important role in innovation processes. According to the well-known definition by Steve Blank [3] a startup is a company, a partnership or temporary organization designed to search for a repeatable and scalable business model. Through the startup phase, new ideas are brought to the market and transformed in economically sustainable enterprises. New firms are artefacts for transforming entrepreneurial judgement into profit [4].

The creator of the new project enters the environment (market) on which it plans to earn. For this, you need to understand what will be offered and whom.

Marketing actions in both cases are influenced by the integral components of the startup. The core of the creation of a new startup project is a pioneering idea that does not have material embodiments, but exists either on paper or in words. From the level of the idea depends on the viability of the startup, the more it is unique, based on fundamental research or due to the needs of practice, the longer the life cycle of the newly created product, and, consequently, its economic efficiency.

There is no question that successfully marketing a new brand image is one of the greatest difficulties faced by a new company. Yet startup branding is also unquestionably one of the most important keys to the success of those companies. Not only will it help a company stand out from the crowd, it will also encourage customer loyalty and foster coherence within the company's mission itself.

Any startup is a business story. The story's end can be happy and not so much. It is possible to minimize risks, having the necessary information about the market, intelligent team and sufficient resources. Startup marketing implies the exact follow-up of the strategy, but at the initial stage you can prepare the basis for a decisive start. If some channels and tools can be selected, counted and predicted only after creating a strategy and

testing, then marketing and branding is a universal approach required by each startup, due to its characteristics, such as business. The marketing strategy can be created along with the product, and it will become its first engine on the market.

References:

1. Spender J.C. Startups and open innovation: a review of the literature [Electronic resource] / J.C. Spender, V. Corvello, M. Grimaldi, P. Rippa // European Journal of Innovation Management. - 2017. - № 20. - pp. 4-30. - Access mode: <https://doi.org/10.1108/EJIM-12-2015-0131>
2. Marcus Taylor. The Ultimate Startup Marketing Strategy For Incredible Growth. - 2018.—[Electronic resource] / T. Marcus. - Access mode: <https://www.ventureharbour.com/ultimate-startup-marketing-strategy>.
3. Blank S. Why startups are agile and opportunistic – pivoting the business model [Electronic resource] / S. Blank - 2015. - Access mode: <https://www.steveblank.com>.
4. Spender J.C. Business Strategy: Managing Uncertainty, Opportunity, and Enterprise / J.C. Spender. - 2014. - Oxford University Press, Oxford.

Яблончук Д., студентка
Науковий керівник: Буняк Н.М.,
к.е.н., доц.
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах швидкозмінного зовнішнього середовища, а також посилення глобалізаційних процесів особливої актуальності набуває проблема пошуку шляхів забезпечення ефективного функціонування підприємства та нарощення його конкурентних переваг. Трансформація інституційного середовища ведення бізнесу обумовлює необхідність використання керівництвом підприємства системного підходу до управління персоналом, який передбачає об'єднання всіх функцій, орієнтованих на людські ресурси в організаційній системі та врахування взаємозалежності між окремими аспектами управління персоналом. В його основі лежить розробка кінцевої мети діяльності, визначення шляхів її досягнення, створення механізму управління, який забезпечував би комплексне планування, організацію та стимулювання системи роботи з персоналом підприємства [1].

Використання цього підходу в роботі з кадрами передбачає, що управління персоналом підприємства повинне охоплювати не окремі категорії працюючих, а всіх працівників, вирішувати окрім одномоментних задач й проблеми, що безпосередньо виникають в процесі їх діяльності: від моменту прийняття до останнього дня роботи на підприємстві. Безперечною перевагою системного підходу є зосередження уваги на слабоструктурованих проблемах, пошук оптимального

варіанту їх вирішення.

Характерними ознаками системного підходу до управління персоналом є: охоплення всього кадрового складу підприємства; відповідність кадрової політики загальній стратегії розвитку підприємства; пристосування до конкретних особливостей діяльності; узгодження довгострокових і короткострокових цілей; аналіз і розробка кадрових рішень з урахуванням впливів факторів зовнішнього і внутрішнього середовища; прийняття конкретних рішень в межах підсистеми з урахуванням їх впливу на систему загалом.

На нашу думку, основними перевагами використання системного підходу до управління персоналом підприємства є оптимізація його структури, раціональне використання трудових ресурсів та їх ефективне стимулювання до виконання поставлених завдань, підвищення рівня продуктивності праці та якості роботи працівників, а відтак зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку.

Отже, системний підхід ґрунтується на розумінні об'єкта управління як цілісності, виявленні його внутрішніх і зовнішніх зв'язків, що дозволяє ефективно управляти системою в цілому. Його практичне застосування сприяє раціональній організації роботи з управління персоналом, розробці та реалізації обґрунтованих управлінських рішень, а також дає змогу попередити розвиток кризових явищ у процесі функціонування підприємства загалом.

Список використаних джерел:

1. Зайченко О. І. Управління людськими ресурсами : навч. посіб. / О. І. Зайченко, В. І. Кузнецова; за наук. ред. О. І. Зайченко. – Івано-Франківськ : «Лілея НВ», 2015. – 232 с.

Бортнік С., магістрант
Науковий керівник: Ліпич Л.Г.,
д.е.н., проф.
Східноєвропейський національний
університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ, ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Компанії, які прагнуть надійно закріпитися та працювати як на новому, так і уже освоєному ринку, повинні активно використовувати сучасні форми маркетингової діяльності: ринкові дослідження, аналіз споживачів, розробляти ефективні продуктово-ринкові стратегії.

Одним із основних показників, які оцінює компанія виходячи на новий ринок, або навіть працюючи на старому, є обсяги попиту на продукцію.

Саме по собі визначення попиту на продукцію підприємства не дозволяє ефективно керувати його діяльністю. Прогнозування попиту повинно розглядатись

як один з елементів системи управління підприємством. Для забезпечення виконання цих умов очевидним є той факт, що методика оцінки попиту та методика розробки управлінських рішень повинні бути співставними, та формувати єдину методику оцінки ефективності діяльності підприємства. З огляду на це вважаємо за доцільне розкрити основні положення системи управління підприємством на засадах прогнозування попиту (Рис.1).

Будемо вважати, що обсяг виробництва продукту рівний обсягу його споживання, інакше кажучи підприємство виробляє лише стільки продукції скільки потребує ринок. Саме за таких умов найефективніше використовуються ресурси підприємства, що сприяє досягненню його цілей. Певним чином, збалансувати обсяг виробництва та споживання дозволяє прогноз обсягу споживання.

Найперше з чого потрібно виходити, це з можливості досягнень цілей підприємства. Залежно від багатьох факторів, підприємство може ставити самі різноманітні цілі. Ми спробували об'єднати їх в окремі групи: максимізація прибутків (відсутність конкуренції на ринку); зниження витрат (сильна конкуренція); збільшення (зменшення) частки ринку; збільшення доходів, тощо.

Вихідним моментом в побудові моделі є формалізація цілей підприємства. Варто зауважити, що залежно від факторів зовнішнього та внутрішнього середовища одне і теж підприємство буде встановлювати різні цілі. Будучи на ринку лідером (монополістом) фірма може диктувати свої умови і як правило обирає стратегію максимізації прибутків.



Рис. 1. Система управління підприємством

Проте, таке становище фірми, при якому вона диктує умови, трапляється досить рідко. Як правило в сучасних умовах переважна більшість фірм діє в умовах жорсткої конкуренції, що накладає обмеження на формування цілей. Як правило в таких умовах підприємства ставлять цілі зниження витрат, збільшення доходів, або частки ринку.

Запропонована до розгляду методика дозволяє зорієнтувати виробництво на ринковий попит та з безлічі варіантів розвитку обрати варіант, що дозволяє

найкраще досягти поставлених цілей діяльності. При вирішенні цих завдань забезпечується багатоваріантність можливих шляхів розвитку.

Список використаних джерел:

1. Энджел Дж.Ф. Поведение потребителей / Энджел Джеймс Ф., Блэкуэлл Роджер Д., Миниард Пол У.; пер.с англ. Т. Принцева. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 759с. – (Теория и практика менеджмента).

2. Швець І.Б. Формування комплексної системи управління виробничими потужностями на підприємствах промисловості: Автореф. дис. ...д-ра екон. наук: 08.06.01 / НАН України; Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2000. – 47 с.

Ляшук І., студент

Науковий керівник: Загоруйко В.Л.,

к.е.н., доц.

Луцький національний технічний
університет, м. Луцьк, Україна

ФОРМАЛІЗАЦІЯ ЦІЛЕЙ ПІДПРИЄМСТВА

Для того щоб досягти цілей, вони мають бути чітко сформульовані та зрозумілі виконавцям. Для відповідного контролю за процесом досягнення цілей важливо щоб вони були ще й формалізовані за допомогою математичних залежностей. Це дозволить оцінити різні варіанти досягнення цілей, порівняти рівень їх досягнення [1].

Окрім формалізації цілей важливо пам'ятати про обмеження які супроводжують діяльність підприємства. Серед них наявність відповідних ресурсів, рівність обсягу виробництва продукції (N_i) обсягу попиту на неї (X_i), інакше кажучи підприємство виробляє лише стільки продукції скільки потребує ринок. Саме за таких умов найефективніше використовуються ресурси підприємства, що сприяє досягненню його цілей.

Найперше з чого потрібно виходити, це з можливості досягнень цілей підприємства. Залежно від багатьох факторів, підприємство може ставити самі різноманітні цілі. Ми спробували об'єднати їх в окремі групи:

- максимізація прибутків (відсутність конкуренції на ринку);
- зниження витрат (сильна конкуренція);
- збільшення (зменшення) частки ринку;
- збільшення доходів;

Вихідним моментом в побудові моделі діяльності підприємства є формалізація його цілей [2]. Варто зауважити, що залежно від факторів зовнішнього та внутрішнього середовища одне і теж підприємство буде встановлювати різні цілі. Будучи на ринку лідером (монополістом) фірма може диктувати свої умови і як правило, обирає стратегію максимізації прибутків. В найбільш спрощеному вигляді це може бути записано наступним чином:

$$F = \sum_{i=1}^n N_i \cdot (C_i - S_i) \Rightarrow \max ,$$

де, N_i – обсяг виробництва i -го продукту.

C_i – Ціна 1-ці продукції i -го виду.

S_i – собівартість 1-ці продукції i -го виду.

Проте, таке становище фірми, при якому вона диктує умови, трапляється досить рідко. Як правило в сучасних умовах переважна більшість фірм діє в умовах жорсткої конкуренції, що накладає обмеження на формування цілей. Як правило в таких умовах підприємства ставлять цілі зниження витрат, збільшення доходів, або частки ринку. Відповідно ці цілі можна формалізувати наступним чином:

$$F = \sum_{i=1}^n N_i \cdot S_i \Rightarrow \min$$

$$F = \sum_{i=1}^n N_i \cdot C_i \Rightarrow \max$$

$$F = \sum_{i=1}^n N_i \Rightarrow \max$$

Критерії поведінки фірми, що представлені залежностями 2-4 можуть використовуватись фірмами обмежений час, вони не враховують такого важливого фактора як прибутковість. Тому доцільно доповнити дані критерії обмеженнями по прибутку.

$$P \geq const$$

В такому випадку підприємство буде володіти необхідними ресурсами для нормального функціонування та досягнення цілей. Можливі і інші випадки, щодо пріоритетів діяльності фірм, проте ці є найбільш поширеними. Не дивлячись на той факт, що вони досить непогано описують мету діяльності підприємства вони не розкривають механізм діяльності підприємства, не враховують фактори в яких працює підприємство. В залежностях 1-4 найбільш динамічною величиною є N_i – обсяг виробництва.

Підприємство може виробляти продукції менше очікуваного обсягу споживання, рівного обсягу споживання, або більше обсягу споживання, в надії збільшити обсяги споживання за рахунок окремих заходів (стимулювання покупок...). З іншої сторони обсяги виробництва можуть лімітуватись виробничою потужністю підприємства, в такому разі постає питання про доцільність нарощення виробничих потужностей, чи ліквідації, в разі коли продукт перебуває на кінцевих стадіях ЖЦТ.

Тому наступним кроком має стати дослідження тенденцій попиту на ринку з формулюванням відповідних залежностей [3]. В перспективі отриманні результати повинні бути об'єднанні в єдину систему.

Список використаних джерел:

1. Касьяненко В.О. Моделювання та прогнозування економічних процесів: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / В.О. Касьяненко, Л.В. Старченко – Суми : Університетська книга, 2006. – 185с.
2. Павлова В.А., Рогоза М.Є. Прогнозування діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища // Вісник ДонДУЕТ: Економічні науки. – 2003. - №4(20). – С.140 – 145.

3. Пидкасистый А.П. Экономическое поведение потребителей: Какая теория поможет прогнозировать спрос? / Александр Павлович Пидкасистый. – М.: Рос. пед. агентство, 1997. – 219 с.

Наукове видання

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ТА БЕЗПЕКА
ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОГО
СУСПІЛЬСТВА**

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
(25 жовтня 2018 року)*

Друкується в авторській редакції

Відповідальність за інформацію, викладену в публікаціях,
несуть автори

Коректор Л.В. Шостак
Технічний редактор Л.В. Шостак